



ORGANIZACIÓN
MUNDIAL
DEL COMERCIO

INFORME SOBRE EL COMERCIO MUNDIAL 2016

Igualdad de
condiciones para
el comercio de
las pymes



¿Qué es el Informe sobre el Comercio Mundial?

El Informe sobre el Comercio Mundial es una publicación anual que tiene por finalidad facilitar una mayor comprensión de las tendencias del comercio, las cuestiones de política comercial y el sistema multilateral de comercio.

¿Sobre qué trata el Informe de 2016?

En el Informe sobre el Comercio Mundial 2016 se examina la participación de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en el comercio internacional, así como la forma en que la situación comercial internacional está cambiando para las pymes y lo que el sistema multilateral de comercio hace y puede hacer para promover una participación más amplia e inclusiva de las pymes en los mercados mundiales.

Para saber más

Sitio Web: www.wto.org/sp
Consultas de carácter general:
enquiries@wto.org
Tel.: +41 (0)22 739 51 11

Índice

Agradecimientos y Descargo de responsabilidad	2
Prólogo del Director General de la OMC	3
Resumen	5
A Introducción	14
1. Las pymes en las economías nacionales	17
2. Participación de las pymes en el comercio: oportunidades y desafíos	23
3. Estructura del informe	29
B Las pymes en el comercio internacional: hechos estilizados	34
1. Participación de las pymes en el comercio directo	37
2. Participación de las pymes en el comercio indirecto y las cadenas de valor mundiales	46
3. Participación de las pymes en el comercio electrónico internacional	54
4. Participación de las mipymes en el comercio a lo largo de los años	61
5. Conclusiones	63
C Dinámica de internacionalización de las pymes	66
1. Formas de internacionalización de las pymes	68
2. ¿Qué empresas exportan y por qué el acceso a los mercados extranjeros es importante para las pymes?	72
3. Los efectos de la internacionalización en el rendimiento de las pymes	75
4. Conclusiones	87
D Obstáculos comerciales a la participación de las pymes en el comercio	90
1. Percepción por las pymes de los obstáculos para acceder a los mercados internacionales	92
2. La política comercial y las pymes	97
3. Otros costos importantes relacionados con el comercio	108
4. El comercio basado en las TIC: beneficios y retos para las pymes	115
5. El acceso de las pymes al comercio posibilitado por las cadenas de valor mundiales	121
6. Conclusiones	125
E Cooperación para promover la participación de las pymes en el comercio	132
1. Razones para apoyar a las pymes y tratar de favorecerlas en los acuerdos comerciales	134
2. Las pymes en los acuerdos comerciales regionales	136
3. Las pymes en otras organizaciones internacionales	148
4. Las pymes en la OMC	152
5. Conclusiones	171
F Conclusiones	176
Bibliografía	179
Notas técnicas	191
Abreviaturas y símbolos	196
Lista de gráficos, cuadros y recuadros	198
Miembros de la OMC	203
Informes sobre el Comercio Mundial de años anteriores	204

Agradecimientos

El *Informe sobre el Comercio Mundial 2016* ha sido elaborado bajo la responsabilidad general de Xiaozhun Yi, Director General Adjunto de la OMC, y Robert Koopman, Director de la División de Estudios Económicos y Estadística. El informe de este año ha sido coordinado por Marc Bacchetta y Cosimo Beverelli. Los autores del informe son Marc Auboin, Marc Bacchetta, Cosimo Beverelli, Barbara D'Andrea, Christophe Degain, Alexander Keck, Andreas Maurer, José-Antonio Monteiro, Coleman Nee, Roberta Piermartini y Robert Teh (División de Estudios Económicos y Estadística); Antonia Carzaniga, Joscelyn Magdeleine, Juan Marchetti, Lee Tuthill y Ruosi Zhang (División de Comercio de Servicios e Inversión).

Robert Anderson (División de Propiedad Intelectual, Contratación Pública y Competencia), John Hancock (División de Estudios Económicos y Estadística), Erik Wijkström (División de Comercio y Medio Ambiente), Hans-Peter Werner (División de Desarrollo) y Famke Schaap y Jobien Hekking-Peters (Centro para la promoción de las importaciones provenientes de los países en desarrollo (CBI) de los Países Bajos) aportaron otras contribuciones escritas. Abdullah Aswat, Vikram Bahure, Ronald Bouman, María Liliana Olarte, Javier Osuna Lopez, Wanlin Ren, Sina Schön, Harry Smythe y Virginie Trchsel contribuyeron a las tareas de investigación. Laura Bloodgood, de la USITC, Ingo Borchert, de la Universidad de Sussex, Lucian Cernat, de la Comisión Europea, Frederic Gonzales e Hildegunn Nordås, de la OCDE, Batshur Gootiiz, de Sustainable Development Consulting LLC, y Aaditya Mattoo, del Banco Mundial, aportaron gráficos y datos adicionales.

Varias divisiones de la Secretaría de la OMC formularon aportaciones y observaciones valiosas a las versiones provisionales del informe. En particular, han colaborado

estrechamente en diversas fases de la preparación del informe los colegas de la División de Comercio y Medio Ambiente, entre ellos Serra Ayral, Sajal Mathur y Devin McDaniels, bajo la supervisión de Hoe Lim. Los autores desean agradecer asimismo el asesoramiento impartido por varios colegas de la División de Agricultura y Productos Básicos (Lee Ann Jackson), la División del Consejo y del CNC (Stefania Bernabé, María Pérez-Esteve y Michael Thompson), la División de Desarrollo (Rainer Lanz y Michael Roberts), la División de Estudios Económicos y Estadística (Mark Koulen), la División de Propiedad Intelectual, Contratación Pública y Competencia (Antony Taubman y Jayashree Watal), la División de Asuntos Jurídicos (Graham Cook y Gabrielle Marceau), la División de Acceso a los Mercados (Marti Darlan), la División de Normas (Jesse Kreier y Clarisse Morgan) y el Gabinete del Director General (David Tinline).

Las siguientes personas ajenas a la Secretaría de la OMC también formularon observaciones útiles sobre las distintas versiones: Lucian Cernat, Michael Finger, Caroline Freund, Marion Jansen y otros colegas del Centro de Comercio Internacional, Iza Lejárraga, Mia Mikic, Gaurav Nayyar, Hildegunn Nordås, Marcelo Olarreaga, Michele Ruta, Ben Shepherd, Robert Staiger, Joachim Wagner, y Tunc Uyanik y otros colegas del Foro Mundial de las Pymes.

La producción del informe estuvo a cargo de Paulette Planchette, de la División de Estudios Económicos y Estadística, en colaboración con Anthony Martin, Heather Sapey-Pertin y Helen Swain, de la División de Información y Relaciones Exteriores. Helen Swain editó el informe. Los traductores de la División de Servicios Lingüísticos, Documentación y Gestión de la Información trabajaron arduamente para cumplir unos plazos muy estrictos.

Descargo de responsabilidad

El *Informe sobre el Comercio Mundial* y todas las opiniones reflejadas en el mismo son responsabilidad exclusiva de la Secretaría de la OMC. No pretenden reflejar las opiniones y puntos de vista de los Miembros de la OMC. Los autores principales del Informe desean asimismo exonerar a quienes han hecho observaciones de su responsabilidad por todo error u omisión que se haya podido producir.

Prólogo del Director General de la OMC

El comercio se percibe a veces como una actividad económica que solo favorece a las empresas de gran tamaño. Ciertamente, no se puede negar que el comercio internacional es, en general, mucho más costoso y difícil para las microempresas y las pequeñas y medianas empresas. Cuanto más pequeña es una empresa, mayores pueden parecer los obstáculos a los que se enfrenta.

Las microempresas y las pymes constituyen el grupo más numeroso de empresas en casi todos los países (el 95% en promedio) y representan la inmensa mayoría de los puestos de trabajo. Por ello, ocupan un lugar destacado en las políticas sociales y económicas de casi todos los gobiernos, y también en los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible, que tratan de alentar la expansión de las pymes a fin de promover el crecimiento inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

Es decir, la importancia de las pymes es incuestionable, aunque hasta la fecha apenas han estado presentes en el amplio debate sobre el comercio, y tal vez estemos perdiendo la oportunidad de prestar apoyo a esta parte vital de cada economía.

Se sabe relativamente poco acerca de la participación de las pymes en el comercio, los factores que determinan su decisión de comenzar a exportar, o los beneficios que pueden obtener mediante la internacionalización. En el contexto de la OMC, las pymes no han ocupado un lugar muy destacado a lo largo de los años, y son relativamente pocos los Acuerdos que las mencionan expresamente.

Sin embargo, esta situación puede estar cambiando. Los avances tecnológicos, mediante la expansión del comercio electrónico y la evolución de las cadenas de valor mundiales, están generando nuevas oportunidades comerciales para las pymes. Cada vez es más frecuente que los acuerdos regionales contengan disposiciones sobre esas empresas. Por tanto, no ha de sorprendernos que los Miembros de la OMC planteen cada vez más cuestiones relacionadas con las pymes. La finalidad del presente informe es propiciar un debate informado sobre este tema.

En el informe se constata que la participación de las pymes en el comercio suele ser baja. Según cálculos de la OMC basados en las Encuestas de Empresas del Banco Mundial, que abarcan más de 25.000 pymes de países en desarrollo, las exportaciones directas representan solo el 7,6% de las ventas totales de las pymes del sector manufacturero, en comparación

con el 14,1% en el caso de las grandes empresas manufactureras. En los países desarrollados, en promedio, las empresas con menos de 250 empleados representan el 78% de los exportadores, pero solo el 34% de las exportaciones.

En general, las pymes son menos productivas que las grandes empresas. En el análisis realizado para el presente informe se calcula que las pymes de los países en desarrollo son un 70% menos productivas que las grandes empresas, y los estudios empíricos disponibles sobre los países desarrollados muestran un panorama similar. La menor productividad de las pymes se atribuye frecuentemente a su incapacidad para aprovechar las economías de escala, sus dificultades para acceder al crédito o a la inversión, su falta de conocimientos especializados y su informalidad.

Los gobiernos de todo el mundo tienen interés en facilitar la participación de las pymes en el comercio, ya que existe la convicción de que así aumentará la productividad, lo que a su vez ayudará a estimular el empleo y el crecimiento y a reducir la pobreza. En el informe se muestra que, en efecto, la participación en el comercio suele ir acompañada de una productividad y un crecimiento mayores, pero que la relación no es automática.

La participación en el comercio puede aumentar la productividad de diversas maneras. La internacionalización ayuda a las pymes a adquirir conocimientos, desarrollarse y explotar las economías de escala, lo que refuerza el crecimiento y el empleo. La internacionalización también aumenta la probabilidad de supervivencia de las pymes, al diversificar sus mercados.

En el informe se especifican varios obstáculos a la participación de las pymes en el comercio. Los costos fijos de entrada a los mercados -como los relacionados con el acceso a la información sobre las redes de distribución extranjeras y con los reglamentos y normas aplicables en la frontera- son los principales obstáculos que impiden a las pymes dedicarse a actividades de exportación. Sin embargo, datos recientes indican que todos los costos del comercio, incluidos los que aumentan con el volumen de los envíos, dificultan más la participación en el comercio a las pymes que a las empresas de mayor tamaño.

Mediante el comercio electrónico y la integración en las cadenas de valor mundiales, las pymes pueden superar en parte esos obstáculos y mejorar su participación en el comercio mundial. El comercio electrónico permite

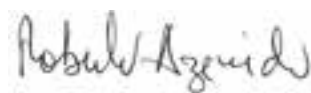
llegar a los clientes con un costo mucho más reducido. Las cadenas de valor mundiales ofrecen a las pymes la posibilidad de acceder a las redes de distribución extranjeras y explotar las economías de escala. Sin embargo, las pymes se enfrentan a obstáculos específicos al tratar de aprovechar esas oportunidades. Para ellas, los principales problemas a la hora de vender a través de Internet son los relacionados con la logística necesaria para enviar mercancías o suministrar servicios; la seguridad y la protección de datos; y los pagos. Entre los principales problemas que se plantean a las pymes que ingresan en las cadenas de valor mundiales figuran los costos de logística e infraestructura, la incertidumbre reglamentaria y el acceso a mano de obra calificada.

¿Cómo podemos eliminar esos obstáculos con que parecen enfrentarse las pymes? Aunque en los Acuerdos de la OMC no siempre se menciona específicamente a las pequeñas y medianas empresas, las normas multilaterales contribuyen a reducir los costos del comercio que dificultan la entrada de las pymes en los mercados extranjeros. Los datos muestran que, sin las disciplinas de determinados Acuerdos de la OMC (como el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio y el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias), los reglamentos técnicos y otras normas impondrían costos más elevados a las empresas, en detrimento de las pymes. Eso es así, al menos en parte, porque las empresas grandes y potencialmente más eficientes suelen tener más facilidad para cumplir requisitos técnicos estrictos, y pueden hacerlo a un costo menor.

Los estudios empíricos también señalan que la facilitación del comercio beneficia especialmente a las pymes y favorece su entrada en los mercados internacionales. Al reducir diversos costos del comercio, en particular el costo de acceder a la información sobre las normas y los reglamentos aplicables en los mercados extranjeros, el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC aborda uno de los principales obstáculos a la exportación de las pymes. Las normas de la OMC también ofrecen suficiente flexibilidad para que los gobiernos nacionales puedan adoptar medidas encaminadas a remediar los fallos del mercado que

impiden a esas empresas participar en el comercio internacional. La labor de creación de capacidad de la OMC, que trata de ampliar las oportunidades comerciales de los países en desarrollo Miembros, hace especial hincapié en la internacionalización de las pymes. Podrían adoptarse otras medidas positivas, por ejemplo con el fin de aumentar el acceso a la financiación del comercio o potenciar los mecanismos de transparencia para facilitar el acceso de las pymes a la información esencial.

En mi calidad de Director General, he procurado en todo momento que la labor de la Organización sea más inclusiva, pero el tiempo nos ha enseñado que no siempre se ha prestado la debida atención a los intereses de las pymes. Se trata de un problema que los Miembros podrían abordar y cuya solución contribuiría de forma notable a impulsar el crecimiento, el desarrollo y la creación de empleo. La decisión de si hay que adoptar otras medidas en favor de las pymes corresponde en última instancia a los Miembros. Confío en que el presente estudio contribuya a informar los debates y sirva para que, en todo momento, se tengan en cuenta los intereses de las pymes, a fin de que podamos seguir construyendo un sistema de comercio más abierto e inclusivo que beneficie a todos.



Roberto Azevêdo
Director General

Resumen

A. Introducción

El universo de las pequeñas y medianas empresas es muy heterogéneo.

En la mayoría de los países, se consideran pequeñas y medianas empresas (pymes) las que emplean entre 10 y 250 personas. Se suele llamar microempresas a las empresas con no más de 10 empleados. Sin embargo, no hay una definición comúnmente aceptada de lo que es una microempresa o una pyme. Estas empresas, por naturaleza heterogéneas, pueden ser desde pequeños proveedores de servicios no comerciables hasta proveedores de productos digitales, artesanías de gran calidad o instrumentos sofisticados con perspectiva de negocio mundial desde sus inicios.

En la mayor parte de los países, las pymes representan una proporción considerable del empleo ...

En una muestra de empresas de 99 países emergentes y en desarrollo (Encuestas de Empresas del Banco Mundial), las pymes representaban dos tercios del empleo en el sector privado estructurado no agrícola. Se han obtenido datos similares, aunque no estrictamente comparables, para los países desarrollados. En una muestra de empresas de 17 países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) más el Brasil, las microempresas y las pymes representaban el 63% del empleo total.

... pero solo las pymes de elevado crecimiento contribuyen positivamente a la creación de empleo neto ...

Estudios empíricos recientes muestran que no hay relación inversa sistemática entre las tasas de crecimiento del empleo neto y el tamaño de las empresas, siempre que se tenga debidamente en cuenta el factor de antigüedad de la empresa. Esto es así porque, entre las pymes, solo las empresas productivas nuevas ("gacelas") contribuyen significativamente a las tasas de crecimiento del empleo neto. En Túnez por ejemplo son las grandes empresas, y no las pymes, las que más contribuyen a la creación de empleo en etapas posteriores a la entrada en el mercado.

Por su parte, las empresas con altos niveles de crecimiento crean la cuarta parte de todos los nuevos puestos de trabajo entre las pymes de las economías en desarrollo.

... y la calidad del empleo es inferior en varios aspectos para los trabajadores de pymes en comparación con los de empresas de mayor tamaño.

En los países en desarrollo, algunos datos apuntan a que los ingresos de los trabajadores de características similares aumentan con el tamaño de la empresa. En las economías desarrolladas, en cambio, la relación entre salarios y tamaño de empresa no es lineal dentro de la categoría de las microempresas y las pymes, y en general las microempresas pagan salarios más altos que las pequeñas empresas. Los datos empíricos muestran además que los empleados de las pymes tienen puestos de trabajo menos estables y seguros que los empleados de las grandes empresas, y que las pymes imparten formación a sus trabajadores con menos frecuencia que las empresas de mayor tamaño.

Las pymes contribuyen comparativamente menos al PIB que al empleo, ya que, en general, son menos productivas que las grandes empresas.

La contribución media de las pymes al PIB, aproximadamente del 45%, es inferior a su contribución al empleo, lo que se explica en gran parte por su baja productividad. Sobre la base de los datos de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial, en el presente informe se calcula que, en los países en desarrollo, las empresas que emplean de 10 a 50 trabajadores son un 109% más productivas que las empresas con menos de 10 empleados. En general, las pymes son un 70% menos productivas que las grandes empresas.

La contribución directa de las pymes a la innovación es menor que la de las grandes empresas, pero su entrada al mercado puede estimular la innovación de las empresas ya establecidas, así como el crecimiento de la productividad global.

En general, las grandes empresas registran tasas de innovación más rápidas que las empresas pequeñas. Los datos empíricos sobre empresas tampoco confirman el recurrente argumento de que, dentro del universo de las pymes, las empresas incipientes son más innovadoras que las ya establecidas. En este contexto, hay muchos datos acerca del efecto positivo de la innovación para las pymes que la practican.

La contribución de las pymes a la dinámica sectorial (el proceso de entrada y salida) puede tener efectos globales positivos en la productividad, no solo porque las empresas que consiguen entrar en el mercado suelen tener tasas de crecimiento de la productividad superiores a las de las empresas ya establecidas, sino también porque su entrada puede fomentar una mayor innovación por parte de las empresas establecidas.

Véase la página 14

B. Las pymes en el comercio internacional: hechos estilizados

El comercio es la forma más común de internacionalización elegida por las empresas, incluidas las pymes.

La internacionalización puede adoptar diversas formas: 1) exportaciones directas; 2) exportaciones indirectas; 3) acuerdos contractuales no accionariales; y 4) inversión extranjera directa (IED) y otros tipos de acuerdos accionariales. El comercio (directo o indirecto) normalmente se considera el primer paso para ingresar en los mercados internacionales. Comparadas con el comercio, otras formas de internacionalización entrañan mayores costos fijos que son más difíciles de revertir, en especial para las pymes.

La participación directa de las pymes de los países en desarrollo en el comercio no se corresponde con su importancia a nivel nacional.

Según cálculos de la OMC basados en las Encuestas de Empresas del Banco Mundial, que abarcan más de 25.000 pymes de países en desarrollo, las exportaciones directas representan solo el 7,6% de las ventas totales de las pymes del sector manufacturero, en comparación con el 14,1% en el caso de las grandes empresas manufactureras. Entre las regiones en desarrollo, África registra la proporción más baja de exportaciones (3%), en comparación con el 8,7% de las economías en desarrollo de Asia. La participación de las pymes en las exportaciones directas de servicios en los países en desarrollo es insignificante y representa solamente el 0,9% de las ventas totales de servicios, en comparación con el 31,9% en el caso de las grandes empresas.

Las pymes de los países desarrollados comercian relativamente poco en comparación con las empresas más grandes, a pesar de que constituyen la mayoría de los exportadores e importadores.

Si se considera solamente la participación directa en el comercio, las microempresas y las pymes de

los países desarrollados representan la inmensa mayoría de las empresas que comercian (más del 90% en muchos países). En general, las empresas con menos de 250 empleados representan el 78% de los exportadores en los países desarrollados, pero solo el 34% de las exportaciones. Los flujos comerciales de las microempresas y las pymes se componen fundamentalmente de servicios (representan el 68% de las exportaciones totales y el 83% de las importaciones totales).

Es difícil cuantificar la participación indirecta en el comercio. Los conjuntos de datos existentes no distinguen claramente las exportaciones indirectas (suministro de bienes y servicios a empresas nacionales que exportan) de las pymes ni su participación en las cadenas de valor mundiales.

El comercio en las cadenas de valor mundiales consiste en el intercambio de bienes y servicios a lo largo de redes de producción y distribución fragmentadas entre varios países. Las empresas pueden participar en las cadenas de valor mundiales mediante vínculos regresivos (la empresa utiliza insumos importados para producir y exportar bienes y servicios intermedios o finales) o vínculos progresivos (la empresa exporta bienes intermedios o finales a través de una cadena de producción o red de distribución). Los vínculos progresivos pueden ser directos (la empresa exporta ella misma la mercancía) o indirectos (la empresa suministra bienes intermedios o finales a una empresa nacional que exporta).

En las economías en desarrollo, las exportaciones indirectas de las pymes manufactureras representan el 2,4% de las ventas totales frente al 14,1% de las grandes empresas manufactureras. Aunque reducidas, las exportaciones indirectas de servicios de las pymes son superiores a sus exportaciones directas (2,6% en comparación con el 0,9%). En cambio, en el caso de las grandes empresas, las exportaciones indirectas de servicios son inferiores a las directas (4,2% en comparación con el 31,9%).

En el presente informe se utiliza el porcentaje de las ventas exportadas directa/indirectamente y el porcentaje de los insumos extranjeros utilizados en la producción, respectivamente, como valor representativo de los vínculos progresivos y regresivos de las pymes de los países en desarrollo en las cadenas de valor mundiales. Según los cálculos de la OMC, incluso en la región con la mayor participación progresiva y regresiva de las pymes en las cadenas de valor mundiales (economías en desarrollo de Asia), la mayoría de las pymes manufactureras registran tasas de participación progresiva y regresiva bajas en las cadenas de valor

mundiales en comparación con las grandes empresas. En África, tanto las grandes empresas como las pymes están, en su mayoría, fuera de las cadenas de valor mundiales.

El desarrollo del comercio electrónico promete ampliar las oportunidades de exportación de las pymes y darles una presencia global antes reservada a las grandes empresas multinacionales.

Datos de eBay sobre 22 países muestran que la inmensa mayoría de las pequeñas empresas que dependen de la tecnología exporta (en promedio el 97% y hasta el 100% en algunos países). En cambio, solo un pequeño porcentaje de las pymes tradicionales exporta (entre el 2% y el 28% en la mayoría de los países). Las pymes comerciales que dependen de Internet no solo exportan más, sino que también lo hacen a un número mayor de destinos extranjeros. Asimismo, las exportaciones están menos concentradas en los exportadores en línea que en los que no exportan en línea.

A pesar de las promesas del comercio electrónico, las pymes siguen estando menos representadas en línea que las grandes empresas. Las pymes van a la zaga de las grandes empresas en lo que se refiere a medidas tales como la creación de un sitio Web. En los países en desarrollo, por ejemplo, menos de la cuarta parte de las pymes formalmente registradas con menos de 10 empleados y menos de la mitad de las que tienen entre 10 y 50 empleados posee un sitio Web, frente al 85% de las empresas con más de 250 empleados.

No hay una tendencia clara en cuanto a la participación de las pymes en el comercio a lo largo de los años, pero las empresas más pequeñas tardan más en comenzar a exportar.

No se puede discernir una tendencia clara por lo que se refiere a la participación de las microempresas y las pymes en las exportaciones de los países desarrollados que abarca la base de datos TEC de la OCDE. Algo más de la mitad de los países abarcados registraron aumentos a lo largo de un período de menos de 10 años, pero esos datos distan mucho de ser concluyentes. También se observaron aumentos modestos, en general, en el caso de los países en desarrollo y de los países menos adelantados (PMA) entre su primera y segunda Encuestas de Empresas del Banco Mundial, pero esos cambios varían mucho de un país a otro.

Un análisis de los datos de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial sobre las pymes de 85 economías en desarrollo revela que hay una correlación negativa entre el número de empleados en el momento en que se inician las operaciones y el número de años que

transcurren antes de comenzar a exportar. Las grandes empresas que comenzaron siendo microempresas (de uno a cuatro empleados) necesitaron, como promedio, 17 años para empezar a exportar; en cambio, el número de años es menor cuanto mayor es el número inicial de empleados.

Véase la página 34

C. Dinámica de internacionalización de las pymes

Las estrategias en que se basan las decisiones de las pymes de participar o no en la internacionalización son heterogéneas.

La bibliografía sobre la internacionalización de las pymes está fragmentada. No hay un solo marco teórico que pueda explicar por qué y cómo participan las pymes en actividades de internacionalización, ya que las estrategias en que se basa la decisión de las pymes de participar o no en la internacionalización a través de las exportaciones indirectas, las exportaciones directas, la subcontratación internacional (licencias o externalización) o la inversión son heterogéneas.

La internacionalización de las pymes tradicionales tiende a ser gradual, y empieza con exportaciones esporádicas. En cambio, muchas pymes basadas en la tecnología o llamadas "internacionales desde el principio" a menudo están orientadas internacionalmente desde su creación o poco después, y pueden internacionalizarse más rápidamente gracias a que tienen más conocimientos sobre los mercados y una red internacional. De modo análogo, algunas pymes pueden integrarse en las cadenas de valor mundiales exportando, directa o indirectamente, a través de grandes empresas exportadoras situadas en su país de origen.

El tamaño de la empresa constituye un factor importante de la relación entre la productividad y la exportación.

Entre las empresas exportadoras, las pymes suelen numéricamente importantes, pero representan solamente una pequeña proporción de las exportaciones totales de un país, y a menudo exportan solamente unos pocos productos a un grupo reducido de destinos. En gran medida, la relación entre la productividad, el tamaño y la experiencia de la exportación de una empresa explica la participación relativamente limitada de las pymes en el comercio internacional: las empresas más productivas no solo tienen mayor tamaño, sino

que también tienen más facilidad para acceder a los mercados extranjeros y crecer aún más gracias a la exportación.

Muchos obstáculos al comercio son particularmente gravosos para las pymes, en especial cuando dan lugar a costos fijos. Por ese motivo, varios estudios ponen de manifiesto que las pymes se beneficiarían enormemente de una mayor liberalización del comercio y coordinación de las políticas, en particular sobre las medidas no arancelarias. Otra conclusión es que, cuando tienen oportunidad de acceder a nuevos mercados, las pymes suelen responder con mayor rapidez y flexibilidad que las grandes empresas y, en consecuencia, pueden desempeñar una función esencial en la creación de nuevas exportaciones. Además, aunque las pequeñas empresas tienden en principio a tener menor probabilidad de sobrevivir, cuando lo consiguen crecen más rápidamente que las grandes empresas.

Si bien las pymes que participan en los mercados internacionales tienden a ser más productivas e innovadoras que las que no lo hacen, aún pueden mejorar más sus resultados gracias a la internacionalización.

La internacionalización, y en particular las exportaciones, suelen considerarse como una opción estratégica importante para la expansión de las pymes. Aunque limitados, los datos empíricos señalan que los efectos de la internacionalización en el rendimiento de las pymes en términos de beneficios, productividad, innovación y crecimiento de las ventas y del empleo tienden a ser específicos por empresas y dependen del tamaño de la empresa, su nivel de productividad, su capacidad técnica y su pertenencia sectorial.

Por una parte, la probabilidad de que las pymes decidan emprender actividades de exportación tiende a aumentar con el nivel de productividad e innovación. Por otra, las pymes que participan en actividades de exportación pueden mejorar su ritmo de crecimiento y empleo gracias a las economías de escala, y aumentar sus niveles de productividad e innovación por efecto del aprendizaje. La perspectiva de incrementar los ingresos de exportación puede ser también un aliciente para que las pymes se anticipen a invertir más en innovación. Asimismo se ha constatado que la adopción de estrategias de comercio electrónico suele tener un impacto positivo en las tasas medias de crecimiento de las ventas de las pymes.

Algunos datos apuntan a que las pymes que participan en las cadenas de valor mundiales pueden llegar a mejorar sus resultados gracias a la importación de bienes intermedios y a la movilización de sus recursos

en aquellos ámbitos en los que tienen particulares ventajas. A su vez, las pymes que participan en cadenas de valor mundiales pueden beneficiarse de los vínculos comerciales con los clientes y proveedores, incluidos los proveedores extranjeros, así como de formación y una mayor competencia, lo que puede aumentar más la probabilidad de exportar. En última instancia, las posibilidades de que esas pymes se internacionalicen más dependerán de su capacidad para absorber los beneficios derivados de su participación en las cadenas de valor mundiales.

Véase la página 66

D. Obstáculos comerciales a la participación de las pymes en el comercio

Las encuestas sobre empresas realizadas por varias organizaciones internacionales ponen de relieve la especial importancia que tienen determinadas medidas no arancelarias para las pymes.

Una forma de hacerse una idea de los principales obstáculos al comercio a los que se enfrentan las pymes es mediante los datos procedentes de encuestas. El Centro de Comercio Internacional (ITC), la Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos (USITC), la Comisión Europea, el Banco Mundial y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), en colaboración con la OMC, han llevado a cabo una serie de encuestas que permiten clasificar a las empresas en función de su tamaño. Esas encuestas ponen de manifiesto que el acceso deficiente a la información, los requisitos onerosos, los procedimientos aduaneros gravosos y la falta de financiación del comercio son obstáculos importantes para el comercio internacional de las pymes.

Un resultado inesperado es que las pymes -incluso más que las grandes empresas- perciben también los aranceles altos como un obstáculo importante al comercio.

Los obstáculos no arancelarios resultan especialmente gravosos para las pymes, ya que entrañan costos fijos que no dependen del tamaño del exportador. Sin embargo, para las pymes del sector manufacturero, unos aranceles elevados representan un obstáculo a la exportación mayor que para las grandes empresas manufactureras. Eso se explica en parte porque las pymes son más sensibles a las variaciones de los aranceles que las grandes empresas, pero también es

posible que las pymes estén concentradas en sectores de los mercados de exportación sujetos a aranceles más elevados.

Las repercusiones de los aranceles y los obstáculos no arancelarios, como los reglamentos, en el comercio dependen del tamaño de los exportadores.

Unos aranceles más altos en los mercados de destino hacen que las empresas tengan más dificultades para rentabilizar sus exportaciones. En un entorno de esas características, solo las empresas más productivas exportarán, mientras que las más pequeñas y menos productivas no podrán hacerlo. Los aranceles elevados no solo reducen la participación de las pymes en el comercio, sino también el volumen de sus exportaciones, más que en el caso de las grandes empresas.

Los estudios también ponen de manifiesto que los obstáculos técnicos al comercio (OTC) y las medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF) más estrictas resultan especialmente costosas para las empresas de menor tamaño. Cuando se introduce una nueva MSF restrictiva en un mercado extranjero, son las empresas exportadoras de menor tamaño las que más probabilidades tienen de abandonar ese mercado y las que más pierden en términos de volumen de comercio.

Las grandes empresas pierden comparativamente menos, ya que suelen tener más facilidad para cumplir requisitos más estrictos, y pueden hacerlo a un costo menor que las pymes.

La falta de transparencia y los trámites aduaneros engorrosos son impedimentos importantes para las pymes.

Los estudios empíricos muestran que la facilitación del comercio potencia el comercio tanto de las empresas grandes como de las pequeñas, pero facilita en especial la entrada en el mercado de exportación de las pequeñas empresas, que de lo contrario solo podrían vender en el mercado nacional. Un estudio relativo a las repercusiones previstas del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) muestra que este beneficiará en particular a las pymes, al posibilitar una mayor transparencia de la información sobre las normas y los reglamentos aplicables en el mercado extranjero.

El acceso a la información y a los canales de distribución también son obstáculos importantes al comercio de las pymes.

La recopilación de información sobre los reglamentos y las oportunidades de exportar en el mercado de destino es un proceso costoso, especialmente para las pymes.

El acceso a redes de distribución es un elemento esencial para que las pymes puedan desarrollar su actividad empresarial, en especial para diversificar los clientes dentro de una región o en todo el mundo.

Los aspectos relacionados con la expedición y la logística plantean problemas, que afectan especialmente a las pymes, dado su "peso" relativamente bajo en las transacciones totales, ya sea como productoras o como intermediarias.

La falta de acceso a la financiación o su insuficiencia pueden frenar seriamente el desarrollo de las pymes y mermar sus oportunidades comerciales.

Para vender en los mercados extranjeros hay que desarrollar canales de comercialización, adaptar los productos y envases a los gustos externos y aprender a tramitar procesos burocráticos nuevos, y es probable que los exportadores necesiten crédito para cubrir los costos asociados a esas actividades. Los problemas relacionados con la información y los costos de transacción suelen limitar la concesión de préstamos a las pymes y, con frecuencia, se traducen en tipos de interés y comisiones más elevados para las pymes que para las empresas más grandes.

La dificultad para acceder a una financiación del comercio asequible figura entre las restricciones más frecuentemente mencionadas por las pymes, en especial en los países en desarrollo.

Según un estudio reciente del Banco Asiático de Desarrollo, más de la mitad de las solicitudes de financiación del comercio presentadas por las pymes en todo el mundo son rechazadas, en comparación con solo el 7% en el caso de las empresas multinacionales. El acceso a la financiación del comercio tiende a ser más complicado en los países en desarrollo.

Parte del problema se explica por el hecho de que los bancos locales pueden carecer de la capacidad, los conocimientos especializados, el entorno reglamentario, las redes internacionales y las divisas que se necesitan para financiar las actividades de importación y exportación. Los riesgos bancarios y el riesgo país también pueden ser un problema.

La reticencia de los bancos mundiales, con una posición dominante en los mercados de financiación del comercio, a invertir en los países en desarrollo tampoco ayuda. Muchos de esos bancos redujeron su presencia internacional después de la crisis financiera de 2009.

Para las pymes que operan en el sector de los servicios, es probable que las restricciones a los modos 1 (suministro transfronterizo de servicios) y 4 (movimiento transfronterizo de personas para prestar un servicio) del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) sean especialmente gravosas. También lo son los obstáculos a la entrada o al establecimiento en comparación con las medidas que afectan a las operaciones.

Los estudios empíricos disponibles indican que, a pesar de algunas variaciones sectoriales, las pymes proveedoras de servicios tienden a recurrir a formas “blandas” de internacionalización, y exportan fundamentalmente mediante el comercio transfronterizo y el movimiento de proveedores de servicios por contrato sin presencia comercial. Es probable que los obstáculos a esos modos de suministro, como el requisito de que se establezca una presencia comercial para prestar servicios transfronterizos o la aplicación de cupos al movimiento de profesionales independientes, resulten especialmente gravosos para las pymes proveedoras de servicios.

Las medidas que afectan a la capacidad de las empresas de servicios para entrar en un mercado extranjero o establecerse en él suelen conllevar costos fijos. En consecuencia, también en este caso es de suponer que impondrán una carga relativamente más pesada a las pymes proveedoras de servicios en lo que respecta a las medidas que afectan a sus operaciones, ya que es mucho más probable que impliquen solamente costos variables.

La revolución de la tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) favorece especialmente a las pymes, sobre todo si pueden incorporarse a plataformas comerciales en línea que reduzcan los costos de esa tecnología y mejoren la información y la confianza de los compradores.

Algunas investigaciones recientes han puesto de relieve que el comercio electrónico reduce los costos derivados de la distancia física entre vendedores y compradores, ya que proporciona confianza e información a un costo muy bajo. Gracias a las plataformas comerciales, las empresas no se ven obligadas a adquirir sus propios equipos y programas de comercio electrónico. En consecuencia, las empresas que operan a través de plataformas como eBay son, por término medio, más pequeñas que las empresas tradicionales que no venden en línea. El comercio electrónico ofrece oportunidades de crecimiento, especialmente a las pymes de los países en desarrollo.

Sin embargo, las pymes siguen estando peor representadas que las grandes empresas. El principal escollo para la venta en línea es la escasa disponibilidad y asequibilidad de las infraestructuras de comunicaciones.

En todos los países, hay una diferencia en la conectividad a Internet entre las grandes y las pequeñas empresas. Esa diferencia es especialmente acusada en los PMA. Según estimaciones del ITC, la capacidad de conexión de las pequeñas empresas de los PMA equivale solo al 22% de la capacidad de las empresas grandes de los PMA, frente al 64% en el caso de los países desarrollados.

Otros obstáculos que afectan al acceso a las plataformas de comercio electrónico.

Los proveedores de las plataformas pueden restringir el ámbito geográfico de los vendedores o los compradores. Además, a menudo las plataformas no pueden abastecer plenamente los mercados en los que no se aceptan transferencias bancarias o no se pueden distribuir las mercancías. Esos obstáculos también restringen el acceso al comercio en línea y la participación en él.

Para las pymes de los países desarrollados, los principales obstáculos al comercio en línea son los costos de entrada, la logística, los sistemas de pago, la protección de datos y el marco jurídico. En los países en desarrollo, las pymes no siempre pueden aprovechar todo el potencial de las tecnologías y servicios que hacen posible el comercio electrónico debido a una combinación de factores como la falta de conocimientos, la ausencia de financiación o las restricciones locales a la transferencia internacional de fondos.

Además del comercio electrónico, la integración en las cadenas de valor mundiales es otra manera de mejorar la participación de las pymes en el comercio mundial ...

A través de las cadenas de valor mundiales, las pymes pueden acceder a redes de distribución extranjeras y explotar las economías de escala. Las cadenas de valor mundiales proporcionan a las pymes redes de distribución y marcas, lo que reduce significativamente los costos de distribución para ellas y, en consecuencia, hace que sus exportaciones como proveedoras de esas cadenas sean rentables.

Las cadenas de valor mundiales también reducen los costos que pagan las pymes por adquirir información sobre los requisitos en cuanto a productos, procedimientos, tecnología y normas en los mercados mundiales.

... y aún así, las pymes se enfrentan a obstáculos específicos al explotar esas oportunidades.

Las pymes tienen que hacer frente a obstáculos para participar en las cadenas de valor mundiales o pasar a actividades de mayor valor en la cadena. Esos obstáculos están relacionados en parte con factores internos de las empresas (por ejemplo, la falta de las competencias o tecnologías necesarias) y en parte con factores externos.

Cuando la producción de un bien depende en gran medida de la importación de insumos intermedios, la expedición puntual y la fiabilidad de esos insumos resultan esenciales. La logística y la infraestructura son factores clave que afectan a la participación en las cadenas de valor mundiales. Para participar en esas cadenas también es fundamental que haya aranceles de importación bajos, se apliquen medidas de facilitación del comercio y se hagan cumplir los derechos de propiedad.

Véase la página 90

E. Enfoques de cooperación para promover la participación de las pymes en el comercio

Las pymes se ven más perjudicadas por los fallos del mercado que las grandes empresas.

Como ejemplos de esos fallos del mercado pueden citarse la asimetría de la información entre los prestamistas y los prestatarios en los mercados de crédito, los mercados de productos imperfectamente competitivos y los mercados laborales poco flexibles.

Muchos gobiernos, en particular en los países en desarrollo, carecen de los instrumentos de política adecuados para corregir esos fallos del mercado, por lo que utilizan los programas de apoyo a las pymes como instrumento de política alternativo. Los gobiernos también pueden tener objetivos de redistribución que quieran lograr apoyando a sus pymes. En consecuencia, es probable que quieran preservar esos programas incluso al firmar acuerdos internacionales.

En muchos acuerdos comerciales regionales (ACR) se hace referencia expresa a las pymes.

La mitad de los ACR notificados a la OMC (136 acuerdos en la fecha de redacción del presente informe) contienen por lo menos una disposición en la que se menciona expresamente a las pymes. Esas

disposiciones relativas a las pymes son sumamente heterogéneas, ya que difieren en cuanto al lugar que ocupan en el ACR, el idioma, el ámbito de aplicación y los compromisos. Un número limitado, aunque cada vez mayor, de ACR contiene disposiciones específicas en artículos o incluso capítulos dedicados a las pymes. El número de disposiciones detalladas de ACR relacionadas con las pymes ha aumentado en los últimos años, aunque, en su mayor parte, esas disposiciones se formulan con arreglo a cláusulas de máximo empeño, que alientan más que exigen.

Las dos categorías de disposiciones relacionadas con las pymes más comunes en los ACR son las que 1) promueven la cooperación en favor de las pymes y 2) las que especifican que las pymes o los programas de apoyo a las pymes no están abarcados por las obligaciones del ACR, incluso en el contexto de la contratación pública.

En otras disposiciones relacionadas con las pymes se exhorta a las partes a que hagan lo necesario para que los operadores económicos, incluidas las pymes, no se vean afectados negativamente. En algunas disposiciones se reconoce o confirma la importancia de las pymes, o se conviene en ella, por ejemplo en el contexto del comercio electrónico. Un grupo reducido de ACR establece mecanismos institucionales, como comités, para examinar y supervisar el cumplimiento de determinados compromisos relacionados con las pymes, con inclusión de actividades de cooperación, o evaluar las repercusiones del ACR en las pymes.

Varias organizaciones internacionales trabajan activamente en el ámbito de las pymes.

Las pymes no son una novedad para la comunidad internacional. Las actividades desempeñadas por las organizaciones internacionales en relación con las pymes se agrupan en torno a dos grandes ejes de investigación o acción: integración de las pymes en el comercio internacional, en particular en las cadenas de valor mundiales, e iniciativas de apoyo a las pymes de carácter más general.

Los Acuerdos de la OMC ayudan a las pymes al reducir los costos variables y fijos del comercio y aumentar la transparencia.

Además de reducir los aranceles NMF, muchos Miembros de la OMC (desarrollados y en desarrollo) han concedido a los PMA acceso a los mercados libre de derechos y de contingentes. Los Miembros de la OMC también han adoptado nuevas disposiciones sobre normas de origen preferenciales para facilitar la exportación de mercancías de los PMA a los países desarrollados y en desarrollo que ofrecen acceso preferencial a esos países.

La OMC también ha permitido a los Miembros que lo deseen otorgar acceso preferencial a sus mercados a los servicios y los proveedores de servicios de los PMA. Esas reducciones de los costos del comercio variables probablemente beneficiarán a las pymes más que a las grandes empresas.

Los Acuerdos OTC y MSF contienen disciplinas que limitan los efectos sobre el costo del comercio de las medidas que utilizan los gobiernos para lograr objetivos de política pública, por ejemplo para proteger la salud de las personas, cuando esas medidas pueden tener efectos indirectos sobre el comercio. Esos dos Acuerdos dan importancia a las normas internacionales, lo cual es especialmente pertinente para las pymes, ya que probablemente sea más gravoso para ellas cumplir un sinnúmero de normas.

Asimismo, pueden surgir problemas en la aplicación de esas medidas. Por ejemplo, la reglamentación puede ser poco clara, con la consiguiente incertidumbre para los proveedores y productores, o puede ser difícil evaluar y verificar el cumplimiento. Esa incertidumbre puede afectar a las pequeñas empresas más que a las grandes. Los trabajos que se realizan en los Comités OTC y MSF de la OMC ayudan a resolver esas cuestiones, al aumentar la transparencia y reducir los costos fijos del comercio conexos.

Cuando entre en vigor, el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) reducirá algunos de los costos fijos que suponen los procedimientos comerciales ineficientes, lo cual favorecerá la participación de las pymes en el comercio.

En varios acuerdos, instrumentos plurilaterales y programas de trabajo de la OMC, así como en sus actividades de cooperación técnica, se reconoce y aborda la situación especial de las pymes.

Algunas disposiciones del Acuerdo Antidumping reducen la carga que suponen para las pymes los requisitos en materia de información, y facilitan el ejercicio por un Miembro de la OMC de su derecho a iniciar una investigación cuando actúa en nombre de las pymes.

En el marco del Acuerdo sobre Subvenciones y Medidas Compensatorias (SMC), los programas de apoyo a las pymes que cumplen determinadas estipulaciones, y cuyo apoyo es automático si se cumplen esas estipulaciones, por lo general están exentos de los derechos compensatorios impuestos por otros Miembros, así como de las disciplinas del Acuerdo SMC.

El Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) da a los Miembros un mayor margen para promover el desarrollo tecnológico de sus pymes, entre otras iniciativas, mediante la reducción de las tasas de solicitud de patente y los servicios de consultoría en materia de propiedad intelectual.

El Acuerdo sobre Contratación Pública (ACP) alienta la participación de las pymes en la contratación internacional de diversas maneras. El ACP mejora la legislación sobre contratación y los sistemas relacionados con la transparencia, la integridad y la competencia; otorga flexibilidad para implementar medidas relacionadas con prácticas de contratación que faciliten la participación de las pymes; y permite la adopción de medidas preferenciales para ayudar a las pymes a obtener un acceso preferente a los contratos de compra.

Los programas de trabajo de la OMC sobre el comercio electrónico y las pequeñas economías tienen un destacado componente relativo a las pymes que incluye, entre otras cosas, trabajos analíticos para examinar cómo pueden esas empresas aprovechar mejor el comercio electrónico o conectarse a las cadenas de valor mundiales.

Desde la crisis financiera, la OMC trabaja para que siga habiendo fondos para el comercio. Se ha prestado especial atención a las dificultades con que se encuentran los comerciantes de los PMA y los países en desarrollo, donde por lo general las empresas son pequeñas. En abril de 2016, el Director General de la OMC, Roberto Azevêdo, hizo un llamamiento para tratar de reducir el déficit de financiación del comercio que afecta a las perspectivas comerciales de las pymes, en especial en África y Asia. Una de las medidas recomendadas consistía en inyectar 50.000 millones de dólares EE.UU. en los programas existentes de facilitación de la financiación del comercio.

Por último, muchas de las actividades de creación de capacidad de la OMC, como la iniciativa de Ayuda para el Comercio, el Marco Integrado mejorado y el Fondo para la Aplicación de Normas y el Fomento del Comercio, prestan especial atención a las pymes.

Se pueden realizar progresos en diversos ámbitos para ayudar a liberar el potencial comercial de las pymes.

Podrían potenciarse más los mecanismos de transparencia con miras a facilitar el acceso de las pymes a la información. Es posible seguir trabajando en diversos ámbitos, en particular los de creación de capacidad, adopción de medidas específicas de

apoyo a las pymes de los PMA, y ayuda para mejorar el acceso a la financiación del comercio. Convendría llevar a cabo más estudios para determinar con mayor claridad qué es lo que funciona y lo que no funciona en el caso de las disposiciones relacionadas con las pymes de los acuerdos comerciales, incluidos los multilaterales, ya que el resultado de esos estudios sería muy valioso para los encargados de formular las políticas y los negociadores comerciales. Asimismo,

debería intensificarse la cooperación y coordinación entre las organizaciones internacionales, de modo que sus esfuerzos encaminados a la internacionalización de las pymes se complementasen mejor entre sí.

Véase la página 132

A

Introducción

En la economía mundial actual, cada vez más interconectada, no solo están cambiando el contenido y la forma del comercio, sino también los agentes de ese comercio. Las grandes empresas siguen dominando el comercio internacional, ya que tienen la masa crítica, el alcance institucional y las tecnologías que necesitan para acceder a los mercados extranjeros y suministrarles sus productos. Pero gracias a Internet, al surgimiento de nuevas plataformas comerciales y a la apertura creciente de la economía mundial, muchas pequeñas y medianas empresas (pymes) tienen ya el potencial necesario para convertirse también en comerciantes de éxito e importancia a nivel mundial. En el *Informe sobre el Comercio Mundial 2016* se examina la participación de las pymes en el comercio internacional. En particular, se analiza cómo está cambiando para las pymes el panorama comercial internacional, en el que surgen nuevas oportunidades y se mantienen los antiguos desafíos, y qué hace el sistema multilateral de comercio para lograr la participación inclusiva de las empresas en los mercados mundiales.



Índice

1. Las pymes en las economías nacionales	17
2. Participación de las pymes en el comercio: oportunidades y desafíos	23
3. Estructura del informe	29

Algunos hechos y conclusiones importantes

- La mayoría de las empresas de cada país son pequeñas empresas. Las pequeñas y medianas empresas (pymes) (excluidas las microempresas, las empresas sin empleados y las empresas del sector no estructurado) representan el 93% de las empresas en los países de ingresos no elevados no pertenecientes a la OCDE. La microempresas y las pymes son más del 95% de las empresas en los países de la OCDE.
- Las microempresas constituyen la mayoría de las mipymes en todos los países. Como promedio, el 83% de los más de 12 millones de empresas abarcados por los indicadores nacionales sobre mipymes de la CFI son microempresas. La información correspondiente a cinco países en desarrollo indica que la inmensa mayoría de las empresas del sector no estructurado son microempresas (entre el 80% y el 95%).
- La mayoría de las mipymes (el 85% de las microempresas y el 72% de las pymes) operan en el sector de los servicios y en especial en el comercio minorista y mayorista.
- Las mipymes representan alrededor de dos tercios del empleo total tanto en los países en desarrollo como en los países desarrollados. Su contribución al PIB es inferior, aproximadamente del 35% en los países en desarrollo y del 50% en los países desarrollados, mientras que las pymes son un 70% menos productivas que las grandes empresas.



La economía mundial está cambiando con rapidez, tanto en lo que respecta a las empresas como a los bienes y servicios que producen. En los siglos XIX y XX, la escala solía ser decisiva para triunfar en el comercio internacional. Las empresas tenían que ser grandes para crear sistemas de producción integrados, crear redes de distribución mundiales y cubrir los costos relativamente elevados de transporte, comunicaciones y aranceles relacionados con el comercio internacional. Pero, a medida que la economía mundial se adentra en el siglo XXI, diversos e importantes cambios reducen las ventajas de la escala en el comercio internacional, con el resultado de que las "micromultinacionales" más pequeñas y ágiles están empezando también a tener éxito en un mercado mundial en el que antaño era abrumador el dominio de las grandes multinacionales.

Un cambio importante es la espectacular reducción de los costos comerciales. Tradicionalmente, el comercio solía ser un proceso costoso, complejo y lento. Como resultado, solo las grandes empresas -en general, fabricantes o productoras de recursos primarios- podían participar directamente en el comercio mundial, debido a las enormes inversiones en organización, financiación e infraestructuras requeridas; las pequeñas empresas solían carecer de los recursos necesarios para anunciarse en los mercados extranjeros, enviar sus productos a esos mercados y distribuirlos en ellos, y superar los complejos y costosos obstáculos arancelarios y reglamentarios en la frontera. Pero las actuales condiciones de reducción drástica de los obstáculos al comercio, mejora de los transportes y las telecomunicaciones, y avances en la tecnología de la información permiten a las pequeñas empresas -desde programadores informáticos hasta fabricantes de instrumentos de precisión o productores de vinos selectos- tener el alcance comercial mundial de las grandes compañías a un costo significativamente más bajo. Esta evolución se refleja en la expansión de mercados en línea tales como eBay o Alibaba que, al poner en contacto a compradores y vendedores de todo el mundo, simplificar los pagos internacionales y aprovechar los sistemas de entrega urgente, han permitido a las pymes acceder a los mercados y suministrar a clientes de casi cualquier parte del mundo.

Otro importante cambio relacionado con los anteriores es la desagregación o "fragmentación" de la producción mundial. En el pasado, la mayor parte del comercio consistía en productos acabados que fabricaban grandes conglomerados empresariales integrados verticalmente. En la actualidad, casi dos terceras partes del comercio mundial consisten en productos intermedios y servicios que ofrecen empresas especializadas únicamente en una fase del proceso de producción, desde la fabricación de componentes hasta su ensamblaje o el suministro de servicios auxiliares.

Esas cadenas de valor se extienden dentro de los países y entre ellos, lo que significa que muchas pequeñas y medianas empresas participan directamente en el comercio internacional, aun cuando sus productos nunca se exporten directamente. No solo las ventajas competitivas de la integración industrial, la burocracia y las infraestructuras a gran escala disminuyen en los distintos sectores comerciales, sino que las grandes empresas multinacionales pueden estar frecuentemente en desventaja cuando mercados muy cambiantes exigen innovaciones rápidas y flexibilidad organizativa.

En muchos aspectos, esos cambios no han hecho más que empezar. Aunque algunas pymes pueden beneficiarse considerablemente del acceso a los mercados mundiales en general, y a los mercados especializados en particular, la realidad es que las grandes empresas siguen dominando el panorama comercial mundial. La penetración directa o indirecta de las pymes en los mercados extranjeros se limita aún a ciertos sectores y unos pocos países. Conectarse a los mercados mundiales es importante. Las pymes que logran vender con éxito sus productos en el extranjero pueden aprovechar sus crecientes rendimientos a escala, mejorar su ventaja competitiva e innovadora y, con ello, aumentar su productividad y convertirse, sino en empresas más grandes, en empresas pequeñas incluso más valiosas.

Las pequeñas empresas siguen enfrentándose a obstáculos al comercio desproporcionados, que pueden consistir en medidas arancelarias y no arancelarias, reglamentaciones innecesarias, burocracia aduanera, insuficiente financiación o escasez de información, por lo que la adopción de políticas nacionales e internacionales coherentes mejoraría la capacidad de las pymes para participar en los mercados mundiales de forma más eficiente. Para que la apertura del comercio y la integración mundial beneficien a una porción mayor de la población, es importante asegurar que las pymes con potencial para triunfar -y no solo las grandes corporaciones- tengan acceso al mercado mundial.

En el presente informe se examina la participación de las pymes en el actual sistema de comercio en rápido cambio y se promueve el entendimiento de los determinantes y las consecuencias de esa participación, con miras a enriquecer el debate sobre la importancia de las pymes para hacer el crecimiento más inclusivo.

Esta sección introductoria consta de tres partes. En la primera se define el concepto de pymes para los fines del presente informe y se examina por qué las pymes son importantes en sus respectivas economías nacionales. En segundo lugar, se explica de qué trata

el informe, por qué es oportuno y cómo contribuye al debate sobre la función de las pymes. Por último, se presenta la estructura del informe y se destacan algunas importantes conclusiones.

1. Las pymes en las economías nacionales

El objetivo de esta sección es evaluar la contribución de las microempresas y las pymes a sus economías nacionales. En cada país, la mayoría de las empresas pertenecen a la categoría de las microempresas y pequeñas y medianas empresas (mipymes). Las empresas de esa categoría registradas formalmente representan una porción considerable del empleo total, que es aún mayor si se tienen en cuenta las empresas informales (en su mayoría, pequeñas). Especialmente en los países en desarrollo, las pequeñas empresas pueden ser instrumentos esenciales de inclusión social, por ejemplo, ofreciendo oportunidades a las mujeres para participar en actividades económicas. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas destacan la dimensión de reducción de la pobreza asociada a las microempresas y las pymes, lo que pone de relieve la importancia de este tema.

Sin embargo, las microempresas y las pymes son menos productivas que las empresas de mayor tamaño. A causa de esa baja productividad y las mayores tasas de abandono de la actividad que registran las pymes, el empleo en ellas es menos estable y está peor remunerado que en las grandes empresas. En realidad, la mayor parte de los puestos de trabajo que se destruyen corresponden a pequeñas empresas. Por otra parte, solo algunas pymes participan en la innovación, que es la fuente esencial del crecimiento económico.

(a) Tamaño y características del sector de las “microempresas y pequeñas y medianas empresas”

El acrónimo “pymes” (pequeñas y medianas empresas) se utiliza en la mayoría de los contextos como término genérico para referirse a todas las empresas que no sean grandes. En la mayor parte de los casos, el término no se define con precisión, en el sentido de que no se indican los límites de tamaño superior o inferior. Además, el acrónimo “mipymes” (microempresas y pequeñas y medianas empresas) se utiliza para destacar la inclusión de las empresas más pequeñas. En el presente informe se adopta el enfoque habitual de utilización del acrónimo “pymes” como término genérico. La distinción entre pymes y mipymes, en la que el primer concepto excluye a las microempresas y el segundo las incluye, solo se hará cuando se

requieran definiciones precisas, es decir, cuando se utilicen estadísticas o cuando la fuente original haga expresamente esa distinción.¹

No hay una definición generalmente acordada de “microempresas”, ni tampoco de “pequeñas” o “medianas” empresas. Las diferentes definiciones utilizadas por los gobiernos nacionales y las organizaciones internacionales suelen establecer umbrales relativos al número de empleados o al volumen de negocio anual.² En algunos casos, esos umbrales son específicos por sectores, lo que complica aún más las comparaciones entre países. El examen de los indicadores nacionales sobre mipymes de la Corporación Financiera Internacional (CFI), disponibles para 132 economías de diferentes niveles de desarrollo económico y correspondientes principalmente a los años 2007 y 2008, apunta a que la mayoría de los países utilizan las definiciones siguientes:

- las microempresas tienen 10 empleados como máximo,
- las pequeñas empresas tienen un número de empleados que varía entre 10 y 50, y
- las medianas empresas tienen un número de empleados que varía entre 50 y 250.^{3,4}

Según se muestra en el cuadro A.1, las microempresas constituyen la mayoría de las mipymes en todos los países. Como promedio, el 83% de los más de 12 millones de empresas abarcados por los indicadores nacionales sobre mipymes son microempresas.⁵ Del cuadro se desprende que podría haber un fenómeno de “vacío intermedio” en el caso de los países menos adelantados (PMA), con muy pocas empresas clasificadas como “medianas” dentro del conjunto de las mipymes. Sin embargo, según un reciente estudio de Hsieh y Olken (2014) en el que se utilizan microdatos sobre la distribución total de las empresas manufactureras de los sectores estructurado y no estructurado de la India, Indonesia y México, no hay “vacío intermedio”. Es cierto que no hay medianas empresas, pero tampoco las hay grandes, y la fracción de empresas de determinado tamaño se reduce progresivamente al disminuir el tamaño de las empresas. Resultados similares se desprenden del trabajo de Fernandes *et al.* (2016), que muestra indicios de un “vértice truncado”, es decir, un modelo en el que es relativamente mayor la ausencia de grandes empresas que la de empresas de tamaño medio, sobre la base de una muestra de empresas de 45 países.

La mayoría de las empresas de cada país son pequeñas empresas. Criscuolo *et al.* (2014) muestran que las microempresas y las pymes representan más del 95%

Cuadro A.1: Porcentaje de microempresas y pequeñas y medianas empresas en el conjunto total de mipymes (%)

	% de microempresas	% de pequeñas empresas	% de medianas empresas
Países desarrollados	87,1	10,7	2,2
Países en desarrollo	80,5	15,6	3,9
Países en desarrollo del G-20	82,1	13,2	4,7
Otros países en desarrollo	80,5	14,9	4,5
PMA	78,6	20,7	0,6
Total	82,9	13,8	3,3

Nota: Grupos de países definidos en el cuadro B.1 del apéndice de OMC (2014).

Fuente: Indicadores nacionales sobre mipymes de la CFI.

de todas las empresas en 17 países de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)⁶ y el Brasil. En los países en desarrollo, el porcentaje de mipymes dentro del conjunto total de empresas puede considerarse incluso superior. El cuadro 1 del apéndice de la publicación de la Asociación de Contadores Colegiados Habilitados (ACCA) (2010) muestra que, en 14 países de elevados ingresos no pertenecientes a la OCDE,⁷ las pymes (definidas de modo diferente en los distintos países) representan, como promedio, el 93% del número total de empresas. Sin embargo, esas estadísticas excluyen a las microempresas, a las empresas sin empleados y a las empresas del sector no estructurado.

En ese contexto es muy importante la distinción entre empresas según pertenezcan o no al sector estructurado. En general, las mipymes se definen como pertenecientes al sector estructurado o al sector no estructurado en función de que estén oficialmente registradas o no. Los datos sobre el sector no estructurado son claramente fragmentarios y difícilmente comparables entre países. Según la Oficina Internacional del Trabajo (OIT, 2015, gráfico 2.3), el 26% de las mipymes del mundo pertenecen al sector estructurado; el 74% restante son empresas del sector no estructurado (es decir, no registradas) o carentes de empleados (es decir, empresas unipersonales, registradas o no). Si se excluyen los países de la OCDE de ingresos altos, la porción de mipymes del sector estructurado de todo el mundo desciende al 23%, y la de empresas del sector no estructurado y carentes de empleados aumenta al 77%. Sin embargo, de acuerdo con la OIT (2015), la importancia del sector no estructurado se sobreestima en esas cifras, que abarcan también a las empresas registradas cuyo único empleado es el dueño de la empresa.

De acuerdo con la información contenida en los indicadores nacionales sobre mipymes de la CFI correspondientes a cinco países en desarrollo (Chile,

Etiopía, Nigeria, Tanzania y Uganda), la inmensa mayoría de las empresas del sector no estructurado son microempresas (80% en Chile y Nigeria, 95% o más en los otros tres países). El mismo conjunto de datos ofrece también información limitada sobre el número de empresas del sector no estructurado, en comparación con las del sector estructurado. Por ejemplo, en la India había en 2007 menos de 1,6 millones de mipymes registradas y 26 millones de mipymes no registradas, es decir, por cada mipymes registrada había unas 17 no registradas (Kushnir *et al.*, 2010). La razón entre ambos tipos de empresa equivale aproximadamente a 2 en Chile (725.000 mipymes registradas en 2006, y 1,5 millones de mipymes no registradas en 2008) y Bangladesh (3 millones de mipymes registradas y 6 millones de mipymes no registradas en 2003). Debido a los problemas de disponibilidad de datos, y salvo que se indique expresamente otra cosa, el presente informe se centrará en las empresas registradas oficialmente.

En el cuadro A.2 se muestra la distribución de las microempresas (parte superior) y de las pequeñas y medianas empresas (parte inferior) por grupos de países en cuatro sectores: manufacturas, comercio (mayorista y minorista), servicios y agricultura/otras actividades. Se aprecian dos tendencias principales. En primer lugar, en los 34 países para los que hay datos disponibles, la mayoría de las mipymes (85% de las microempresas y 72% de las pymes) ejercen su actividad en los sectores del comercio y de los servicios; el 11% de las microempresas y el 20% de las pymes pertenecen al sector manufacturero; y el 5% de las microempresas y el 8% de las pymes desempeñan actividades agrícolas o de otro tipo. Por consiguiente, las pymes están sobrerrepresentadas en los sectores de uso intensivo de mano de obra, caracterizados por una combinación de obstáculos al acceso relativamente pequeños y costos de producción fijos relativamente bajos.

En segundo lugar, los países en desarrollo tienen mayor presencia de microempresas y pymes en los

Cuadro A.2: Distribución sectorial de las mipymes (%)				
	Manufacturas	Comercio	Servicios	Agricultura/otros
% de microempresas				
Países desarrollados	8,0	35,0	56,0	1,0
Países en desarrollo	11,5	44,3	38,9	5,3
Países en desarrollo del G-20	14,0	33,0	40,0	14,0
Otros países en desarrollo	10,0	46,0	40,0	3,0
PMA	15,0	45,0	31,0	9,0
Total	11,0	43,0	42,0	5,0
% de pequeñas y medianas empresas				
Países desarrollados	22,0	25,0	52,0	1,0
Países en desarrollo	19,9	30,6	41,0	8,5
Países en desarrollo del G-20	21,0	31,0	44,0	3,0
Otros países en desarrollo	18,0	32,0	41,0	8,0
PMA	24,0	23,0	37,0	16,0
Total	20,0	30,0	42,0	8,0

Nota: Grupos de países definidos en el cuadro B.1 del apéndice de OMC (2014).

Fuente: Indicadores nacionales sobre mipymes de la CFI.

sectores de la agricultura y otras actividades, lo que podría deberse a una mayor intensidad de mano de obra del sector agrícola en los países en desarrollo (especialmente en los PMA), en contraposición con los países desarrollados, así como al hecho de que las pequeñas empresas tienden a hacer un uso más intensivo de la mano de obra que las grandes empresas, incluso en el mismo sector (Cabral y Mata, 2003; Yang y Chen, 2009).⁸

(b) Contribución de las pymes al empleo

En la mayoría de los países, las pymes representan una proporción significativa del empleo. Ayyagari *et al.* (2011) utilizan las Encuestas de Empresas del Banco Mundial⁹ para analizar la contribución de las pymes (definidas como empresas cuyo número de empleados se sitúa entre 5 y 250, lo que excluye a la mayoría de las microempresas) al empleo en el sector privado estructurado no agrícola. En su conjunto de datos de 99 países emergentes y en desarrollo (una serie de datos por país, para años que varían entre 1996 y 2010), el valor medio de empleo en la categoría de las pymes es del 67%. Es decir, en la mayoría de los 99 países, las pymes representan más de dos terceras partes del empleo privado no agrícola del sector estructurado (véase de Kok *et al.*, 2013). Los datos

resultantes para los países desarrollados son similares, aunque no estrictamente comparables. Utilizando una muestra de 17 países de la OCDE¹⁰ y el Brasil en la que se incluyen las microempresas, Criscuolo *et al.* (2014) comprueban que las mipymes representan el 63% del empleo total. El 37% restante corresponde a las grandes empresas.

En lo que respecta a los países en desarrollo, hasta la fecha no hay estudios exhaustivos sobre la contribución de las microempresas al empleo, especialmente en el sector no estructurado. El Banco Mundial (2012) señala que el subgrupo de las microempresas y las pequeñas empresas representa la mayor proporción de empleo entre las mipymes, incluso en los países de ingresos medianos. Además, esa proporción se estima frecuentemente a la baja porque los datos disponibles raramente abarcan el segmento no estructurado de la economía, en el que las empresas son especialmente pequeñas. Utilizando datos de encuestas de 13 países del África Subsahariana, Fox y Sohnesen (2012) muestran que -tras el sector agrícola, que representa cerca del 70% del empleo primario total- las empresas del sector no estructurado y no agrícola son el segundo mayor creador de empleo, con el 15%. Las empresas del sector estructurado privado no agrícola (tanto pymes como grandes empresas) representan el 9% y las empresas públicas el 4% del empleo primario total.

Más allá de su participación en el empleo total, es importante determinar cómo y en qué medida contribuyen las pymes al crecimiento de ese empleo. El aspecto prioritario es la creación de empleo neto¹¹ porque, si bien es cierto que las nuevas empresas son pequeñas en sus inicios¹² y, por consiguiente, la inmensa mayoría de los empleos en nuevas empresas corresponden a pymes, también lo es que la probabilidad de abandonar el mercado es mayor en las empresas recién creadas (Haltiwanger *et al.*, 2013). Los datos son dispares a ese respecto. Utilizando datos de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial correspondientes a 104 países (en su mayoría, países en desarrollo y unos pocos países de ingresos altos), Ayyagari *et al.* (2014) muestran que más del 50% de la creación total de empleo neto puede atribuirse a las categorías de empresas de menor tamaño, es decir, empresas que tienen de 5 a 99 empleados. Los datos de la Unión Europea analizados por de Kok *et al.* (2011) muestran que el 85% de la creación de empleo neto es atribuible a pymes cuyo tamaño varía entre 1 y 250 empleados.¹³

En el caso de los Estados Unidos, Neumark *et al.* (2011), con datos sobre empresas del sector privado de 1992 a 2004, comprueban que hay una relación inversa entre las tasas de crecimiento netas y el tamaño de las empresas. En su análisis indican también que las pequeñas empresas contribuyen de modo desproporcionado al crecimiento del empleo neto, en contradicción con la Ley de Gibrat.¹⁴ Sin embargo, Haltiwanger *et al.* (2013) muestran que, una vez controlado el factor de antigüedad de la empresa, no hay relación inversa sistemática entre las tasas de crecimiento del empleo neto y el tamaño de las empresas. Lo que más contribuye a la creación de empleo tanto bruto como neto es la creación de nuevas empresas, que, como ya se ha explicado, suelen ser pymes. Por consiguiente, esos autores sostienen que cualquier relación inversa sistemática entre el tamaño de las empresas y las tasas de crecimiento del empleo neto es totalmente atribuible al hecho de que la mayoría de las nuevas empresas se caracterizan por su pequeño tamaño. Rijkers *et al.* (2014) obtienen resultados similares al analizar la creación de empleo en Túnez durante el período 1996-2010. En particular, los autores comprueban que hay una correlación fuertemente negativa entre la antigüedad de la empresa y su crecimiento, de forma que las empresas jóvenes son las de crecimiento más rápido y las que más contribuyen a la creación de empleo neto, a pesar de sus mayores tasas de abandono. Por ello, en etapas posteriores a la entrada en el mercado, son las grandes empresas, y no las pymes, las que más contribuyen a crear empleo (Rijkers *et al.*, 2014).

Al margen del tamaño y la antigüedad, otras características de las empresas que, según se ha

comprobado, guardan una correlación significativa (y positiva) con el crecimiento del empleo son las siguientes: i) orientación exportadora de una empresa, así como del sector en el que ejerce su actividad (véase también el análisis de esta cuestión hecho en la sección C); ii) innovación en materia de productos y procesos; iii) intensidad de capital; iv) nivel de mano de obra especializada; v) propiedad extranjera; y vi) edad del propietario de la empresa (de Kok *et al.*, 2013, cuadro 4).¹⁵ Varias características del entorno comercial en el que desempeñan su actividad afectan también a las tasas de crecimiento del empleo de las pymes. En particular, el acceso a la financiación, la calidad de las infraestructuras (fiabilidad de la red eléctrica) y la simplicidad de la reglamentación empresarial afectan positivamente a las tasas de crecimiento del empleo (de Kok *et al.*, 2013, cuadro 4).

En varios trabajos recientes (Haltiwanger *et al.*, 2010; Hurst y Pugsley, 2011; Mazzucato, 2013) se sugiere que el debate sobre la creación de empleo debería centrarse en las empresas incipientes que tienen buenos resultados y las empresas con altos niveles de crecimiento. Las empresas con altos niveles de crecimiento se definen como empresas que tienen no menos de 10 empleados durante el año inicial (sin ser necesariamente pymes, aunque con gran probabilidad de serlo) y tasas de empleo anualizadas superiores al 20% durante un período de tres años (Eurostat y OCDE, 2007). Daunfeldt *et al.* (2013) muestran que el 6% de las empresas de crecimiento más rápido de la economía sueca contribuyeron al 42% del empleo creado en Suecia entre 2005 y 2008. Según la OIT (2015), las empresas con altos niveles de crecimiento crean la cuarta parte de todos los nuevos puestos de trabajo entre las pymes de las economías en desarrollo.

(i) La calidad y la no exclusión del empleo en las pymes

Se considera que la calidad del empleo es inferior en varios aspectos para los trabajadores de pymes en comparación con los de empresas de mayor tamaño. En primer lugar, suele sostenerse que las pymes pagan salarios más bajos que las grandes empresas. En el caso de los países en desarrollo, los datos empíricos son bastante limitados a ese respecto. Para 24 países del África Subsahariana, La Porta y Shleifer (2014) no hallan una correlación clara entre tamaño y salarios.¹⁶ En cambio, Falco *et al.* (2011) constatan que, en los mercados laborales urbanos de Ghana y Tanzania, hay una brecha salarial relacionada con el tamaño de las empresas. En otras palabras, es el tamaño de la empresa lo que determina la cuantía de los ingresos de un trabajador, que aumentan con el tamaño de las empresas si los trabajadores reúnen características similares. Un aspecto importante es que ese resultado

es válido para los trabajadores tanto del sector estructurado como del sector no estructurado.

En el caso de los países desarrollados, hay indicios más sólidos de que los empleados de las pymes suelen recibir salarios más bajos que los empleados de grandes empresas.¹⁷ Según de Kok *et al.* (2011), los factores que explican esa mejora salarial relacionada con el tamaño de las empresas son los siguientes: la mayor productividad laboral de las grandes empresas; sus mayores recursos financieros; su menor capacidad de vigilancia (lo que incrementa los salarios de eficiencia); y la mayor incidencia, en las empresas más pequeñas, de la propiedad familiar, raramente unida a sistemas de remuneración relacionada con el rendimiento. Sin embargo, la relación entre los salarios y el tamaño de las empresas no es lineal en la categoría de las mipymes, ya que las microempresas pagan, como promedio, salarios más elevados que las pequeñas empresas (véase Butani *et al.*, 2006 para los Estados Unidos; y de Kok *et al.*, 2011 para la UE).

Un segundo e importante aspecto de la calidad del empleo en las pymes es el de la estabilidad. Los datos empíricos muestran que los empleados de las mipymes (especialmente los que trabajan en microempresas) tienen puestos de trabajo menos estables y seguros que los empleados de las grandes empresas. En tercer lugar, tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo, las pymes imparten formación a sus trabajadores con menos frecuencia que las empresas de mayor tamaño.¹⁸

Por último, hay indicios de que las iniciativas empresariales femeninas se orientan hacia las pymes. Para los países en desarrollo, la CFI (2011) estima que hay entre 8 y 10 millones de pymes del sector estructurado pertenecientes a mujeres, lo que representa del 31% al 38% de todas las pymes de ese sector en los mercados emergentes y significa que las mipymes pueden ser instrumentos de generación de ingresos e inclusión social para las mujeres. Sin embargo, el empresariado femenino se concentra en las microempresas. La tercera parte de las empresas muy pequeñas, y solo el 20% de las empresas de tamaño mediano, pertenecen a mujeres (CFI, 2011). Como ya se ha indicado, hay una correlación negativa entre el tamaño de una empresa y la probabilidad de que esa empresa ejerza su actividad en el sector no estructurado, por lo que es más probable hallar mujeres empresarias en ese sector. Los datos a ese respecto son escasos. Las estimaciones del Banco Mundial a las que hace referencia la OIT (2015) muestran que, a nivel mundial, más del 30% de las mujeres que desempeñan su actividad en sectores distintos del agrícola trabajan por cuenta propia en la economía no estructurada, y que la cifra puede llegar hasta el 63% en las economías africanas.

(c) Contribución de las pymes al PIB y al crecimiento económico

Los datos disponibles no permiten tener una visión global de la contribución de las pymes al PIB. El estudio más exhaustivo realizado hasta la fecha es el de Ayyagari *et al.* (2007), que utilizan una muestra de 76 países (33 desarrollados y 43 en desarrollo) y promedios de datos correspondientes al período 1990-1999. En su muestra solo se incluyen pymes del sector estructurado, principalmente manufactureras, y se excluyen las microempresas. En el estudio de Ayyagari *et al.* (2007), la contribución media de las pymes al PIB es del 45% (49% en los países desarrollados y 35% en los países en desarrollo). Estadísticas descriptivas muy similares se obtienen a partir de un conjunto de datos completamente distinto que combina información de las fuentes siguientes: ACCA (2010), Economist Intelligence Unit (EIU) (2010), Banco Asiático de Desarrollo (BAsD) (2013), Edinburgh Group (2013) y Comisión Europea (2013). En la muestra resultante de 33 países (10 desarrollados y 23 en desarrollo), la contribución media de las pymes al PIB equivale al 45% (55% en los países desarrollados y 35% en los países en desarrollo).

La interpretación de esos datos está sujeta a dos importantes salvedades. La primera, como ya hemos señalado, que no se ha incluido la contribución de las microempresas (tanto del sector estructurado como del no estructurado) al PIB. La segunda, que tampoco se ha tenido en cuenta la contribución de las pymes del sector no estructurado. Ayyagari *et al.* (2007) ofrecen también datos sobre la contribución del sector no estructurado al PIB en 55 países (29 desarrollados y 26 en desarrollo). La contribución media del sector no estructurado al PIB equivale al 20% (14% en los países desarrollados y 34% en los países en desarrollo). Si, en determinado país, las pymes representan el x % del sector no estructurado, la contribución de las pymes al PIB global (estructurado y no estructurado), en comparación con la contribución al PIB estructurado, multiplicará por x la contribución del sector no estructurado al PIB.

Incluso teniendo presentes esas salvedades, cabe señalar que la contribución media de las pymes al PIB, aproximadamente igual al 45%, es inferior a su participación media en el empleo, que, como se indicó anteriormente, equivale a unas dos terceras partes. Al menos en parte, esa diferencia se explica porque las pymes son, como promedio, menos productivas que las grandes empresas (Maksimovic y Phillips, 2002; Banerjee y Duflo, 2005; Bartelsman *et al.*, 2013). Baldwin *et al.* (2002) ponen el ejemplo de las fábricas canadienses, y muestran que la producción por empleado en fábricas con 100 empleados o menos

representa el 62% del promedio del sector, mientras que la producción por empleado en fábricas con más de 500 empleados equivale al 165% de ese promedio. En el cuadro A.3 se muestran las diferencias en la productividad total de los factores entre empresas de diferentes tamaños en los países en desarrollo,¹⁹ y se aprecia un claro desfase entre la productividad en las grandes empresas y en las pymes (empresas con no menos de 5 empleados ni más de 250). Según se expone en el apéndice de esta sección, el análisis econométrico confirma la realidad de esos datos descriptivos.

La menor productividad de las pymes suele atribuirse a su incapacidad para aprovechar las economías de escala, las dificultades a las que se enfrentan para tener acceso al crédito o las inversiones, la falta de mano de obra especializada y la informalidad de sus contratos con clientes y proveedores (Álvarez y Crespi, 2003). En cambio, las grandes empresas son más eficientes en su producción debido a que pueden utilizar insumos más especializados (incluso mediante subcontratación), coordinar mejor sus recursos, invertir más en maquinaria y mano de obra especializada, y aprovechar las ventajas de las economías de escala (Álvarez y Crespi, 2003; OIT, 2015). En los países en desarrollo, la existencia de un amplio sector no estructurado integrado por microempresas exacerba las diferencias de productividad entre empresas de diferentes tamaños. En el caso de 24 países africanos subsaharianos, La Porta y Shleifer (2014) hacen referencia a un desfase de productividad del 120%, como promedio, entre las empresas no registradas y las pymes registradas. Ese desfase equivale aún al 80% cuando se comparan las microempresas de la muestra (que comprende un 62% de empresas con menos de cinco empleados) según estén o no registradas.

La innovación es el principal medio de las empresas para aumentar su productividad (véase Love y Roper, 2015; Zanello *et al.*, 2015). En principio, las pymes se benefician de estructuras orgánicas más sencillas y cauces de comunicación más rápidos que las grandes empresas, lo que puede representar una ventaja con respecto a la innovación cuando se trata de responder con rapidez a los cambios en las necesidades de los clientes y en el entorno empresarial (Rogers, 2004). Sin embargo, habida cuenta de los costos fijos que conllevan las actividades de investigación y desarrollo (I+D), la innovación basada en I+D solo es rentable si los resultados pueden aplicarse a una producción suficientemente grande. Las empresas de gran tamaño, al explotar las economías de escala, pueden pagar esos costos fijos más fácilmente que las empresas pequeñas. Además, las pequeñas empresas suelen carecer de fuentes de financiación externa para las inversiones en I+D y la compra de tecnología avanzada. Por consiguiente, en la inmensa mayoría de los casos, la innovación de las pymes tiende a no estar basada en I+D (Edler *et al.*, 2003) y consiste en pequeñas adaptaciones a productos existentes o innovación en los diseños, los modos de suministro de los servicios o las prácticas de gestión y comercialización (Fernández-Ribas, 2010). En conjunto, y según muestran las publicaciones especializadas, las grandes empresas registran tasas medias de innovación más elevadas que las pequeñas empresas.²⁰

Hay abundantes pruebas del efecto positivo de la innovación para las pymes que participan en ella en los países desarrollados. Engel *et al.* (2004) constatan el efecto positivo de la innovación en el crecimiento de las ventas de las pequeñas empresas en sectores de manufacturas especializadas de la economía alemana. Lumiste *et al.* (2004) consideran que la innovación ayudó a las pymes estonias a mejorar su rendimiento en lo que respecta a su cuota de mercado y la diversificación

Cuadro A.3: Estadísticas sobre la productividad total de los factores (PTF) en las empresas de los países en desarrollo

	Grandes empresas (+ 250 empleados)		Pymes (< 250 empleados)	
	Promedio PTF	Casos observados	Promedio PTF	Casos observados
Países en desarrollo	1,04	2.706	-0,12	21.455
Países en desarrollo del G-20	1,06	1.226	-0,12	9.631
Otros países en desarrollo	1,03	1.123	-0,12	8.873
PMA	1,03	357	-0,11	2.951

Nota: La productividad total de los factores se calcula como el valor residual de una regresión logarítmica (ventas) a nivel de empresa respecto de la participación del capital, la participación del trabajo y los efectos fijos de países y sectores, realizada a partir de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial (última encuesta disponible por país).

Fuente: Encuestas de Empresas del Banco Mundial (última encuesta disponible por país), y cálculos propios.

de sus bienes y servicios. Coad y Rao (2008) muestran que la innovación tiene crucial importancia para algunas empresas en rápido crecimiento de sectores de alta tecnología de los Estados Unidos.²¹ Los datos correspondientes a los países en desarrollo son más limitados, pero cualitativamente similares. En un estudio de 79 pymes de la India, la NKC (2007) señala que la innovación relativa a nuevos productos, nuevos procesos y nuevos servicios representa más de la mitad del incremento de la cuota de mercado, la competitividad, la rentabilidad y la reducción de costos. Donner y Escobari (2010) examinan 14 estudios sobre el uso de la telefonía móvil por las microempresas y las pequeñas empresas en el mundo en desarrollo (principalmente, en economías africanas y en la India). En general, esos estudios destacan los significativos beneficios de la telefonía móvil, sobre todo (aunque no exclusivamente) para las empresas ya existentes, más que para las nuevas.²²

Al participar en concentraciones de actividad económica, las pymes pueden incrementar su productividad gracias a los efectos de difusión de conocimientos. Romer (1986), Lucas (1988; 1993), y Grossman y Helpman (1991) han establecido que esos efectos son un importante mecanismo de crecimiento económico. La proximidad geográfica a través de las concentraciones es un factor importante en la transmisión de conocimientos, porque reduce el costo y la comercialización de las innovaciones (Autant-Bernard, 2001a; 2001b; Orlando, 2000). Además, las concentraciones pueden aumentar la productividad de una empresa debido a su proximidad con otras empresas innovadoras (incluso mediante la utilización de Internet, como muestran Paunov y Rollo, 2016). Mientras que diversos estudios han llegado a la conclusión de que las concentraciones aumentan la probabilidad de entrada, permanencia y crecimiento de nuevas empresas (Beaudry y Swann, 2001; Dumais *et al.*, 2002; Rosenthal y Strange, 2005; Pe'er y Vertinsky, 2006), otros estudios indican que la ubicación en una concentración reduce las posibilidades de permanencia de nuevas empresas debido a la hipercompetencia por los recursos y el personal entre empresas (Beaudry y Swann, 2001; Sorenson y Audia, 2000; Folta *et al.*, 2006).

Como se expondrá más detenidamente en la sección C, la participación en las cadenas de valor es otra forma de incrementar la productividad de las pymes. En primer lugar, la división de la producción basada en la ventaja comparativa puede mejorar la eficiencia técnica (Yang y Chen, 2009). En segundo lugar, los efectos de difusión de conocimientos se transmiten a lo largo de las cadenas de valor mundiales (Piermartini y Rubínová, 2014). Por ejemplo, en los países en desarrollo, las grandes empresas exportadoras suelen

ser mecanismos primarios a partir de los cuales se transmiten las tecnologías desde el extranjero a los sectores locales. La subcontratación externa constituye una importante vía de transferencia de conocimientos y adquisición de tecnologías extranjeras.

Por último, la contribución de las pymes a la dinámica sectorial (el proceso de entrada y salida) puede tener efectos globales positivos en la productividad, debido a las repercusiones de las empresas ya establecidas en la innovación. Más arriba se hizo referencia al pequeño tamaño de las empresas recién establecidas y a su mayor probabilidad de abandonar el mercado. Los nuevos participantes que logran sobrevivir registran tasas de aumento de la productividad generalmente superiores a las que ofrecen las empresas ya establecidas. Ello se debe a que esos nuevos participantes tienden a adoptar las tecnologías más modernas (Leung *et al.*, 2008). Por consiguiente, las empresas ya establecidas tienen el aliciente de mejorar su productividad para preservar sus cuotas de mercado, lo que debería contribuir a aumentar la productividad global en la economía (Luttmer, 2007).

2. Participación de las pymes en el comercio: oportunidades y desafíos

El objetivo de esta subsección es explicar qué temas se abordan en el *Informe sobre el Comercio Mundial 2016*, por qué es un informe oportuno y cómo contribuye al debate sobre las pymes. La subsección tiene tres partes. En la primera se sostiene que, a pesar de las nuevas oportunidades que tienen las pymes para conectarse a los mercados mundiales, su participación en el comercio sigue siendo relativamente limitada. En la segunda se enumeran los principales beneficios de la participación de las pymes en el comercio. En la tercera se presta especial atención a los problemas que tienen las pymes para conectarse a los mercados mundiales y se explica de qué forma los costos relacionados con las políticas comerciales obstaculizan la participación de las pymes en el comercio y cómo la cooperación internacional puede ayudar a las pymes más eficientes a aprovechar el sistema de comercio y beneficiarse de las nuevas oportunidades que ofrecen el comercio electrónico y las cadenas de valor mundiales.

(a) Nuevas oportunidades para que las pymes se conecten a los mercados mundiales

El comercio electrónico y, de modo más general, los servicios basados en la tecnología de la información y las comunicaciones ofrecen nuevas oportunidades

para acceder a los mercados internacionales y salvar los obstáculos al comercio. En los últimos años, la tecnología digital e Internet han facilitado muchos más medios a las pymes para llegar a los clientes en los mercados nacional y mundial. Como se mostrará en la sección D, las ventajas de la revolución de la tecnología de la información y las comunicaciones son particularmente grandes para las pymes. En primer lugar, el acceso a la infraestructura de telecomunicaciones es esencial para reducir los costos de información y distribución, promover el comercio, mejorar la eficiencia del mercado y mantenerse a la altura de un entorno comercial cambiante. Investigaciones recientes sobre las exportaciones de mercancías comercializadas a través de eBay muestran que el comercio electrónico reduce los costos relacionados con la distancia física entre vendedores y consumidores al crear confianza y facilitar información con un costo muy bajo (Lendle *et al.*, 2016). Los costos de investigación en línea no se corresponden necesariamente con la forma que adoptan los mercados remotos y la tecnología en línea aumenta la confianza de los importadores en los exportadores (por ejemplo, mediante los mecanismos de calificación de los vendedores). En segundo lugar, a través de las plataformas en línea, las empresas más pequeñas y menos productivas pueden conectarse con clientes distantes. En realidad, y tal como han señalado Lendle y Olarreaga (2014), las empresas que tienen actividad en eBay son, como promedio, más pequeñas que las empresas tradicionales que no realizan ventas a través de Internet. Esos autores consideran también que el comercio electrónico ofrece a las pymes oportunidades de crecimiento que parecen significativas para los países en desarrollo.

Internet está creando nuevas oportunidades para la participación de las pymes en el comercio internacional, aunque el tamaño de las empresas sigue determinando en gran medida el uso del comercio electrónico y, en la mayoría de los países, las pymes van a la zaga de las empresas de mayor tamaño en lo que respecta a las compras y ventas en línea (ITC, 2015c; UNCTAD, 2015). A veces se describe Internet como un mercado mundial que no conoce fronteras y en el que los empresarios pueden encontrar clientes en todo el mundo. Sin embargo, esa descripción no es del todo exacta. La captación de un mercado especializado mundial sigue siendo difícil. Algunas de las fricciones que tienen lugar fuera de Internet persisten también en el comercio en línea. Para las pymes suele ser más difícil que para las grandes empresas mantenerse al día en lo que respecta a los cambios tecnológicos, sobre todo porque emplean menos especialistas técnicos y no disponen de los recursos financieros necesarios para modernizar continuamente la tecnología. Las microempresas y las pequeñas empresas se enfrentan a diversos obstáculos al comercio en línea, tales como

la falta de conocimientos especializados para identificar sus necesidades en materia de comercio electrónico, los beneficios potenciales que pueden obtener de ese comercio y la forma de participar en él (Sandberg y Hakansson, 2014). La UNCTAD (2015) muestra que las pequeñas empresas siguen enfrentándose a obstáculos cuando tratan de aprovechar las plataformas y soluciones internacionales de comercio electrónico. En los PMA, soluciones sencillas de tecnología de la información y las comunicaciones, tales como el acceso a Internet o la creación de un sitio Web comercial, representan a menudo un importante desafío para las pymes.

La revolución de la tecnología de la información y las comunicaciones no solo ha hecho posible el desarrollo del comercio electrónico, sino que, unida a la reducción de los obstáculos al comercio, ha cambiado más profundamente la producción y la actividad comercial y ha dado lugar al surgimiento de las redes de producción internacionales y al comercio en cadenas de valor mundiales, es decir, al intercambio de bienes intermedios y servicios a lo largo de la cadena de producción vertical. El surgimiento de las cadenas de valor mundiales tiene también potencial para facilitar la internacionalización de las pymes. Las cadenas de valor mundiales permiten a las empresas especializarse en una pequeña parte de la cadena de suministro, lo que da a las pymes más oportunidades para participar en el comercio internacional (Lim y Kimura, 2010; Arudchelvan y Wignaraja, 2015). Para las pymes es difícil competir en una cadena completa de actividades, pero pueden integrarse más fácilmente en las cadenas de valor mundiales desempeñando tareas en las que tienen ventaja comparativa. A través de las cadenas de valor mundiales, las pymes pueden superar las deficiencias de conocimientos, hallar clientes y reducir las incertidumbres y los riesgos que entraña la actividad en los mercados extranjeros (Terjesen *et al.*, 2008). Una pyme que se integre en una cadena de valor mundial puede tener más facilidades para acceder a la información sobre los mercados extranjeros o encontrar clientes en esos mercados. Para las empresas de países en desarrollo, la inclusión en una cadena de valor mundial no solo aporta nuevos mercados para sus productos, sino que también desempeña una función cada vez más importante y esencial de acceso a los conocimientos y mejora del aprendizaje y la innovación (Pietrobelli y Rabellotti, 2011). En el caso de las pequeñas empresas de los PMA, la participación en las cadenas de valor mundiales es un medio fundamental para obtener información sobre el tipo y la calidad de los productos y tecnologías requeridos por los mercados mundiales y para acceder a esos mercados.

A pesar de las nuevas oportunidades comerciales creadas por la revolución de la tecnología de la

información y las comunicaciones, los datos disponibles no muestran claramente que haya aumentado la participación de las pymes en el comercio. Esto puede deberse en parte al hecho de que esa participación -en particular, en las formas indirectas de comercio en el contexto de las cadenas de valor mundiales- no está bien documentada ni ha sido bien entendida. Como se indica en la sección B, medir la participación de las pymes -y en particular de las mipymes- en el comercio y comparar esa participación entre los distintos países plantea serias dificultades. En primer lugar, no hay una definición homogénea de mipymes o de pymes. En segundo lugar, hay una escasez general de datos comparables a nivel internacional. Y en tercer lugar, la participación de las pymes en el comercio a través de las cadenas de valor mundiales no se ha medido adecuadamente. La información basada en las estadísticas comerciales tradicionales, según la cual parece que son sobre todo las grandes empresas las que participan en el comercio y las cadenas de valor mundiales, subestima la participación en esas cadenas de empresas más pequeñas que, con frecuencia, suministran bienes intermedios a las empresas exportadoras en sus países y, de ese modo, se integran indirectamente en las cadenas de valor mundiales.

Dicho lo cual, los datos disponibles apuntan a que, en todas las economías -en desarrollo o desarrolladas-, la participación de las pymes en el comercio internacional es escasa en comparación con la de las grandes empresas y su contribución al empleo. En las economías en desarrollo, la participación directa de las pymes en el comercio internacional dista de ser proporcional a su importancia a nivel nacional. Según estimaciones de la OMC basadas en datos del Banco Mundial, en los países en desarrollo, las exportaciones directas de las pymes representan, como promedio, apenas el 7,6% de las ventas totales del sector manufacturero, en comparación con el 14,1% correspondiente a las grandes empresas de ese sector. En cuanto a la participación indirecta de las pymes en el comercio, los datos sobre el comercio de esas empresas en las cadenas de valor mundiales son escasos. Según las estimaciones, las pymes del sector manufacturero de las economías en desarrollo no participan activamente en esas cadenas. Las exportaciones indirectas de las pymes del sector manufacturero se estiman únicamente en el 2,4% de las ventas totales. En conjunto, en las economías en desarrollo, la participación de las pymes en las exportaciones -directas e indirectas- de manufacturas se estima solo en el 10% de las ventas totales, en comparación con el 27% atribuido a las empresas de mayor tamaño. En el sector de los servicios, se estima que la participación de las pymes es algo mayor para las exportaciones indirectas que para las directas, pero su participación global en las exportaciones (directas e indirectas) de servicios sigue

siendo poco importante, inferior al 4% de las ventas totales de servicios. En las economías desarrolladas, la participación de las pymes en las exportaciones es también relativamente pequeña. Las exportaciones directas de las pymes suelen representar menos de la mitad del valor de las exportaciones totales. En cuanto a las exportaciones indirectas, los datos disponibles no permiten extraer conclusiones generales.

De modo similar, la escasa información disponible sobre la participación de las pymes en el comercio electrónico no permite hacer una descripción general clara. Los datos confirman que el comercio electrónico ofrece a las pymes nuevas oportunidades de exportación y podría llegar a revolucionar la participación de esas empresas. Sin embargo, no es posible cuantificar el efecto que el comercio electrónico ha tenido ya en las actividades de exportación de las pymes.

(b) Ventajas de conectarse a los mercados mundiales

La participación relativamente limitada de las pymes en el comercio ha suscitado la atención de los responsables de las políticas, que consideran que las pymes tienen potencial de crecimiento y empleo y que la participación en el comercio es uno de los elementos que pueden ayudar a desarrollar ese potencial. A decir verdad, la actividad comercial -directa o indirecta- se relaciona con una mayor productividad, salarios más altos y más innovación.²³

Sin embargo, la principal razón de la correlación positiva entre la productividad y la participación en el comercio es que solo las empresas más productivas pueden realizar exportaciones. Ello se debe a que las empresas exportadoras tienen que hacer frente a los costos adicionales que conllevan, entre otros factores, por los estudios de mercado, la adaptación de los productos a las reglamentaciones locales o los costos de transporte, que solo las empresas más productivas pueden pagar. El hecho de que la mayor productividad sea más un determinante que una consecuencia de la participación en el comercio tiene un efecto importante, a saber, que no hay razón para prever que la participación de las pymes alcance el mismo nivel que la de las grandes empresas. Como se señaló anteriormente, las pymes son, como promedio, menos productivas que las grandes empresas, lo que explica su menor grado de participación y, en cualquier caso, muchas de ellas son locales por naturaleza.

No obstante, también hay buenas razones para creer que la actividad exportadora puede aumentar la productividad y el crecimiento de las pymes. La participación en el comercio internacional puede, sin duda, mejorar el rendimiento de las empresas y

ayudar a las pymes mediante diversos mecanismos. La participación en las exportaciones amplía el tamaño del mercado de una empresa y le permite explotar las economías de escala y absorber el exceso de capacidad o de producción. Además, esa participación pone a las empresas en contacto con las mejores prácticas internacionales, promueve su aprendizaje, estimula su modernización tecnológica y fomenta el desarrollo de productos diferentes o de mayor calidad (Baldwin y Gu, 2003). La participación de las pymes en las cadenas de valor mundiales puede reportar beneficios similares (Avendano *et al.*, 2013).

Más específicamente, las economías de escala parecen importantes para explicar el desfase de productividad entre empresas exportadoras y no exportadoras. El acceso a un mercado más amplio permite a las empresas vender más productos y distribuir los costos fijos de producción entre un mayor número de unidades. En los países en desarrollo, en particular, las limitaciones en el desempeño de la actividad empresarial, así como las dificultades de acceso al crédito y los problemas de incumplimiento de los contratos, impiden a las empresas que solo producen para el mercado local explotar plenamente las economías de escala (Van Biesebroeck, 2005).

La innovación y la exportación avanzan en paralelo y, juntas, pueden promover el crecimiento de las pymes. Hay indicios de que las pymes que han sido innovadoras antes de acceder al mercado internacional tienen más probabilidades de exportar, de obtener buenos resultados de exportación y de generar crecimiento con sus exportaciones, en comparación con las empresas no innovadoras. En un estudio sobre empresas españolas se seleccionan varios de esos factores y se examina la complementariedad de la innovación y la exportación como impulsoras del crecimiento de las pymes. Los datos dan un sólido apoyo a la teoría del efecto de refuerzo de la innovación y la exportación en el crecimiento de las pymes y el potencial de formación de un "círculo virtuoso" en el que la innovación favorece las exportaciones, al tiempo que los conocimientos externos adquiridos en los mercados de exportación impulsan a su vez la innovación y el crecimiento (Golovko y Valentini, 2011). De modo similar, se ha demostrado que la reasignación de la cuota de mercado a los exportadores tras la liberalización del comercio en los países interlocutores puede crear un incentivo para que las empresas adopten la tecnología más reciente a fin de seguir siendo competitivas (Bustos, 2011).

Aunque la información sobre el aprendizaje mediante la exportación no es muy abundante, los resultados de estudios recientes relativos a empresas africanas son compatibles con esa hipótesis. Atkin *et al.* (2014), centrándose en los fabricantes de alfombras de Egipto

y adoptando una cuidadosa estrategia empírica para aislar las relaciones causa-efecto, hallan indicios de que la exportación mejora la eficiencia técnica y genera efectos positivos en los beneficios y la productividad. Utilizando datos sobre empresas manufactureras de cuatro países africanos (Camerún, Ghana, Kenya y Zimbabwe) que abarcan el período 1992-1995, Bigsten *et al.* (2004) muestran que, en consonancia con el mecanismo de aprendizaje mediante la exportación, la actividad exportadora tiene efectos positivos en la productividad, y sostienen que, en la muestra utilizada en su estudio, hay pocos indicios directos que favorezcan la hipótesis de la autoselección. Por último, en un grupo de empresas manufactureras de nueve países africanos,²⁴ Van Biesebroeck (2005) halla indicios compatibles tanto con la autoselección como con el aprendizaje mediante la exportación. Las empresas exportadoras tienen niveles de productividad más elevados antes de la entrada en el mercado, pero también registran tasas de crecimiento de la productividad más altas después de esa entrada. En particular, se considera que la exportación aumenta la productividad en un porcentaje situado entre el 25% y el 28%.

La calidad de los productos de las pymes puede también mejorar mediante la participación en el comercio internacional, como efecto de las preferencias de los consumidores por productos de mayor calidad en los mercados de exportación de países de ingresos elevados. Los productos tienen calidades diferentes, y los consumidores se diferencian por sus ingresos y, por lo tanto, por su disposición a pagar más por productos de calidad en los distintos países, lo que significa que una empresa exportadora de determinado país pobre puede producir bienes de mayor calidad para la exportación que para el mercado nacional. De hecho, en la bibliografía especializada se establece una relación positiva entre la calidad y la renta per cápita de los interlocutores comerciales (Hallak, 2010; Verhoogen, 2004; Kugler y Verhoogen, 2008).

El acceso a los bienes intermedios extranjeros puede aumentar también la eficiencia de las empresas, ya que les permite utilizar insumos más variados y de mayor calidad (Bas y Strauss-Kahn, 2014). Si las importaciones aumentan la productividad, las empresas estarán en mejores condiciones de sufragar los costos de entrada en los mercados de exportación y podrán iniciar su actividad exportadora, así como exportar una mayor variedad de productos y mejorar en general sus resultados en los mercados de exportación (Kasahara y Lapham, 2006; Bas y Strauss-Kahn, 2014).

También hay indicios empíricos de una correlación positiva entre las importaciones y la productividad, basados en la significativa diferencia de productividad

entre las empresas que realizan importaciones y las empresas sin actividad comercial internacional (Vogel y Wagner, 2010). Otro estudio que utiliza datos de empresas de Chile (Kasahara y Rodrigue, 2008) llega a la conclusión de que el paso de no importar a importar bienes intermedios extranjeros puede mejorar la productividad de una empresa entre 3,4 y 22,5 puntos porcentuales. Otros datos muestran que la internacionalización favorece la importación de bienes intermedios de mayor calidad, lo que permite a las pymes aumentar su productividad gracias a los efectos de aprendizaje, diversidad y calidad (Amiti y Konings, 2007) o mejorar la calidad de sus exportaciones (Bas y Strauss-Kahn, 2012). El efecto positivo de importar bienes intermedios del extranjero contribuye a explicar la observación de que las empresas a la vez importadoras y exportadoras son, como promedio, las más productivas (Castellani *et al.*, 2010; Halpern *et al.*, 2005; Muûls y Pisu, 2009).

El análisis llevado a cabo para el presente informe muestra que las empresas exportadoras tienen mayor tendencia a utilizar insumos extranjeros. La hipótesis de que los exportadores se abastecen en mayor medida mediante importaciones se contrastó utilizando el conjunto de datos de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial, que abarcan más de 75.000 empresas de 80 países. En el análisis se examinó si las pymes exportadoras utilizan bienes intermedios importados y, en caso afirmativo, si su uso de insumos difiere del de las demás empresas. Los resultados indican que la condición de exportador se relaciona positiva y significativamente con la actividad importadora para las empresas de todos los tamaños. De hecho, las empresas exportadoras utilizan en promedio un 14% más de insumos extranjeros que las no exportadoras, y las pymes exportadoras utilizan un 12% más de insumos extranjeros que las pymes no exportadoras. Esta interacción entre importación y exportación es interesante en relación con las cadenas de valor mundiales, en el sentido de que la integración en la economía mundial a través tanto de las importaciones como de las exportaciones puede considerarse como una característica de participación en esas cadenas. Desde esa perspectiva, los resultados sugieren que la participación en las cadenas de valor mundiales podría ayudar a las pymes a incrementar su productividad en comparación con las pymes no exportadoras, pero también en comparación con las empresas exportadoras, grandes o pequeñas, que no utilizan insumos extranjeros.

Aparte de las mejoras de eficiencia en la oferta examinadas hasta ahora, la participación en el comercio reporta otras ventajas a las pymes. Por ejemplo, los consumidores pueden beneficiarse de la mayor participación de las pymes en el comercio debido a la

variedad más amplia de productos disponibles. Además, la producción de las pymes puede más fácilmente dar cabida a la artesanía y los productos especializados. Como es de esperar, los consumidores refinados preferirán cada vez en mayor medida productos adaptados a sus necesidades específicas y fabricados por pequeñas empresas artesanales, en lugar de productos de gran consumo.

Por último, y sin ser menos importante, hay una firme creencia en que la mejora del rendimiento de las pymes contribuirá a su vez a mejorar la distribución de los ingresos. Por ejemplo, según se refleja en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas y en sus metas (en particular en las metas 8.3 y 9.3), debe fomentarse la estructuración de las pymes y su crecimiento, ya que se espera que esas empresas desempeñen una función esencial para “promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos” (Objetivo 8).

La cuestión de si las pymes desempeñan una función primordial en la creación de nuevos empleos y la reducción de la pobreza en las economías en desarrollo y emergentes no ha recibido aún una respuesta definitiva (véase la subsección A.1 y de Kok *et al.*, 2013). Es más, incluso si estuviera claro que las pymes desempeñan esa función primordial en la creación de empleo y la reducción de la pobreza, seguiría planteándose la cuestión de cómo fomentar su crecimiento. Según se indicó en la sección E, los argumentos a favor de las políticas de apoyo de las pymes se basan en la opinión de que ciertas disfunciones del mercado, por ejemplo las imperfecciones del mercado de crédito, afectan a las pymes más adversamente que otras, y requieren una intervención pública, lo que significa que las intervenciones de política deben tener como finalidad subsanar esas disfunciones del mercado. Por consiguiente, promover activamente la participación de las pymes en el comercio puede no ser la forma más directa de reducir la pobreza.

No obstante, la eliminación de los obstáculos que impiden a las pymes productivas participar en el comercio debería permitir a más pymes iniciar su actividad comercial. Una vez iniciada esa actividad, las empresas pueden entrar en un círculo virtuoso en el que el comercio aumente la productividad y facilite el crecimiento, lo que a su vez aumentará los beneficios del comercio. Si la participación directa en el comercio está fuera del alcance de muchas empresas de países en desarrollo, la participación indirecta en forma de integración en una cadena de valor puede ser una opción. En muchos países en desarrollo, el sector productivo nacional ha pasado a ser cada vez más “dual”, con escasa interacción entre un número limitado

de empresas internacionalmente competitivas, por una parte, y un gran número de pymes que producen para el mercado nacional y se enfrentan a grandes desafíos de competencia, por otra. Reforzar los vínculos entre el sector de las pymes y las grandes empresas exportadoras permitiría que las ventajas de la conexión a los mercados mundiales alcanzasen a una parte mayor de la economía.

La mayor participación de las pymes en el comercio puede promover el paso al sector estructurado y crear empleos mejor remunerados. Para las pymes que pueden conectarse a los mercados internacionales, el comercio significa un aumento de la productividad y el crecimiento, lo que a su vez conlleva salarios más elevados e incluso puede redundar en empleos de mayor calidad. Como ya se ha explicado, en muchos países en desarrollo, tres cuartas partes o más de los trabajadores están empleados en mipymes, una gran mayoría de las cuales pertenecen al sector no estructurado. La pertenencia a ese sector y los bajos niveles de productividad coexisten frecuentemente con unas condiciones de trabajo precarias. En muchos países, el empleo en el sector estructurado o en el sector no estructurado es el principal determinante de acceso a la seguridad social para los trabajadores de las pymes. Al mismo tiempo, los empleos del sector no estructurado son, con frecuencia, el último recurso, a falta de redes de seguridad social. Las pymes que se conectan a los mercados internacionales y crecen tienen más probabilidades de incorporarse al sector estructurado.

La participación en una cadena de valor mundial no se traduce automáticamente en mejores condiciones de trabajo y empleos de mayor calidad. Sin embargo, las nuevas exigencias sociales y ambientales planteadas por los consumidores, los gobiernos y las organizaciones internacionales y no gubernamentales a las empresas que subcontratan sus actividades han determinado a un número creciente de corporaciones multinacionales a adoptar códigos de conducta y programas voluntarios para la gestión sostenible de las cadenas de suministro. Esos códigos de conducta y programas regulan la actuación de los proveedores en aspectos tales como la salud y la seguridad, los derechos laborales, los derechos humanos, las prácticas de lucha contra la corrupción o la contaminación (Lennson *et al.*, 2006).

También cabe destacar, como ya se ha indicado antes en esta sección, que muchas pymes pertenecen a mujeres y son gestionadas por ellas, y la internacionalización de esas pymes potenciaría aún más algunos de los beneficios ya mencionados. Fomentar el espíritu empresarial femenino es fundamental para acabar con las desigualdades y la pobreza. Algunos de los beneficios que conlleva la participación de las pymes

en el comercio podrían ser mayores en los casos de pymes pertenecientes a mujeres. Por ejemplo, diversos estudios han mostrado que los puestos de trabajo que aportan más recursos al hogar bajo control de la mujer dan lugar a mayores inversiones en sanidad y educación (véase, entre otros, Korinek, 2005).

Para finalizar esta subsección hay que tener presente un aspecto importante. Si la mayor participación en el comercio se logra mediante una reducción de los costos del comercio, los modelos comerciales de uso corriente (Melitz, 2003b) predicen que esa participación no solo puede crear nuevas oportunidades para las pymes más productivas, sino también aumentar la competencia de las exportaciones y presionar a las pymes menos eficientes. En otras palabras, siempre que los costos del ajuste no sean demasiado elevados, la reducción de los costos comerciales mejoraría al mismo tiempo la eficiencia y la distribución, sustituyendo los empleos de poca calidad y mal pagados por empleos más formales y mejor remunerados. Este resultado no es solo una posibilidad teórica. Por ejemplo, se ha demostrado que la actividad agrícola mejora cuando los países en desarrollo se integran en cadenas de valor mundiales, con el consiguiente efecto positivo en la reducción de la pobreza (Maertens *et al.*, 2011).

(c) Dificultades a las que se enfrentan las pymes al conectarse a los mercados mundiales

Dada la participación relativamente escasa de las pymes en el comercio a pesar del surgimiento de nuevas oportunidades, y habida cuenta de las ventajas que puede acarrear la conexión de las pymes a los mercados mundiales, es preciso analizar la cuestión de los factores que determinan la internacionalización de esas empresas. El presente informe tiene como objetivo contribuir al mejor entendimiento de esos factores determinantes de la internacionalización de las pymes y, en particular, de la función desempeñada por las normas comerciales internacionales en ese contexto. Sin embargo, debido a los numerosos modos de internacionalización de las pymes y los múltiples factores que afectan a ese proceso, el informe se centra en los factores relacionados con las políticas comerciales que influyen en la participación directa o indirecta de las pymes en el comercio.

Los factores que determinan la participación de una empresa en el comercio o en las cadenas de valor mundiales son múltiples, pero la productividad de la empresa es el elemento esencial de una conexión eficaz a los mercados mundiales. Los determinantes de la participación de las pymes en el comercio o en las cadenas de valor mundiales pueden ser internos

o externos. Entre los principales factores internos que afectan al nivel de productividad y facilitan la participación en el comercio o en las cadenas de valor mundiales figuran la pertenencia al sector estructurado, las competencias de gestión y la preparación de la fuerza de trabajo, y la capacidad de adopción de nuevas tecnologías y de innovación (OCDE y Banco Mundial, 2015). Aunque conviene tener presente que la productividad es esencial para la participación en el comercio y que esa participación depende de múltiples factores, el examen exhaustivo de los factores que explican la productividad de las pymes y de las políticas que mejoran esa productividad está fuera del alcance del presente informe.

Los factores externos que determinan la participación de las pymes en el comercio y en las cadenas de valor mundiales varían desde la política comercial -medidas arancelarias y no arancelarias- hasta el acceso a la financiación y las redes de tecnología de la información, y abarcan una diversidad de costos comerciales. Se conoce relativamente poco sobre la forma en que las medidas de política comercial o los demás costos comerciales afectan a la participación de las pymes en el comercio y en las cadenas de valor mundiales. En el presente informe se examina la información disponible sobre esos efectos y se analizan las oportunidades y las dificultades que conlleva la participación en el comercio electrónico y en las cadenas de valor mundiales. Además, se aclaran no solo los diversos obstáculos a la participación de las pymes, sino también por qué y cómo esos obstáculos afectan más a las pymes que a las grandes empresas. Lo que parece estar claro es que la política comercial y, de modo más general, los costos comerciales tienden a afectar más a las empresas pequeñas que a las de mayor tamaño. Sin duda, ese es el caso de los costos que no dependen del tamaño de los envíos -los denominados costos "fijos"-, tales como el costo de hallar un interlocutor extranjero o de certificar un producto. Sin embargo, y de modo más sorprendente, en el informe se sugiere que ese es también el caso de ciertos costos variables, tales como los costos de transporte o logística, o incluso de los aranceles.

Desde la perspectiva de la OMC, una cuestión importante es la forma en que las normas comerciales internacionales y la cooperación en ese ámbito afectan a las políticas gubernamentales que determinan la participación de las pymes. Como ya se ha indicado, la mayoría de las políticas comerciales y relacionadas con el comercio -medidas arancelarias y no arancelarias- pueden afectar a la participación de las pymes, aun cuando no sea su objetivo primario. Sin embargo, los gobiernos aplican simultáneamente "políticas para las pymes" que suelen tener como objetivo mejorar la eficiencia de esas empresas o hacer frente a los

problemas de distribución, por ejemplo mediante el establecimiento de condiciones igualitarias para las pequeñas empresas en comparación con las de mayor tamaño. Los acuerdos comerciales imponen disciplinas a las políticas comerciales y relacionadas con el comercio de los gobiernos y pueden afectar también a las políticas relativas a las pymes. En el informe se examina de qué forma las disposiciones de los acuerdos comerciales regionales (ACR) y el sistema multilateral de comercio afectan a los costos comerciales a través de su efecto en las políticas y, en definitiva, si hacen más fácil o más difícil la participación de las pymes en el comercio.

El informe contiene también una relación de las flexibilidades otorgadas a los gobiernos para aplicar políticas relativas a las pymes, pero se centra sobre todo en la forma en que los acuerdos comerciales afectan a los costos del comercio que penalizan de modo desproporcionado a las pymes. En el informe se muestra que, aunque es raro que mencionen expresamente a las pymes, las normas multilaterales pueden afectar de hecho a los costos comerciales a los que se enfrentan esas empresas. También se muestra que solo recientemente las referencias explícitas a las pymes se han hecho más frecuentes en los ACR. Asimismo, en el informe se describen los programas destinados a fomentar la participación comercial de las pymes en los que participan la mayoría de las organizaciones internacionales con actividad en el ámbito del comercio.

3. Estructura del informe

En la sección B del presente informe se examinan todos los datos disponibles sobre las diversas formas de participación de las pymes en el comercio y su evolución en los últimos años, con especial atención a la forma en que las nuevas tecnologías (en particular, la tecnología de la información y las comunicaciones) y el desarrollo de las cadenas de valor mundiales han afectado a esa participación. Asimismo, se facilita una relación de las principales fuentes de información sobre la participación de las pymes en el comercio y se enumeran exhaustivamente las características de esa participación y su progreso durante los últimos años. Esa relación pone de manifiesto importantes deficiencias de información, en particular en lo que respecta a la participación en las cadenas de valor mundiales, mientras que los datos disponibles sugieren que, en conjunto, la participación de las pymes en las exportaciones es relativamente escasa.

En la sección C se considera cómo, cuándo y por qué las pymes deciden exportar o internacionalizarse y de qué forma esa decisión afecta a su productividad y su crecimiento. Asimismo, se hace un repaso exhaustivo

de la bibliografía económica sobre los determinantes y las consecuencias de la participación de las pymes en el comercio y se muestra que solo las empresas más productivas toman parte en ese comercio, pero que, al mismo tiempo, su participación tiene diversos efectos positivos.

En la sección D se estudian los diversos obstáculos que siguen dificultando la participación de las pymes en el comercio internacional y, en particular, los que impiden que esas empresas aprovechen las nuevas oportunidades que ofrece el desarrollo del comercio electrónico y de las cadenas de valor mundiales. Esa enumeración y el análisis de los determinantes de la participación de las pymes relacionados con la política comercial sugieren que los costos comerciales son, en general, más elevados para las pymes que para las grandes empresas. Al mismo tiempo, muestran que el acceso a la información relativa a las redes extranjeras de distribución y las reglamentaciones y normas aplicables en la frontera figura entre los principales obstáculos a la participación de las pymes en las exportaciones. Más concretamente, los principales problemas a los que se enfrentan las pymes con respecto a las ventas en línea se refieren a: i) la logística necesaria para enviar un producto o suministrar un servicio; ii) la seguridad de la tecnología de la información y las comunicaciones y la protección de los datos; y iii) los pagos. En cambio, los principales desafíos a los que se enfrentan las pymes al incorporarse a las redes de producción son: i) los costos de logística e infraestructuras; ii) la incertidumbre en materia de reglamentación; y iii) el acceso a la mano de obra especializada.

Por último, en la sección E se examina de qué forma las disciplinas e iniciativas comerciales de alcance regional y multilateral y las organizaciones internacionales afectan a los obstáculos normativos a la participación de las pymes en el comercio. El análisis sistemático de todas las disposiciones, incluidas las referencias explícitas a las pymes de todos los ACR notificados a la OMC, muestra que tales disposiciones se han incorporado a un número creciente de ACR; que el número de disposiciones pormenorizadas sobre pymes incluidas en determinados ACR ha aumentado en los últimos años; y que las disposiciones más frecuentes sobre pymes son las que fomentan la cooperación entre gobiernos con respecto a esas empresas, por una parte, y establecen flexibilidades para que los gobiernos apliquen políticas favorables a las pymes, por otra. Ese análisis muestra también que, aunque las pymes no siempre se mencionan expresamente en los acuerdos de la OMC, las normas multilaterales tienen de hecho el efecto de reducir los costos comerciales que obstaculizan el acceso de las pymes a los mercados extranjeros. Otras conclusiones son que las normas otorgan flexibilidad a los gobiernos nacionales para adoptar medidas correctoras de las disfunciones del mercado que impiden la participación de las pymes en el comercio internacional, y que la labor de la OMC en materia de creación de capacidad, que trata de ampliar las oportunidades comerciales de los países en desarrollo Miembros, contiene componentes significativos relacionados con la internacionalización de las pymes.

Notas finales

- 1 En la sección B del presente informe se utilizan dos conjuntos de datos diferentes para establecer conclusiones generales acerca de la participación en el comercio internacional de empresas de los países desarrollados y los países en desarrollo, respectivamente. Mientras que la base de datos de la OCDE sobre el comercio por características de las empresas (*Trade by Enterprise Characteristics* (TEC)) -utilizada para los países desarrollados- comprende las microempresas (clasificadas como empresas con un máximo de nueve empleados), las Encuestas de Empresas (*Enterprise Surveys*) del Grupo del Banco Mundial -utilizadas para los países en desarrollo- excluyen a las microempresas (clasificadas como empresas con un máximo de cuatro empleados). Sin embargo, las empresas con un mínimo de cinco empleados se incluyen en las Encuestas de Empresas del Grupo del Banco Mundial. Es decir, no se excluyen todas las microempresas si se utiliza la definición de la base de datos TEC de la OCDE.
- 2 Por ejemplo, en la definición utilizada en la Unión Europea, hay umbrales de empleo (menos de 10 empleados para las microempresas, entre 10 y 50 para las pequeñas empresas, y entre 50 y 250 para las medianas empresas) y umbrales de volumen de negocio o balance (volumen de negocio o balance de una cuantía inferior a 2 millones de euros para las microempresas; volumen de negocio o balance de 2 a 10 millones de euros para las pequeñas empresas; y volumen de negocio de 10 a 50 millones de euros, o balance de 10 a 43 millones de euros para las medianas empresas). Véase el cuadro 1 en Comisión Europea (2013).
- 3 De los 121 países para los que hay información disponible, el intervalo que abarca hasta 10 empleados se utiliza para la definición de "microempresas" en 80 países; el intervalo de 10 a 50 empleados se utiliza para la definición de "pequeñas" empresas en 63 países; y el intervalo de 50 a 250 empleados se utiliza para la definición de "medianas" empresas en 38 países. En otros 27 países, el límite superior para definir a una empresa como "mediana" es de 100 empleados.
- 4 Véase en Gibson y van der Vaart (2008) un resumen general de la definición de pymes utilizada por las organizaciones internacionales.
- 5 Según explican Kushnir *et al.* (2010), es preciso obrar con cautela al comparar esa distribución de empresas entre los distintos países, debido a las diferentes definiciones utilizadas.
- 6 Los 17 países de la OCDE incluidos en el conjunto de datos son los siguientes: Austria, Bélgica, Canadá, España, Estados Unidos, Francia, Hungría, Islandia, Italia, Luxemburgo, Japón, Noruega, Nueva Zelandia, Países Bajos, Portugal, Reino Unido y Suecia. En general, el período abarcado es 2001-2011.
- 7 China; Emiratos Árabes Unidos; Ghana; Hong Kong, China; India; Indonesia; Malasia; Mauricio; Pakistán; Rusia; Singapur; Sri Lanka; Trinidad y Tabago; y Ucrania.
- 8 La inclusión de empresas del sector no estructurado aumentaría, con toda probabilidad, la proporción de microempresas en el sector agrícola.
- 9 Las Encuestas de Empresas del Banco Mundial son estudios sobre empresas basados en una muestra representativa del sector privado de una economía. Las entrevistas pueden aplicarse a las empresas (registradas) del sector estructurado con cinco o más empleados, mediante muestreo aleatorio estratificado. Los estratos son el tamaño de la empresa, el sector empresarial y la región geográfica dentro de un país. Los niveles de tamaño de las empresas son 5-19 empleados (pequeñas), 20-99 empleados (medianas) y más de 100 empleados (grandes). Puesto que, en casi todas las economías, la mayor parte de las empresas son de tamaño pequeño y mediano, las grandes empresas están sobrerrepresentadas en las muestras de las Encuestas de Empresas (véase <http://www.enterprisesurveys.org/methodology>).
- 10 Los 17 países de la OCDE incluidos en el conjunto de datos son los siguientes: Austria, Bélgica, Canadá, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Hungría, Italia, Luxemburgo, Japón, Noruega, Nueva Zelandia, Países Bajos, Portugal, Reino Unido y Suecia. En general, el período abarcado es 2001-2011.
- 11 La creación neta de empleo se define como la diferencia entre los empleos creados por empresas nuevas o ya existentes y los empleos destruidos mediante la reducción de empresas existentes o su cierre (OIT, 2015).
- 12 En las publicaciones especializadas se indican dos razones principales por las que las empresas nuevas son pequeñas. En primer lugar, el proceso de entrada en el mercado está rodeado de incertidumbres (Nelson y Winter, 1978; Nelson y Winter, 1982; Jovanovic, 1982; Hopenhayn, 1992; Ericson y Pakes, 1995). Es posible que los empresarios no conozcan de antemano cómo será su rendimiento en el mercado. Aunque conlleve costos medios más altos, puede ser lógico empezar con un tamaño pequeño para limitar las pérdidas relacionadas con los costos irre recuperables en caso de bajo rendimiento, e invertir más tras haber reunido información sobre el rendimiento potencial. Además, los nuevos participantes pueden empezar con un tamaño pequeño debido a las imperfecciones del mercado de capitales (Taymaz, 2005).
- 13 de Kok *et al.* (2011) muestran también que las pymes tienen menos capacidad de recuperación frente a las crisis económicas. Durante la gran recesión de 2007-2009, el número de empleos en las pymes descendió a un ritmo medio del 2,4% anual, en comparación con el 1% en las grandes empresas.
- 14 La Ley de Gibrat establece que la tasa proporcional de crecimiento de una empresa es independiente de su tamaño absoluto.
- 15 Por otra parte, las pymes del sector no estructurado tienden a crecer más lentamente que las del sector estructurado. Según un estudio empírico sobre Côte d'Ivoire (Sleuwaegen y Goedhuys, 2002) la pertenencia al sector estructurado tiene un efecto positivo en el crecimiento de las empresas, tras haberse controlado los factores de tamaño, antigüedad y eficiencia.
- 16 No obstante, las empresas no registradas pagan salarios sistemáticamente más bajos que las empresas registradas. Como promedio, los salarios equivalen a 1,96 veces la renta per cápita en las empresas no registradas y 3,32 veces la renta per cápita en las empresas registradas (La Porta y Shleifer, 2014).
- 17 Abundantes datos atestiguan que las empresas exportadoras pagan salarios más elevados que las no exportadoras (por ejemplo, Bernard *et al.*, 2007 hacen referencia a una brecha salarial del 6% en las empresas

estadounidenses), lo que está también en consonancia con la idea de que las grandes empresas pagan salarios más elevados que las pymes, ya que, según lo expuesto en la sección B, las segundas participan menos en el comercio que las primeras.

- 18 Véase en de Kok *et al.* (2013) un análisis de las publicaciones especializadas sobre la estabilidad y la seguridad del trabajo y sobre la formación de empleados en las pymes.
- 19 La productividad total de los factores es una medida de la eficiencia de todos los recursos utilizados en un proceso de producción. En este caso, por razones de disponibilidad de datos, se consideran dos recursos: el capital y el trabajo.
- 20 Véase Pagano y Schivardi (2003) y la bibliografía que citan. Los datos empíricos sobre empresas tampoco confirman el recurrente argumento de que, dentro del universo de las pymes, las empresas incipientes son más innovadoras que las ya establecidas. Criscuolo *et al.* (2012) comparan la capacidad de innovación de empresas incipientes del Reino Unido con una muestra pareada de empresas ya establecidas para el período 2002-2004. Sus resultados indican que solo en el sector de los servicios las empresas incipientes tienen ventaja sobre las empresas establecidas. En el sector manufacturero, es menos probable que las empresas incipientes introduzcan productos innovadores, en comparación con las empresas establecidas.
- 21 Véase también en Hoffman *et al.* (1998) un análisis de estudios sobre pymes del Reino Unido. En una muestra de pymes italianas del período 1995-2003, Hall *et al.* (2009) comprueban que tanto la innovación en procesos como la innovación en productos -sobre todo la primera- tienen

un efecto positivo en la productividad de las empresas. Colombelli *et al.* (2016) llegan a conclusiones similares en relación con empresas francesas jóvenes (con una antigüedad de cinco años o menos). Según los autores, esas empresas muestran tasas de supervivencia más elevadas cuando participan en la innovación, en particular en la innovación de procesos. Utilizando una muestra de empresas españolas para el período 2004-2012, Coad *et al.* (2016) muestran que las empresas jóvenes obtienen un mejor rendimiento a partir de la innovación (medida con arreglo a las inversiones en I+D) en los cuantiles superiores de la distribución de las tasas de crecimiento, pero registran una contracción mayor en los cuantiles inferiores. Por consiguiente, las inversiones de empresas jóvenes (que sean pymes) en I+D tienden a ser más arriesgadas que las inversiones en I+D de empresas más maduras.

- 22 Otros estudios sobre las ventajas de la innovación para las pymes de los países en desarrollo son los de Bala Subrahmanya *et al.* (2010) y Egbetokun *et al.* (2012), para la India y Nigeria, respectivamente.
- 23 Aw y Hwang (1995), Roberts y Tybout (1997), Clerides *et al.* (1998), y Bernard y Wagner (1997) muestran que las empresas exportadoras son, como promedio, más productivas que las no exportadoras. López González *et al.* (2015) señalan que la participación en las cadenas de valor mundiales guarda relación con la mayor productividad. Véase también el análisis realizado en la sección C.
- 24 Burundi, Camerún, Côte d'Ivoire, Etiopía, Ghana, Kenya, Tanzania, Zambia y Zimbabwe.

Apéndice – Cuadro

En la subsección A.1 se presentan datos descriptivos que muestran las diferencias en la productividad total de los factores entre empresas de diferentes tamaños en los países en desarrollo. Esos datos descriptivos se confirman mediante análisis econométrico. El cuadro A.1 del apéndice muestra los resultados de cinco regresiones de la productividad total de los factores aplicadas a intervalos de tamaños de empresas. Los coeficientes deben interpretarse como la diferencia logarítmica en la productividad total de los factores entre empresas de determinado intervalo de tamaños (10-50, 51-250 y más de 250 empleados) y empresas con 5 empleados, como mínimo, y menos de 10 empleados (grupo de comparación). La productividad total de los factores aumenta con el tamaño de la empresa, tanto en la muestra global de países en desarrollo (columna (1)) como en cada submuestra de grupos de países.

La transformación $\exp(\beta) - 1$ da por resultado la diferencia porcentual en la productividad total de los

factores entre empresas de determinado intervalo de tamaños y empresas con menos de 10 empleados (grupo de comparación). Por ejemplo, el coeficiente 0,739 aplicado al intervalo de tamaños de 10 a 50 empleados en la columna (1) del cuadro A.1 del apéndice significa que las empresas que tienen entre 10 y 50 empleados son un 109% más productivas que las empresas con menos de 10 empleados.

Las estimaciones de una regresión de la productividad total de los factores en una variable ficticia igual a la unidad si una empresa es una pyme (menos de 250 empleados) sugieren además que las pymes son un 70% menos productivas que las grandes empresas. Todos esos resultados no resultan afectados cualitativamente si se utiliza un umbral de 100 empleados para definir las pymes, y no pueden acusar efectos de composición, ya que los coeficientes se identifican entre diferentes empresas dentro de cada combinación de sectores nacionales.

Apéndice – Cuadro A.1: Regresiones de la productividad total de los factores sobre a intervalos de tamaños de empresas, por grupos de ingresos

	(1) Global	(2) Países en desarrollo del G-20	(3) Otros países en desarrollo	(4) PMA
10-50 empleados	0,739*** (0,027)	0,802*** (0,041)	0,762*** (0,039)	0,564*** (0,078)
51-250 empleados	1,743*** (0,03)	1,885*** (0,044)	1,671*** (0,045)	1,517*** (0,108)
251 + empleados	2,171*** (0,404)	2,270*** (0,06)	2,158*** (0,058)	1,932*** (0,126)
Casos observados	23.965	10.761	9.925	3.279
R ²	0,233	0,2315	0,249	0,207

Notas: Errores estándar robustos entre paréntesis. * p<.10, ** p<.05, *** p<.00. Efectos fijos de sectores nacionales incluidos en todas las regresiones. La transformación $\exp(\beta) - 1$ da por resultado la diferencia porcentual en la productividad total de los factores entre empresas de determinado intervalo de tamaños y empresas con menos de 10 empleados (grupo de comparación).

Fuente: Encuestas de Empresas del Banco Mundial (última encuesta disponible por país), y cálculos propios.

B

Las pymes en el comercio internacional: hechos estilizados

Toda empresa que se proponga expandir sus operaciones a otro país tiene que elegir una estrategia específica de entrada al mercado. Dado que el comercio es la forma más común de internacionalización en el caso de las pequeñas y medianas empresas (pymes), en esta sección se analizan los datos estadísticos disponibles sobre la participación de las pymes en el comercio internacional, tanto en las economías desarrolladas como en desarrollo, y se examina en qué medida sus actividades influyen en los flujos comerciales tradicionales y en el comercio en el contexto de las cadenas de valor mundiales. El objetivo es ofrecer una descripción exacta y detallada del panorama comercial de las pymes, e identificar lagunas importantes en la cobertura de la información y los datos.



Índice

1. Participación de las pymes en el comercio directo	37
2. Participación de las pymes en el comercio indirecto y las cadenas de valor mundiales	46
3. Participación de las pymes en el comercio electrónico internacional	54
4. Participación de las mipymes en el comercio a lo largo de los años	61
5. Conclusiones	63

Algunos hechos y conclusiones importantes

- La participación en el comercio de las pymes de los países en desarrollo es baja: las exportaciones representan el 7,6% de las ventas de productos manufacturados frente al 14,1% en el caso de las empresas de mayor tamaño.
- En promedio, las mipymes representan el 34% de las exportaciones en los países desarrollados. Hay una relación positiva entre el tamaño de las empresas y la participación en las exportaciones, con tasas más bajas de participación en el caso de las microempresas (9%) y las pequeñas empresas (38%) que en el de las medianas empresas (59%) y las grandes empresas (66%).
- En las economías en desarrollo, las exportaciones indirectas de las pymes del sector manufacturero fueron en promedio el 2,4% de las ventas totales, un nivel tres veces inferior a la proporción estimada de las exportaciones directas. La mayoría de las pymes manufactureras de los países en desarrollo presentan niveles bajos de integración en las cadenas de valor mundiales, con pocos vínculos regresivos y progresivos en la producción.
- En las economías desarrolladas, la contribución directa de las pymes a las exportaciones nacionales de valor agregado predomina sobre las exportaciones indirectas.
- El comercio electrónico amplía las oportunidades de las pymes de participar en el comercio internacional. En promedio, el 97% de las pequeñas empresas que operan a través de Internet exportan, mientras que las tasas de participación en las exportaciones de las pymes tradicionales varían entre el 2% y el 28% en la mayoría de los países.
- En los países en desarrollo, existe una relación inversa entre el número de trabajadores de una empresa cuando inicia sus operaciones y el número de años que tarda en comenzar a exportar. Las grandes empresas que comenzaron siendo pymes necesitaron 17 años para exportar cuando las empresas comenzaron teniendo cinco empleados o menos, en comparación con los cinco años que necesitaron las empresas que tenían entre 60 y 100 empleados.



La internacionalización se define a menudo como la estrategia adoptada por las empresas que realizan actividades en el extranjero (Welch y Luostarinen, 1993).¹ La internacionalización puede adoptar diversas formas, a saber: 1) exportaciones directas; 2) exportaciones indirectas (ventas de mercancías a través de un tercero nacional que exporte); 3) acuerdos contractuales no accionariales; y 4) inversión extranjera directa (IED) y otros tipos de acuerdos accionariales.

En primer lugar, las pymes pueden ingresar directamente en los mercados internacionales comenzando a exportar a distribuidores o consumidores finales ubicados en los mercados extranjeros. En segundo lugar, pueden optar por una estrategia de internacionalización indirecta y suministrar partes y componentes o servicios a otras empresas nacionales que participan en cadenas de valor regionales o mundiales, o vender productos o servicios a intermediarios de exportación, como mayoristas, agentes de compra para la exportación e intermediarios ubicados en su propio país que a su vez exportan a mercados internacionales. En tercer lugar, las pymes pueden optar por modalidades contractuales no accionariales, como el establecimiento de franquicias, licencias o asociaciones más estructuradas (por ejemplo, consorcios de exportación). Por último, las pymes pueden optar por la inversión extranjera directa (IED) de tipo totalmente nuevo (*green field investment*) (modalidad de IED en la cual la empresa principal funda una filial en otro país y construye instalaciones operacionales totalmente nuevas), mediante fusiones y adquisiciones, o mediante la coinversión con otras empresas (por ejemplo, en sociedades conjuntas) con distintos niveles de control (desde una participación minoritaria hasta una participación del 100%).

Si bien las pymes pueden recurrir a uno o varios de estos tipos de internacionalización, el comercio (directo o indirecto) normalmente se considera el primer paso para ingresar en los mercados internacionales y la plataforma para lograr en el futuro una mayor expansión internacional. Se suele decir que la exportación indirecta es la modalidad menos arriesgada de entrada en los mercados internacionales, ya que permite a las pymes acceder a esos mercados sin tener que financiar los costos iniciales (incluidos los costos "a fondo perdido", es decir, los costos que ya no se pueden recuperar una vez efectuados) asociados a la búsqueda de nuevos clientes y la negociación de contratos. Los intermediarios de exportación u otras empresas que realizan operaciones de venta y/o prestan servicios en mercados extranjeros en nombre de las pymes poseen conocimientos sobre el mercado y aptitudes de negociación que permiten agrupar y diversificar los riesgos comerciales y reducir los costos de búsqueda y asociación que conllevan las transacciones de exportación.

La exportación se percibe como menos arriesgada que las estrategias de internacionalización basadas en contratos o inversiones, ya que requiere menos recursos de la empresa, entraña menos riesgos financieros y comerciales, y ofrece mayor flexibilidad y margen de maniobra a la dirección (Lages y Montgomery, 2005). En la práctica, algunas pymes exportan directa e indirectamente, lo que pone de relieve que ambos modos de entrada a los mercados extranjeros pueden ser complementarios (Nguyen *et al.*, 2012).

Otras formas de internacionalización, como los contratos no accionariales y las IED, entrañan mayores costos fijos, que son más difíciles de revertir, en especial para las pymes. Por ello, las pymes que han optado en los últimos años por ampliar sus actividades de investigación y desarrollo (I+D), producción y distribución a mercados extranjeros tienden a recurrir a arreglos contractuales, como la externalización y la inversión en participaciones minoritarias, en lugar de la plena propiedad de las filiales extranjeras (Hollenstein, 2005; Nakos y Brouthers, 2002). Dado que las pymes suelen experimentar mayores limitaciones económicas, humanas y de gestión que las grandes empresas y sufren más las consecuencias del aumento de los obstáculos al acceso a los mercados, no debe sorprendernos que la exportación siga siendo la forma de internacionalización más comúnmente adoptada por ellas (Riddle *et al.*, 2007; Westhead, 2008). Por ejemplo, menos del 3% de las pymes ubicadas en la Unión Europea tiene una filial en el extranjero, porcentaje muy inferior al de las pymes que exportan dentro y fuera de la Unión Europea (Comisión Europea, 2014a).

La disponibilidad de datos sobre el comercio internacional por tamaños de las empresas es limitada en muchos aspectos. En la mayoría de los casos, los investigadores deben basarse en una mezcla de resultados de encuestas de empresas y datos administrativos, con todas las limitaciones que supone el uso de distintas fuentes de datos (por ejemplo, no todos los países están abarcados, no se utiliza la misma definición de pyme en todos los conjuntos de datos, hay diferencias en las normas de presentación de informes entre los países, los datos no siempre son recientes, etc.). También es posible que no se pueda disponer de datos detallados a nivel de empresa por motivos de confidencialidad. Los principales conjuntos de datos utilizados en esta sección del informe son la base de datos Comercio por características de la empresa (*Trade by Enterprise Characteristics (TEC)*), de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), que abarca mayoritariamente las economías desarrolladas,² y las Encuestas de Empresas del Banco Mundial, que aportan información detallada sobre varias economías

en desarrollo.³ Cuando es necesario, estas fuentes de datos se complementan con otras, como estudios sobre las pymes, estadísticas nacionales e informes del sector privado.

En la presente sección llegamos a varias conclusiones. En ella observamos que la participación de las pymes en el comercio internacional varía considerablemente en función del país, la región geográfica, el sector y el tamaño de la empresa, tanto en las economías desarrolladas como en desarrollo. En los países desarrollados, la participación de las mipymes en las exportaciones y las importaciones es relativamente pequeña en comparación con la de las grandes empresas, pero la participación en el comercio de las empresas medianas es mayor que la de las microempresas o las pequeñas empresas. Solo una parte relativamente pequeña de las pymes de las economías en desarrollo se dedica a la exportación, directa o indirecta, a diferencia de las empresas grandes. La participación de las pymes de los países en desarrollo en las cadenas de valor mundiales es especialmente baja en algunas regiones, y las empresas con menos empleados de las regiones en desarrollo también tardan más en acceder a los mercados internacionales que las grandes empresas.

A pesar de estas desventajas, las nuevas tecnologías están generando nuevas oportunidades comerciales para las empresas más pequeñas, lo mismo en los países desarrollados que en los países en desarrollo. A diferencia de las pymes tradicionales, un porcentaje muy elevado de las pymes que operan a través de Internet participa en el comercio internacional, lo que parece indicar que el aumento del acceso de las pymes a las plataformas en línea podría incrementar las exportaciones de las empresas más pequeñas, en particular en las economías en desarrollo donde el acceso a Internet está menos generalizado que en los países desarrollados.

Por último, los datos disponibles sobre las pymes y el comercio son insuficientes para responder a muchas preguntas pendientes, en especial las que se refieren al grado de participación indirecta de las pymes en el comercio y su papel en las cadenas de valor mundiales.

1. Participación de las pymes en el comercio directo

Las “exportaciones directas” se dan cuando una empresa vende bienes o servicios directamente a los clientes de otro país. Al no haber intermediarios, una importante ventaja de este tipo de exportación es que la empresa exportadora mantiene contacto directo con sus

consumidores, y llega a conocer mejor sus necesidades, lo que genera nuevas oportunidades comerciales. Además, las exportaciones directas ofrecen a las empresas una mayor protección de sus marcas o patentes en el caso de los productos innovadores.

Las pymes pueden exportar directamente si cuentan con medios suficientes para llegar a los consumidores extranjeros o los socios en las cadenas de valor mundiales ubicados en el extranjero. Sin embargo, les puede resultar difícil movilizar todos los recursos humanos y financieros necesarios para desarrollar sus actividades de comercio internacional. En consecuencia, las pymes pueden tener dificultades para exportar, especialmente en las economías en desarrollo.

En esta subsección se ofrece información sobre la participación directa de las pymes en el comercio internacional por tamaños de empresas, sectores y, en el caso de las economías desarrolladas y si es posible, por países y regiones asociados.

Como se señala en la subsección A.1, no hay una definición universalmente aceptada de las categorías de empresas por su tamaño. Por defecto, en el presente informe se denomina “microempresas” a las empresas con menos de 10 empleados, “pequeñas” empresas a las empresas que tienen entre 10 y 49 empleados, “medianas” empresas a las empresas que tienen entre 50 y 249 empleados y “grandes” empresas a las empresas con 250 o más empleados. Estas categorías por tamaños corresponden a las utilizadas en la base de datos TEC de la OCDE, pero en otros contextos se utilizarán categorías distintas en función de las definiciones que se hayan utilizado en determinadas bases de datos o estudios. Por ejemplo, las categorías antes mencionadas difieren de las empleadas por el Banco Mundial en sus Encuestas de Empresas, que excluyen de su definición de pyme las empresas con menos de 5 empleados y con 100 o más empleados. En los estudios y las estadísticas sobre las pymes se utilizan también otras definiciones, pero en casi todas ellas se incluyen las empresas con menos de 500 empleados. En consecuencia, el lector debe tener presente que el término “pyme” puede referirse a empresas de distintos tamaños en distintos contextos. El término “mipymes”, que se refiere a las “microempresas y pequeñas y medianas empresas”, también se utiliza en esta sección y en otras secciones del presente informe cuando en los totales se han podido incluir también las microempresas.

La base de datos TEC ofrece un desglose de las exportaciones e importaciones por sectores económicos y por países/regiones asociados. Los valores del comercio en la base de datos TEC se

registran en dólares corrientes de los Estados Unidos, lo que facilita la agregación, pero los países abarcados son mayoritariamente economías desarrolladas. Una notable excepción es Turquía, que se suele clasificar como economía emergente/en desarrollo, pero a veces es considerado como país desarrollado por su condición de miembro de la OCDE.

Las Encuestas de Empresas del Banco Mundial ofrecen información detallada por sectores y tamaños de empresas sobre una amplia gama de países en desarrollo, pero los datos adolecen de algunas de las deficiencias típicas de las encuestas, como respuestas incompletas de los encuestados. Otra limitación de las Encuestas de Empresas es que los valores del comercio están en la moneda nacional y se refieren al ejercicio económico anterior al año en que se llevó a cabo la encuesta. La conversión a dólares con fines de agregación no es una tarea sencilla, pero se ha llevado a cabo para hacer estimaciones globales sobre los países menos adelantados (PMA) y otras regiones en desarrollo.

Dadas las diferencias que hay en la cobertura y las fuentes de los datos, actualmente no es posible comparar la participación de las pymes entre economías desarrolladas y economías en desarrollo.

(a) Participación directa de las pymes y las mipymes en el comercio de los países desarrollados

A pesar de que las mipymes constituyen la inmensa mayoría de las empresas de las economías desarrolladas (el 98% de las empresas industriales de los países de la OCDE, según la base de datos TEC), sus exportaciones directas normalmente representan menos de la mitad del valor de las exportaciones brutas. Esta situación se refleja en el gráfico B.1, que muestra la participación de las pymes (es decir, excluidas las microempresas con menos de 10 empleados) y las mipymes (es decir, incluidas las microempresas) que comercian con las economías de la OCDE. La participación de las pymes en el comercio era inferior al 50% en todos los países para las exportaciones, y en todos menos uno para las importaciones. Si se incluyen las microempresas (entre cero y nueve empleados), la participación de las mipymes aumenta en algunos casos a más del 50% para las exportaciones, pero en la mayoría de los países sigue siendo inferior al 50%.

(i) Comercio directo por tamaños de las empresas

La participación de las mipymes en las exportaciones supera con creces el 50% en un número reducido de

países, como Estonia (69%), Turquía (63%), Chipre (61%) e Irlanda (57%). Con la salvedad de Turquía, todos los países con mayor participación de las pymes en los valores de exportación son miembros de la Unión Europea. En cambio, la participación de los países que no forman parte de la Unión Europea, como el Canadá (29%) y los Estados Unidos (28%), es considerablemente inferior (véase el gráfico B.1).

La participación de las mipymes en las importaciones brutas tiende a ser algo mayor que su participación en las exportaciones, y los valores más altos corresponden a países pequeños, como Estonia (78%), Chipre (75%), Malta (74%) y Letonia (63%). Sin embargo, estas empresas siguen representando menos de la mitad del valor de las importaciones en los países desarrollados más grandes, como Alemania (28%) y los Estados Unidos (26%).

En conjunto, la participación de las mipymes en las exportaciones totales de los países desarrollados fue del 34% en 2013 (base de datos TEC). En el caso de las importaciones, la participación fue del 38%. En esos datos está incluida Turquía, que normalmente se clasifica como economía en desarrollo, pero es miembro de la OCDE.

A pesar de que la participación de las pymes en las exportaciones e importaciones (medidas en valor) de los países desarrollados es relativamente reducida, las mipymes (y en especial las microempresas) constituyen la gran mayoría de las empresas comerciales en la mayor parte de las economías desarrolladas. Esa distribución se puede apreciar en el gráfico B.2, que muestra el porcentaje de las empresas exportadoras e importadoras que son mipymes en determinadas economías desarrolladas, por tamaños de las empresas, en 2013 o el año más reciente. La proporción de las mipymes es más baja en los países con un gran número de empresas de tamaño desconocido (por ejemplo, Alemania, Bélgica y la República Checa). Sin embargo, las mipymes representan hasta el 99% de las empresas exportadoras e importadoras en los Países Bajos y más del 95% en Suecia. Estas proporciones son considerablemente más bajas (del 8% al 48%) si se excluye a las microempresas (0-9 empleados). En cambio, las pequeñas empresas (10-249 empleados) representan más de la mitad de las empresas exportadoras e importadoras en la mayoría de los países incluidos en la base de datos TEC. En total, la proporción de mipymes fue del 78% entre las empresas exportadoras y del 76% entre las importadoras en 2013 (o el año más reciente).

En la base de datos TEC de la OCDE, tal vez las pequeñas empresas sean más representativas de las pymes que las microempresas o las medianas

Gráfico B.1: Participación de las pymes y las mipymes en el valor en dólares de las exportaciones e importaciones de determinados países desarrollados, 2013 o el año más reciente (porcentaje)



Nota: Los datos correspondientes a Bulgaria, Canadá, Eslovenia, Irlanda, Rumanía y Turquía se refieren a 2012; en el caso de Luxemburgo, los datos se refieren a 2011.

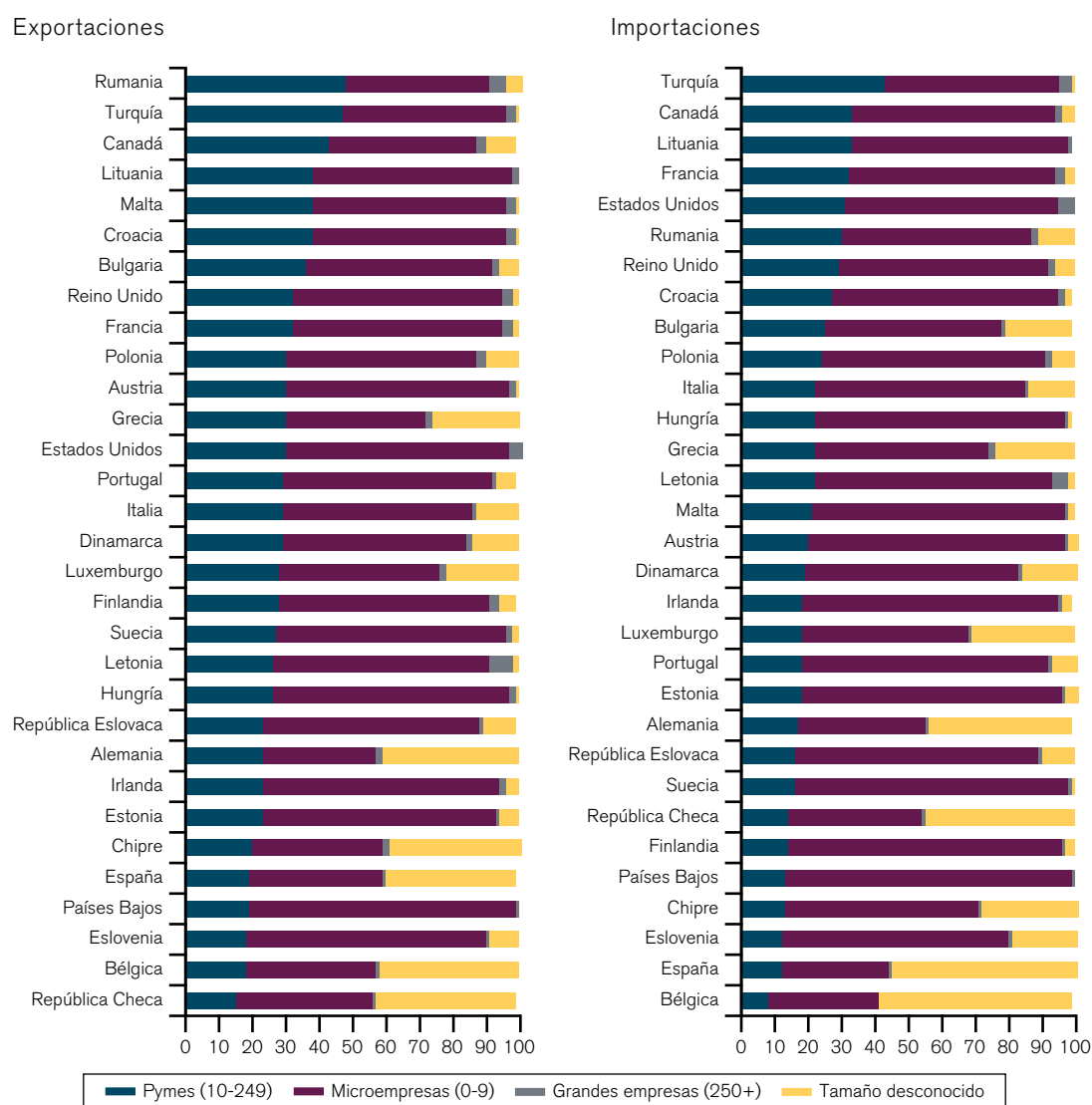
Fuente: Base de datos TEC de la OCDE.

empresas, ya que las primeras frecuentemente operan en sectores no comercializables mientras que las últimas se suelen parecer más a las grandes empresas. Eso es especialmente válido cuando se comparan los datos de la TEC con las Encuestas de Empresas del Banco Mundial, en las que las entidades de más de 100 empleados se clasifican como grandes empresas. Si nos fijamos exclusivamente en las pequeñas empresas, vemos que su participación global en las exportaciones (9%) es considerablemente inferior a su proporción en el total de empresas exportadoras (21%). Asimismo, su participación en las importaciones (11%) es inferior a su proporción en el total de las

empresas importadoras (16%), pero esa diferencia no es tan grande. En cambio, las medianas empresas representan una fracción del comercio internacional (15% de las exportaciones e importaciones) mayor de lo que sus cifras parecen indicar (7% de las empresas que exportan y 5% de las que importan).

Si nos fijamos exclusivamente en las empresas industriales, podremos ver una asociación positiva entre el tamaño de las pymes y la participación en el comercio internacional. Es lo que se muestra en el gráfico B.3 en relación con los países desarrollados de la OCDE. La pequeña proporción

Gráfico B.2: Porcentaje de empresas exportadoras e importadoras que son pymes en determinadas economías desarrolladas, por tamaños de las empresas, en 2013 o el año más reciente (porcentaje)



Nota: Los datos correspondientes a Bulgaria, Canadá, Eslovenia, Irlanda, Rumania y Turquía se refieren a 2012; en el caso de Luxemburgo, los datos se refieren a 2011.

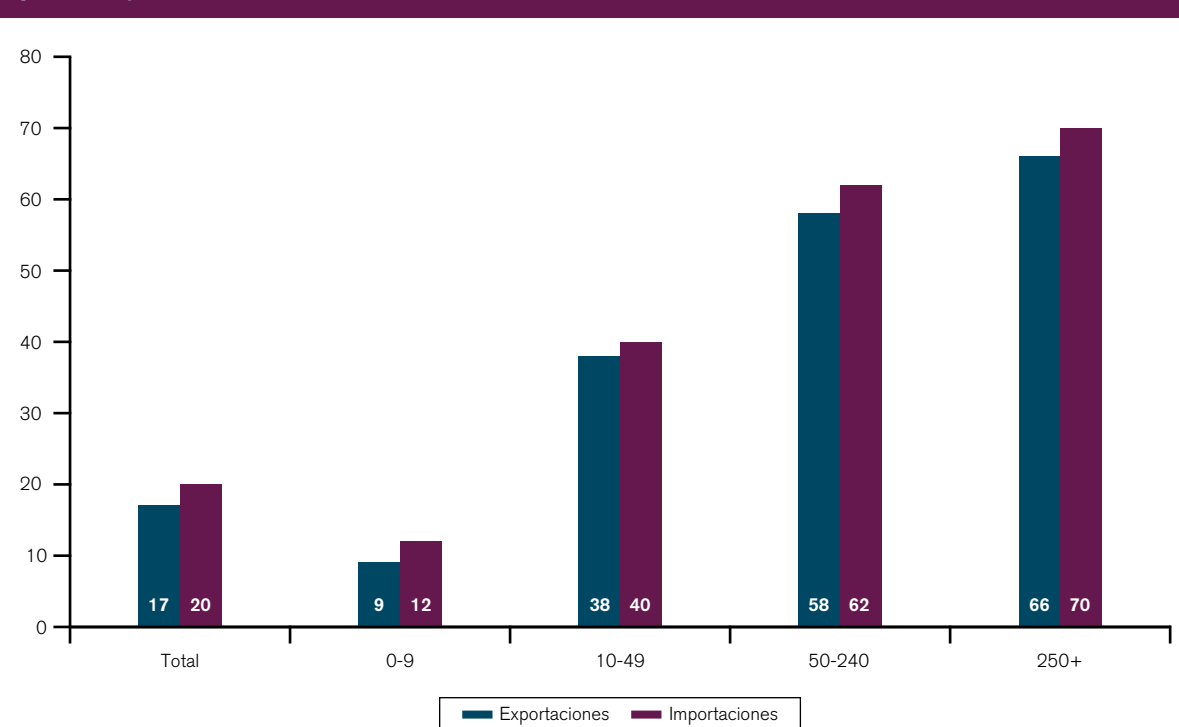
Fuente: Base de datos TEC de la OCDE.

de microempresas con menos de diez empleados (9% en el caso de la exportación y 12% en el de la importación) ha arrastrado a la baja la media de todas las categorías de tamaños debido al gran número de microempresas que hay en las economías de la OCDE. Todas las demás categorías de tamaños de empresas (pequeñas, medianas y grandes) tienen una proporción de empresas que participan en el comercio internacional superior a la media, del 38% al 66% en el caso de las exportaciones y del 40% al 70% en el de las importaciones. En concreto, las tasas de

participación en la exportación y la importación de las medianas empresas se acercan a las de las grandes empresas, mientras que las tasas de participación de las microempresas y las pequeñas empresas son considerablemente inferiores.

En resumen, la participación de las pymes y las mipymes en los flujos comerciales de los países desarrollados de la OCDE es por lo general baja, pero hay bastante heterogeneidad entre las distintas categorías de tamaños de empresas. En particular,

Gráfico B.3: Porcentaje de empresas industriales que exportan e importan, por tamaños de las empresas, 2013 o año más reciente (porcentaje)



Nota: Los datos correspondientes al Canadá e Irlanda se refieren a 2012. Se excluye a Turquía por falta de datos.

Fuente: Base de datos TEC de la OCDE.

las tasas de participación en la exportación y la importación de las medianas empresas son bastante elevadas, y se acercan a las de las grandes empresas.

(ii) Comercio directo de las mipymes, por sectores y socios

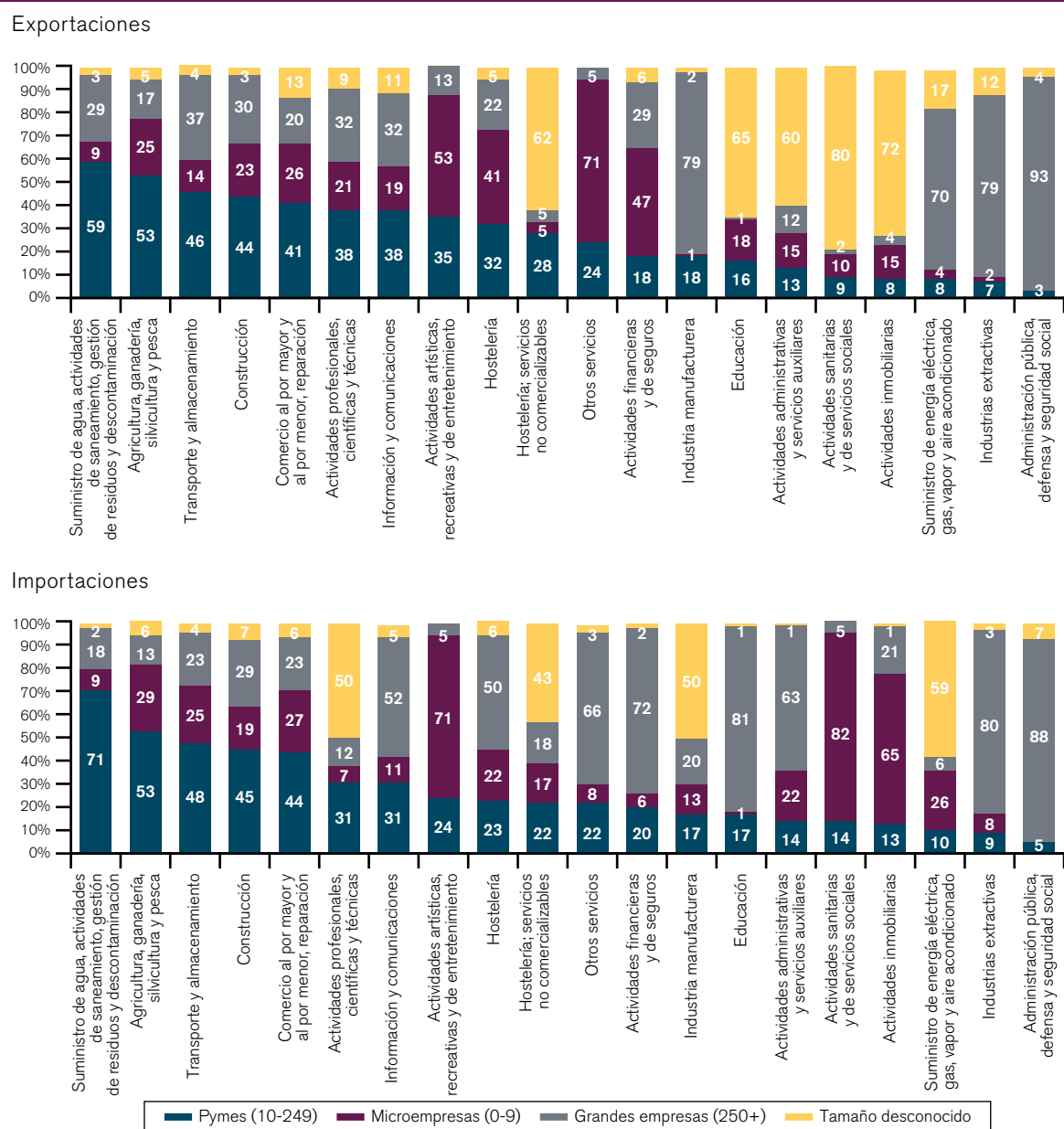
En el gráfico B.4 se muestra el valor en dólares de los flujos comerciales por tamaños de las empresas y socios en 2012, el año más reciente para el cual la base de datos TEC dispone de un desglose por sectores completo para un número suficiente de países. Las microempresas parecen representar la mayor parte de las exportaciones en determinadas categorías de servicios, por ejemplo de alojamiento, arte/entretenimiento/ocio y otras actividades de servicios, mientras que las grandes empresas predominan en sectores como el manufacturero y el de la explotación de minas y canteras. En cuanto a las importaciones, las microempresas predominan en los sectores de servicios, como los de atención de salud, mientras que la gran mayoría de las importaciones de servicios financieros corresponde a grandes empresas. No parece que haya una relación sistemática entre los sectores económicos y el tamaño de las empresas, aparte del hecho de que los sectores más intensivos en capital (minería, manufacturas, electricidad y

suministro de gas) tienden a estar dominados por grandes empresas. En términos agregados, parece que la mayoría de las exportaciones e importaciones de las mipymes de los países desarrollados son de hecho servicios, con un 68% en el caso de las exportaciones y un 83% en el de las importaciones (véase el gráfico B.5, que también se refiere a 2012).

Cabe destacar dos conclusiones en relación con el comercio de servicios de las pymes. En primer lugar, las pymes que comienzan a exportar suelen persistir en este comportamiento, es decir, tienen una alta tasa de supervivencia siempre y cuando sigan exportando. En segundo lugar, aunque en el comercio participa una fracción menor de las pymes que en el caso de las grandes empresas, las que sí comercian destinan una mayor proporción de sus ventas a los mercados extranjeros que las grandes empresas. Estas conclusiones de Lejárraga *et. al.* (2014) podrían tener importantes repercusiones de política en cuanto a la eficacia del apoyo que se presta a las pymes para que accedan a los mercados internacionales.

La inmensa mayoría de las exportaciones de las mipymes de los países desarrollados se destinan a otras economías desarrolladas, y la mayoría de las importaciones de las mipymes también son

Gráfico B.4: Valores del comercio por sectores, exportaciones e importaciones, 2012 (porcentaje)



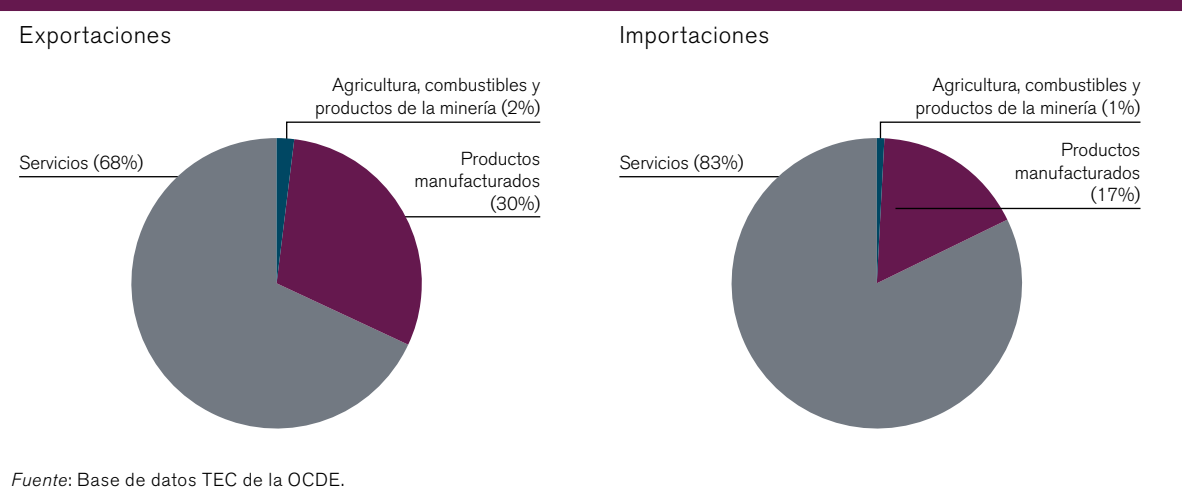
Fuente: Base de datos TEC de la OCDE.

originarias de economías desarrolladas. China es la excepción más importante, y representa el 2,3% de las exportaciones de los países desarrollados y el 7% de las importaciones. Esto se muestra en el gráfico B.6 correspondiente a 2012, el año más reciente con datos suficientemente detallados por socios. Es posible que la proporción de los países desarrollados como interlocutores de las mipymes esté sobrerrepresentada debido a que en el gráfico se incluye el comercio interno de la Unión Europea. En el gráfico B.7 se muestra otra perspectiva, al mostrar los mismos datos

pero excluyendo el comercio entre los miembros de la Unión Europea. En este caso, la proporción de China en las exportaciones e importaciones de las pymes de los países desarrollados aumenta sustancialmente, al 7% y al 22%, respectivamente, así como la proporción de otros mercados emergentes, como la Federación de Rusia, la India y Turquía.

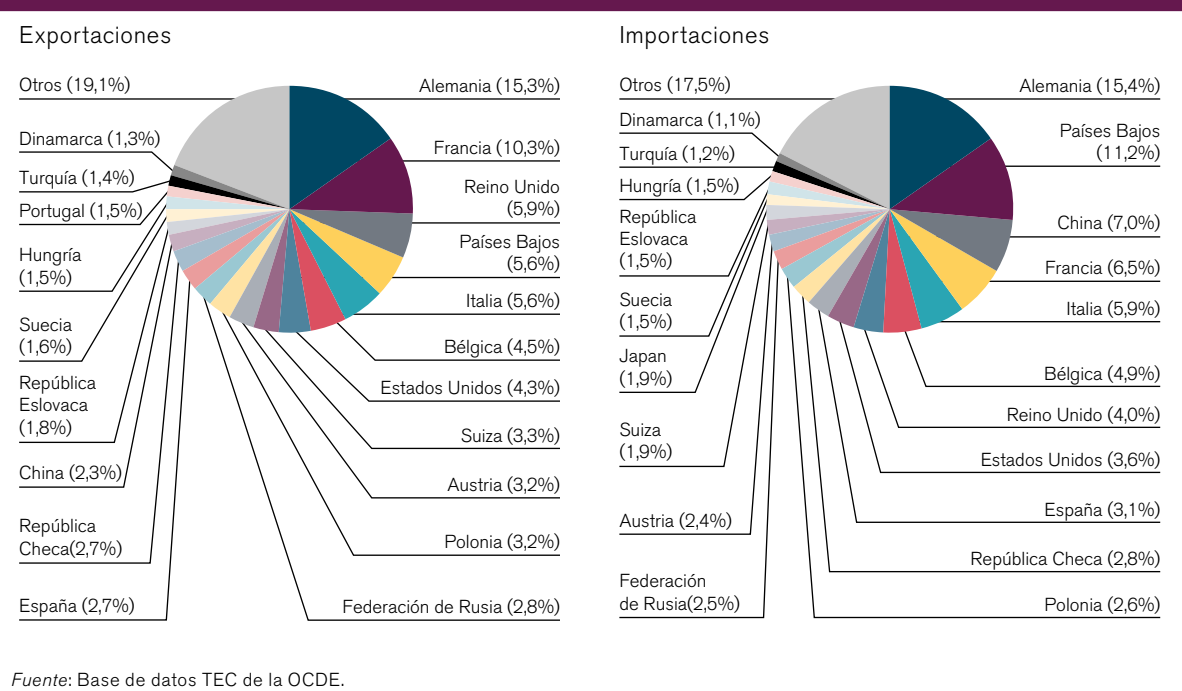
Una conclusión que se puede sacar de los gráficos anteriores es que las mipymes de los países desarrollados, y especialmente las microempresas,

Gráfico B.5: Exportaciones e importaciones de las mipymes, por categorías generales de productos, 2012 (porcentaje)



B. LAS PYMES EN
EL COMERCIO
INTERNACIONAL:
HECHOS ESTILIZADOS

Gráfico B.6: Exportaciones e importaciones de las pymes de los países desarrollados, por países asociados, 2012 (porcentaje)



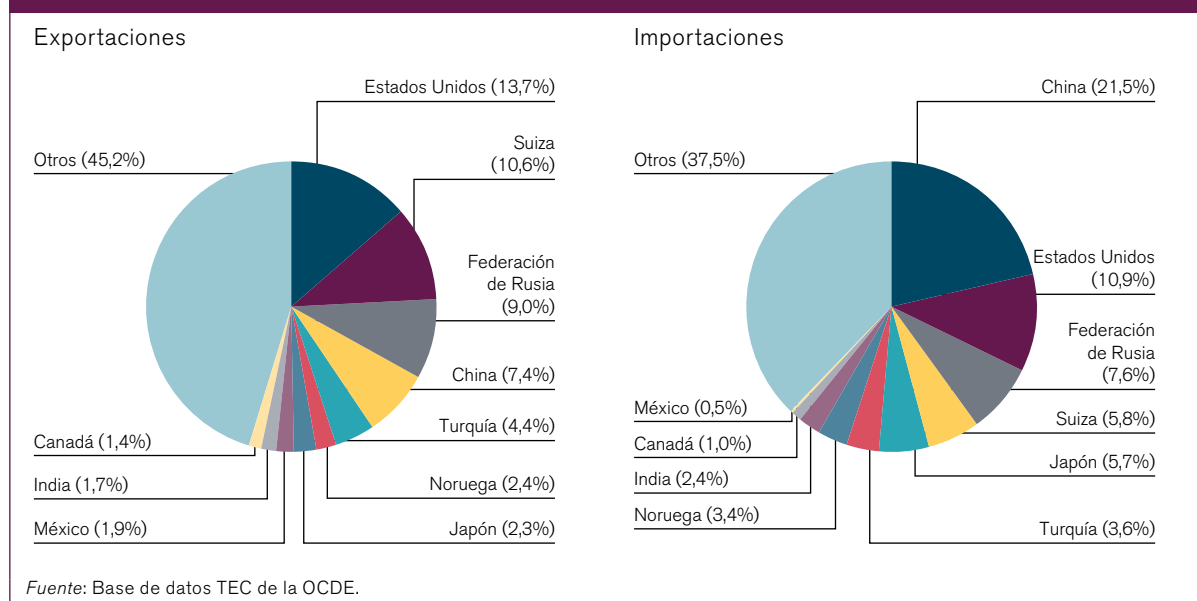
tienen más dificultades para reducir la brecha comercial que las separa de los socios comerciales distantes o desiguales.

(b) Participación directa de las pymes en el comercio de los países en desarrollo

Como se señala en la sección A, las pymes desempeñan un importante papel en el desarrollo económico y

social, sobre todo en los países más pobres y los PMA. Según los cálculos de la OMC, basados en los datos de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial, de las más de 15.500 empresas manufactureras y de servicios de 41 PMA, el 88% eran pymes (el 59% eran pequeñas empresas que empleaban a menos de 20 personas y el 29% eran medianas empresas que tenían entre 20 y 99 empleados). En general, su participación directa en el comercio internacional es

Gráfico B.7: Exportaciones e importaciones de las pymes de los países desarrollados por países asociados (excluido el comercio interno de la UE), 2012 (porcentaje)



baja. Según las estimaciones de la OMC, basadas en los datos de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial correspondientes a más de 25.000 pymes de la industria manufacturera de economías en desarrollo, las exportaciones directas de las pymes representan en promedio solo el 7,6% del total de las ventas de productos manufacturados.⁴ En cambio, las grandes empresas manufactureras (con más de 100 empleados) exportaron directamente el 14,1% de sus ventas totales.

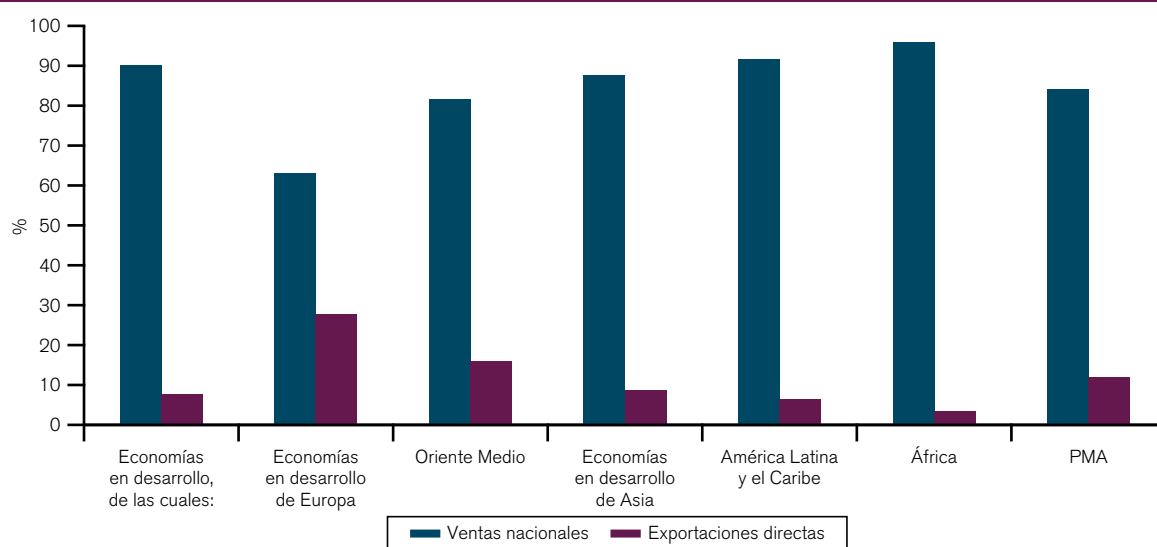
La participación de las pymes en la exportación directa varía considerablemente de una región en desarrollo a otra. La mayor participación se registró en las economías en desarrollo de Europa, donde esas exportaciones representaron alrededor del 28% de las ventas totales de las pymes, y en Oriente Medio (16%). Esas proporciones son mucho más elevadas que las correspondientes a las pymes de las economías en desarrollo de Asia (8,7%). Las pymes africanas exportaron directamente solo el 3% de sus ventas totales (véase el gráfico B.8). Como se ha indicado antes, las Encuestas de Empresas del Banco Mundial excluyen las microempresas (empresas que tienen entre cero y cuatro empleados). Sin embargo, el Banco Mundial ha recopilado datos sobre microempresas en determinados países en desarrollo. Sobre la base de esos datos, el recuadro B.1 muestra que en los PMA la participación directa en el comercio de las microempresas con menos de cinco empleados es insignificante.

Un análisis sectorial revela que, en las economías en desarrollo, la menor participación de las pymes

en las exportaciones directas en comparación con las grandes empresas afecta a todos los sectores manufactureros, con la excepción de la industria de la fabricación de muebles de madera, así como los sectores de la edición y la imprenta (véase el gráfico B.9). Cabe señalar que, en ambos casos, esa mayor proporción se debe predominantemente a las pymes de los PMA (66% y 30%, respectivamente). Un número considerable de medianas empresas de varios PMA, como Bhután, Mozambique, Myanmar, Tanzania, Uganda y Zambia, exportaban directamente sofás, camas, sillas, mesas y otros artículos de madera. Las pymes no participaban activamente en la exportación directa de textiles y prendas de vestir. A menudo, su proporción de exportaciones directas era inferior al 5%, muy por debajo de los altos porcentajes comunicados por las grandes empresas. Otro ejemplo es la fabricación de equipo de oficina y productos electrónicos, en cuyo caso las grandes empresas de las economías en desarrollo exportaban directamente, en promedio, alrededor del 43% de sus ventas totales (en comparación con el 4% de las pymes).

La participación de las pymes de las economías en desarrollo en las exportaciones directas de servicios fue insignificante, inferior al 1% de las ventas totales de servicios, en comparación con el 32% de las grandes empresas. La diferencia con los resultados de las grandes empresas de servicios es llamativa, y va del 16% en los PMA hasta el 40% en el caso de las grandes empresas ubicadas en otras economías en desarrollo (véase el gráfico B.10).

Gráfico B.8: Proporción de las exportaciones directas en las ventas totales de las pymes del sector manufacturero, por regiones en desarrollo, y en los PMA (porcentaje de las ventas totales)



Nota: No se incluye la proporción de las exportaciones indirectas de las pymes. Las economías en desarrollo de Europa son Albania, Bosnia y Herzegovina, Montenegro, Serbia, la ex República Yugoslava de Macedonia y Turquía; las economías en desarrollo de Asia son todos los miembros de la región de Asia de la OMC menos Australia, el Japón y Nueva Zelanda; la región de América Latina y el Caribe comprende todos los miembros de la región de América del Sur y Central y del Caribe de la OMC más México (véase el documento WT/COMTD/W/212). Las economías en desarrollo y los PMA se definen en las Notas técnicas y en OMC (2016).

Fuente: Estimaciones de la OMC sobre la base de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial.

Recuadro B.1: Participación de las microempresas de determinados PMA en las exportaciones

Los datos de las recientes encuestas de microempresas del Banco Mundial en determinados PMA confirman la marginalización de las microempresas (es decir, las empresas con menos de cinco empleados) en el comercio internacional. Esas empresas participaban en distintos sectores de la economía, como la fabricación de alimentos, el comercio al por menor y al por mayor y la industria de los productos de cuero, así como los restaurantes y los servicios de tecnología de la información. En 2013, de las 412 microempresas encuestadas en la República Democrática del Congo, solo el 6% se dedicaba a exportar. La proporción de las microempresas exportadoras, tanto de manufacturas como de servicios, en Bhután y Etiopía era incluso menor, equivalente al 3% del total. Por último, en Myanmar, menos del 1% de las 430 microempresas encuestadas exportaba sus productos a otros países.

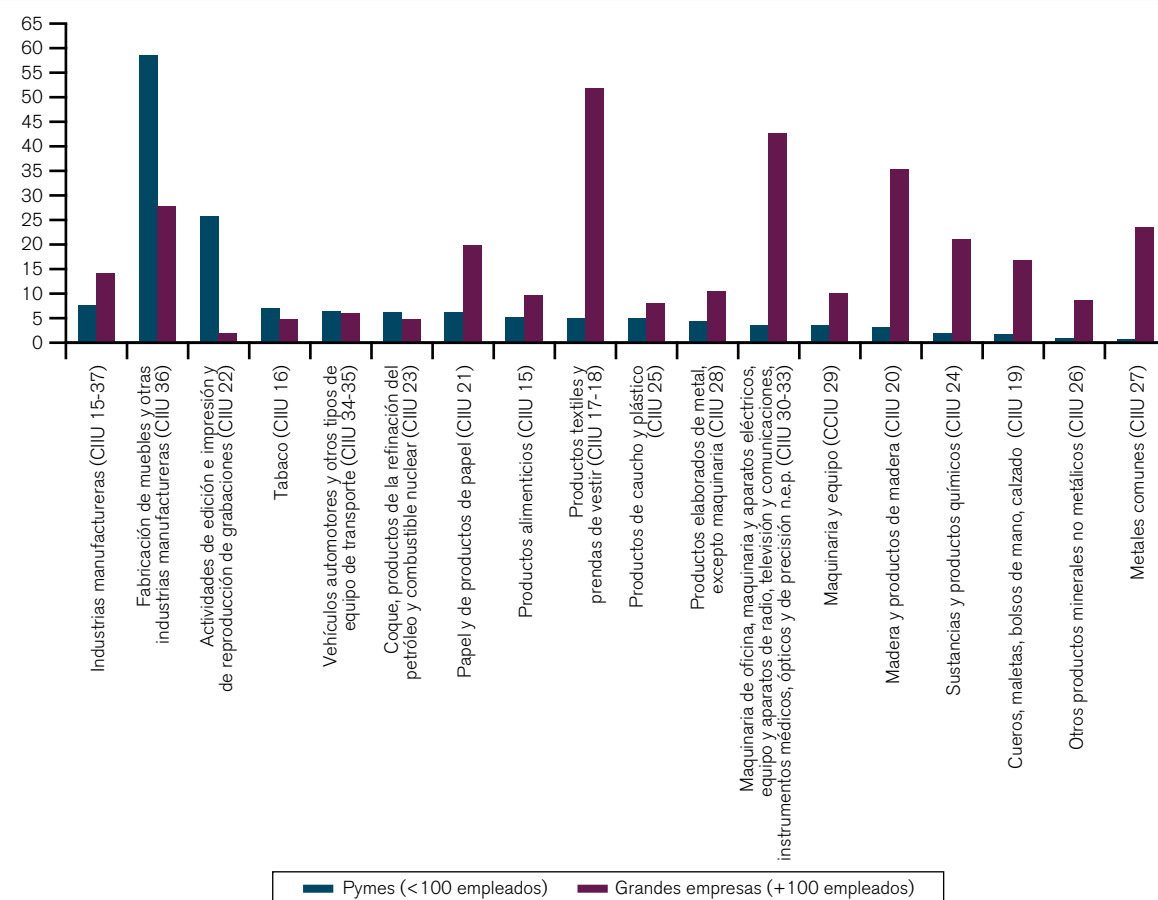
Las microempresas eran jóvenes, puesto que habían iniciado sus operaciones entre 2004 y 2005, y varias de ellas eran propiedad de mujeres que habían completado por lo menos la enseñanza secundaria. En Myanmar, la mitad de los propietarios tenía un título universitario; en Etiopía, la cuarta parte.

Prácticamente todas las microempresas eran propiedad de nacionales y servían al mercado local o nacional. Muy pocas de esas empresas en cada país tenían un certificado internacional de productos y/o procesos. Si bien varias microempresas utilizaban Internet para llegar a sus clientes o proveedores, eran muy pocas las que tenían su propio sitio Web (desde el 2% en Bhután hasta el 20% en Etiopía).

En el ámbito de los servicios, las pymes de las economías en desarrollo registraron la mayor proporción de exportaciones directas en el transporte (20% de las ventas totales). En el sector de las comunicaciones, que incluye el suministro de acceso a Internet, la contribución fue del 4%, aproximadamente. En el sector hotelero, la proporción de exportaciones

directas de las pymes fue inferior al 1%. En los PMA, prácticamente todas las pymes del sector de la construcción, a menudo controladas por extranjeros, abastecían al mercado nacional. Por último, la participación de las pymes en las exportaciones directas de servicios que requieren alta cualificación fue insignificante. Las actividades relacionadas con la

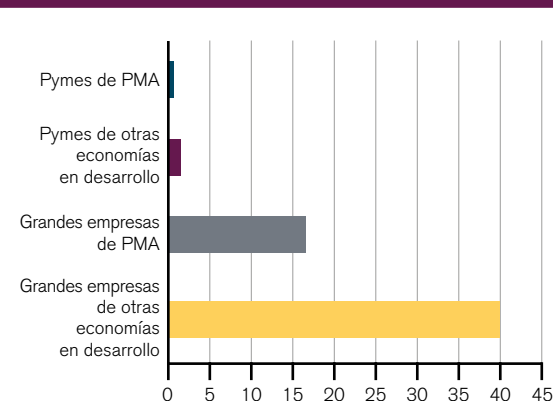
Gráfico B.9: Exportaciones directas por sectores manufactureros y tamaños de las empresas en las economías en desarrollo (porcentaje de las ventas totales)



Nota: Estimaciones de la OMC sobre la base de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Todas las Actividades Económicas (CIIU), Rev. 3.1. La sigla "n.e.p." significa "no especificado en otra parte".

Fuente: Encuestas de Empresas del Banco Mundial.

Gráfico B.10: Proporción de las exportaciones directas de servicios, por tamaños de las empresas y grupos de economías en desarrollo (porcentaje de las ventas totales)



Fuente: Estimaciones de la OMC sobre la base de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial.

informática representaron menos del 1% de sus ventas totales en comparación con el 23% en el caso de las grandes empresas.

2. Participación de las pymes en el comercio indirecto y las cadenas de valor mundiales

En lugar de exportar directamente, las pymes pueden conectarse indirectamente a los mercados mundiales suministrando bienes y servicios a otras empresas nacionales que se dedican a la exportación. Las pymes pueden recurrir a los servicios de intermediarios nacionales, como agentes o distribuidores, para ayudar a comercializar sus productos en otros países y acceder a nuevos mercados. Sin embargo, los bienes y servicios producidos por las pymes también se pueden exportar indirectamente como insumos intermedios, incorporados a los productos que exportan empresas más grandes. Por ejemplo, en el sector manufacturero

las pymes pueden ser contratadas para producir determinadas piezas según las especificaciones de otras empresas, a menudo más grandes, e ingresar así a las cadenas de valor.

En los últimos decenios, los rápidos cambios tecnológicos, unidos a unos medios de transporte más eficientes y menos costosos, han transformado considerablemente la manera en que se producen y venden los bienes y servicios. Gracias a la disminución de los obstáculos al comercio internacional, la producción de bienes y servicios ya no tiene lugar en una sola economía, sino que se ha globalizado, repartándose entre empresas ubicadas en distintos países a lo largo de una cadena. Por comercio en las cadenas de valor mundiales se entiende sobre todo el intercambio de bienes y servicios a lo largo de cadenas de producción y distribución fragmentadas entre varios países. La secuencia de producción se complementa a menudo con una red logística y de distribución en la que los productos intermedios y finales circulan dentro de cada país y de un país a otro hasta llegar al mercado de consumo final. Aunque el comercio en las cadenas de valor mundiales se refiere, en lo esencial, al intercambio de productos y servicios intermedios, en la fase final de la cadena siempre tiene lugar la exportación de productos finales. Sobre la base de los insumos producidos por los proveedores de las primeras etapas de la cadena, la empresa última de la cadena de producción, que puede ser o no su empresa principal, acaba el producto final y lo envía a los distribuidores (mayoristas o minoristas) internacionales o directamente para su consumo en el país importador.

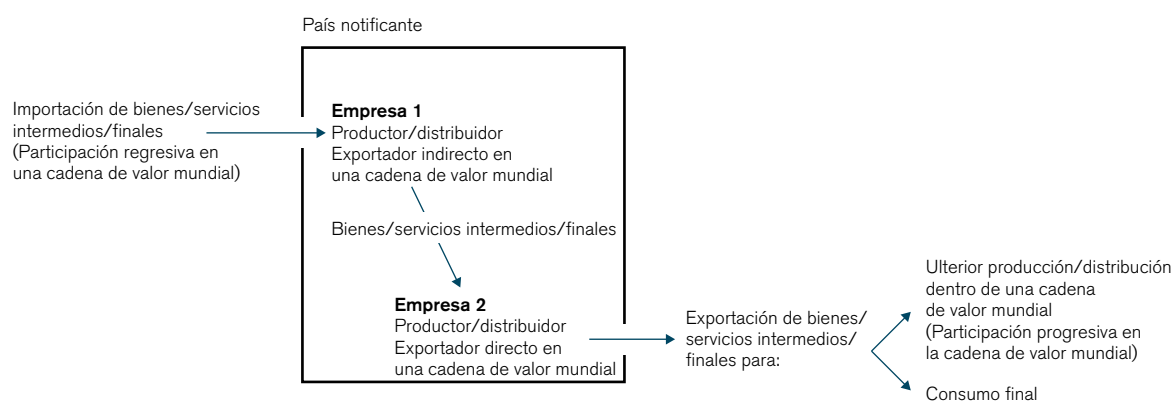
En función de los vínculos que mantengan con sus socios extranjeros, las empresas participan en las cadenas de valor mundiales de dos maneras. Los *vínculos regresivos* se refieren a la importación de insumos de empresas para producir bienes y

servicios intermedios o finales destinados al consumo interno o para su ulterior exportación. Las empresas también pueden importar productos finales para su ulterior distribución a través de redes nacionales o internacionales. Los vínculos regresivos representan el punto de vista del “comprador” o el lado de la demanda en las cadenas de valor mundiales. Los *vínculos progresivos* representan la perspectiva del “vendedor” o de la oferta en la participación en las cadenas de valor mundiales, cuando una empresa exporta bienes o servicios intermedios a través de la cadena de producción internacional o productos finales a los circuitos de distribución.

Es necesario distinguir entre vínculos progresivos directos e indirectos. Una empresa contribuye directamente a una cadena de valor mundial cuando exporta insumos a países asociados a lo largo de la cadena de producción para su ulterior transformación (y consumo interno) o su exportación a través de redes internacionales. Las exportaciones directas de productos finales a través de cadenas de distribución internacionales también forman parte del comercio en las cadenas de valor mundiales.

La participación progresiva indirecta en las cadenas de valor mundiales se refiere principalmente al suministro de bienes y servicios intermedios o finales a empresas nacionales más grandes que se dedican a la exportación a través de redes internacionales. De esta manera, la empresa actúa como un “exportador indirecto” al contribuir a la producción o distribución de los bienes y servicios exportados por otras empresas nacionales. La participación progresiva directa e indirecta en las cadenas de valor mundiales se refiere a la exportación de productos para ulteriores intercambios dentro de las cadenas de producción o distribución. En el gráfico B.11 se ilustran las definiciones anteriores y se muestran los flujos del

Gráfico B.11: Exposición esquemática de los flujos comerciales en las cadenas de valor mundiales



Fuente: Secretaría de la OMC.

comercio nacional e internacional relacionados con las cadenas de valor mundiales.

(a) Exportaciones indirectas y participación de las pymes de países desarrollados en las cadenas de valor mundiales

Hay pocos estudios sobre el papel de las pymes en las exportaciones indirectas. En un informe sobre la participación de las empresas estadounidenses en las cadenas de suministro internacionales, Slaughter (2013) afirmó que, en un año típico, las empresas multinacionales estadounidenses compran a pymes de los Estados Unidos insumos valorados en más de 3.000 millones de dólares EE.UU., lo que equivale al 25% de todas las compras de insumos. Otras estimaciones de la Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos (USITC) (2010) indican que, en 2007, la proporción correspondiente a las pymes en las exportaciones brutas pasó del 28% al 41% al tener en cuenta las exportaciones indirectas. En un estudio similar sobre las pymes canadienses de *Industry Canada* (2011) se elaboraron estimaciones que muestran que el 26% de las empresas manufactureras vendió a otras empresas canadienses insumos que se utilizaron en la producción de bienes finales para la exportación. Sin embargo, las pymes canadienses fueron menos propensas que las grandes empresas a exportar bienes intermedios indirectamente. En concreto, exportaron bienes intermedios indirectamente el 26% de las pequeñas empresas y el 27% de las medianas empresas, en comparación con el 30% de las grandes empresas.

Las encuestas de empresas y otras fuentes de datos oficiales sobre empresas, como las bases de datos Comercio por características de las empresas (*Trade by Enterprise Characteristics*) (TEC), Comercio de servicios por características de las empresas (*Services Trade by Enterprise Characteristics*) (STEC) o Estadísticas estructurales y demográficas sobre empresas (*Structural and Demographic Business Statistics*) (SDBS), aportan información pertinente sobre el comercio de las pymes y otros ámbitos como la producción, el empleo, la productividad o el consumo, pero no contienen necesariamente información que permita conocer la actividad a la que se dedican realmente las pymes que exportan indirectamente o que participan en las cadenas de valor mundiales.

Otra posibilidad es utilizar el enfoque del valor agregado del comercio, que permite desglosar las exportaciones brutas en sus componentes de valor agregado nacional y extranjero y cuantificar el comercio de bienes y servicios intermedios en el seno de las cadenas de valor mundiales. En la actualidad, la base

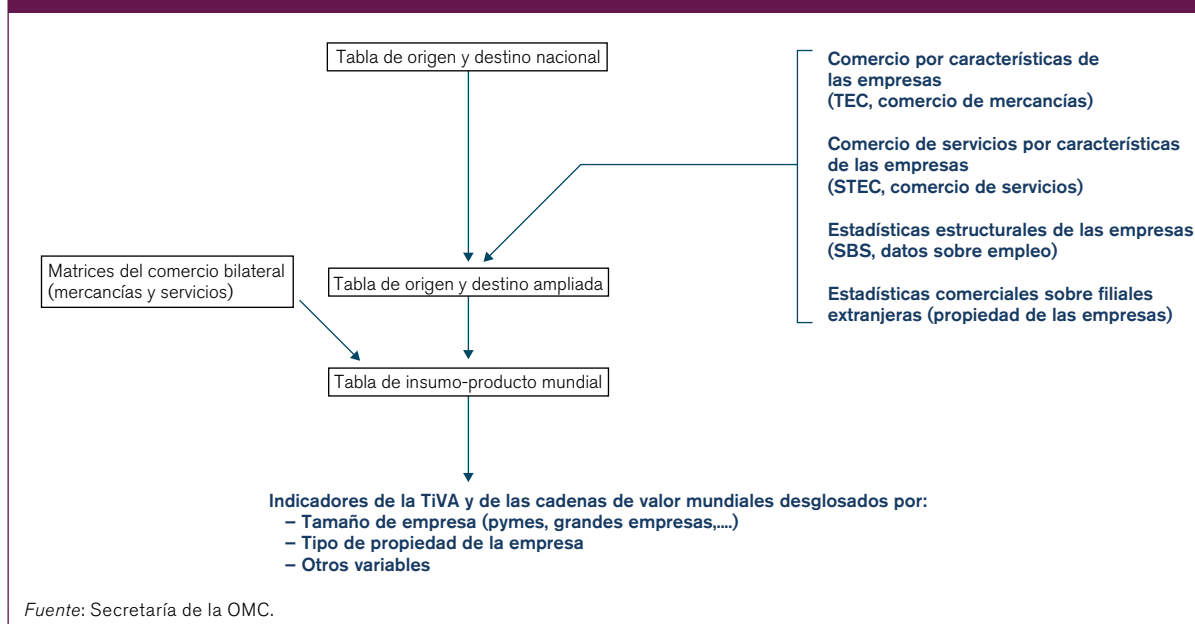
de datos de la OCDE y la OMC sobre el comercio en términos de valor agregado (TiVA) ofrece estimaciones sobre los vínculos regresivos y progresivos en las cadenas de valor mundiales de 61 informantes, 34 sectores industriales y siete años históricos. Por el momento, la tabla de insumo-producto mundial que se utiliza para la TiVA y la participación en las cadenas de valor mundiales se basa en la hipótesis de que tanto las empresas como los sectores son homogéneos, es decir, se supone que todas las empresas de un mismo sector tienen la misma tecnología de producción e importan insumos en la misma proporción, lo cual contrasta con la amplia variedad de las empresas que participan en las cadenas de valor mundiales (pymes, empresas multinacionales, empresas de transformación o filiales de multinacionales).

En 2015, la OCDE estableció un grupo de expertos sobre tablas de origen y destino ampliadas (E-SUT, por sus siglas en inglés) con el fin de investigar maneras de reflejar mejor la heterogeneidad de las empresas en las tablas de origen y destino nacionales que se utilizan para preparar la tabla de insumo-producto mundial de la base de datos TiVA. El principio consiste en combinar las tablas de origen y destino con otras fuentes de datos sobre empresas, como la TEC, la SDBS o las Estadísticas comerciales sobre filiales extranjeras (*Foreign Affiliates Trade Statistics*) (FATS) para obtener tablas de origen y destino ampliadas que permitan una mayor granularidad de las tablas de origen y destino habituales en varios ámbitos (véase OCDE, 2015b). Sobre la base de esos cambios, los indicadores de la TiVA y los indicadores conexos de las cadenas de valor mundiales se desglosarán como sigue:

- Tamaño de empresa (microempresas, pymes, grandes empresas, multinacionales).
- Propiedad (nacional o extranjera, para lo cual se utilizará la base de datos FATS).
- Intensidad de exportación o transformación (empresas que participan o no en la producción mundial).

El gráfico B.12 presenta las diversas fuentes de datos y la secuencia de producción que serán necesarias para elaborar estadísticas sobre el comercio en términos de valor agregado y en el contexto de las cadenas de valor mundiales, por tipos de empresa.

La OCDE llevó a cabo trabajos exploratorios para determinar el tipo de indicadores del comercio en términos de valor agregado que podrían derivarse de las futuras tablas de origen y destino ampliadas. Este ejercicio consistió en vincular las estadísticas

Gráfico B.12: Hacia el comercio en términos de valor agregado y la participación en las cadenas de valor mundiales, por características de las empresas

comerciales nacionales sobre las pymes con las tablas de insumo-producto mundiales preparadas para la iniciativa TiVA de la OCDE y la OMC. Los resultados se presentaron en un informe de la OCDE y del Grupo del Banco Mundial preparado para la reunión de Ministros de Comercio del G-20, celebrada en Estambul el 6 de octubre de 2015 (véase OCDE y Banco Mundial, 2015a).

La contribución de las pymes a las cadenas de valor mundiales se desglosa en función del contenido de valor agregado nacional directo e indirecto de las exportaciones. El enfoque directo mide la contribución de una pyme de un determinado sector de actividad a la producción de bienes y servicios para la exportación. El concepto de exportaciones de valor agregado indirecto corresponde al valor agregado nacional originario de las pymes pertenecientes a las industrias proveedoras de insumos al sector exportador.

En la mayoría de los países de la OCDE abarcados por el informe, las pymes representaron más del 50% del total de las exportaciones de valor agregado nacional en 2009. En términos generales, la contribución directa de las pymes a las exportaciones de valor agregado nacional predomina sobre las exportaciones indirectas. Sin embargo, la proporción entre exportaciones directas e indirectas varía enormemente de un sector a otro. Como se muestra en el gráfico B.13, las exportaciones directas de las pymes del sector del automóvil son insignificantes, mientras que pymes de otros sectores nacionales (manufacturas y servicios) contribuyen mucho más a las exportaciones

de este sector mediante el suministro de componentes o servicios intermedios a los exportadores de vehículos automóviles. Por el contrario, en la mayoría de los países examinados, la contribución directa de las pymes a las exportaciones del sector de los servicios prestados a las empresas a menudo superó el 40% del total de las exportaciones de valor agregado nacional del sector en 2009 (véase el gráfico B.14). En total, si se suman las exportaciones directas de las pymes y los suministros provenientes de otros sectores en las etapas iniciales de la cadena, las pymes acaban siendo los mayores exportadores de servicios para las empresas en muchos países de la OCDE.

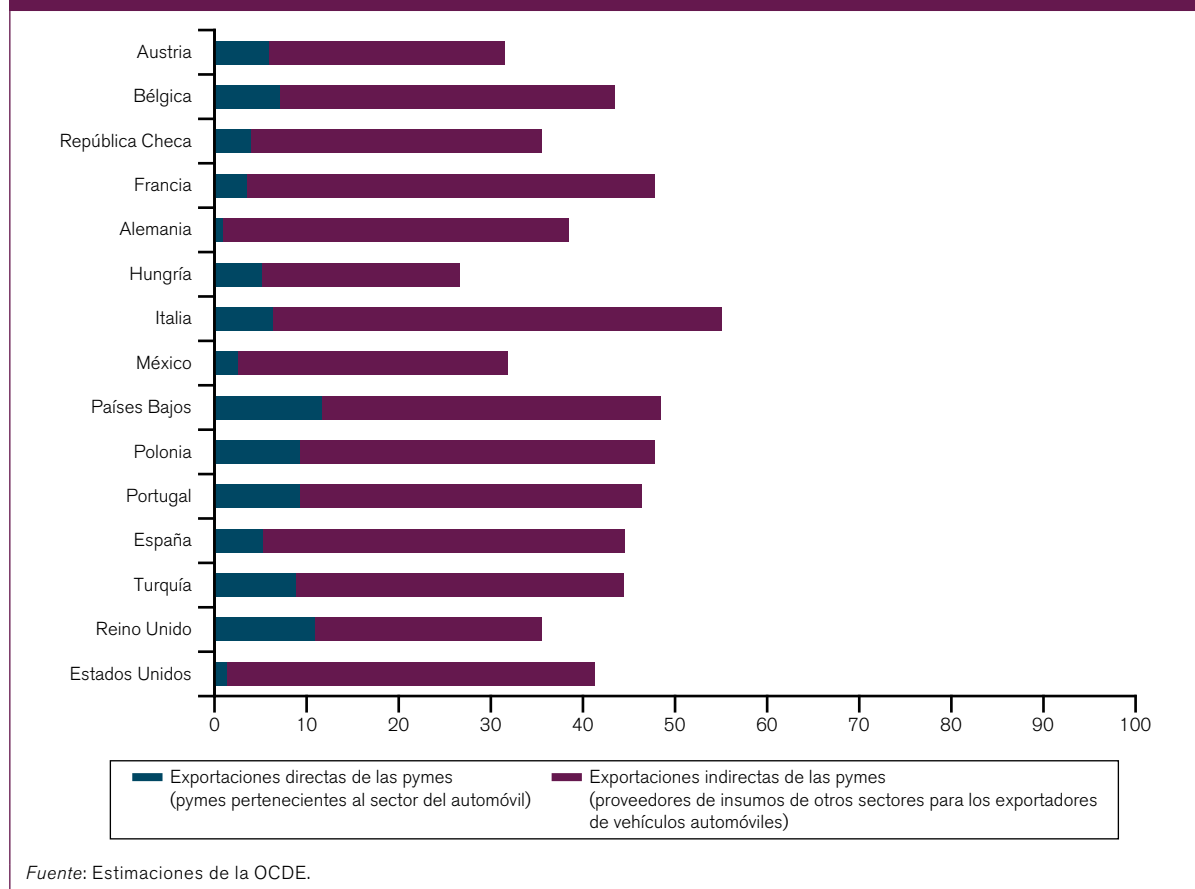
(b) Exportaciones indirectas y participación en las cadenas de valor mundiales de las pymes de las economías en desarrollo

Gracias a las Encuestas de Empresas del Banco Mundial se puede cuantificar el comercio indirecto y la posible actividad de las pymes en las cadenas de valor mundiales. En la presente subsección se analizan los indicadores disponibles para establecer hechos estilizados sobre las pymes de las economías en desarrollo.

(i) Exportaciones indirectas

Según las estimaciones de la OMC, en las economías en desarrollo, las exportaciones indirectas de las pymes (venta de mercancías a través de un tercero

Gráfico B.13: Proporción correspondiente a las pymes del valor agregado nacional total de las exportaciones de vehículos automóviles, 2009 (porcentaje)



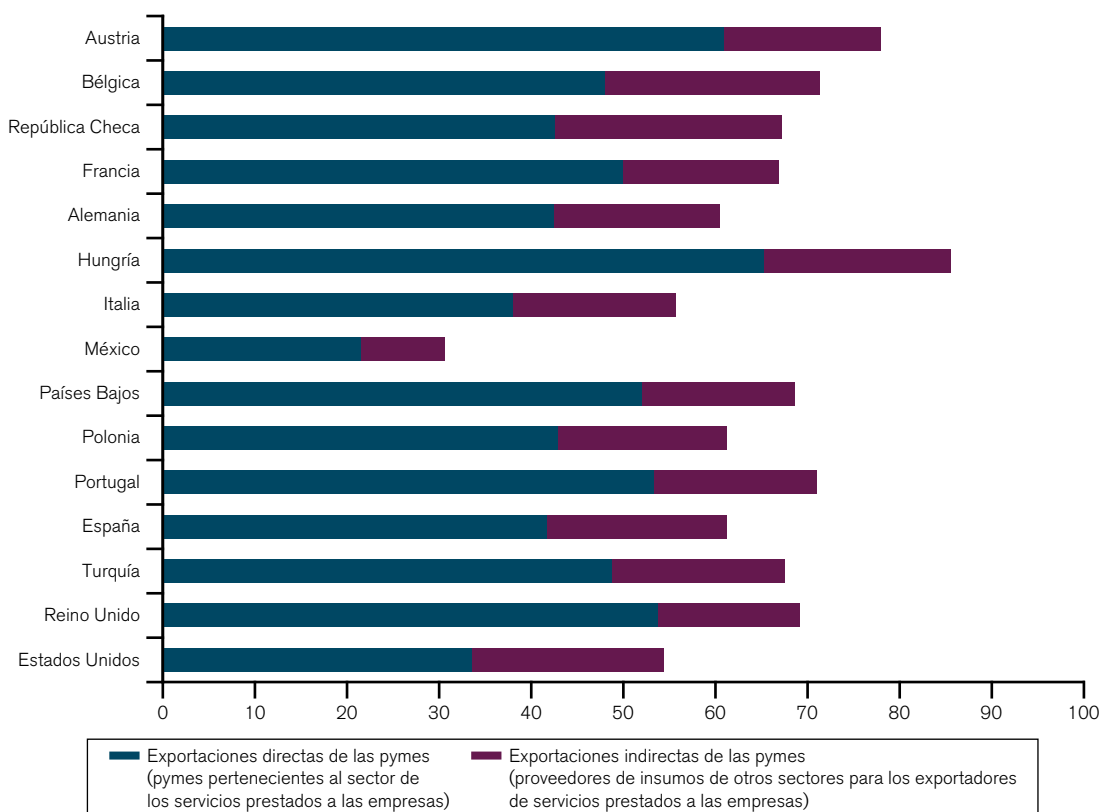
nacional que se dedique a la exportación) del sector manufacturero ascienden, en promedio, al 2,4% de las ventas totales, un nivel tres veces inferior a la proporción calculada para las exportaciones directas. Las exportaciones indirectas representan una proporción mucho mayor de las ventas de las grandes empresas (14,1%), lo que indica que esas empresas pueden adaptarse más fácilmente a los requisitos, como normas y certificaciones, que otras empresas exigen a los productos, o que tienen una red de intermediarios más eficiente (véase el gráfico B.15). En total, se calculó que, en las economías en desarrollo, la participación de las pymes en las exportaciones (directas e indirectas) ascendía solo al 10% de las ventas totales de productos manufacturados, frente al 27% en el caso de las grandes empresas.

Las pymes de las economías en desarrollo de Europa registraron el mayor nivel de participación indirecta en las exportaciones (alrededor del 9,3%), seguidas de las economías en desarrollo de Asia (3,7%) y del Oriente Medio (2,4%), mientras que las pymes africanas, excluidos los PMA, solo exportaron indirectamente el 1% de sus ventas totales (véase el gráfico B.16).

A nivel de productos, las proporciones más elevadas de exportaciones indirectas de las pymes correspondieron a la fabricación de diversos tipos de maquinaria, al sector de la edición y la imprenta, a la fabricación de papel y productos de papel, y a la industria del automóvil, cuya producción internacional está ampliamente organizada. En todos estos sectores, la proporción de las exportaciones indirectas en las ventas totales de las pymes superó con creces a la de las grandes empresas (véase el gráfico B.17). En cambio, las grandes empresas parecían optar en mayor medida por la fabricación de textiles y prendas de vestir, equipo de oficina y productos electrónicos, tabaco, vidrio y productos de cerámica y, especialmente en el caso de los PMA, productos de cuero y calzado.

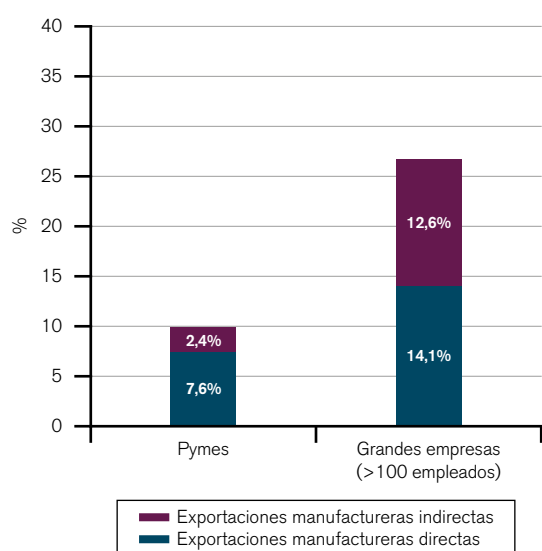
Las pymes de servicios de las economías en desarrollo participaron más en las exportaciones indirectas que en las exportaciones directas. Sin embargo, su participación general en las exportaciones de servicios es insignificante (4% de las ventas totales de servicios). Es interesante observar que las grandes empresas de las economías en desarrollo prestan servicios a los

Gráfico B.14: Proporción correspondiente a las pymes del valor agregado nacional total de las exportaciones de servicios prestados a las empresas, 2009 (porcentaje)



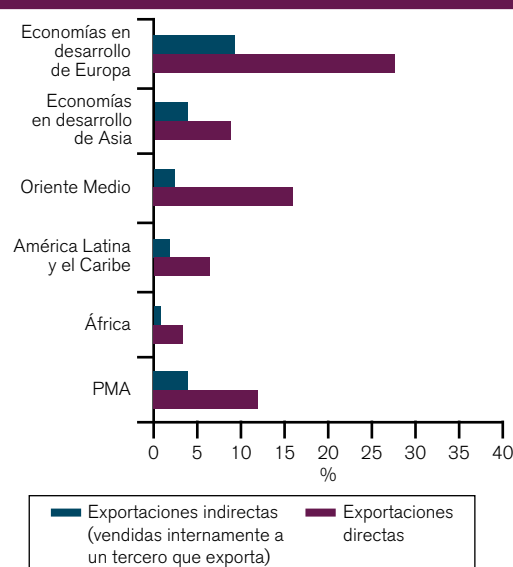
Fuente: Estimaciones de la OCDE.

Gráfico B.15: Proporción de las exportaciones directas e indirectas de productos manufacturados, por tamaños de las empresas, en las economías en desarrollo (porcentaje de las ventas totales)



Fuente: Estimaciones de la OMC basadas en las Encuestas de Empresas del Banco Mundial.

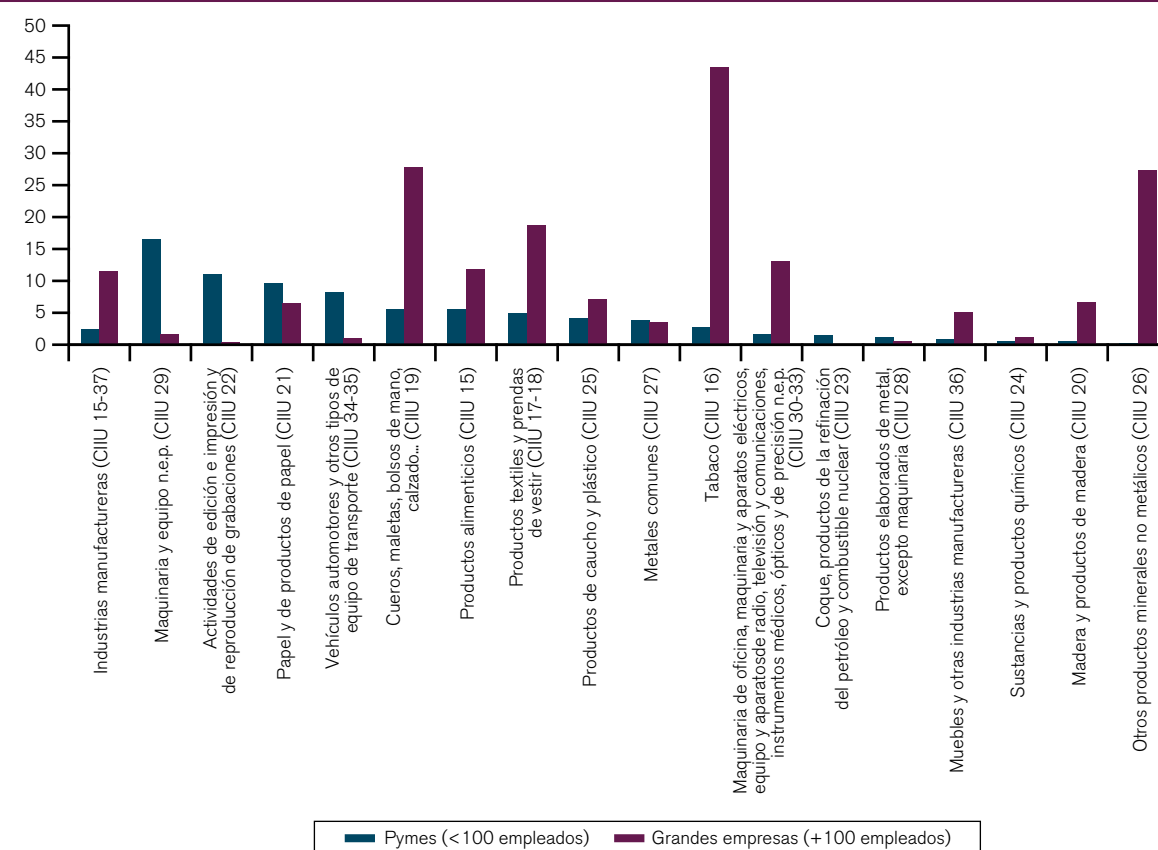
Gráfico B.16: Proporción de las exportaciones indirectas en las ventas totales de las pymes del sector manufacturero, por regiones en desarrollo, y en los PMA (porcentaje de las ventas totales)



Nota: Se excluyen las proporciones de ventas nacionales de las pymes.

Fuente: Estimaciones de la OMC basadas en las Encuestas de Empresas del Banco Mundial.

Gráfico B.17: Exportaciones indirectas por sectores manufactureros y tamaños de las empresas en las economías en desarrollo (porcentaje de las ventas totales)



Nota: Sobre la base de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Todas las Actividades Económicas (CIIU), Rev. 3.1.

Fuente: Estimaciones de la OMC sobre la base de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial.

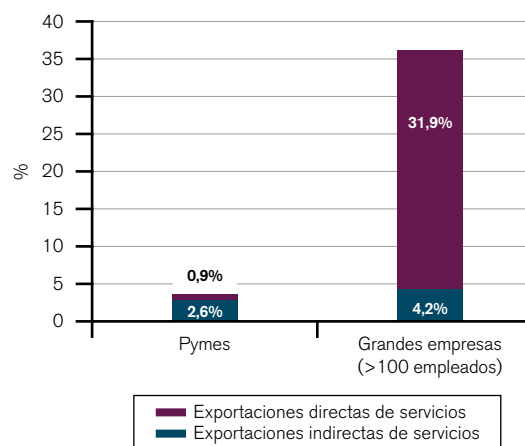
consumidores extranjeros predominantemente a través de exportaciones directas (véase el gráfico B.18).

(ii) Participación en las cadenas de valor mundiales

Las cadenas de valor mundiales ofrecen enormes oportunidades para las pymes. La participación en esas cadenas pone a las empresas en contacto con una amplia base de clientes o compradores y les brinda la oportunidad de aprender de las grandes empresas y de participar y sobrevivir en sectores altamente disputados del mercado mundial. Sin embargo, la penetración en las cadenas de valor mundiales también conlleva enormes, y a menudo difíciles, retos para las pymes (ADB, 2015).

Lamentablemente, hay pocos datos sobre el comercio de las pymes en las cadenas de valor mundiales. Las fuentes de datos oficiales sobre empresas, como TEC, STEC o SDBS, no siempre abarcan las actividades de las cadenas de valor mundiales y se centran sobre todo en las economías desarrolladas. Las Encuestas

Gráfico B.18: Proporción de las exportaciones directas e indirectas de servicios por tamaños de las empresas en las economías en desarrollo (porcentaje de las ventas totales)



Fuente: Estimaciones de la OMC sobre la base de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial.

de Empresas del Banco Mundial arrojan luz sobre la posible actividad de las pymes en las cadenas de valor mundiales en las economías en desarrollo. El indicador "Porcentaje de insumos físicos y/o suministros de origen extranjero" se refiere a los vínculos que establecen las pymes con socios extranjeros en las primeras etapas de la producción para la obtención de insumos destinados a la producción y la correspondiente exportación. Este indicador se utiliza como aproximación de la participación regresiva en las cadenas de valor mundiales. La participación regresiva media se calculó como el promedio de los insumos extranjeros utilizados en el proceso de fabricación en cada economía, por tamaños de las empresas y por sectores manufactureros.

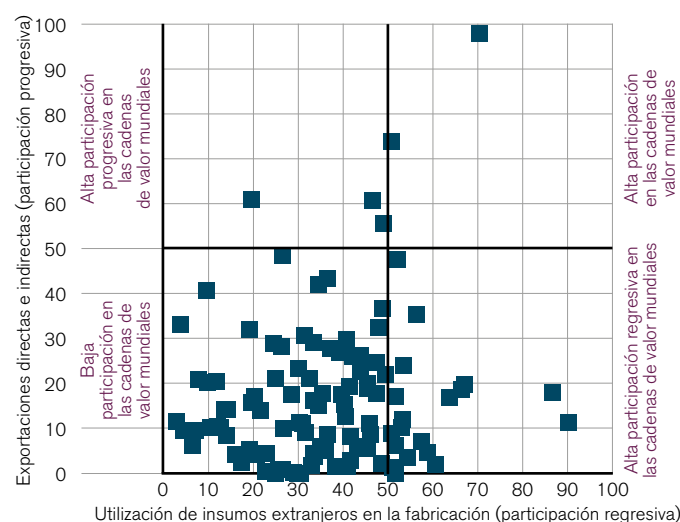
En lo que se refiere a la oferta, se combinan dos indicadores para obtener una aproximación de la participación progresiva de las pymes en las cadenas de valor mundiales, a saber las "Exportaciones directas como porcentaje de las ventas totales" y las "Exportaciones indirectas como porcentaje de las ventas totales". Sin embargo, esos indicadores presentan algunas limitaciones a la hora de delinear el papel real de las pymes en las cadenas de valor mundiales, ya que no aportan datos sobre la categoría de uso final de los bienes y servicios exportados. Aunque no se hace ninguna diferencia entre las exportaciones de bienes y servicios intermedios que se utilizan ulteriormente en la cadena de producción y de productos destinados a su consumo final, esos

dos indicadores se utilizan para estimar los posibles vínculos de las pymes en las etapas finales de las cadenas de valor mundiales.

Más de 33.000 establecimientos encuestados del sector manufacturero de economías en desarrollo comunicaron los valores de sus ventas totales, mayoritariamente en moneda nacional, y su desglose en porcentajes de ventas nacionales, exportaciones directas y exportaciones indirectas. Se calcularon los valores de las exportaciones directas y de las exportaciones indirectas para cada establecimiento y luego se convirtieron en dólares EE.UU. Acto seguido se agregaron los datos sobre las exportaciones directas e indirectas para obtener las proporciones medias de las exportaciones directas y las exportaciones indirectas de las distintas economías, desglosadas a su vez por tamaños de las empresas y por sectores manufactureros.

Según las estimaciones de la OMC, las pymes del sector manufacturero de las economías en desarrollo no participan activamente en las cadenas de valor mundiales. La participación depende principalmente de los vínculos en las primeras etapas de la producción (participación regresiva), toda vez que las pymes importan del extranjero los insumos necesarios en el proceso de fabricación. Sin embargo, solo una pequeña parte de la producción de las pymes se exporta a otros países, directa o indirectamente. Como se muestra en el gráfico B.19, la inmensa mayoría de las pymes

Gráfico B.19: Pymes de las economías en desarrollo: participación regresiva y progresiva en las cadenas de valor mundiales
(Proporción de las ventas totales y proporción de los insumos totales, porcentaje)



Nota: Cada cuadrante representa la participación media en las cadenas de valor mundiales de las pymes en una determinada economía en desarrollo.

Fuente: Estimaciones de la OMC sobre la base de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial.

de las economías en desarrollo están ubicadas en el cuadrante inferior izquierdo, lo que indica una baja participación en las cadenas de valor mundiales (baja participación regresiva/progresiva).

Los bajos niveles de integración de las pymes en las cadenas de valor mundiales son evidentes, en especial si se comparan con los de las grandes empresas manufactureras (gráfico B.20). En las economías en desarrollo de Asia y en América Latina y el Caribe, las grandes empresas están integradas en las cadenas de valor mundiales, como demuestran los elevadísimos valores de participación regresiva/progresiva de algunas economías. En cambio, las pymes de esas regiones tienen una baja participación progresiva, y la mayoría de los países se concentran en el cuadrante inferior izquierdo del gráfico, lo que indica que todavía no participan en las cadenas de valor mundiales.

Asimismo, las pymes de las economías en desarrollo de Asia utilizan en general menos insumos de origen extranjero (gráfico B.21). Esto puede explicarse por el hecho de que la red industrial de Asia es más avanzada que en otras regiones en desarrollo. Las empresas asiáticas fabrican ellas mismas insumos/productos intermedios, en especial para empresas extranjeras de economías desarrolladas. Como los insumos necesarios están disponibles en su gran mayoría a nivel nacional, no es necesario importarlos de otros países.

Las estimaciones indican que, en África, ni las pymes ni las grandes empresas se benefician de las cadenas de valor mundiales. Las pymes y las grandes empresas de varias economías africanas muestran una alta participación regresiva y, en comparación con otras regiones, importan una gran parte de los insumos de otros países para poder fabricar sus productos. Sin embargo, su participación progresiva es la más baja de todas las regiones en desarrollo.

Un análisis sectorial muestra que, en general, la baja integración de las pymes en las cadenas de valor mundiales afecta a todas las industrias manufactureras, con la excepción del sector de la fabricación de muebles, en el que las pymes de los PMA registran una alta proporción de exportaciones directas (como se ha visto en la subsección anterior).

En cambio, las grandes empresas están relativamente más conectadas a las cadenas de valor mundiales en varios sectores, en especial en la industria de los textiles y las prendas de vestir y en la fabricación de equipo de oficina, como computadoras, y productos electrónicos. En esas industrias, las economías en desarrollo registran altos niveles de participación progresiva en las cadenas de valor mundiales. Las

grandes empresas también muestran un buen nivel de integración en las cadenas de valor mundiales en la industria de la fabricación de productos de cuero.

El gráfico B.20 también muestra la participación regresiva/progresiva media en las cadenas de valor mundiales por tamaños de las empresas, sector manufacturero y propiedad. La IED desempeña un importante papel en la integración de las empresas en las cadenas de valor mundiales, sean pequeñas o grandes. Las estimaciones muestran que las pymes de propiedad extranjera tienen más vínculos con las cadenas de valor mundiales que las pymes nacionales. Esas empresas importan más insumos para el proceso de fabricación que las pymes nacionales, por lo que muestran niveles más elevados de participación regresiva en las cadenas de valor mundiales. Además, pueden exportar una mayor parte de su producción (participación progresiva) y eso vale para casi todas las exportaciones de productos manufactureros. Por ejemplo, en el sector del automóvil, las exportaciones directas e indirectas representaron más del 40% de las ventas totales de las pymes, mientras que en el caso de las pymes nacionales esa proporción rondó el 10%.

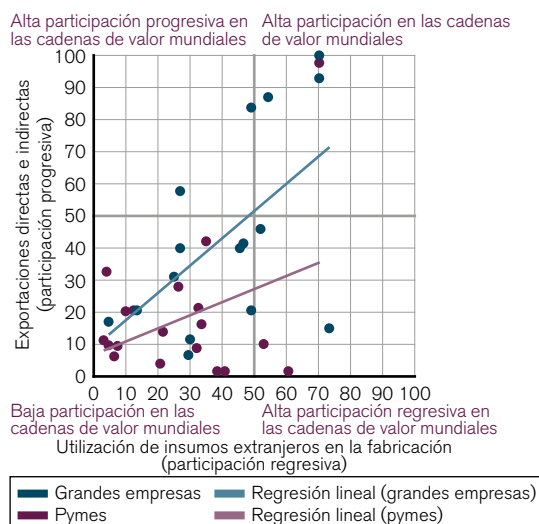
Igualmente, en la industria de la fabricación de muebles, en la que se registró la mayor proporción de exportaciones directas en las ventas totales, esa contribución se debió fundamentalmente a las pymes de propiedad extranjera.

3. Participación de las pymes en el comercio electrónico internacional

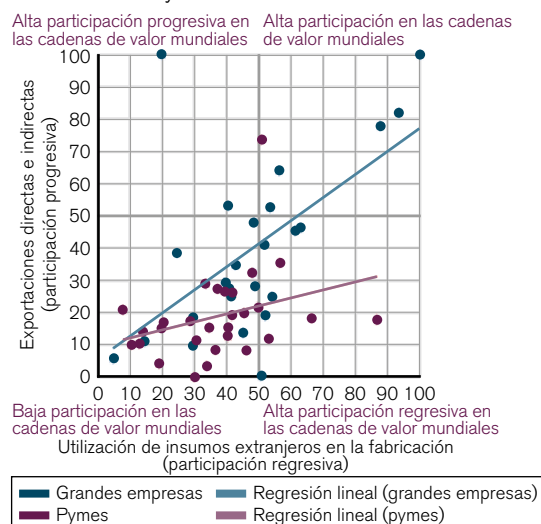
El desarrollo del comercio electrónico como medio para que las empresas consigan llegar a clientes en mercados extranjeros promete un aumento enorme de las oportunidades de exportación para las pymes, siempre que se puedan superar determinados obstáculos (como los relacionados con la infraestructura de tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) y el entorno jurídico y reglamentario, examinados en la subsección D.4). Las empresas y los proveedores de servicios al por menor, como Amazon.com, eBay, PayPal y otras empresas, ofrecen en la actualidad plataformas y sistemas de pago que facilitan las exportaciones incluso de las empresas más pequeñas. Las tecnologías digitales reducen los costos del comercio de las pymes y les dan una presencia global que antes estaba reservada solamente a las grandes empresas multinacionales, lo que permite a las pequeñas empresas competir directamente con las grandes empresas.

Gráfico B.20: Pymes y grandes empresas: participación regresiva y progresiva en las cadenas de valor mundiales por regiones, tipos de propiedad y sectores manufactureros (Proporción de las ventas totales y proporción de los insumos totales, porcentaje)

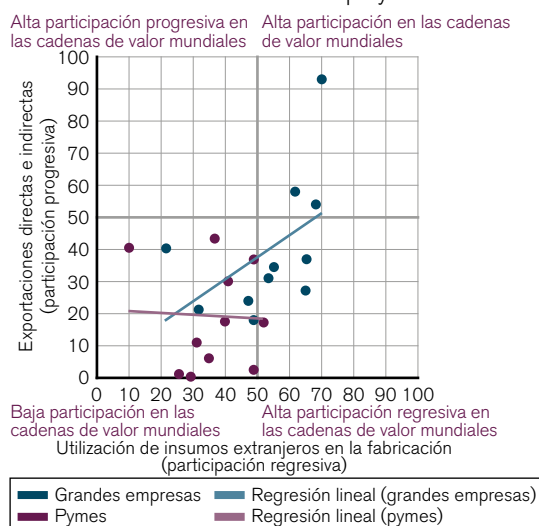
Economías en desarrollo de Asia



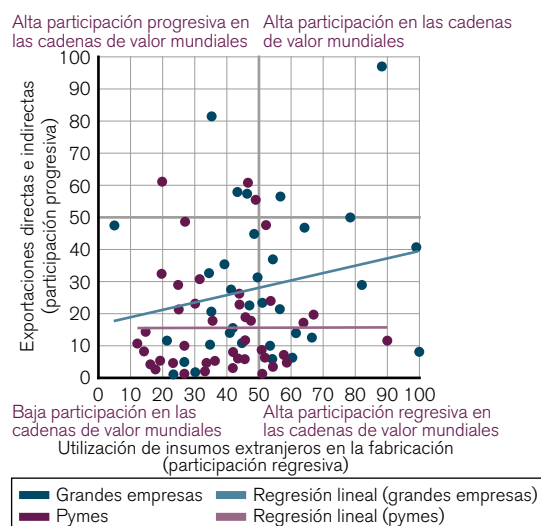
América Latina y el Caribe



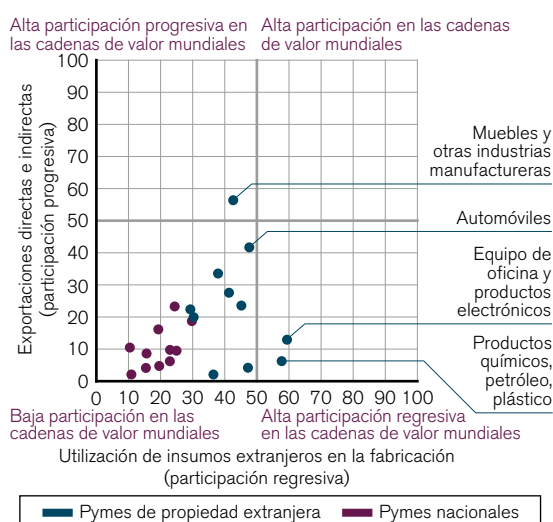
Economías en desarrollo de Europa y Oriente Medio



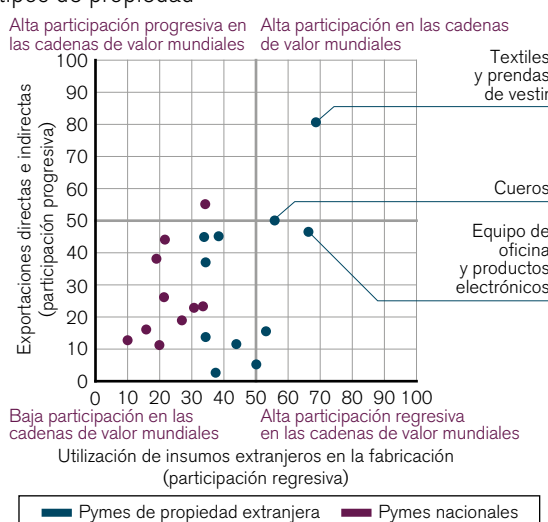
África



Pymes por sectores manufactureros y tipos de propiedad

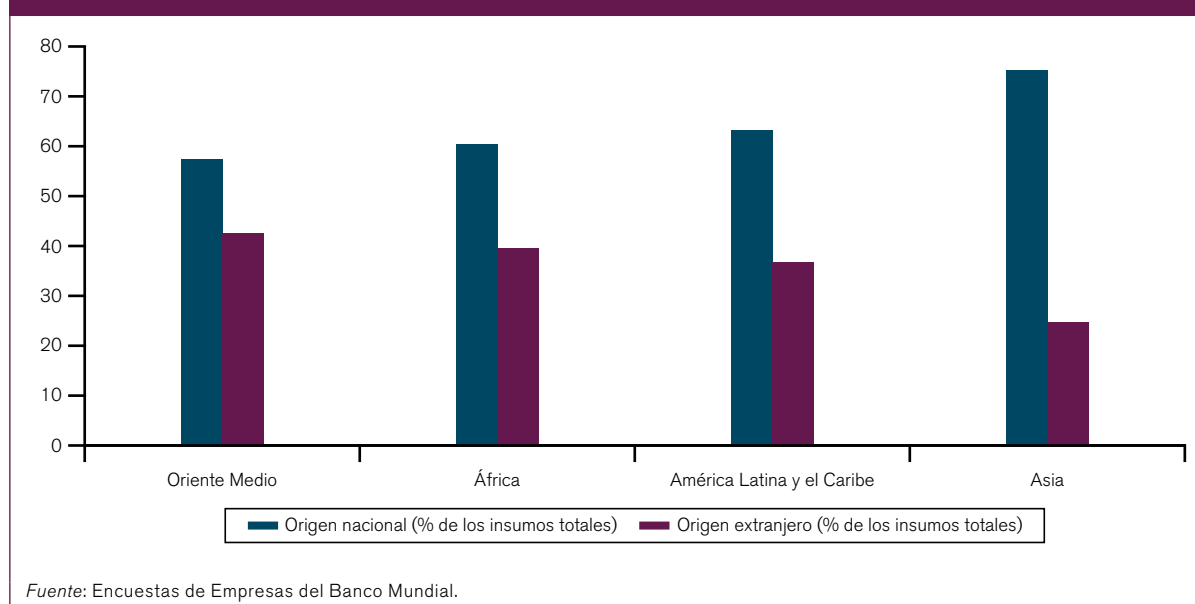


Grandes empresas por sectores manufactureros y tipos de propiedad



Fuente: Estimaciones de la OMC sobre la base de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial.

Gráfico B.21: Utilización de insumos extranjeros y nacionales en la producción de las pymes, por regiones en desarrollo (porcentaje)



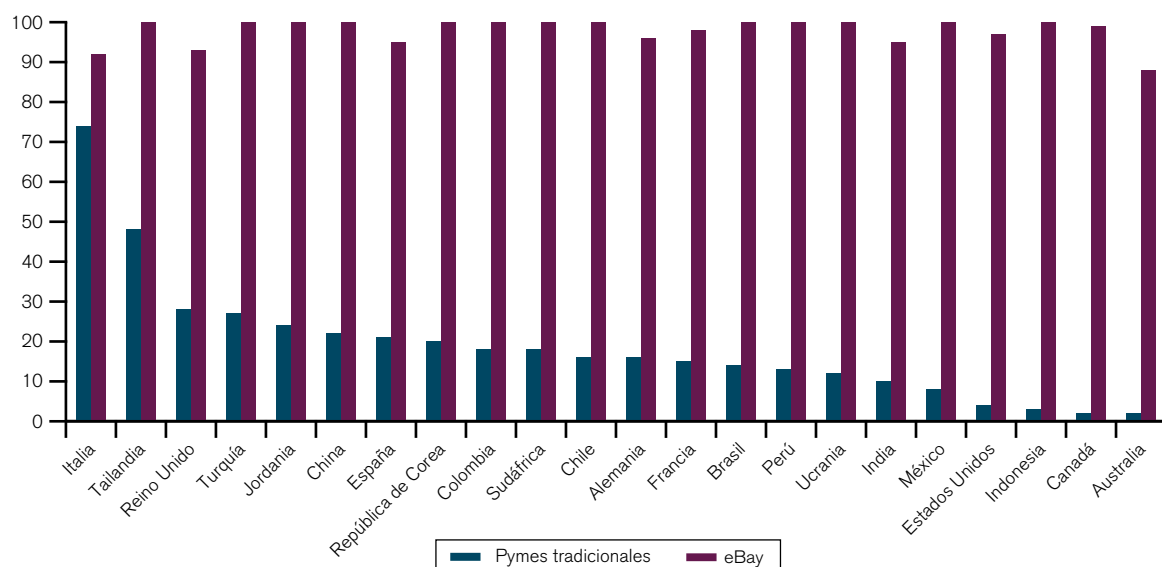
Entre los servicios que las tecnologías basadas en Internet han hecho más accesibles a las pymes figuran los de envío/logística, pagos internacionales, traducción, atención al cliente y estudios de mercado.

En esta subsección se examinan los datos disponibles sobre el comercio de las pymes que dependen de la tecnología de la información. A los efectos del presente informe, se entiende por comercio electrónico la producción, publicidad, venta y distribución de bienes y servicios a través de redes de telecomunicación, como Internet. El comercio electrónico puede desglosarse en ventas (electrónicas) y compras (electrónicas).

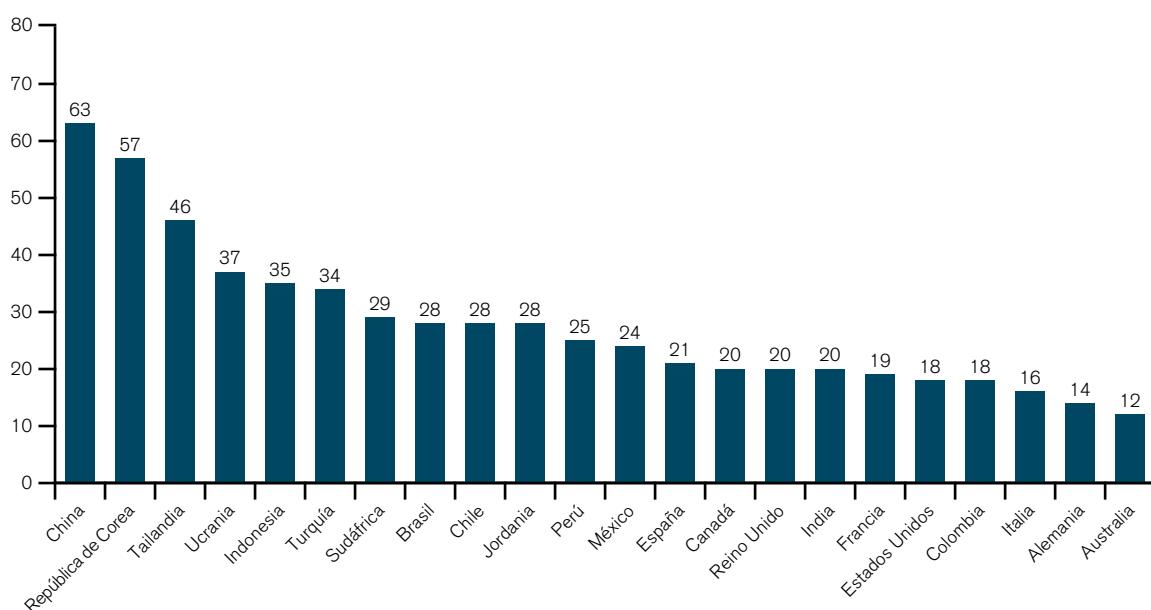
En una encuesta sobre el uso de las TIC en las empresas, la Unión Europea concluye que las compras que realizan las empresas son el doble de frecuentes que sus ventas.⁵ En esta subsección se examinan las ventas en línea transfronterizas, a diferencia de las ventas en línea nacionales. Cabe insistir desde un principio en que la mayor parte del comercio electrónico de hoy en día se comunica como comercio nacional, en especial en las economías grandes (McKinsey Global Institute, 2013a). Las transacciones en línea transfronterizas, como proporción de las ventas en línea totales a los consumidores, son considerablemente superiores en algunos países en desarrollo (por ejemplo, más del 50% en la India y Singapur) que en los países desarrollados (por ejemplo, 20% en el caso del Canadá y 18% en el Japón) (McKinsey Global Institute, 2013a).

Internet ha demostrado ser mucho más favorable para las pymes que las redes de empresas privadas que lo precedieron. La Oficina de Estadísticas Nacionales del Reino Unido ha estimado que, entre 2009 y 2013, las ventas de las pymes por Internet aumentaron a un ritmo cinco veces más rápido que las ventas a través de los sistemas IED (intercambio electrónico de datos). La plataforma eBay también publicó una serie de estudios (eBay, 2012; 2014; 2016) basados en datos que abarcan las transacciones realizadas a través de ella desde 2010. Para que la comunidad de pequeñas empresas comerciales estuviera debidamente representada, y excluir a los pequeños vendedores individuales, los datos se limitaron a las transacciones de los vendedores con ventas anuales superiores a los 10.000 dólares EE.UU. (o su equivalente en moneda nacional) en la plataforma eBay. A esas empresas se las denomina “vendedores comerciales” o pequeñas empresas en línea. Para poder compararlas con las pymes “tradicionales” que no dependen de Internet, eBay ha utilizado datos de fuentes de dominio público, como el Banco Mundial, Eurostat y diversas oficinas nacionales de estadística.

En general, estos estudios concluyen que la inmensa mayoría de las pequeñas empresas que dependen de la tecnología exporta (en promedio el 97% y hasta el 100% en algunos países). En cambio, solo un pequeño porcentaje de las pymes tradicionales exporta (entre el 2% y el 28% para todos los países, excepto Italia y Tailandia, véase el gráfico B.22). Las pymes comerciales que dependen de

Gráfico B.22: Proporción de las pymes dependientes de eBay y tradicionales (porcentaje)

Fuente: Los datos relativos a todos los países proceden de eBay (2016), excepto en el caso de Jordania, el Perú y Ucrania, que proceden de eBay (2012), y de Turquía, que proceden de eBay (2014).

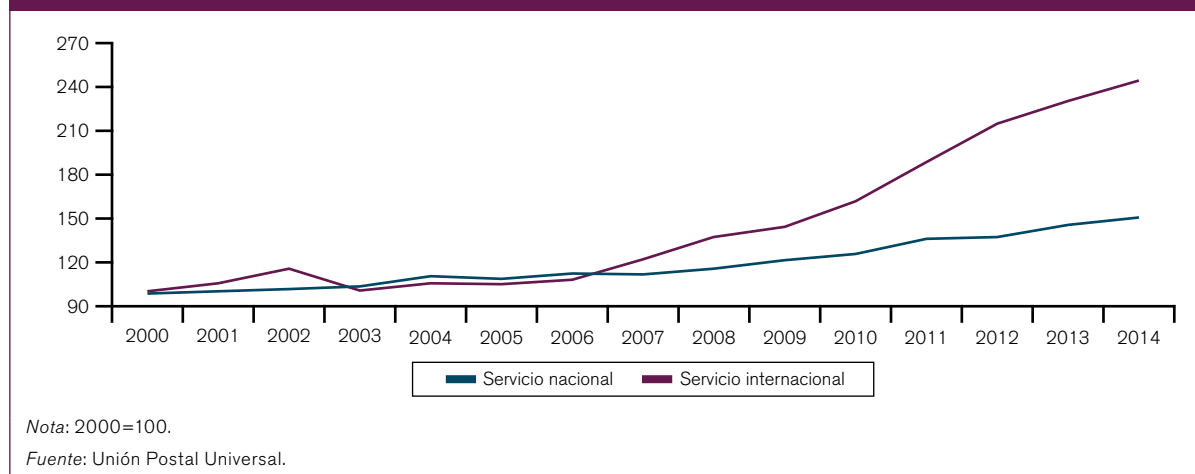
Gráfico B.23: Número de destinos de exportación de las pymes dependientes de eBay

Fuente: Los datos relativos a todos los países proceden de eBay (2016), excepto en el caso de Jordania, el Perú y Ucrania, que proceden de eBay (2012), y de Turquía, que proceden de eBay (2014).

Internet no solo exportan más, sino que también lo hacen a un número mayor de destinos extranjeros. Por ejemplo, las pymes en China normalmente exportan a 63 países, mientras que las pymes coreanas llegan a exportar a 57 países (gráfico B.23).⁶

Una diferencia entre las pymes y las grandes empresas exportadoras es que los envíos de las pymes suelen ser de poco volumen y consistir en un único artículo expedido por empresas de correo ordinario o de entrega urgente. El rápido incremento de los envíos

Gráfico B.24: Índice relativo al número de paquetes ordinarios en todo el mundo, servicio nacional e internacional, 2000-2014



de paquetes por las oficinas de correos (gráfico B.24) podría indicar un aumento de los envíos de las pymes. Ese crecimiento ha sido más rápido en los países desarrollados (crecimiento medio anual superior al 10% desde 2005), pero negativo en África (-3,1%) y nulo en Asia y América Latina y el Pacífico. Una posible explicación de los bajos niveles de envíos postales de paquetes en África, Asia y América Latina es que los envíos en esas regiones pueden realizarse a través de empresas de entrega urgente, con un costo más alto que el correo tradicional. El aumento del 40% en el índice de los volúmenes de entrega urgente internacional registrado por la Global Express Association (DHL, FedEx, TNT y UPS) entre 2008 y 2013 parece apuntar en esa dirección.

Las compras y ventas en línea son pertinentes tanto para el comercio de mercancías como para el de servicios. Incluso cuando se trata del comercio de mercancías, los servicios también desempeñan un papel. Los sistemas y servicios en línea, incluso los que ofrecen fundamentalmente mercancías, son también una forma de servicio al por menor. Además, el comercio en línea es naturalmente pertinente para los servicios que se pueden prestar electrónicamente, lo que incluye actividades tales como los servicios profesionales, los procesos empresariales, los servicios auxiliares y los servicios relacionados con productos digitales como software, música, películas, libros electrónicos e informes de consultoría. Al permitir hacer reservas, comprar billetes, seguir los pedidos y utilizar servicios de atención al cliente en línea, el turismo fue uno de los primeros sectores de servicios en recurrir significativamente a actividades en línea. Como se muestra en el estudio sobre ese sector en Egipto (Kamel y El Sherif, 2001), las pymes participaron en esta tendencia.⁷

Cada vez se establecen o adaptan más plataformas de comercio electrónico con el objetivo específico de ayudar a las pymes o incluso a los vendedores individuales, como vendedores por cuenta propia o diseñadores de productos de artesanía.⁸ Por ejemplo, Etsy, mercado en línea para artesanos y pequeños productores, registró ventas por valor de 2.000 millones de dólares EE.UU. en 2014, y más de un tercio de esas ventas fueron internacionales (McKinsey Global Institute, 2015). Las grandes plataformas y proveedores de servicios al por menor, como Amazon.com, eBay y PayPal, prestan ya o están desarrollando servicios auxiliares y sistemas de pago para facilitar las exportaciones incluso de los vendedores más pequeños. Esas plataformas en línea pueden ofrecer a las pymes un medio para expandirse a un costo mínimo, al proporcionar soluciones prácticamente inmediatas como sistemas de pago seguro, apoyo logístico y una visibilidad global que antes solo estaba reservada a las grandes empresas.

Otra novedad prometedora para las pymes que se dedican a cualquier actividad comercial es el número creciente de plataformas entre empresas comerciales independientes (*business to business*, o B2B). En los albores del comercio electrónico, las que surgieron en un inicio eran portales para compras corporativas de grandes multinacionales, que permitían a los vendedores presentar sus ofertas. Los nuevos modelos, en cambio, ofrecen a los vendedores la posibilidad de vender sus productos a otras empresas, y frecuentemente tienden a ofrecer una gama más amplia de bienes y servicios que las plataformas orientadas a los consumidores. Indiamart.com y Tradekey.com son dos ejemplos: en sus sitios Web no solo ofrecen un sinfín de suministros y equipo para empresas, sino también varios servicios empresariales, profesionales y financieros (por ejemplo, seguros).

Los vendedores en línea también se pueden beneficiar de la posibilidad de analizar grandes volúmenes de datos disponibles gracias a aplicaciones basadas en la Web, lo que a menudo se conoce como *Big Data* o macrodatos. Al convertir una serie de instantáneas distintas en una panorámica más holística del comportamiento y la motivación de los clientes, los análisis de los macrodatos pueden impulsar notablemente las ventas en línea (Van Bommel *et. al.*, 2014). Esos servicios son ahora más asequibles para las empresas tecnológicas de nueva creación y las pymes (OCDE, 2015a). Algunas plataformas de comercio electrónico ofrecen esos datos a sus vendedores, y las empresas que venden a través de sus propios sitios Web también pueden utilizar software de análisis, a menudo en combinación con el procesamiento y el almacenamiento en la nube.

Incluso en situaciones en las que no es fácil o asequible acceder a las plataformas de comercio formales, los medios sociales desempeñan un papel importante en el comercio de las pymes. Por ejemplo, algunas plataformas comerciales exigen a los vendedores que sean empresas registradas, mientras que en los medios sociales las microempresas informales e incluso los emprendedores individuales pueden operar. El acceso a esos sitios también puede ser más fácil gracias a las tecnologías móviles, lo que permite mantener el contacto con los clientes, así como garantizar y organizar las ventas.

El estudio del McKinsey Global Institute (2016) muestra que el número de pymes con página en Facebook es cada vez mayor (de 25 millones en 2013 se pasó a

30 millones en 2014 y a 50 millones en 2015). Si bien la mayor parte de los seguidores son nacionales, la exposición transfronteriza es considerable (30%). Por ejemplo, más de 20.000 diseñadores y artistas independientes exponen su trabajo en Pinkoi, una plataforma en línea con base en Taipei Chino. La empresa tiene clientes en más de 47 países, y utiliza Facebook para expandirse por toda la región de Asia y el Pacífico (McKinsey Global Institute, 2016).

A pesar de las promesas del comercio electrónico, las pymes siguen estando menos representadas en línea que las grandes empresas. Ello se debe, entre otros motivos, a los requisitos que entraña la creación de un sitio Web listo para la venta minorista, que es una condición muy importante para facilitar las ventas en línea. En el Reino Unido, donde el 70% de los individuos compra más productos en línea que en cualquier otro país, según el gráfico II.3 que figura en UNCTAD (2015), casi el 77% de las empresas con 49 o menos empleados tenía un sitio Web en 2013, mientras que en el caso de las grandes empresas encuestadas ese porcentaje era de casi el 99% (véase el cuadro B.1).⁹ En los países en desarrollo, las pymes que tienen un sitio Web son menos, como se aprecia en el cuadro B.2. Desde una perspectiva dinámica, el cuadro B.3 muestra la proporción de empresas que recibe pedidos por Internet y su tasa de crecimiento entre 2010 y 2014. El cuadro confirma que las pymes suelen estar por detrás de las grandes empresas en cuanto al comercio minorista en línea, a pesar de estar incorporándose a ese tipo de comercio en la mayoría de las economías.

Cuadro B.1. Proporción de empresas del Reino Unido que tienen un sitio Web, por tamaños de las empresas, 2007-2013 (porcentaje)

Año	Número de empleados				
	10-49 empleados	50-249 empleados	250-999 empleados	1.000+ empleados	Todos los tamaños
2007	65,8	89,3	94,4	97,6	70,0
2008	70,6	91,3	95,2	97,9	74,5
2009	72,0	91,9	96,9	98,3	75,7
2010	75,3	92,3	96,0	98,7	78,5
2011	78,7	93,6	96,2	98,6	81,4
2012	77,6	92,9	95,7	98,7	80,3
2013	76,6	94,9	95,8	98,6	79,7

Fuente: Oficina de Estadísticas Nacionales del Reino Unido.

Cuadro B.2. Proporción de las empresas de las economías en desarrollo que tienen un sitio Web, por tamaños de las empresas (porcentaje)

	Número de empleados				
	0-9 empleados	10-50 empleados	51-100 empleados	101-250 empleados	251+ empleados
Países en desarrollo	22,75	43,94	67,25	75,11	84,79
Países en desarrollo del G-20	32,33	52,8	72,88	81,37	88,93
Otros países en desarrollo	23,62	43,79	65,88	73,66	84,88
PMA	12,33	27,25	53,44	58,08	71,64

Fuente: Encuestas de Empresas del Banco Mundial (última encuesta disponible por países), cálculos de los autores.

Cuadro B.3. Proporción de empresas que reciben pedidos por Internet (porcentaje)

Economía	10-49 empleados			50-249 empleados			+250 empleados		
	2010	2014	% Variación	2010	2014	% Variación	2010	2014	% Variación
Países con nivel bajo de pedidos recibidos por empresas que tenían entre 10 y 49 empleados en 2010									
Bulgaria	3,3	7,9	144%	6,0	11,5	92%	7,3	12,2	67%
Chipre	5,9	8,7	46%	15,1	26,1	73%	14,8	33,5	126%
Eslovaquia	7,1	12,3	72%	10,0	19,5	95%	14,7	29,0	97%
Eslovenia	10,0	15,1	50%	18,8	27,6	47%	39,0	50,2	29%
Estonia	8,7	12,5	44%	18,6	21,3	15%	29,7	32,0	8%
Ex República Yugoslava de Macedonia	3,7	6,8	87%	6,7	7,3	9%	6,0	10,7	77%
Grecia	8,3	9,3	11%	13,0	18,7	44%	20,0	20,5	3%
Hungría	7,9	11,5	46%	12,9	17,9	39%	23,6	31,1	32%
Italia	4,5	7,3	62%	8,0	13,1	63%	16,6	26,0	57%
Letonia	6,2	7,5	21%	10,0	14,8	48%	15,5	22,8	47%
Polonia	7,3	10,1	39%	11,8	16,1	37%	24,5	34,4	40%
Rumania	6,4	7,4	15%	6,4	8,9	39%	8,2	15,1	84%
Países con nivel medio de pedidos recibidos por empresas que tenían entre 10 y 49 empleados en 2010									
Alemania	21,4	23,6	10%	30,2	30,3	0%	45,1	45,6	1%
Austria	15,0	14,9	-1%	28,1	27,1	-3%	46,0	45,7	-1%
Bélgica	25,9	22,1	-15%	42,6	32,8	-23%	53,3	49,1	-8%
Croacia	24,4	24,2	-1%	23,2	32,5	40%	29,9	51,9	74%
Dinamarca	27,8	25,8	-7%	33,6	35,4	5%	49,9	53,4	7%
España	11,8	16,8	43%	18,9	26,6	41%	29,0	36,4	26%
Finlandia	15,8	15,4	-3%	30,9	32,4	5%	48,7	49,5	2%
Francia	12,3	12,4	1%	21,5	26,3	22%	34,7	44,2	27%
Irlanda	18,1	20,4	13%	33,6	40,4	20%	34,8	45,6	31%

Cuadro B.3. Proporción de empresas que reciben pedidos por Internet (continuado)
(porcentaje)

Economía	10-49 empleados			50-249 empleados			+250 empleados		
	2010	2014	% Variación	2010	2014	% Variación	2010	2014	% Variación
Islandia	16,3	29,4	80%	34,7	53,8	55%	51,8	53,1	3%
Lituania	21,3	17,9	-16%	24,0	24,6	2%	27,6	29,8	8%
Malta	15,1	15,9	5%	26,0	29,1	12%	27,8	30,7	10%
Países Bajos	21,4	21,8	2%	30,5	31,5	3%	42,0	39,9	-5%
Portugal	18,3	12,6	-31%	24,8	24,3	-2%	36,5	40,6	11%
Reino Unido	14,3	19,3	36%	28,0	29,5	5%	43,8	47,9	9%
República Checa	18,8	26,1	39%	25,1	30,4	21%	38,7	45,1	17%
Suecia	21,8	23,3	7%	39,6	39,7	0%	54,7	53,1	-3%
Países con nivel alto de pedidos recibidos por empresas que tenían entre 10 y 49 empleados en 2010									
Indonesia	26,1*	35,8	37%	57,8*	46,9	-19%	58,6*	54,6	-7%
Mauricio	35,7	35,4*	-1%	36,1	47,4*	31%	46,2	56,2*	22%
Noruega	36,3	26,2	-28%	45,7	37,5	-18%	50,4	44,9	-11%
Singapur	42,0	56,3*	34%	61,0	62,9*	3%	57,1	69,2*	21%

Notas: El símbolo * se refiere a datos de 2013. Solo se incluyen las economías para las cuales hay series cronológicas de datos.

Fuente: Estimaciones de los autores sobre la base de UNCTAD (2015) y otros datos de la UNCTAD.

4. Participación de las mipymes en el comercio a lo largo de los años

Hay muy poca información disponible sobre la evolución del comercio de las mipymes, ya sea directo o indirecto, tanto en las economías desarrolladas como en desarrollo.

La base de datos TEC de la OCDE no permite discernir una tendencia firme al alza o a la baja en las tasas de participación de las mipymes (0-250 empleados) en las exportaciones, aunque algo más de la mitad de los países registraron aumentos a lo largo de un período relativamente corto de menos de diez años, incluidos grandes países como Francia y los Estados Unidos (gráfico B.24).

En cambio, entre los países en desarrollo y los PMA abarcados en las Encuestas de Empresas del Banco Mundial, se puede observar un crecimiento moderado de las exportaciones de las pymes (5-100 empleados) entre la primera encuesta y la más reciente (véanse los gráficos B.25, B.26 y B.27).

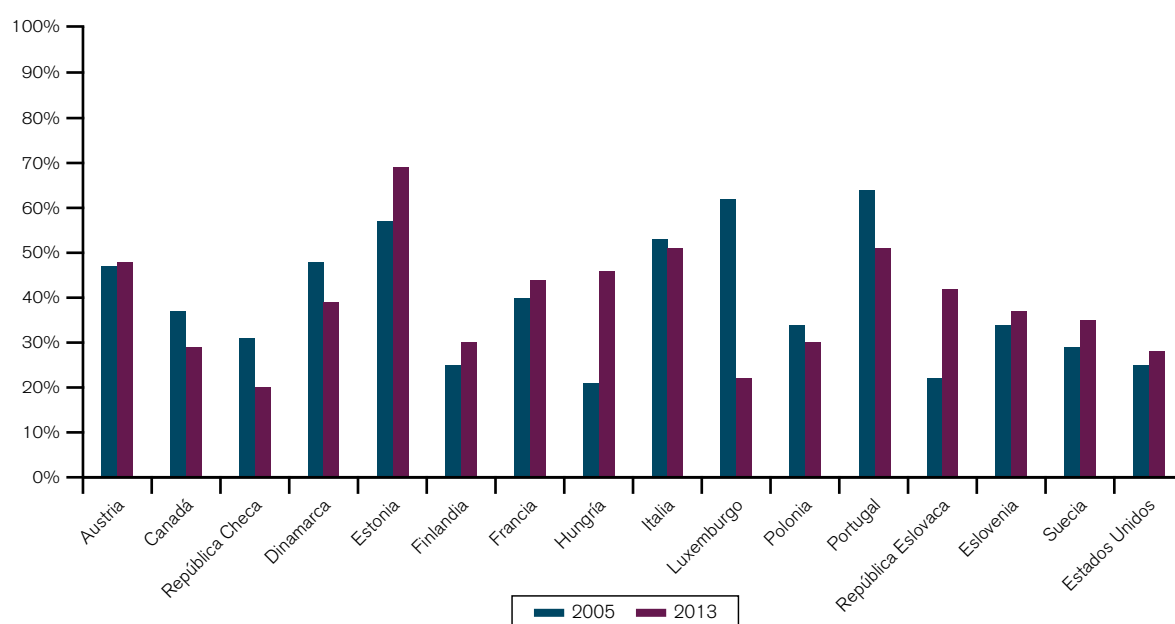
Sin embargo, no es posible inferir una tendencia significativa, ya que los datos de las muestras son demasiado heterogéneos (los años de referencia varían de un país a otro).

En el grupo de los PMA (véase el gráfico B.26), Tanzania registró el mayor incremento de las exportaciones de pequeñas empresas en los períodos abarcados por ambas encuestas, y la proporción de pequeñas empresas exportadoras pasó del 2,8% en 2006 al 11% en 2013. Esta evolución de debió especialmente al aumento de las exportaciones indirectas, seguramente a través de empresas más grandes.

En general, la muestra indica que las medianas empresas de los PMA exportan más que las pequeñas, con un aumento mayor de las exportaciones indirectas en los períodos abarcados por ambas encuestas. Esto es indicativo de una integración cada vez mayor en las cadenas de valor nacionales y tal vez incluso en las cadenas de valor mundiales, en especial cuando las empresas actúan como proveedores nacionales de corporaciones de propiedad extranjera. A pesar de que la contribución al comercio internacional ha aumentado a lo largo de los años, la progresión observada en el caso de las exportaciones directas e indirectas varía mucho de un país a otro.

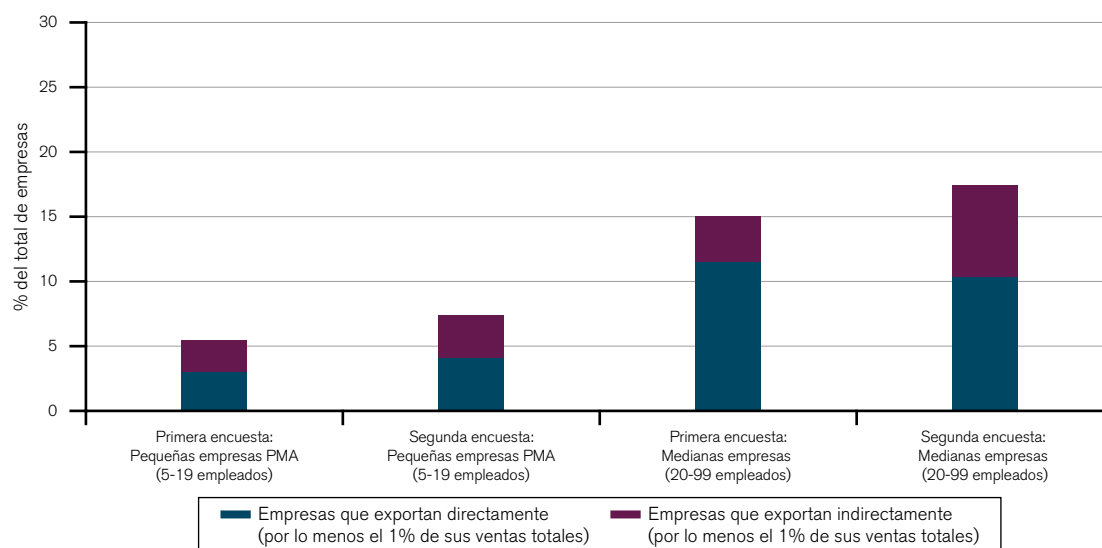
Según estimaciones basadas en las Encuestas de Empresas del Banco Mundial, aplicadas a más de 3.000 grandes empresas que empezaron siendo pymes en 85 economías en desarrollo, hay una correlación negativa entre el tamaño inicial de las empresas y el número de años que tardaron en comenzar a exportar.

Gráfico B.25: Participación de las mipymes en las exportaciones de determinadas economías desarrolladas, 2005 y 2013 (porcentaje)



Fuente: Base de datos TEC de la OCDE.

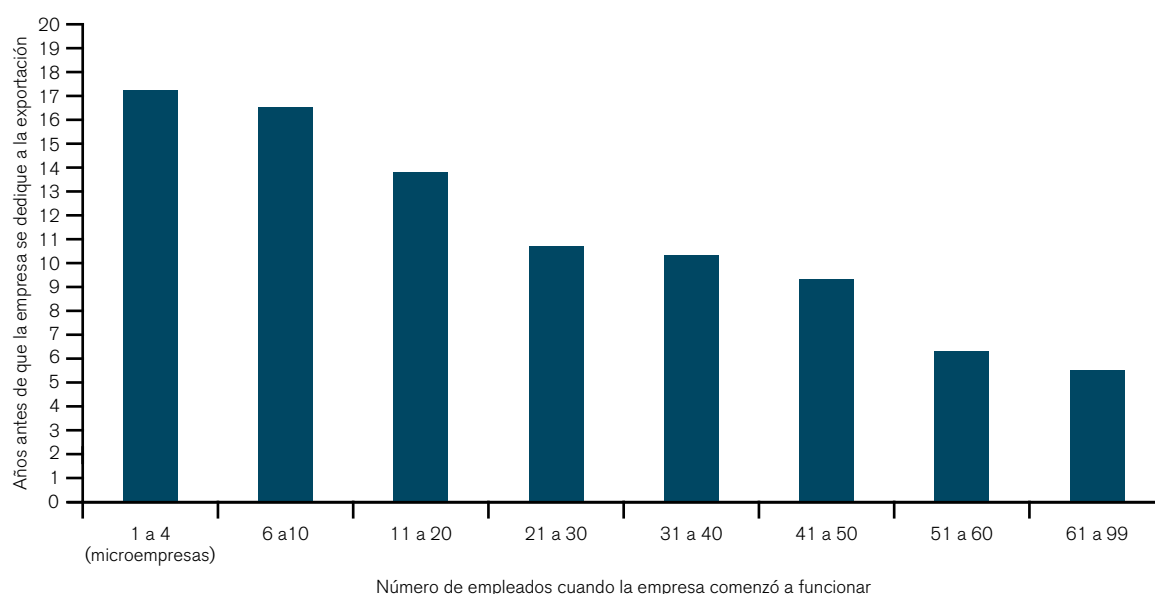
Gráfico B.26: Empresas de PMA que exportan directa e indirectamente por lo menos el 1% de sus ventas totales, por tamaños de las empresas (Porcentaje de las empresas totales)



Nota: Primera encuesta realizada entre 2006 y 2010. Segunda encuesta realizada entre 2011 y 2014.

Fuente: Encuestas de Empresas del Banco Mundial.

Gráfico B.27: Lapso entre el inicio de actividades de las empresas y su participación en la exportación, por tamaños de las empresas, en las economías en desarrollo (Años y número de empleados)



Fuente: Cálculos de la OMC sobre la base de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial.

En el caso de las grandes empresas que comenzaron siendo microempresas (uno a cuatro empleados), se necesitaron por lo general 17 años para empezar a exportar, y algo menos cuando tenían de cinco a diez empleados. El número de años fue mucho menor para las empresas que comenzaron con un número progresivamente más elevado de empleados (véase el gráfico B.27).

En general, las pymes de las economías en desarrollo de Asia necesitaron menos tiempo para comenzar a exportar que las empresas del mismo tamaño de África o América Latina. El mayor lapso se registró en el sector alimentario, con un promedio de más de 14 años, el doble del plazo necesario para comenzar a exportar en los sectores de los textiles y las prendas de vestir o de la fabricación de equipo de oficina y productos electrónicos. Esto es válido para todas las regiones en desarrollo, lo que parece indicar que las pymes del sector alimentario tienen más dificultades para exportar si no cumplen las normas en materia sanitaria y fitosanitaria (MSF) y de obstáculos técnicos al comercio (OTC) (véase la sección D).

5. Conclusiones

En esta sección se han analizado datos estadísticos sobre la participación de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas en el comercio internacional. Se concluye que la proporción de las pymes exportadoras es pequeña en comparación con la de las grandes empresas, y que su contribución a las exportaciones e importaciones totales es baja.

Sin embargo, existe bastante heterogeneidad entre las clases de tamaño de empresa, así como en otros aspectos. En los países desarrollados, en particular, la participación en el comercio de las medianas empresas puede parecerse a la de las grandes empresas, mientras que las pequeñas empresas y las microempresas tienen menos actividad comercial. Asimismo, las pymes de los países en desarrollo tienen bajas tasas de exportación tanto directa como indirecta, y las pymes con menos empleados necesitan más años para acceder a los mercados internacionales que las empresas más grandes.

Las pymes que operan a través de Internet son la excepción a la norma de la baja participación en el comercio, y registran tasas muy altas de exportación, casi del 100%. El auge de las plataformas en línea promete brindar a las pequeñas empresas la posibilidad de llegar a clientes de todo el mundo. Los informes de eBay concluyen que, si bien solo una pequeña fracción de las pymes tradicionales (entre el 4% y el 28%) se dedica a la exportación, prácticamente todas las pymes que operan a través de Internet lo hacen (97%).

Dado que las limitaciones de datos hacen difícil cuantificar en su totalidad el comercio indirecto y la participación en el comercio de las cadenas de valor mundiales, en esta sección del informe también se

han descrito nuevos y mejores métodos para medir las contribuciones de las pymes al comercio de las cadenas de valor mundiales en términos de valor agregado. La integración de las pymes de los países en desarrollo en las cadenas de valor mundiales sigue siendo relativamente limitada por los motivos examinados en las secciones C y D del presente informe, pero están surgiendo nuevas oportunidades.

Notas finales

- 1 Para otras definiciones de internacionalización, véase, por ejemplo, Beamish (1999), Karlsen *et. al.* (2003) o Zeng *et. al.* (2008).
- 2 La base de datos TEC de la OCDE proporciona información sobre el valor de las exportaciones e importaciones y el número de empresas comerciales de 32 países, en su mayoría desarrollados (28 miembros de la UE más el Canadá, los Estados Unidos, Noruega y Turquía), desglosada por sectores, tamaños y socios. Las cifras proceden de las oficinas de estadística nacionales, que vinculan los datos sobre transacciones de las estadísticas sobre el comercio de mercancías a los registros de las empresas. Obsérvese que en las estadísticas sobre el comercio internacional, el tamaño de la empresa se define por lo general a nivel de empresa, aunque esas empresas pueden formar parte de un grupo empresarial más amplio.
- 3 Con las Encuestas de Empresas del Banco Mundial se recopilan datos en sectores manufactureros y de servicios clave de cada región del mundo. Las encuestas se llevan a cabo con arreglo a un método de muestreo global sobre la base de un muestreo aleatorio estratificado con el fin de minimizar el error de medición y producir datos comparables entre economías. El método de muestreo genera una muestra representativa de toda la economía privada no agrícola, incluidos los sectores de servicios, y muestras para determinados sectores lo suficientemente amplias como para realizar análisis estadísticamente robustos con niveles de precisión no inferiores al 7,5% para intervalos de confianza del 90%. Esto significa que el parámetro de la población se encuentra dentro del rango del 7,5% de la estimación de la muestra observada, salvo en el 10% de los casos.
- 4 Unas 33.800 empresas pequeñas, medianas y grandes encuestadas por el Banco Mundial comunicaron la cuantía de sus ventas totales y su desglose en ventas nacionales, exportaciones directas y exportaciones indirectas (ventas por conducto de una parte nacional dedicada a la exportación). La Secretaría de la OMC clasificó cada entidad como empresa manufacturera o de servicios sobre la base del código del producto/sector principal de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Todas las Actividades Económicas (CIIU), Rev. 3.1. En las encuestas, el producto/sector principal fue el correspondiente a la mayor proporción de las ventas anuales, que, tras una serie de cálculos, representó en promedio más del 83% de las ventas anuales de las pymes manufactureras y el 81% de las pymes de servicios. Esta información fue corroborada por la descripción de los dos productos/sectores de actividad principales notificados por cada entidad. Cabe señalar que solo el 17% de todas las entidades encuestadas por el Banco Mundial en distintos países y en distintos años forma parte de empresas más grandes; la mayoría son empresas autónomas.
- 5 La encuesta de la Unión Europea sobre el uso de las TIC y el comercio electrónico en las empresas es una encuesta anual que se realiza desde 2002 para recopilar datos sobre el uso de la tecnología de la información y las comunicaciones, Internet, la administración electrónica, los procesos electrónicos y el comercio electrónico en las empresas.
- 6 En estudios recientes sobre empresas estadounidenses (Lendle *et. al.*, 2013) también se ha constatado que las exportaciones están menos concentradas en los exportadores en línea que en los que no exportan en línea. El 10% de los exportadores en línea más importantes de los Estados Unidos acaparan menos del 70% de las exportaciones, mientras que en el caso de las ventas tradicionales el 10% de los exportadores más importantes de los Estados Unidos representan más del 85% de las exportaciones. Sin embargo, este estudio no trata específicamente de las pymes.
- 7 Kamel y El Sherif (2001) sostienen que el comercio electrónico ofreció a las pymes egipcias del sector del turismo "un instrumento competitivo para aumentar los beneficios utilizando la tecnología de la Web como instrumento de promoción, comercialización y venta, con un efecto inmediato", al reducir su dependencia de los costosos intermediarios de viajes y atraer reservas de todo el mundo.
- 8 Los gobiernos y las organizaciones internacionales también han establecido plataformas con el objetivo de facilitar la participación de las pymes en el comercio electrónico. Después de analizar la eficacia de las plataformas patrocinadas por el gobierno en Australia, Gengatharen (2006) observa que, en algunos de los casos examinados, solo después de seis años de funcionamiento algunas pymes comenzaron a registrar beneficios económicos. En consecuencia, el estudio insiste en que los factores que contribuyen a que la ayuda a las pymes surta efecto incluyen el reconocimiento de la necesidad de un período de gestación largo, y fondos suficientes, no solo para el desarrollo y mantenimiento de las plataformas, sino también para su evaluación, así como el reconocimiento de la necesidad de dedicar atención especial a la creación de las competencias electrónicas de las propias pymes. Para tener un panorama general de las iniciativas relacionadas con el comercio electrónico establecidas por el ITC, véase la sección D del presente informe.
- 9 Sin embargo, el cuadro B.1 también muestra que la proporción de empresas más pequeñas que poseen un sitio Web aumentó en diez puntos porcentuales entre 2007 y 2013; y la de empresas que tienen de 50 a 249 empleados, aumentó en cinco puntos porcentuales.

C

Dinámica de internacionalización de las pymes

En la presente sección examinaremos con detalle la dinámica del proceso de internacionalización de las pymes, en particular la importancia del tamaño de las empresas para emprender y llevar a cabo ese proceso, así como los efectos de la internacionalización en los resultados empresariales. Según se ha explicado en la sección B, la internacionalización suele definirse como la forma en que una empresa desempeña actividades económicas en países extranjeros mediante exportaciones indirectas, exportaciones directas, subcontratación internacional (licencias o externalización) o inversiones.



Índice

1. Formas de internacionalización de las pymes	68
2. ¿Qué empresas exportan y por qué el acceso a los mercados extranjeros es importante para las pymes?	72
3. Los efectos de la internacionalización en el rendimiento de las pymes	75
4. Conclusiones	87

Algunos hechos y conclusiones importantes

- No existe un único marco teórico que permita describir y explicar el proceso dinámico de internacionalización de las pymes, sobre todo debido a la heterogeneidad que caracteriza a esas empresas.
- Algunas pymes llevan a cabo una internacionalización gradual, que comienza con exportaciones esporádicas. En cambio, otras se dedican a actividades comerciales internacionales desde sus inicios o desde poco después de su creación. Otras pymes consiguen integrarse en las cadenas de valor mundiales.
- Las pymes pueden verse más afectadas por obstáculos a la entrada en los mercados extranjeros que las empresas de mayor tamaño, lo que puede disuadirlas de participar en el comercio internacional. Las pymes que están presentes en los mercados internacionales tienden a ser más productivas, ya que tienen que hacer frente al componente de costos fijos asociado a la exportación.
- Aunque la internacionalización, y en especial la exportación, a menudo se considera una importante opción de desarrollo estratégica de las pymes, los estudios empíricos sobre los efectos de la internacionalización en los resultados de las pymes son limitados.
- Algunos estudios recientes sobre empresas africanas muestran que la participación de las pymes en los mercados internacionales puede propiciar mayores niveles de crecimiento y empleo gracias a las economías de escala y más productividad e innovación gracias al aprendizaje.



La internacionalización es a menudo considerada como una opción estratégica importante que hace posible la ampliación de las empresas. Las empresas dedicadas a actividades internacionales, ya sea a través de la exportación, de forma contractual o mediante la producción en el extranjero, pueden aprovechar las economías de escala, aumentar la productividad laboral y mejorar la eficiencia de la gestión, logrando así incrementar la producción y los volúmenes de ventas. Las empresas internacionalizadas también pueden explotar las diferencias en los costos de producción mediante la (re)ubicación de sus centros de producción a fin de minimizar sus costos de producción. Además, la internacionalización ofrece la posibilidad de diversificar las fuentes de ingresos de los mercados nacional e internacional.

Son muchas las investigaciones realizadas en las esferas de la comercialización, la gestión empresarial y la economía internacional que se han dedicado a estudiar la internacionalización de las pymes, pero siguen ofreciendo un aspecto fragmentado. En primer lugar, no hay una respuesta unificada que pueda explicar por qué y, sobre todo, cómo participan las pymes en actividades de internacionalización. En parte, esa fragmentación de las publicaciones especializadas tiene su origen en el hecho de que las estrategias en que se basan las decisiones de las pymes de participar o no en la internacionalización siguen siendo heterogéneas. En segundo lugar, la mayor parte de los estudios empíricos analizan la internacionalización de las pymes en las economías desarrolladas. Por consiguiente, no está claro en qué medida los resultados de las investigaciones son aplicables a las pymes de países en desarrollo que deciden participar en los mercados internacionales.

A pesar de esas dos salvedades, el examen bibliográfico de los estudios teóricos y empíricos que analizan la dinámica de la internacionalización de las pymes puede aportar conocimientos útiles sobre tendencias importantes.

La presente sección está organizada del modo siguiente. En la subsección C.1 se presentan los principales modos de internacionalización descritos en las publicaciones especializadas. Algunas pymes experimentan un proceso de internacionalización gradual. Otras empresas tienen una orientación internacional desde su creación ("born global") o la adquieren ulteriormente por algún motivo ("born-again global"). Otros modos de internacionalización comprenden la participación de las pymes en las cadenas de valor mundiales mediante exportaciones directas o indirectas. Gran parte de la heterogeneidad observable en los modos de internacionalización de las pymes se debe a factores e impulsos internos y externos.

En la subsección C.2 se ofrece una descripción general de la teoría del comercio y se explica que el tamaño de

las empresas sigue siendo un factor importante en el comercio internacional debido al papel fundamental de los costos de exportación fijos. También se examinan las consecuencias de la estrategia de internacionalización en los resultados de las pymes, medidos en función de los beneficios, la productividad, la innovación y el crecimiento de las ventas y del empleo. Aunque son limitados, los datos empíricos muestran que los efectos del proceso de internacionalización en los resultados de las pymes tienden a ser distintos para cada empresa, dependiendo de su tamaño, nivel de productividad, intensidad de conocimientos especializados y adscripción sectorial. Por una parte, la probabilidad de que las pymes opten por actividades de internacionalización tiende a aumentar con sus niveles de productividad e innovación. Por otra, las pymes que participan en los mercados internacionales pueden potenciar sus niveles de crecimiento y empleo mediante las economías de escala y mejorar su productividad y capacidad de innovación mediante los efectos de aprendizaje. De modo similar, las pymes que participan en cadenas de valor mundiales pueden beneficiarse de los vínculos comerciales con clientes y proveedores nacionales y extranjeros, así como de la consiguiente capacitación y la mayor competencia, lo que a su vez puede redundar en nuevas oportunidades de participación en los mercados internos. Por esas razones, la internacionalización, en particular mediante la exportación, suele considerarse como una opción estratégica fundamental para la expansión de las pymes.

1. Formas de internacionalización de las pymes

Aunque es frecuente que se haga referencia a las pymes como entidades uniformes, lo cierto es que son muy heterogéneas, según se muestra en la sección A. Esa heterogeneidad se pone de manifiesto en sus diversos procesos de internacionalización, y definir todos esos procesos diferentes es una tarea ingente, debido a su gran variedad. Además, el proceso de internacionalización no es necesariamente sostenido, sino que puede ser ocasional o intermitente, al tiempo que ciertas pymes se orientan hacia el mercado interno y no tienen intención de participar nunca en actividades internacionales. Son empresas que suelen caracterizarse por sus actitudes poco favorables o su indiferencia hacia las oportunidades de los mercados exteriores.

Para explicar las pautas de internacionalización de las pymes, se han elaborado diferentes modelos teóricos y tipologías de gestión empresarial. Entre esas pautas cabe mencionar las siguientes:

- (a) el enfoque gradual tradicional;
- (b) la orientación internacional desde que se crea la empresa ("born global");

(c) la orientación internacional adquirida ulteriormente ("born-again global"); y

(d) la participación en las cadenas de valor mundiales.¹

(a) Enfoque gradual tradicional

El enfoque gradual tradicional conlleva una serie de fases en las que las pymes aumentan progresivamente su participación internacional a lo largo del tiempo, de forma que sus compromisos en el extranjero pasan de ser escasos y de bajo riesgo a ser considerables y arriesgados.

En primer lugar, las pymes tradicionales comienzan su internacionalización mediante 1) exportaciones esporádicas, seguidas por 2) acuerdos con intermediarios y distribuidores independientes que les permitan adquirir la información necesaria para exportar a los mercados internacionales; solo en una fase posterior, las pymes tradicionales decidirán 3) establecer sus propias sucursales de venta en el extranjero, antes de 4) establecer instalaciones de producción en otros países (Johanson y Vahlne, 1977). La dedicación creciente de recursos, así como la adquisición, la integración y la utilización acumulativas de conocimientos y experiencia acerca de los mercados extranjeros, suelen iniciarse en países percibidos como cultural, económica o geográficamente cercanos. Las pymes tradicionales no amplían sus destinos de exportación a países más distantes hasta que hayan adquirido los conocimientos necesarios mediante sus actividades de exportación a los países vecinos. De modo similar, las pymes tradicionales solo participan en formas de internacionalización que requieran mayores compromisos, tales como las inversiones extranjeras directas (IED), cuando maduran y cuentan con suficientes recursos, conocimientos y experiencia para competir.

(b) Orientación internacional desde el principio ("born global")

El concepto "internacionales desde el principio" se aplica a las pymes centradas en la tecnología y los conocimientos -en general, nuevas empresas muy tecnológicas de mercados especializados- capaces de iniciar su proceso de internacionalización desde el momento en que se crean o en las primeras fases de su desarrollo (Moen, 1999). Estas empresas "internacionales desde el principio", que podrían también denominarse "empresas nuevas internacionales", consideran el mundo como un único mercado y pueden acceder simultáneamente a los mercados nacionales e internacionales (incluidos los muy distantes) y ampliar su presencia en los mercados

extranjeros, en general en sectores especializados, mediante diversas fórmulas, incluido el establecimiento de filiales. Algunas de esas pymes pueden seguir una tendencia de internacionalización no progresiva, sino radical y más rápida, gracias a su gran conocimiento de los mercados y a las redes de contactos de sus directivos. Las redes y alianzas formales e informales con otras pymes les permiten superar las limitaciones de recursos financieros, humanos y administrativos al aprovechar los beneficios indirectos de esas redes y de los lazos de cooperación. Entre esos beneficios indirectos figuran el acceso más amplio a una mano de obra que podría considerarse muy calificada y las mayores oportunidades de conocimiento de tecnologías y productos potencialmente rentables.

(c) Orientación internacional adquirida ulteriormente ("born-again global")

El concepto "internacionales por reorientación ulterior" se refiere a los diferentes tipos de pymes que deciden adoptar formas de internacionalización más comprometidas a raíz de un acontecimiento concreto. A veces, las pymes intentan participar en los mercados internacionales, pero su éxito es limitado, por lo que concentran de nuevo sus actividades en el mercado nacional. Más tarde han vuelto a los mercados internacionales mediante grandes "saltos" tras haber experimentado un acontecimiento significativo. Otros tipos de pymes "internacionales por reorientación ulterior" siguen una estrategia de internacionalización gradual hasta que un hecho decisivo modifica radicalmente esa estrategia y las determina a internacionalizarse con rapidez. Los acontecimientos que pueden determinar la reorientación de las pymes hacia esa forma de internacionalización son de diferentes tipos, tales como el cambio de propietarios y directivos de la empresa o la absorción por otra empresa ya dedicada a actividades en el extranjero.

(d) El enfoque de las cadenas de valor mundiales

El "enfoque de las cadenas de valor mundiales" es el adoptado por las pymes con capacidad para integrarse en esas cadenas. Las cadenas de valor mundiales consisten en un conjunto de tareas o actividades interrelacionadas que hacen posible el diseño, la producción, la comercialización, el transporte y la asistencia posventa de un producto o servicio. Esas cadenas de valor y redes de producción mundiales se caracterizan por la presencia de una empresa principal, a menudo de mayor tamaño que las demás empresas participantes, a la que estas, incluidas ciertas pymes, suministran componentes o servicios. Las pymes pueden participar en las cadenas de valor mundiales

mediante productos exportados directamente a grandes empresas en el extranjero o, en muchos casos, indirectamente a través de empresas ubicadas en el país de origen. Sin embargo, las pymes que se han integrado en las cadenas de valor mundiales como proveedores de los niveles inferiores suelen hallarse en una posición poco estable, ya que la competencia es particularmente intensa y nuevos proveedores pueden sustituir al proveedor inicial al ofrecer mejores ventajas comparativas, por ejemplo costos más bajos (Abonyi, 2005). Algunas pymes logran avanzar en las cadenas de valor mundiales al incrementar el valor añadido de los productos o servicios que suministran. La participación en redes empresariales facilita los flujos de información, lo que puede colocar a las pymes en mejores condiciones para acceder más directamente a los mercados internacionales (Gumede, 2004).

Otras trayectorias internacionales de las pymes que se analizan en las publicaciones especializadas son las "conexiones del interior al exterior", las "repatriaciones" y la "orientación regional desde el principio".

Las denominadas "conexiones del interior al exterior" se refieren a las pymes que empiezan su proceso de internacionalización mediante operaciones internacionales en el interior (Korhonen *et al.*, 1996). Algunas pymes empiezan importando mercancías, tales como materias primas, piezas y componentes o maquinaria necesarios para el proceso de producción de determinado bien o servicio. Otras operaciones en el interior son las inversiones y la transferencia de tecnología mediante acuerdos sin participación en el capital, como licencias y franquicias, o acuerdos con participación en el capital, como inversiones extranjeras directas y empresas mixtas. Gracias a los conocimientos adquiridos mediante esas operaciones

en el interior, y en particular a la relación y experiencia con proveedores, transitarios y distribuidores extranjeros, esas pymes deciden posteriormente ampliar sus operaciones internacionales en el exterior, por ejemplo con exportaciones directas. Las "conexiones del interior al exterior" guardan una estrecha relación conceptual con las cadenas de valor, pero, a diferencia de muchas cadenas de valor mundiales o regionales, no requieren necesariamente la presencia de una empresa principal.

Otras pymes se definen como "repatriadoras" porque, tras haber fracasado o logrado un éxito limitado en los mercados internacionales, deciden retirarse de las operaciones en el exterior, abandonar los mercados internacionales y volver a atender únicamente sus mercados nacionales. En cambio, algunas pymes, definidas como "regionales desde el principio", logran exportar sus productos a los países vecinos, pero no consiguen ampliar sus compromisos de internacionalización a otros mercados o participar en actividades de internacionalización muy comprometidas, tales como las IED (Smolarski y Wilner, 2005).

La heterogeneidad característica de las pymes, incluidos sus distintos modos de internacionalización, guarda relación con varios factores y determinantes, que pueden ser de tipo interno o externo (Leonidou *et al.*, 2007). Entre los factores internos figuran diversos elementos interrelacionados que tienen que ver con los recursos y la competitividad de las empresas, por ejemplo su personal directivo, sus características y su capacidad estratégica de comercialización de las exportaciones (Nazar y Saleem, 2009). En lo que respecta al personal directivo, sus actitudes (por ejemplo, frente al riesgo), conocimientos y comportamiento influyen en las pautas de internacionalización de las pymes (véase el recuadro C.1). Al nivel de la empresa, se ha comprobado

Recuadro C.1: Capacidad empresarial

Si bien la bibliografía económica reciente sobre comercio internacional considera las diferencias entre empresas en términos de productividad y tamaño, otras disciplinas, tales como las teorías sobre gestión, régimen institucional y organización, destacan los aspectos individuales de empresarios y gestores que hacen posible el éxito internacional de las empresas, incluidas las pymes y las nuevas empresas. La aptitud empresarial y administrativa puede definirse como la capacidad para aprovechar las ideas y oportunidades mediante la aplicación eficaz de una estrategia comercial (Porter, 1990). La aptitud empresarial y la capacidad de gestión son importantes factores determinantes de la competitividad de las empresas y de su decisión de participar o no en actividades internacionales.

En las publicaciones especializadas se ha definido un gran número de tipos diferentes de motivación empresarial. Uno de los conceptos más comunes de motivación empresarial es el que distingue entre motivación de necesidad (factor "push" o de empuje) y motivación de oportunidad (factor "pull" o de atracción) (Stoner y Fry, 2016). La capacidad empresarial puede ser resultado de una decisión positiva tomada para aprovechar una oportunidad comercial. Por ejemplo, un particular puede optar por participar en una (nueva) empresa para tener más independencia y libertad en su vida laboral, o para aumentar o mantener sus ingresos personales. Por el contrario, la capacidad empresarial puede repuntar cuando el particular no tiene mejores opciones laborales, por ejemplo tras la pérdida de su puesto de trabajo.

Recuadro C.1: Capacidad empresarial (continuado)

Aunque esa capacidad surgida de la necesidad suele equipararse con una escasa aptitud empresarial, tal conclusión puede ser una simplificación excesiva de la realidad (Stephan *et al.*, 2015). Crear una empresa por necesidad no es algo exclusivo de particulares con escasa preparación para la actividad empresarial. Los particulares que poseen esa preparación, pero se sienten discriminados en su lugar de trabajo, pueden tener también motivos para buscar una nueva oportunidad comercial. Además, los datos empíricos muestran que la motivación y la preparación técnica pueden influirse recíprocamente. A medida que los particulares aprenden a poner en marcha y gestionar una empresa, esa experiencia puede a su vez influir en su motivación como empresarios (Estrin *et al.*, 2013).

Las iniciativas de orientación empresarial y aprendizaje internacional suelen estar correlacionadas positivamente con la internacionalización (De Clerq *et al.*, 2005). Por ejemplo, los fundadores de las pymes “internacionales desde el principio” suelen ser particulares que ya poseen experiencia internacional (Reuber y Fischer, 1997). La experiencia internacional abarca conocimientos que permiten a las pymes responder mejor a las oportunidades y amenazas de los mercados internacionales. De modo similar, el hecho de que los empresarios tengan mentalidad internacional puede influir positivamente en las actitudes de los directivos hacia la internacionalización y en la elección del modo de internacionalización (Kyvik *et al.*, 2013). La predisposición del personal directivo de las pymes hacia la iniciación de actividades de exportación parece estar estrechamente correlacionada no solo con la rapidez de las actividades de exportación iniciales, sino también con el número subsiguiente de mercados extranjeros atendidos (Ciravegna *et al.*, 2014). Según parece, la motivación del personal directivo influye también positivamente en la iniciación de la actividad exportadora (Wood *et al.*, 2015).

La importancia de la capacidad empresarial depende también del tipo y la estructura de la propiedad, que a su vez pueden influir en la decisión de acceder o no al mercado internacional. En la mayoría de las pymes, la gestión corre a cargo de uno o unos pocos directivos, que a veces son los propietarios de la empresa. La participación de la familia propietaria en la gestión de las pymes puede traducirse en una estrategia de evitación del riesgo y cierta dificultad para captar directivos profesionales y calificados. Los datos empíricos apuntan a la menor probabilidad de que las empresas familiares participen en actividades de internacionalización muy comprometidas, debido a que sus recursos financieros, su disposición a establecer relaciones con nuevos socios y su interés en la expansión internacional son limitados (Fernández y Nieto, 2005). En cambio, la presencia de accionistas extranjeros en las pymes suele tener un efecto positivo en su predisposición exportadora.

que el tipo de propiedad, la antigüedad, el tamaño, la productividad laboral, el grado de especialización, el nivel tecnológico, los contactos y redes en el exterior, y los conocimientos y la experiencia tienen repercusiones en la estrategia de internacionalización adoptada por las pymes.² El último tipo de factores internos -conocimientos y experiencia- se refiere a las técnicas de comercialización de las pymes, el uso que estas hacen de los estudios de mercado internacionales, su capacidad para adaptar fácilmente la comercialización a los mercados extranjeros y su habilidad para segmentar y orientar a destinatarios específicos sus productos, por ejemplo ofreciendo precios satisfactorios a los clientes.

Los factores externos son las características del país de origen y del país receptor. Las empresas pueden verse obligadas a ampliar sus operaciones en los mercados internacionales cuando el mercado nacional es limitado (por ejemplo, debido a la saturación o la contracción). La competencia nacional intensa puede también determinar a las empresas a adoptar una

estrategia de internacionalización con objeto de generar mayores ingresos. Otros factores del país de origen que afectan a la decisión de participar en actividades internacionales son los reglamentos de importación y exportación, la infraestructura de transportes, los costos y los plazos de la actividad exportadora, y los programas de promoción de las exportaciones. Al otro lado de la frontera, los principales factores del país receptor son los aranceles, las medidas no arancelarias, la fuerte competencia nacional, las condiciones del entorno empresarial, los riesgos políticos, y la distancia geográfica y cultural. En la sección D se examinan algunos de los más importantes factores relacionados con el comercio que obstaculizan la participación de las pymes en actividades comerciales. En conjunto, la interacción de esos factores internos y externos, a menudo contradictorios, puede potenciar o reducir la influencia de cada uno de ellos en la marcha del proceso de internacionalización. Como resultado, las interacciones combinadas de esos factores pueden estimular y acelerar, o desincentivar y frenar, el proceso de internacionalización de las pymes.

2. ¿Qué empresas exportan y por qué el acceso a los mercados extranjeros es importante para las pymes?

En la subsección C.1 se mostró, desde una perspectiva empresarial, de qué forma las pequeñas empresas se incorporan al comercio internacional y qué factores pueden inducir a esas empresas a orientarse hacia el exterior. En la presente subsección se examinará la importancia atribuida al tamaño de las empresas en las publicaciones económicas. En la parte a) se examinan las teorías comerciales recientes y las constataciones empíricas conexas que se han centrado en las diferencias entre las empresas, incluido el tamaño. Sobre la base de ese examen, en la parte b) se investiga por qué los obstáculos al acceso a los mercados extranjeros pueden ser motivo de especial preocupación para las pymes.

(a) Tamaño de las empresas y comercio internacional

Las teorías tradicionales sobre el comercio internacional han prestado especial atención a las diferencias nacionales en materia de recursos y productividad y la importancia de la ventaja comparativa para explicar los intercambios comerciales entre países. En el decenio de 1980 se elaboraron nuevos modelos, en particular los de Helpman y Krugman (1985), que muestran cómo la preferencia de los consumidores por la diversidad y las economías de escala pueden explicar los niveles observados de comercio intersectorial y el gran volumen de intercambios comerciales entre países de características similares. En el decenio de 1990, empezaron a obtenerse datos pormenorizados de las empresas que pusieron de manifiesto varios aspectos que las teorías anteriores no habían llegado a explicar. En particular, los nuevos datos mostraron la existencia de diferencias significativas de tamaño y productividad entre las empresas exportadoras y las no exportadoras. Aunque la mayoría de las empresas no realizan exportaciones de ningún tipo, las empresas exportadoras tienen, como promedio, un mayor tamaño (y contratan más trabajadores) y son más productivas (pagando salarios más elevados) y antiguas que las no exportadoras.³

Desde entonces, diversos trabajos han mostrado que el tamaño, la productividad y la experiencia son características empresariales que pueden estar estrechamente relacionadas. Por ejemplo, Arndt et al. (2012) examinan datos de empresas alemanas a nivel microeconómico y concluyen que “el tamaño y la productividad son los principales determinantes de la actividad exterior de las empresas”, lo que confirma que,

cuanto mayores y más productivas son las empresas, mayores son sus probabilidades de exportar. Por otra parte, Berthou y Vicard (2015), Love *et al.* (2015) y Majocchi *et al.* (2005), tras haber estudiado una amplia diversidad de empresas europeas, muestran no solo que las que exportan son más productivas que las que no lo hacen, sino también que esa divergencia aumenta con la experiencia exportadora, es decir, que las empresas que realizan exportaciones desde hace mucho tiempo y de modo regular son más productivas que las que han empezado esa actividad recientemente. Por consiguiente, la experiencia exportadora refuerza la relación entre el tamaño de la empresa y la productividad, de modo que las empresas más productivas no solo lo son al empezar, sino que también crecen a lo largo del tiempo gracias a la exportación.

Al mismo tiempo, para las pymes (tanto de economías en desarrollo como desarrolladas) que participan en el comercio exterior, los mercados extranjeros son más importantes como porcentaje de sus ventas globales que para las grandes empresas, es decir, las pymes (si exportan) dependen más de los mercados internacionales y tienen una orientación más exportadora (Lejárraga *et al.*, 2014).

Los datos sobre la actividad empresarial han puesto también de manifiesto la existencia de importantes diferencias entre unas empresas y otras en relación con la gama de productos que exportan y los países con los que mantienen intercambios comerciales. Cebeci *et al.* (2012) analizan la Base de datos sobre dinámica de las empresas de exportación del Banco Mundial, que contiene información sobre la actividad empresarial en 45 países, principalmente países en desarrollo, y comprueban que los exportadores de múltiples productos destinados a múltiples países representan una parte importante de las exportaciones totales (con una participación también significativa en el mercado nacional) y constituyen solo una pequeña porción del número total de empresas exportadoras. Freund y Pierola (2015) confirman que las denominadas “superestrellas de la exportación”, es decir, las empresas que representan el 1% con mayor actividad exportadora en 32 países, eran ya grandes al entrar en los mercados de exportación y crecieron con rapidez hasta situarse pronto en ese intervalo del 1% más importante (como promedio, en menos de tres años), llevaban a cabo no menos de la mitad de las exportaciones totales de sus países de origen y comerciaban con una amplia gama de productos. De hecho, los autores destacan que la actividad de esas empresas explica en gran medida los cambios en la distribución sectorial de las exportaciones en los distintos países, lo que nuevamente pone de manifiesto la importancia de las grandes empresas

como determinantes de las tendencias y los volúmenes del comercio internacional.

En cambio, la inmensa mayoría de las empresas exportadoras son pequeñas y exportan solo una pequeña gama de productos a un número limitado de destinos (Wagner, 2015). En realidad, las empresas que exportan un único producto a un único destino representan, como promedio, más de la tercera parte de los exportadores y solo un porcentaje insignificante de las exportaciones totales.⁴

La relación entre el tamaño de la empresa y la probabilidad de que realice exportaciones o tenga una trayectoria exportadora en el sector de servicios es relativamente más ambigua. En parte, esa ambigüedad puede estar relacionada con las limitaciones de los datos, pero también podría explicarse, al menos parcialmente, por el hecho de que, a diferencia de las exportaciones de manufacturas, el comercio transfronterizo de servicios no suele entrañar grandes costos fijos. Algunos estudios empíricos desafían la tesis de que el tamaño de una empresa incida directamente en la probabilidad de acceso de esa empresa a los mercados de servicios extranjeros o en su intensidad exportadora (Ebling y Janz, 1999; Engel *et al.*, 2013; Love y Mansury, 2009). Por el contrario, otros estudios han detectado una relación lineal positiva entre el tamaño de la empresa y la probabilidad de que exporte servicios (Gourlay *et al.*, 2005). Unos pocos estudios han determinado que existe una relación en U entre el tamaño de la empresa y su intensidad exportadora de servicios, lo que parece indicar que la intensidad exportadora aumenta al mismo tiempo que el tamaño de la empresa (Chiru, 2007). En cambio, otros estudios sugieren que la relación entre el tamaño de la empresa y sus probabilidades de exportación o su intensidad exportadora tiene forma de U invertida, por lo que la intensidad exportadora aumenta a medida que el tamaño de las empresas pasa de pequeño a mediano, pero vuelve a reducirse cuando la empresa se hace más grande (Lejárraga y Oberhofer, 2015; Love y Mansury, 2009). La curva en forma de U invertida que determinan algunos datos específicos podría estar relacionada con la gran incidencia de pymes “internacionales desde el principio” que desempeñan su actividad en el sector de los servicios.

Aunque inicialmente suelen tener menos posibilidades de sobrevivir como exportadoras, las pequeñas empresas crecen con más rapidez que las grandes si acceden a los mercados extranjeros y se mantienen en ellos con perseverancia (Wagner, 2012; Lejárraga *et al.*, 2014; Lejárraga y Oberhofer, 2015).⁵ Además, las pequeñas empresas parecen ser más flexibles, y entran y salen de los mercados y cambian su gama de productos de exportación (“rotación”) con

mayor rapidez que las grandes empresas (Verwaal y Donkers, 2002). Una de las principales razones de esa flexibilidad puede ser el menor tamaño de las empresas, que permite tomar decisiones con más rapidez y limitar los costos de coordinación (Vossen, 1998). En consecuencia, según han podido demostrar empíricamente Hummels y Klenow (2005) y Onkelinx y Sleuwaegen (2010), las empresas más pequeñas desempeñan un papel predominante en la creación de nuevas exportaciones. Argüello *et al.* (2013) muestran que los nuevos exportadores (el denominado “margen extensivo” del comercio) son importantes para impulsar el crecimiento de las exportaciones a corto plazo, mientras que, a largo plazo, el comercio registra un crecimiento más sólido a través del margen intensivo, es decir, al aumentar el volumen de comercio de los exportadores consolidados.

En resumen, según las principales conclusiones que cabe extraer de los datos comerciales recientes relativos a las empresas, las pymes participan menos en el comercio, pero pueden hacer una contribución significativa al crecimiento reforzado de las exportaciones si logran acceder a los mercados extranjeros y permanecer en ellos. En la subsección C.2 b) examinaremos por qué la reducción de los obstáculos al acceso a los mercados puede tener particular importancia para las pymes.

(b) Tamaño de las empresas y obstáculos al comercio

Una importante razón que hace más difícil la incorporación de las pymes al comercio internacional está relacionada con los costos de acceso a los mercados (véanse más detalles en el recuadro C.2). En su innovador trabajo, Melitz (2003) combina la presencia de tales costos con la existencia de diferencias entre las empresas para elaborar un modelo de la dinámica de las exportaciones. Ese modelo no solo explica qué empresas tienen más probabilidades de exportar, sino también los efectos que las reducciones de los costos comerciales (y la consiguiente mejora del acceso a los mercados extranjeros) pueden tener para los diferentes tipos de empresas.⁶

Al principio, solo las empresas cuyo nivel de productividad supera cierto umbral están en condiciones de cubrir los costos de acceso a los mercados, presentes tanto en el mercado nacional como en los mercados extranjeros y, en principio, más bajos en el primero que en los segundos. Por consiguiente, el nivel mínimo de productividad requerido para exportar es más elevado que el exigido para acceder al mercado local. Esos niveles mínimos de productividad dividen a las empresas en dos grupos: las empresas cuyo nivel de productividad solo es suficiente para el mercado nacional; y las empresas

Recuadro C.2: Costos de acceso a los mercados

Los costos de acceso a los mercados, conocidos también como costos de cabeza de puente, son los que ha de sufragar una empresa para acceder a un mercado; por ejemplo, los costos que conlleva crear una red de distribución, cumplir las reglamentaciones y obtener el reconocimiento de marcas, patentes y licencias. Como muestran estos ejemplos, tales costos de acceso a los mercados pueden considerarse como costos fijos en muchos casos, ya que existen con independencia del volumen de comercio. Sin embargo, resultan más elevados por unidad cuando los volúmenes de comercio son menores y, por consiguiente, pueden constituir una carga mayor para las empresas más pequeñas. Pero los costos del comercio pueden tener también carácter variable, por ejemplo cuando se trata de aranceles *ad valorem*, cuyo importe global aumenta proporcionalmente al volumen del comercio.

Melitz (2003b) incluye esos costos comerciales en un modelo conjunto y muestra que reducir tanto los costos variables como los fijos disminuirá el umbral de productividad y permitirá a más empresas convertirse en exportadoras, con los ya indicados efectos de aumentar el tamaño y la cuota de mercado de las empresas más productivas y más grandes.

Sin embargo, la reducción de los costos fijos del comercio puede tener efectos distintos para las empresas de diferente tamaño, a diferencia de la reducción de los costos variables, que repercute en todas las empresas por igual, con independencia de su nivel de producción. Es posible que los resultados sean otros cuando el grado de respuesta de la demanda de importaciones varía en función del volumen del comercio. De hecho, como se expone con detalle en el texto general, las publicaciones especializadas llegan a la conclusión de que las empresas que producen a costos relativamente más altos y exportan volúmenes de comercio más pequeños (podría decirse que las empresas más pequeñas y menos productivas del modelo de Melitz) reaccionan más intensamente frente a los cambios arancelarios (Berman *et al.*, 2012; Gopinath y Neiman, 2014; Spearot, 2013). Además, los aranceles pueden acompañarse de engorros burocráticos y abundante papeleo, lo que, en la práctica, constituye un importante componente de costos fijos y, probablemente, es más oneroso para las pymes (Henn y Gnrtchyan, 2015).

También se ha sostenido que las pymes son más sensibles a los obstáculos al comercio de modo más general, debido a que tienen menos recursos para hacer frente a esos obstáculos, por ejemplo, porque han de sufragar costos de crédito más elevados que las grandes empresas (ECB, 2013; Vossen, 1998).

más productivas, que pueden hacer frente a los costos de acceso a los mercados de exportación y vender sus productos tanto en el país como en el extranjero. Este marco teórico explica satisfactoriamente los datos sobre empresas exportadoras, que muestran que solo una fracción de los productores locales suministran también a los mercados extranjeros. Solo las empresas más productivas tienen capacidad para pagar los (mayores) costos relacionados con la exportación. Al mismo tiempo, las ventas en el extranjero han permitido a las empresas más productivas aumentar aún más su tamaño, confirmando así la norma observada según la cual los mayores productores son también las empresas más productivas y representan una gran parte de las exportaciones de un país.⁷

La dinámica del modelo de Melitz entra en funcionamiento cuando los países se abren al comercio y se exponen a la competencia internacional (Melitz y Ottaviano, 2008). La liberalización del comercio (es decir, la reducción de los costos de acceso a los mercados extranjeros) afecta a la composición de empresas del correspondiente sector de dos

modos. En primer lugar, la reducción de los costos del comercio disminuye el umbral de productividad requerido para exportar, lo que permite a las empresas empezar a vender en el extranjero y crecer mediante la exportación. El segundo efecto es causado por la mayor dificultad del entorno competitivo en el mercado interno. Las mayores posibilidades de venta al extranjero, incluso en el caso de empresas que no han exportado antes, permite a las empresas exportadoras captar más recursos y aumentar su cuota global de mercado a expensas de las empresas nacionales menos productivas, que se ven obligadas a abandonar el mercado. Por consiguiente, la competencia refuerza la relación entre productividad y tamaño, ya que las empresas más productivas sobrevivirán y crecerán, mientras que las menos productivas seguirán siendo pequeñas o abandonarán la actividad.⁸

En un gran número de estudios se evalúan o simulan los efectos de la apertura del comercio en el volumen global de intercambios comerciales. Aunque, tradicionalmente, se ha considerado que el grado de respuesta del comercio a los cambios en los costos

comerciales varía dependiendo del sector y del interlocutor comercial, así como a lo largo del tiempo,⁹ en trabajos más recientes se ha insistido también en la importancia de las características de las empresas. Los trabajos empíricos de Gopinath y Neiman (2014) -y esto es importante- han proporcionado indicios sólidos de que las empresas más pequeñas responden en mayor medida a la apertura del comercio que las empresas de mayor tamaño, incluso en caso de reducción de los obstáculos al comercio, más que de los costos fijos, lo que naturalmente tiene un efecto positivo proporcionalmente mayor en las pymes.

Se han dado al menos dos explicaciones a esta conclusión. En primer lugar, se ha establecido empíricamente que las empresas con una larga trayectoria de participación en el mercado (en principio, empresas de gran tamaño que actúan como "margen intensivo" del comercio) son menos sensibles a los cambios en los costos comerciales que las empresas exportadoras nuevas o relativamente recientes (Berman y Héricourt, 2010; Fitzgerald y Haller, 2014). Las empresas consolidadas han dedicado ya tiempo y recursos a la adquisición de conocimientos y relaciones en los mercados extranjeros, por lo que es probable que mantengan esas relaciones en lugar de empezar por buscar nuevas oportunidades comerciales. En cambio, para las empresas del "margen extensivo" (es decir, nuevos exportadores), la reducción de los costos comerciales puede ofrecer una oportunidad inmediata de crecimiento mediante la creación de nuevas relaciones comerciales en mercados extranjeros. Como se ha comprobado que las pymes representan una gran parte de ese "margen extensivo", cabe prever que reaccionen más intensamente a las medidas de apertura del comercio.

En ese sentido, Spearot (2013) considera probable que la reacción a la liberalización arancelaria sea menos acusada en los grandes proveedores que en las pequeñas empresas, incluso respecto de gamas de productos que pueden sustituirse con gran facilidad.¹⁰ La explicación de fondo para diversas hipótesis sobre el comportamiento de los consumidores es que, según se ha demostrado, la demanda de determinados productos de bajo costo que ya proporcionan cuantiosos ingresos es menos sensible a los cambios de los costos comerciales que la demanda de productos muy costosos (supuestamente producidos por empresas más pequeñas y menos productivas) cuyas ventas se llevan a cabo en cantidades limitadas (véase en la sección D.2 a) un examen más detallado y acompañado de datos empíricos).

Por último, las pymes pueden verse más seriamente afectadas por las medidas que obstaculizan el acceso a los mercados extranjeros y, como resultado, participar

menos que las grandes empresas en el comercio internacional. Al mismo tiempo, en varios estudios se ha señalado que las pymes encierran un enorme potencial de crecimiento de las exportaciones y pueden beneficiarse de forma desproporcionada de la apertura del comercio. En la subsección C.3 examinaremos con más detalle esos beneficios destacando de qué forma las exportaciones pueden influir favorablemente en el rendimiento de las pymes y hacer posible su crecimiento.

3. Los efectos de la internacionalización en el rendimiento de las pymes

Como se indicó en la subsección C.2, los datos empíricos apuntan a que las empresas de orientación internacional suelen ser mayores y más productivas que las empresas dedicadas únicamente al mercado interior. Solo las empresas más productivas pueden lograr beneficios en los mercados internacionales tras haber cubierto los costos variables y fijos (a menudo irrecuperables) que conlleva la internacionalización. Como resultado, las empresas más eficientes se convertirán, por lo general, en grandes empresas presentes en los mercados internacionales (es decir, multinacionales), y las menos eficientes se centrarán únicamente en el mercado interior. A su vez, las empresas con resultados intermedios optarán por convertirse en exportadoras, debido a que las actividades de exportación, en comparación con las demás operaciones internacionales, requieren un menor compromiso de los recursos institucionales y conllevan menos riesgos comerciales.

En ese contexto, es particularmente importante determinar la relación causal entre el proceso de internacionalización y el rendimiento de las empresas, que sigue siendo objeto de controversia. Aunque algunos estudios empíricos no establecen relación, ni siquiera negativa, entre ambos aspectos (Lu y Beamish, 2004), un gran número de trabajos empíricos sobre gestión empresarial, comercialización y economía del comercio internacional sugieren que la internacionalización suele tener un efecto positivo en el rendimiento de las empresas (Sapienza *et al.*, 2006; Pangarkar, 2008). Las empresas que participan en operaciones internacionales tienen que mejorar su rendimiento, no solo para hacer frente a los costos adicionales de la internacionalización, sino también para seguir siendo competitivas en mercados internacionales de competencia creciente. Además, la elección del modo de acceso al mercado internacional suele tener repercusiones significativas en el rendimiento de las empresas. Una vez adoptada determinada estrategia de internacionalización, las empresas pueden tener problemas para cambiarla, al menos a corto plazo.

A pesar de los considerables indicios empíricos de que la internacionalización tiende a mejorar el rendimiento de muchas empresas, las pruebas del impacto de la internacionalización en el rendimiento de las pymes son menos claras (Hitt *et al.*, 1997; Wright *et al.*, 2007). Las pymes no son simplemente versiones más pequeñas de las grandes empresas (Lu y Beamish, 2001), sino que se caracterizan por diferentes formas de propiedad, recursos, estructuras orgánicas y sistemas de gestión. Esos factores definen las limitaciones internas y la capacidad de las pymes para competir en los mercados internacionales, lo que, en definitiva, determina, al menos en parte, de qué modo la internacionalización puede afectar al rendimiento de dichas empresas.

Los pocos estudios empíricos que analizan los efectos del proceso de internacionalización exclusivamente en el rendimiento de las pymes apuntan a que el impacto de la internacionalización tiende a ser específico por empresas y depende de varios factores, entre ellos, el nivel de productividad, la intensidad de conocimientos y la pertenencia sectorial de esas empresas. En parte, la disparidad de indicios tiene también su origen en la diversidad de indicadores utilizados para medir el carácter multidimensional del rendimiento de las empresas:¹¹ i) beneficios, ii) productividad, iii) innovación y iv) crecimiento (de las ventas y del empleo).

(a) Efectos en los beneficios de las pymes

La relación entre la internacionalización y el rendimiento económico ha sido objeto de especial atención en las publicaciones sobre gestión empresarial. A pesar de las amplias investigaciones, sigue sin haber consenso sobre los efectos del proceso de internacionalización en la rentabilidad de las pymes medida con arreglo al rendimiento de los activos, al rendimiento de las ventas y al rendimiento del capital. En los trabajos especializados se han propuesto diferentes formas de describir la relación entre la internacionalización y el rendimiento económico (Benito-Osorio *et al.*, 2016). Algunos estudios teóricos y empíricos afirman que la relación entre la internacionalización y el rendimiento económico es lineal. Esa relación lineal es positiva según algunos estudios y negativa según otros, dependiendo de que los beneficios atribuidos al proceso de internacionalización, incluidas las economías de escala y la diversificación de los riesgos, sean, respectivamente, mayores o menores que los costos conexos, tales como los costos de coordinación y transporte.

En cambio, otros estudios ponen en entredicho la tesis de un impacto lineal y uniforme del grado de internacionalización en el rendimiento económico, y apuntan a una relación no lineal. En algunos de esos estudios se menciona una relación en forma

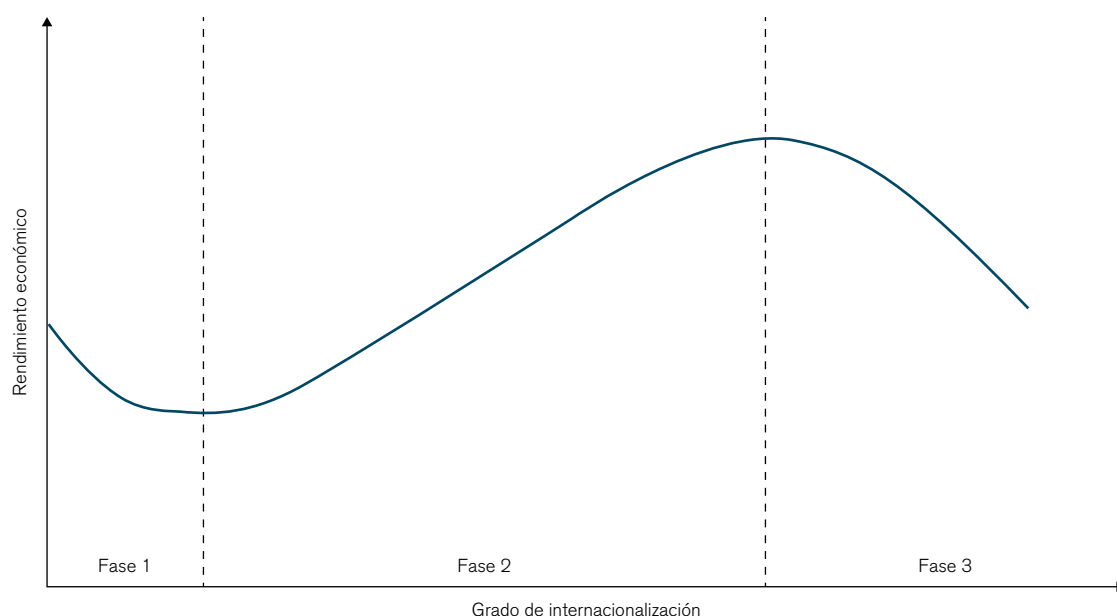
de U en la que, al principio, los costos relacionados con la internacionalización son superiores a los beneficios resultantes. Solo a partir de cierto grado de internacionalización, los beneficios empiezan a ser mayores que los costos conexos, con la consiguiente mejora del rendimiento económico de la empresa.

En otros estudios, la relación entre internacionalización y rendimiento económico se caracteriza por una curva en forma de campana (U invertida), según la cual los beneficios relacionados con la internacionalización son, de entrada, superiores a los costos conexos hasta que se alcanza cierto grado de internacionalización.

Más recientemente, cierto número de estudios han sugerido que existe una relación en forma curva sigmoidea entre la internacionalización y la rentabilidad de las empresas. Esa representación en forma de curva sigmoidea hace compatibles, hasta cierto punto, las constataciones empíricas aparentemente contradictorias al considerar las relaciones lineales en forma de U y de U invertida como un subconjunto de la relación general en forma de curva sigmoidea.

Según se representa en el gráfico C.1, la relación en forma de curva sigmoidea se compone de tres fases: 1) inicialmente, el rendimiento económico disminuye con la internacionalización temprana debido a los costos adicionales resultantes de los limitados conocimientos locales y las dificultades para gestionar y coordinar las actividades de las empresas en los mercados extranjeros; 2) a partir de cierto nivel de internacionalización, el rendimiento económico mejora gracias a las competencias internacionales adquiridas mediante la intensa actividad empresarial llevada a cabo en el exterior; 3) cuando se alcanza otro nivel mayor de internacionalización, el rendimiento económico empieza de nuevo a reducirse o estancarse debido al aumento de los costos de coordinación empresarial.

En general, los datos empíricos parecen indicar que la relación entre la internacionalización y la rentabilidad de las empresas depende mucho del contexto (Bausch y Krist, 2007). La intensidad de las actividades de investigación y desarrollo, la diversificación de productos, el país de origen, y la antigüedad de la empresa y su tamaño son importantes factores que influyen en la rentabilidad empresarial atribuible a la internacionalización. La menor antigüedad de una empresa tiende a contribuir positivamente a su rendimiento, con independencia de que la empresa sea pequeña o grande. Las empresas más jóvenes, muchas de las cuales son pymes, pueden beneficiarse de su ventaja en el aprendizaje de novedades, que les permite utilizar sus recursos internos con mayor flexibilidad (Autio *et al.*, 2000).

Gráfico C.1: Relación entre internacionalización y rendimiento económico de las empresas

Fuente: Contractor (2007); Benito-Osorio *et al.* (2016).

Los datos empíricos sobre la relación entre la internacionalización y la rentabilidad de las pymes no solo son escasos, sino también dispares. En ciertos estudios se considera que la internacionalización tiene un efecto positivo y lineal en el rendimiento económico de las pymes (Qian, 2002; Pangarkar, 2008). En algunos casos, la rentabilidad de las pymes parece determinada por su capacidad para acceder a determinados mercados y no necesariamente por su intensidad exportadora (Majocchi y Zucchella, 2003). Otros estudios detectan una relación en forma de U y destacan que, si bien la rentabilidad de las pymes tiende a reducirse al principio, los mayores niveles de internacionalización suelen traducirse en una mayor rentabilidad de las pymes a medio y largo plazo (Lu y Beamish, 2001; 2006). En cambio, unos pocos estudios hacen referencia a una curva en forma de U invertida (Chiao *et al.*, 2006; Hsu *et al.*, 2013). Un número limitado de estudios han detectado una curva sigmoidea más amplia para las pymes en comparación con las empresas de mayor tamaño (Fisch, 2012). Algunos estudios recientes consideran también probable que la relación entre la internacionalización y la rentabilidad de las pymes sea diferente en función del tamaño de las empresas (Benito-Osorio *et al.*, 2016).

(b) Efectos en la productividad de las pymes

La relación entre la productividad y la internacionalización (en particular, mediante las exportaciones) ha sido

también objeto de un gran número de estudios teóricos y empíricos.¹² Según la “hipótesis de la autoselección”, solo las empresas más productivas deciden exportar y empiezan a hacerlo (Bernard y Wagner, 1997; Bernard y Jensen, 1999). En cambio, la hipótesis del “aprendizaje mediante la exportación” pretende que las empresas se hacen primero exportadoras y después más productivas al adquirir conocimientos con su experiencia (Clerides *et al.*, 1998).

La mejora de la productividad de las empresas se logra por dos vías principales: 1) la explotación de las economías de escala, que permite reducir los costos medios; y 2) la acumulación de nueva información y conocimientos en los mercados internacionales. Las empresas que participan en mercados extranjeros pueden adquirir experiencia gracias a los conocimientos de gestión y comercialización o tecnología de producción de los clientes y los competidores. Como se indicó anteriormente, los datos empíricos confirman la “hipótesis de la autoselección”, según la cual las empresas más productivas se autoseleccionan para participar en los mercados extranjeros (Wagner, 2007).

Los datos empíricos de la hipótesis del “aprendizaje mediante la exportación” no solo son dispares, sino que el “efecto de aprendizaje mediante la exportación” detectado suele aplicarse a empresas que ya eran muy productivas antes de exportar (Biesebroeck, 2005; De Loecker, 2007; Serti y Tomasi, 2008; Brambilla *et al.*, 2014). Un número muy limitado de estudios considera

que hay algunos indicios del “efecto de aprendizaje mediante la exportación” para las empresas menos productivas (Albornoz y Ercolani, 2007; Golovko y Valentini, 2011). Las empresas con niveles de productividad bajos o medianos pudieron mejorar su productividad mediante la información tecnológica obtenida a través de sus contactos en el extranjero o con grandes incentivos a la innovación (véase el recuadro C.3).

En términos más generales, es probable que el aprendizaje mediante la exportación dependa de la capacidad de una empresa para procesar e integrar los conocimientos, que se basa en diversos factores, incluida la experiencia exportadora de la empresa, el nivel de trabajadores altamente calificados y el porcentaje de insumos importados. Por ese motivo, el aprendizaje mediante la exportación tiende a ser heterogéneo y se produce en circunstancias limitadas, a saber: 1) en las empresas más jóvenes, en particular de economías emergentes y en desarrollo, y en los nuevos participantes en los mercados internacionales; 2) en las empresas que operan a cierta distancia de la frontera tecnológica; 3) en las empresas con intensa

actividad exportadora; 4) en determinados sectores; y 5) en las empresas que exportan a países de altos ingresos (Silva *et al.*, 2012; Ciuriak, 2013). En particular, los datos empíricos dan a entender que, mientras que las empresas exportadoras de países desarrollados no tienden a seguir mejorando su productividad, ciertas empresas exportadoras de países en desarrollo experimentan un efecto de “aprendizaje mediante la exportación”.

Los estudios empíricos que analizan los efectos de la internacionalización en la productividad de las pymes son limitados. Muchas pequeñas empresas han podido mejorar su productividad, con frecuencia poco después de acceder a los mercados de exportación (Andersson y Lööf, 2009; Eliasson *et al.*, 2012). En algunos casos, el efecto de la actividad exportadora en la productividad parece ser mayor para las empresas pequeñas que para las de mayor tamaño, al menos a corto plazo (Serti y Tomasi, 2008). En otros casos, las mejoras de la productividad tras el acceso a los mercados de exportación parecen ser relativamente menos significativas para las empresas pequeñas que para las grandes (Manez-Castillejo *et al.*, 2010). Algunas

Recuadro C.3: Capacidad exportadora

Parte del proceso de “aprendizaje mediante la exportación” tiene su origen en el hecho de que muchas empresas descubren su capacidad exportadora solo después de haber empezado realmente a exportar. A pesar del riesgo que representan las elevadas tasas de fracaso, algunas empresas, incluso poco productivas, están dispuestas a sufragar los costos irrecuperables que conlleva la exportación cuando la expansión internacional es potencialmente muy rentable (Albornoz *et al.*, 2012). Al parecer, este proceso es más frecuente en los mercados de exportación relativamente amplios, considerados por las empresas como fuente potencial de cuantiosos ingresos. Las empresas con productividad más baja -en general, empresas pequeñas- que deciden exportar a grandes mercados pueden llegar a obtener beneficios suficientes para hacer frente a los costos fijos de exportación mediante el aprovechamiento de las economías de escala (Bernard *et al.*, 2011). Como resultado, el número de empresas exportadoras presentes en determinado mercado será mayor si ese mercado es más amplio (Cebeci, 2014).

El conocimiento de las condiciones de la demanda local suele considerarse un factor importante de la dinámica de exportación (Buono y Fadinger, 2012). Asimismo, es frecuente que las empresas que optan por exportar tengan que hallar un socio local en cada mercado extranjero (Benguria, 2015). Como solución, algunas empresas contratan intermediarios establecidos en el extranjero para superar el insuficiente conocimiento de las condiciones de los mercados exteriores, hallar clientes extranjeros con más facilidad y mitigar los riesgos e incertidumbres que conlleva la presencia en mercados internacionales. Elegir al distribuidor más apto en el extranjero es, con frecuencia, uno de los problemas a los que se enfrentan las empresas exportadoras, en particular las pymes (Neupert *et al.*, 2006).

En una situación de información incompleta y cumplimiento imperfecto de los contratos, la reputación desempeña una función esencial y los exportadores se ven obligados a informarse sobre la fiabilidad de sus interlocutores comerciales (Aeberhardt *et al.*, 2012). Por otra parte, aprender a conectar a exportadores e importadores suele ser un proceso largo (Eslava *et al.*, 2015). El costo de buscar clientes y asegurar que haya coincidencia de intereses entre vendedores y compradores puede ser particularmente elevado para las pymes. En ese contexto, los programas específicos de promoción de las exportaciones pueden facilitar el proceso de aprendizaje de las pymes y contribuir positivamente a sus resultados de exportación (Álvarez, 2004; Wilkinson y Brouthers, 2006; Durmusoglu *et al.*, 2012).

empresas pequeñas han logrado mejorar su eficiencia técnica mediante transferencias de conocimientos (Atkin *et al.*, 2014), y otras mediante el incremento de las inversiones en bienes de equipo antes de exportar (Eliasson *et al.*, 2012).

(c) Efectos en la actividad innovadora de las pymes

La innovación y la productividad están intrínsecamente conectadas. Con frecuencia, la mejora de la productividad es resultado de la innovación (Lileeva y Trefler, 2010). Como se señaló anteriormente, las empresas con orientación internacional tienden a ser más grandes y más productivas. De modo similar, las empresas innovadoras son, con mayor probabilidad, exportadoras desde el principio (Sterlacchini, 1999; Basile, 2001; Roper y Love, 2002; Lachenmaier y Woessmann, 2006; Crespi *et al.*, 2008; Cassiman y Golovko, 2011). En algunos casos, la innovación tanto en materia de productos como de procesos, y en particular la combinación de ambas modalidades, parecen determinantes en la disposición de la empresa a exportar (Van Beveren y Vandenbussche, 2010; Caldera, 2010). En otros casos, solo la innovación relativa a los productos tiene un efecto significativo en la propensión de las empresas a exportar (Cassiman *et al.*, 2010).

Los datos empíricos sobre la función de la internacionalización en la innovación siguen siendo limitados, en parte debido a la dificultad para establecer la relación de causalidad. Varios estudios confirman la mayor probabilidad de que las empresas exportadoras, incluso en las economías emergentes y en desarrollo, sean también las de mayor actividad innovadora (Salomón y Shaver, 2005; Crespi *et al.*, 2008; Lileeva y Trefler, 2010; Golovko y Valentini, 2011; Bratti y Felice, 2012; Bas, 2012; Altomonte *et al.*, 2013). La internacionalización expone a las empresas a una mayor competencia y al contacto con las mejores prácticas internacionales, lo que les ofrece la oportunidad de aprender e integrar nuevas e innovadoras formas de actividad empresarial. En algunos casos, el efecto positivo de la exportación parece limitarse a la innovación relativa a los procesos (Damijan *et al.*, 2010). En otros casos, las repercusiones de la deslocalización de las actividades de investigación y desarrollo son mayores en la innovación relativa a los productos que en la innovación relativa a los procesos de las empresas (Nieto y Rodríguez, 2011).

Además, la propensión a la innovación en materia de productos y procesos mediante solicitudes de patente y actividades de investigación y desarrollo tiende a ser significativamente mayor en las empresas que adoptan modos de internacionalización más comprometidos, es

decir, mediante IED (Castellani y Zanzi, 2007; Frenz y Ietto-Gillies, 2007; Criscuolo *et al.*, 2010).

En parte, el efecto positivo de la internacionalización en la innovación puede explicarse por las expectativas de las empresas en lo que se refiere a sus ingresos. La perspectiva de exportar aumenta los incentivos de las empresas para mejorar su productividad e invertir más en investigación y desarrollo, ya que las economías de escala les permiten sacar más rendimiento a las mejoras de productividad (Lileeva y Trefler, 2010). En tal situación, es probable que la reducción de los obstáculos al comercio favorezca tanto la exportación como la innovación, al tiempo que cada una de esas actividades refuerza por sí misma las ventajas de participar en la otra (Atkeson y Burstein, 2010; Burstein y Melitz, 2011). Las previsiones de apertura del comercio pueden cambiar las expectativas de una empresa y promover la decisión de innovar con miras a su participación en los mercados de exportación (Costantini y Melitz, 2008). Los datos empíricos apuntan a que las empresas de sectores que se benefician de mayores recortes arancelarios tienden a invertir con más rapidez en la mejora de su tecnología ante la perspectiva de aumentar los ingresos (Bustos, 2011). De modo similar, algunas empresas aprovechan la apertura del comercio utilizando insumos de gran calidad para mejorar la calidad de sus exportaciones (Bas y Strauss-Kahn, 2012).

Los datos empíricos que prueban que la actividad exportadora impulsa a las pymes a innovar en materia de productos o de procesos son mucho más limitados. Sin embargo, como se sostiene en la sección A del presente informe, las nuevas empresas de gran nivel tecnológico suelen ser importantes fuentes de innovación. En general, esa característica se traduce en una mayor tasa de patentes por empleado que en el caso de las grandes empresas (Audretsch, 2002; Bresnahan y Gambardella, 2004). Según Aw *et al.* (2008), la propensión relativamente elevada de esas pequeñas empresas a innovar se debe, en parte, a sus procesos más rápidos de toma de decisiones, su disposición a asumir riesgos y su flexibilidad de respuesta a las nuevas oportunidades del mercado (Vossen, 1998; Autio *et al.*, 2000).

Varios estudios confirman la relación complementaria entre las decisiones de las pymes de exportar e innovar (Lu y Beamish, 2006; Musteen *et al.*, 2010; Love *et al.*, 2015). Por un lado, las empresas pequeñas con una trayectoria innovadora tienen más tendencia a exportar que las empresas no innovadoras (Love y Roper, 2015; Love *et al.*, 2015). Por otro, es probable que las pymes dedicadas a actividades de exportación tengan más posibilidades de invertir también en actividades de investigación y desarrollo, lo que, a su vez, aumentará

sus probabilidades de éxito en las actividades de exportación y hará complementarias las estrategias de innovación y exportación (Golovko y Valentini, 2011; Esteve-Pérez y Rodríguez, 2013). Como resultado, la probabilidad y los beneficios de invertir en investigación y desarrollo tienden a aumentar si una empresa ha participado en los mercados extranjeros (Aw *et al.*, 2008; Yang *et al.*, 2004).

Sin embargo, es probable que el efecto del proceso de internacionalización de las pymes en las actividades de innovación dependa de cada sector y cada empresa. Por ejemplo, la exposición a los mercados de exportación tiende a mejorar con el tiempo los niveles de innovación en las pymes muy tecnológicas, pero no las convierte necesariamente en empresas de uso más intensivo de la innovación. Asimismo, las empresas muy tecnológicas del sector de los servicios parecen capaces de aprovechar las ventajas relacionadas con la exportación en una fase del proceso de internacionalización relativamente más temprana, en comparación con las pymes del sector manufacturero (Love y Ganotakis, 2013). Se ha comprobado que otras formas de internacionalización de las pymes, tales como las IED, tienen un efecto positivo en sus resultados de innovación (Siedschlag y Zhang, 2015).

(d) Efectos en el crecimiento de las pymes

Muchas publicaciones empíricas confirman que exportar suele conducir a un aumento del empleo y de las ventas (Bernard y Jensen, 1999; Wagner, 2002; Serti y Tomasi, 2008). De modo similar, las formas de internacionalización muy comprometidas, tales como la externalización y la IED, tienen un efecto positivo general en las ventas y en el valor añadido de las actividades nacionales (Barba Navaretti *et al.*, 2010; Debaere *et al.*, 2010; Hijzen *et al.*, 2011; Wagner, 2012).

Aunque es frecuente que las publicaciones especializadas consideren la internacionalización de las pymes como una estrategia de crecimiento, poco se conoce en realidad sobre la relación entre el crecimiento de las pymes y sus actividades de exportación. Un número limitado de trabajos han analizado los efectos de la actividad exportadora de las pymes en el posterior crecimiento del empleo y la producción. Aunque algunos estudios anteriores llegaron a la conclusión de que la propensión de las pymes a exportar no parecía impulsar el posterior crecimiento del empleo y las ventas y mejorar la supervivencia de las empresas (Westhead *et al.*, 2001), datos empíricos más recientes sugieren que las pymes exportadoras suelen tener niveles de crecimiento del empleo y la producción significativamente más altos que las pymes no exportadoras (Lu y Beamish, 2006; Comisión Europea, 2014a; Boermans y Roelfsema, 2015).

La relación entre exportación y crecimiento de la empresa parece variar significativamente entre los distintos sectores, incluso en lo que respecta a la intensidad de conocimientos técnicos. El efecto positivo de la exportación en el rendimiento de las pymes tiende a ser particularmente significativo en los sectores en rápido crecimiento (Rasheed, 2005). Además, las pymes exportadoras dedicadas a la actividad manufacturera y la prestación de servicios a las empresas tienden a crecer con mayor rapidez que las pymes activas en otros subsectores de servicios (Comisión Europea, 2014a). El crecimiento del empleo parece ser también mayor para las pymes que operan en sectores orientados a la exportación e integrados en las cadenas de valor regionales (Jung *et al.*, 2011, véase también el recuadro C.4). De modo similar, la mayor diversificación geográfica de los mercados de exportación suele dar lugar a un mejor rendimiento de las pymes, en particular en lo que respecta a los ingresos por ventas y al crecimiento (Pangarkar, 2008; Cieslik *et al.*, 2012). Un número de mercados de exportación mayor y más diversificado puede acelerar los procesos de aprendizaje de las empresas, especialmente cuando estas tienen éxito en algunos de esos mercados extranjeros (Lages *et al.*, 2006). Los pocos estudios empíricos disponibles sobre la relación entre el comercio electrónico y el rendimiento de las pymes sugieren además que la adopción de estrategias de comercio electrónico suele tener un impacto positivo en las tasas medias de crecimiento de las ventas de las pymes. Además, las pymes que participan en el comercio electrónico parecen registrar tasas de crecimiento de las ventas significativamente más elevadas que las empresas que no han adoptado tecnologías de comercio electrónico (Abebe, 2014).

La relación entre el tamaño inicial de una empresa y su posterior crecimiento ha sido objeto de un gran número de estudios. En la sección A se explicó que la mayoría de los análisis empíricos rechazan la ley de Gibrat, según la cual el crecimiento de una empresa es independiente de su tamaño (Sutton, 2012). Las empresas pequeñas tienden a crecer con mayor rapidez que las grandes. Del mismo modo, los datos empíricos apuntan a que las pymes jóvenes y pequeñas tienden a crecer más deprisa que las de mayor tamaño y antigüedad (Comisión Europea, 2014a). Sin embargo, el hecho de que las empresas más pequeñas tiendan a crecer más rápidamente que las grandes no significa necesariamente que la proporción de empresas pequeñas en la economía vaya a aumentar con el tiempo, en particular si las pymes experimentan una baja tasa de supervivencia exportadora. Los datos empíricos muestran que, aunque la mayoría de las empresas dejan de exportar al cabo de un año, las tasas de supervivencia exportadora tienden a aumentar con el tiempo (Eaton *et al.*, 2007; Freund y Pierola, 2010;

Recuadro C.4**Estudio de un caso práctico
Beneficios de la participación en el comercio internacional
para una pyme de Uganda**

En el presente estudio de un caso práctico se ofrece un ejemplo concreto de los beneficios directos e indirectos que la participación en el comercio internacional reporta a una pyme de un país en desarrollo.

En nombre del Ministerio de Comercio Exterior y Cooperación para el Desarrollo de los Países Bajos, el Centro de promoción de las importaciones de los países en desarrollo presta asistencia técnica relacionada con el comercio a pymes exportadoras de países en desarrollo. Cada año, el Centro imparte conocimientos técnicos sobre exportación a más de 700 pymes de más de 24 sectores y subsectores, prestando apoyo a nivel de empresa mediante un enfoque de cadenas de valor, reforzando un entorno favorable al comercio y facilitando información sobre los mercados.

En los últimos años, el Centro ha empezado a vigilar más estrechamente los beneficios directos e indirectos que la participación en sus programas aporta a las pymes exportadoras de países en desarrollo. Aunque aún no se dispone plenamente de evaluaciones cuantitativas y cualitativas de las experiencias de las pymes, los resultados preliminares de las entrevistas con el personal directivo de esas pymes de países en desarrollo ponen de manifiesto que su participación en el comercio internacional redundaba en beneficios directos en forma de aumento de las ventas y del crecimiento. Se han destacado también diversos beneficios indirectos que son resultado de la reinversión de (parte de) los ingresos de exportación en las empresas estudiadas, así como la mejora de su competitividad general; entre esos beneficios, figuran los siguientes:

- la mejora de la calidad de los productos;
- la profesionalización de la gestión de la cadena de suministro, los procesos de producción y las actividades empresariales (incluida la gestión de los recursos humanos);
- el uso más estratégico de los estudios y los datos de mercado;
- el desarrollo de nuevos productos y servicios (sobre la base de un mejor conocimiento de los mercados destinatarios);
- la mejora de la credibilidad y la reputación entre los importadores, compradores e inversores potenciales;
- la mayor atención y el aumento de los compromisos de los inversores como consecuencia de la mejora de la credibilidad;
- la mayor motivación y confianza entre el personal de la empresa para ampliar la presencia en los mercados o acceder a otros nuevos, o para introducir nuevos productos y servicios en los mercados existentes.

La experiencia de una pyme ugandesa en el sector del café

A este respecto es reveladora la experiencia de la empresa ugandesa Ankole Coffee Producers Cooperative Limited (ACPCU). En 2010, gracias al apoyo de diferentes organismos internacionales, la empresa decidió cambiar su modelo de exportación y pasó de suministrar a compradores nacionales a exportar directamente a los mercados su café Arábica lavado de alta calidad con certificación de comercio justo (*Fairtrade*) a través de compradores internacionales.

Recuadro C.4 (continuado)

Según la cooperativa, los beneficios directos de exportar a los mercados internacionales representan un incremento medio aproximado del 6,5% de los ingresos. Gracias a la mayor credibilidad adquirida mediante sus actividades de exportación, la empresa resultó más atractiva para los inversores que cuando solo suministraba a los compradores nacionales. La participación de un inversor extranjero, junto con los ahorros y el apoyo de los bancos y de una organización no gubernamental, permitieron a la empresa construir en tres años una planta transformadora más eficaz. Como resultado, la empresa exporta en la actualidad aproximadamente una cantidad entre cinco y seis veces superior de café Arábica lavado de alta calidad y ha cerrado contratos para los próximos años.

La reinversión de todos los ingresos de exportación en la empresa produjo otros beneficios indirectos adicionales. La cooperativa pudo contratar 8 trabajadores técnicos y 15 no técnicos para poner en funcionamiento la nueva planta. Además, los salarios y sueldos pagados a sus trabajadores han aumentado aproximadamente en el 15%. El precio final pagado al agricultor se ha incrementado también hasta un nivel cercano al 89% de los precios del mercado mundial. Por otra parte, la cooperativa lleva a cabo diversas actividades de formación en buenas prácticas agronómicas y en técnicas de liderazgo, gestión de recursos, control de calidad, teneduría de libros y gestión financiera. La empresa está también diversificando su producción mediante el suministro de café lavado de las variedades Robusta y Arábica al mercado internacional y de café tostado al mercado local.

Para mantener los beneficios y los buenos resultados comerciales en los mercados internacionales, la ACPCU debe realizar inversiones constantes, en particular en lo que respecta a la formación y especialización del personal, la mejora de la calidad de los productos y el cumplimiento de las normas, y la comercialización. Por ejemplo, el Sr. Nuwagaba (Gerente General de la ACPCU) indica que las relaciones directas con los compradores extranjeros requieren un enfoque muy diferente del adoptado en las relaciones con los compradores locales, y una mayor atención a los estudios de mercado. “Antes solíamos aceptar los precios y las ofertas de los compradores que nos visitaban. Sin embargo, ahora tenemos que estar siempre pendientes de los precios del mercado para poder negociar desde una posición de fuerza con los potenciales clientes extranjeros. Las ventajas son múltiples, especialmente si se tiene en cuenta que nuestros ingresos de exportación se basan en el valor de transacción, y no en precios preestablecidos y poco transparentes fijados por los compradores. Sobre todo, nos sentimos orgullosos y hemos adquirido un mayor sentido de nuestra identidad debido a que nuestras exportaciones tienen éxito y benefician a nuestros trabajadores y a las familias que dependen de la cooperativa”.

Fuente: Schaap y Hekking (2016).

Wagner, 2011; Cebeci, 2014). Esta tendencia explica por qué las empresas con orientación internacional, tanto importadoras como exportadoras, tienden a experimentar tasas de fracaso más bajas que las empresas dedicadas solo a la producción de bienes y servicios para el mercado interno (Bernard y Jensen, 1999; Muûls y Pisu, 2009).

Las pymes que deciden participar en actividades de internacionalización necesitan con frecuencia asignar inversiones sustanciales de tiempo, financieras y de recursos humanos a la identificación de nuevos clientes, la adaptación de sus procedimientos habituales y la creación de nueva capacidad. Aunque esas inversiones, junto con los mayores riesgos e

incertidumbres que caracterizan a la mayoría de los mercados internacionales, pueden reducir a corto plazo las perspectivas de supervivencia de las pymes como empresas, la internacionalización ofrece a las pymes nuevas oportunidades de crecimiento.

Sin embargo, es probable que el proceso de internacionalización tenga efectos diferentes en el crecimiento y la supervivencia de las pymes, dependiendo de la antigüedad, la experiencia de gestión y la disponibilidad de recursos de esas empresas (Sapienza *et al.*, 2006). A menudo, las pymes necesitan tiempo para adquirir conocimientos y experiencia sobre el mercado exterior con miras a lograr una internacionalización eficaz. Sin embargo,

datos empíricos recientes dan a entender que la experiencia internacional parece ser más importante que la antigüedad (Love *et al.*, 2015).¹³ Una vez que las pymes con actividades internacionales han adquirido experiencia y creado redes de socios y clientes, esa experiencia y la información resultante pasan a ser un recurso intangible. En ese contexto, la adquisición de nueva experiencia y la mejora de los conocimientos desempeñan una función incluso más importante que la experiencia acumulada durante muchos años (Majocchi *et al.*, 2005).

La actividad exportadora constituye un paso importante en el proceso de internacionalización, porque permite a las pymes adquirir conocimientos y experiencia. Esta evolución tiene especial importancia, ya que las decisiones sobre el modo inicial y previo de acceso internacional parecen tener un impacto relativamente duradero en la posterior estrategia de internacionalización. Con frecuencia, las empresas aprenden y desarrollan determinados procedimientos de internacionalización sobre la base de modos concretos de entrada en los mercados internacionales que utilizan posteriormente (Oehme y Bort, 2015). Las pymes que logran potenciar su capacidad, incluso mediante la mejora de la innovación, pueden seguir ampliando sus actividades en los mercados internacionales y, al mismo tiempo, intensificar sus actividades en el mercado interno. En ese contexto, las estrategias de internacionalización adoptadas por las pymes pueden determinar su crecimiento a largo plazo.

(e) Las cadenas de valor mundiales y el rendimiento de las pymes

Las cadenas de valor mundiales, y en particular su vinculación regresiva mediante la utilización de fuentes de abastecimiento nacionales, pueden estimular la demanda de más y mejores insumos de los proveedores locales, incluidas las pymes. La empresa principal puede también ayudar a los proveedores locales mediante el intercambio de conocimientos y tecnología y el pago por adelantado. El estímulo de ambos efectos de demanda y asistencia por la empresa principal puede facilitar la difusión de conocimientos y tecnología entre los proveedores locales, incluidas las pymes (OCDE y Banco Mundial, 2015b).

Sin embargo, siguen siendo casi inexistentes los datos empíricos sobre las repercusiones de la participación en las cadenas de valor mundiales, en particular mediante exportaciones indirectas, en el rendimiento de las pymes. En parte, la escasez de datos empíricos puede deberse a la dificultad para recopilar información detallada sobre la vinculación progresiva y regresiva entre las pymes que participan

indirectamente en las cadenas de valor mundiales durante un período relativamente largo. Dicho lo cual, cierto número de constataciones empíricas de interés -que se examinan más adelante- podrían aplicarse a las pymes que participan en las cadenas de valor mundiales. Además, en el recuadro C.5 se presenta un estudio de caso práctico que pone de manifiesto el efecto que la integración en una cadena de valor tiene para una pyme.

En primer lugar, cierto número de estudios han detectado la existencia de relaciones positivas entre la actividad importadora y la productividad de una empresa. Las empresas importadoras suelen mostrar mayores niveles de productividad que las empresas sin actividad importadora. La importación de bienes intermedios permite a las empresas especializarse en el desempeño de tareas y destinar sus recursos a ese ámbito, en el que tienen particulares ventajas. La importación de bienes intermedios y bienes de equipo de alta calidad puede constituir también un cauce para la transferencia de conocimientos y tecnología, al permitir a las empresas mejorar su productividad (Wagner, 2012). Además, la importación puede servir para incorporar a las redes de contactos internacionales a empresas participantes en la cadena importadora, lo que, según se ha comprobado, da lugar en algunos casos a solicitudes de información sobre las exportaciones o pedidos imprevistos (Korhonen *et al.*, 1996). Por consiguiente, aunque no son indispensables para la expansión internacional, las actividades de importación pueden servir de trampolín para la exportación, al mejorar la actitud de las pymes hacia la internacionalización y su conocimiento de los mercados internacionales.

En segundo lugar, los estudios que analizan la influencia de las empresas multinacionales extranjeras en la actividad exportadora de las empresas nacionales dan a entender que la probabilidad de que una empresa nacional emprenda actividades de exportación puede aumentar gracias a los vínculos comerciales con los clientes y los proveedores, incluidos los proveedores extranjeros, así como por efecto de la formación y la mayor competencia (Hessels y Terjesen, 2010). Sin embargo, los beneficios derivados de la internacionalización solo pueden hacerse realidad si la capacidad de absorción de las empresas nacionales es suficiente para internalizar esos efectos derivados. Además, el potencial de los beneficios derivados de la exportación es probablemente más limitado cuando las pymes participan en tareas poco tecnológicas o de uso intensivo de mano de obra dentro de las cadenas de valor mundiales, o cuando los contratos de suministro no se han formalizado ni son de largo plazo (OCDE y Banco Mundial, 2015b).

Recuadro C.5

Estudio de un caso práctico Una pyme marroquí integrada en cadenas de valor mundiales

El presente estudio de un caso práctico ofrece un ejemplo concreto de lo que significa para una pyme africana la integración en una cadena de valor mundial.

De taller familiar a socio de una multinacional

Tuyauto es una pyme marroquí que se ha especializado en equipo para vehículos automóviles desde 1960. En un principio, este pequeño taller familiar de piezas de repuesto, ubicado en Casablanca, fabricaba sistemas de escape (silenciadores, tubos de conexión y colectores) para la planta ensambladora local SOMACA (Société marocaine de constructions automobiles).

Entre 1995 y 2005, la demanda de los productos de Tuyauto disminuyó drásticamente. La tecnología de sistemas de escape evolucionó y pasó a integrar funciones anticontaminantes y utilizar materiales más robustos, como acero inoxidable, lo que redujo el mercado postventa de sistemas de escape de repuesto. Ese período coincidió además con la apertura del mercado del automóvil de Marruecos y la consiguiente diversificación de las importaciones de vehículos. Como resultado, se hizo extremadamente difícil mantener un catálogo actualizado de piezas de repuesto para todos los modelos vendidos en el mercado marroquí.

En 2005, Tuyauto pasó a ser el principal proveedor de sistemas de escape de la fábrica SOMACA de Renault en Casablanca; este modelo de colaboración tuvo éxito, y la pyme recuperó su solvencia económica. Paralelamente, Tuyauto amplió sus conocimientos técnicos en el ámbito del estampado (actividades de prensado) hasta convertirse, en 2010, en fabricante de equipo original de Renault para la producción de un conjunto de piezas destinadas a la nueva planta de ensamblaje del fabricante francés ubicada en la zona franca de exportación de Tánger.

La asociación con Renault creó otras oportunidades de contratación internacional y promovió la adquisición de empresas para diversificar la capacidad de producción. En 2012, Tuyauto compró Ettel Maroc, empresa con casi 20 años de experiencia en el mecanizado de precisión con el fin de aprovechar las sinergias entre las dos compañías y consolidar su experiencia en el diseño y desarrollo de herramientas de corte y estampado. De 2012 a 2014, se recibieron nuevos pedidos de piezas de estampado para otras fábricas de Renault en Europa, Marruecos y la India. De cara al futuro próximo, Tuyauto está bien posicionada para contribuir a las líneas de montaje de la futura planta del grupo PSA (Peugeot) actualmente en construcción en la ciudad de Kénitra.

Resultado operacional y acceso a los mercados internacionales

En el cuadro C.1 se presentan los principales indicadores de la actividad de Tuyauto. La mano de obra de la empresa se redujo desde 160 empleados hasta alcanzar la cifra de 120 empleados en 2015, principalmente debido a la automatización de sus procesos y al aumento de la productividad. Como resultado del rejuvenecimiento de la plantilla, junto con un sistema de gestión más dinámico y la compra de nuevos equipos, el volumen de negocio por empleado se cuadruplicó con creces entre 2005 y 2015, fechas que coinciden con el período en que la empresa se unió al grupo Renault.

Además, los altos niveles de crecimiento observados durante los dos últimos decenios, tanto en el volumen de negocio como en el número de vehículos producidos, ponen de manifiesto el impacto positivo que la asociación internacional con Renault ha tenido para Tuyauto.

Recuadro C.5 (continuado)**Cuadro C.1: Principales indicadores de Tuyauto, 1995-2015**

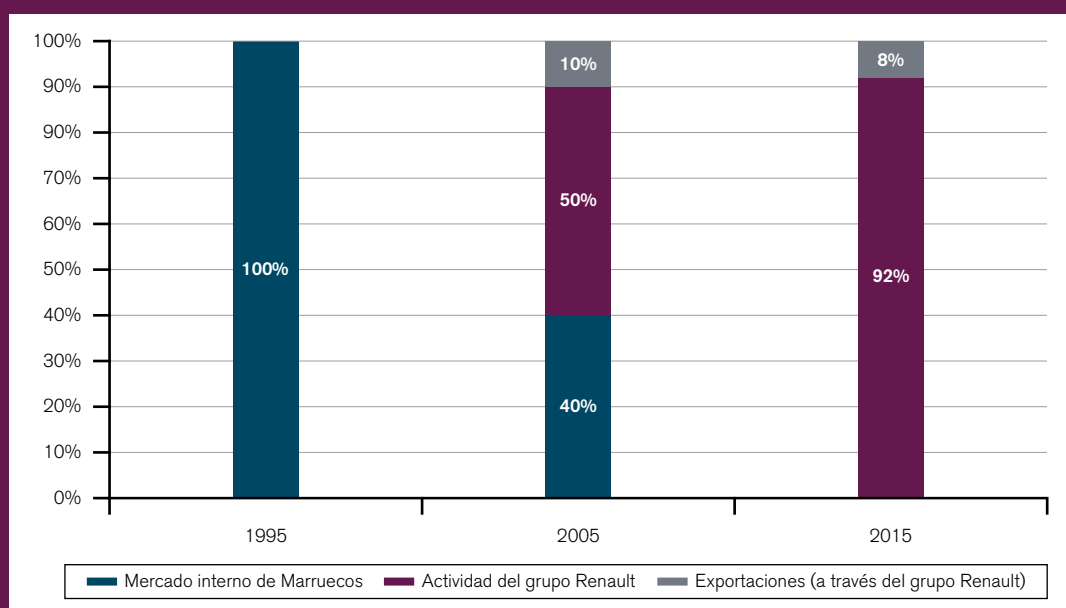
	1995	2005	2015
Empleados (número)	160	120	120
Volumen de negocio (millones de euros)	2,5	3,0	13,0
Productividad (Volumen de negocio por empleado, millones de euros)	0,02	0,03	0,11
Número de vehículos fabricados en Marruecos con componentes de Tuyauto (número)	30.000	60.000	220.000

Fuente: Datos de la empresa Tuyauto.

Como se muestra en el gráfico C.2, las fuentes de ingresos de Tuyauto han cambiado a lo largo del tiempo, pasando progresivamente de la producción orientada al mercado local a convertirse en socio principal de Renault en Marruecos. En 2015, el 92% del volumen de negocio de Tuyauto estaba relacionado con sus actividades de producción en el grupo Renault, e incluso el 100% si se consideran las exportaciones indirectas de componentes de Tuyauto a través de Renault.

En general, Tuyauto actúa como un “exportador indirecto” al incorporar sus componentes a los automóviles de la marca Renault montados en la zona franca de Tánger y exportados a todo el mundo. Tuyauto exporta también algunas de sus piezas y componentes como tales, aunque indirectamente a través de Renault, que envía piezas comunes de diversos modelos de automóviles a sus filiales y plantas de producción en Asia, Europa y otras regiones. Las exportaciones indirectas de componentes representaron el 8% del volumen de negocio de Tuyauto en 2015.

Gráfico C.2: Distribución del volumen de negocio de Tuyauto por fuentes principales de ingresos, 1995-2015
(Porcentaje del volumen de negocio total)

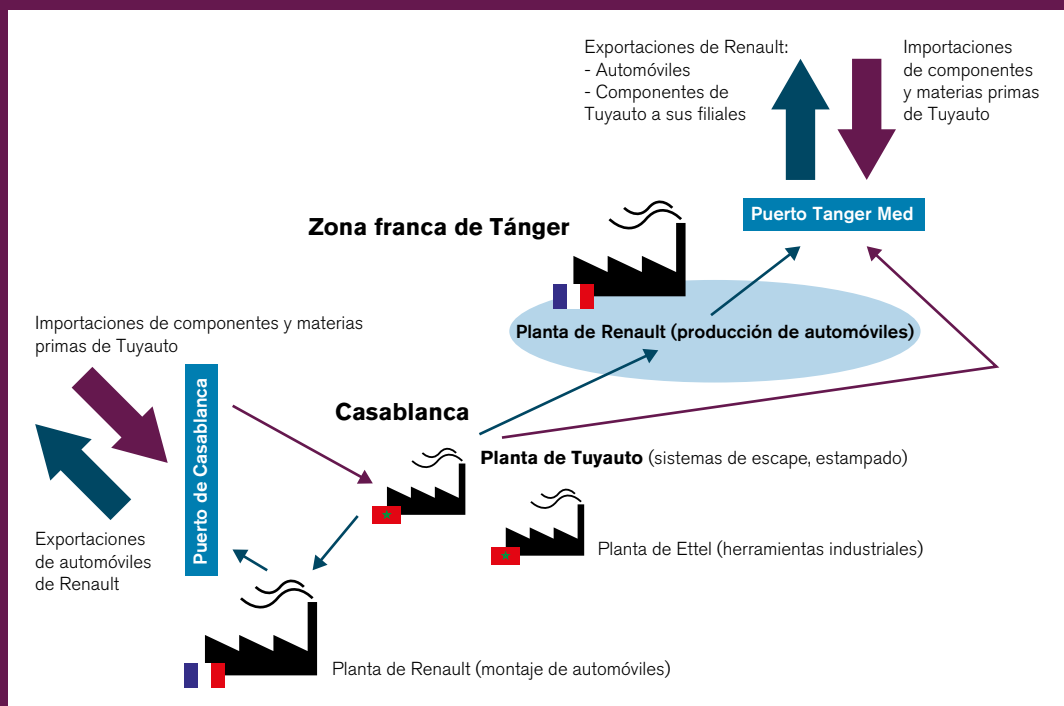


Fuente: Datos de la empresa Tuyauto.

Recuadro C.5 (continuado)

En lo que respecta al abastecimiento, Tuyauto importa componentes y materias primas de España. En el gráfico C.3 se muestran las diversas corrientes de transporte y comercio relacionadas con esas importaciones, así como las funciones y posiciones de Tuyauto y sus socios industriales en la cadena de producción de automóviles de Renault en Marruecos.

Gráfico C.3: **Presentación esquemática de la cadena de producción de Tuyauto**



Fuente: OMC, sobre la base de la información facilitada por la empresa Tuyauto.

Elementos fundamentales de la integración y permanencia en las cadenas de producción internacionales

A lo largo de los años, Tuyauto ha dado pasos decisivos para ampliar su actividad comercial y convertirse en miembro activo de una cadena de producción internacional. Mediante la adopción de una estrategia basada en la calidad, el rendimiento industrial y la atención al cliente, Tuyauto consiguió establecer una asociación duradera con el grupo Renault y acompañar al fabricante de automóviles francés en la aplicación de su estrategia y la expansión a Marruecos.

Para incorporarse a las cadenas de valor mundiales, las pymes de los países en desarrollo deben cumplir los requisitos técnicos y administrativos de la empresa matriz del grupo industrial. En 1997, Tuyauto inició una serie de certificaciones al obtener el certificado con arreglo a la norma ISO 9002, que avala el proceso de manufactura de las pymes que participan en una actividad de subcontratación. Esta certificación se acompañó en 1999 de un plan de alfabetización de sus trabajadores, a fin de poner en marcha a nivel interno un programa de cultura de calidad. En 2006, Tuyauto obtuvo un certificado de calidad en la industria automotriz con arreglo a la norma ISO 16949; y en 2015, la certificación con arreglo a la norma ISO 14001 relativa a la gestión del medio ambiente. La adopción de estas normas y la consiguiente normalización de los procesos industriales han facilitado en gran medida la selección e integración de Tuyauto en las cadenas de producción del grupo Renault.

Recuadro C.5 (continuado)

Al margen de la fase de producción propiamente dicha, la empresa ha desarrollado también su capacidad para integrarse en proyectos internacionales a gran escala. A ese respecto, Tuyauto adoptó en 2015 un plan de investigación y desarrollo destinado a duplicar el número de sus ingenieros y técnicos para 2019, con el objetivo de intensificar su capacidad de innovación y el desarrollo de productos y procesos industriales.

En 2010-2011, Tuyauto inició una fase de inversión para cubrir los costos derivados de su incorporación a la cadena de producción del grupo Renault. Se consideraron necesarias tres fuentes de financiación, la primera de ellas para invertir en bienes de equipo (por valor de 1 millón de euros), que se sufragaron mediante capital privado y una línea de crédito consistente en un préstamo clásico. La financiación del capital circulante corrió principalmente a cargo de los socios bancarios de la pyme, y no estuvo exenta de problemas (véase la sección siguiente). La tercera fuente de financiación fue una inversión de capital del grupo Renault (1,5 millones de euros) para equipo específico de fabricación de vehículos de la marca, fundamentalmente herramientas de estampado y máquinas de ensamblaje. En 2015, Tuyauto se benefició asimismo del programa "IMTIAZ-CROISSANCE" puesto en marcha por el Gobierno de Marruecos para apoyar el desarrollo de las pymes marroquíes, en particular en relación con la inversión productiva.

4. Conclusiones

Los planteamientos en que se basan las decisiones de las pymes de adoptar determinadas estrategias de internacionalización -por ejemplo, mediante exportaciones indirectas, exportaciones directas, subcontratación internacional (licencias, externalización) o inversiones- siguen siendo muy heterogéneos. En algunos casos, el proceso de internacionalización de las pymes es gradual, y empieza con exportaciones esporádicas. En otros casos, ciertas pymes, a menudo mencionadas como "internacionales desde el principio", participan en los mercados exteriores desde su creación o poco después. Otras pymes pueden incorporarse a las cadenas de valor mundiales mediante exportaciones directas, o mediante exportaciones indirectas realizadas a través de grandes empresas exportadoras.

Sin embargo, la participación de las pymes en el comercio internacional sigue siendo limitada. Entre las empresas exportadoras, las pymes suelen ser muy numerosas, pero representan solo un pequeño porcentaje de las exportaciones globales del país y, con frecuencia, exportan solo una pequeña gama de productos a unos pocos países.

En gran medida, esa situación se explica por la relación existente entre productividad, tamaño y experiencia exportadora, ya que las empresas más productivas no solo tienen mayor tamaño, sino también más facilidad

para acceder a los mercados extranjeros y seguir creciendo mediante la exportación.

Muchos obstáculos al comercio, en particular los que se traducen en costos fijos, son particularmente onerosos para las pymes, que suelen tener limitados recursos financieros, humanos y tecnológicos. Por ese motivo, varios estudios han puesto de manifiesto que las pymes se beneficiarían sobre todo de la mayor apertura del comercio y coordinación de las políticas, con inclusión de las medidas no arancelarias. Cuando tienen oportunidad de acceder a nuevos mercados, las pymes suelen responder con mayor rapidez y flexibilidad que las grandes empresas y, en consecuencia, pueden desempeñar una función esencial en la creación de nuevas exportaciones.

La internacionalización, y en particular las exportaciones, suelen considerarse como una opción estratégica importante para la expansión de las pymes. Sin embargo, los datos empíricos sobre los efectos de la internacionalización en el rendimiento de las pymes son limitados, ya que esos efectos suelen depender de los distintos tipos de empresa. Por una parte, la probabilidad de que las pymes decidan emprender actividades de exportación tiende a aumentar con el nivel de productividad e innovación. Por otra, las pymes que participan en actividades de exportación pueden mejorar su ritmo de crecimiento y empleo gracias a las economías de escala, y aumentar sus niveles de productividad e innovación por efecto del aprendizaje.

La perspectiva de incrementar los ingresos de exportación puede ser también un aliciente para que las pymes se anticipen a invertir más en innovación. Aunque muchas pymes empiezan a exportar de modo esporádico, las empresas que mantienen esa actividad exportadora registran tasas de supervivencia más elevadas que las empresas no exportadoras.

En ese contexto, además de la importancia de mejorar las condiciones generales que permiten a las pymes adquirir ventajas específicas como empresas (por ejemplo, en materia de innovación y productividad), la apertura y la facilitación del comercio pueden tener objetivos de política particularmente importantes para ayudar a las pymes que tengan el potencial necesario a convertirse en exportadoras eficaces.

Notas finales

- 1 Gabrielson *et al.* (2008); Kalinic y Forza (2012).
- 2 El tamaño de la empresa es una característica a la que se ha prestado considerable atención en las publicaciones especializadas. Para medir ese tamaño, pueden utilizarse diferentes unidades de medida, entre ellas, el número de empleados, el volumen de ventas, la razón entre ventas y empleados, la cuantía de los activos, o el nivel de inversión en actividades de investigación y desarrollo. En la siguiente subsección se examina con mayor detalle la función del tamaño de la empresa en la dinámica de internacionalización.
- 3 Véanse, entre otros, Bernard y Jensen (1999); Brambilla *et al.* (2014); Cebeci *et al.* (2012); Cebeci (2014); Falk y Hagsten (2015); Greenaway y Kneller (2008); Tybout (2003); Wagner (2015). La relación entre la productividad de las empresas y su tamaño se pone de relieve en muchos trabajos empíricos, aunque no siempre es concluyente. En la presente sección se da por supuesto que las grandes empresas son, como promedio, más productivas que las pequeñas.
- 4 Véase también Amador y Opromolla (2008); Arkolakis y Muendler (2010); Bernard *et al.* (2011); Van Beveren y Vandenbussche (2010).
- 5 Sin embargo, Bernard *et al.* (2014) constatan que la correlación negativa entre el crecimiento de la empresa y su tamaño adolece de un sesgo al alza debido al efecto de inclusión de un ejercicio económico parcial. En efecto, es raro que las empresas empiecen a exportar desde el comienzo mismo del ejercicio económico, lo que significa que las tasas de crecimiento anual se sobreestiman como resultado de comparar ese ejercicio con el segundo ejercicio completo de exportaciones.
- 6 Mientras que el modelo de Krugman (Krugman, 1979; 1980) ha pasado a conocerse como la "nueva teoría del comercio", Melitz (2003b) ha sentado las bases de la denominada "nueva nueva teoría del comercio". En Baldwin (2005) puede consultarse una introducción muy accesible e intuitiva a esta segunda teoría.
- 7 En lo que respecta a los trabajos que prueban empíricamente las predicciones del modelo de Melitz, véanse, por ejemplo, Wagner (2007); Aw *et al.* (2009); Manéz-Castillejo *et al.* (2010); Alfaro y Chen (2012); y Brambilla *et al.* (2014).
- 8 Un resultado fundamental del modelo de Melitz es, sin duda, el carácter de mejora del bienestar propio de la liberalización del comercio, que, aparte de los demás beneficios comprobados del comercio, aumenta también la productividad industrial general (y, potencialmente, incluso la productividad de las empresas, tal como demostró, por ejemplo, Bustos (2011)). Mayer *et al.* (2011) y Bernard *et al.* (2006) estudian con más detalle esos efectos y destacan que, cuando la competencia aumenta como resultado de la liberalización del comercio, las empresas supervivientes tienen, como promedio, menores márgenes de beneficio, lo que determina una reducción de los precios y un aumento del bienestar y hace que las empresas que producen múltiples productos concentren también sus exportaciones en los productos más eficaces y en los destinos más rentables.
- 9 Véanse Rubini (2010); Arkolakis *et al.* (2011); Feenstra *et al.* (2014); Imbs y Mejean (2015). En un número creciente de trabajos se ha criticado la medición del grado de respuesta al volumen de comercio a un nivel de agregación elevado (Bas y Strauss-Kahn, 2012; Head *et al.*, 2014; Melitz y Redding, 2015).
- 10 Otra posible razón del mayor grado de respuesta de determinadas empresas a la apertura del comercio guarda relación con las diferencias de calidad entre las gamas de productos. Se ha comprobado que las gamas de productos de baja calidad son más sensibles a los precios que las de productos de alta calidad, ya que las segundas pueden ser más exclusivas, diversificadas y difíciles de sustituir, lo que hace que los consumidores tengan menos en cuenta los cambios de precio (Lashkaripour, 2013). Sin embargo, no está claro si, por lo general, las empresas más pequeñas producen productos de calidad más alta o más baja.
- 11 Analizar el rendimiento de las empresas es difícil en lo que respecta a definir medidas uniformes y válidas de ese rendimiento. El rendimiento de las empresas puede medirse utilizando indicadores cuantitativos, tales como los beneficios o las ventas, pero también indicadores cualitativos (subjettivos), tales como la satisfacción de los gestores o el logro de los objetivos de la empresa (por ejemplo, aumentar la cuota de mercado) (Pangarkar, 2008).
- 12 Aunque los datos empíricos sobre el "aprendizaje mediante la importación" siguen siendo limitados y poco concluyentes, varios estudios han detectado también una relación positiva entre la importación y la productividad de las empresas. Podría, por lo tanto, ocurrir que las empresas importadoras, que logran mejorar su productividad a través de intermediarios de alta calidad e importaciones

de bienes de capital, se autoseleccionen, a la larga, como exportadoras. Ese proceso podría explicar, al menos parcialmente, por qué las empresas que importan y exportan simultáneamente tienden a ser las más productivas, seguidas por las empresas importadoras y, en último lugar, por las exportadoras (Wagner, 2012).

- 13 Al igual que ocurre con otras cuestiones examinadas en esta sección, los datos empíricos sobre la relación entre la antigüedad de las empresas y sus probabilidades o su

rendimiento en materia de exportación no son categóricos. Algunos estudios llegan a la conclusión de que el tamaño, y no la antigüedad, tiene repercusiones en las probabilidades o el rendimiento de las pymes en materia de exportación (Williams, 2011). En cambio, otros estudios sugieren que las pequeñas empresas más antiguas tienen una mayor probabilidad de éxito en los mercados de exportación (Brouthers y Nakos, 2005). Por último, otros estudios consideran que la experiencia internacional es más importante que la antigüedad (Love *et al.*, 2015).

D Obstáculos comerciales a la participación de las pymes en el comercio

En la sección D se examinan los principales obstáculos comerciales a la participación de las pymes en el comercio. Una de las conclusiones más destacadas de esta sección es que todos los costos comerciales, ya sean fijos o variables, repercuten negativamente en la capacidad de las pymes para participar en el comercio más de lo que lo hacen en el caso de las grandes empresas. Debido a que las pymes son más sensibles a los obstáculos comerciales que las grandes empresas, la eliminación de esos obstáculos es más beneficiosa para las primeras. En consecuencia, es importante entender cuáles son los principales obstáculos.



Índice

1. Percepción por las pymes de los obstáculos para acceder a los mercados internacionales	92
2. La política comercial y las pymes	97
3. Otros costos importantes relacionados con el comercio	108
4. El comercio basado en las TIC: beneficios y retos para las pymes	115
5. El acceso de las pymes al comercio posibilitado por las cadenas de valor mundiales	121
6. Conclusiones	125

Algunos hechos y conclusiones importantes

- Los aranceles y las restricciones no arancelarias afectan más negativamente a las pymes que a las grandes empresas en su capacidad para participar en el comercio.
- La facilitación del comercio fomenta la entrada de las pymes en los mercados de exportación. Las pequeñas empresas exportadoras se benefician relativamente más cuando la facilitación del comercio está relacionada con la disponibilidad de información, las resoluciones anticipadas y los procedimientos de revisión.
- Las pymes de servicios se ven relativamente más perjudicadas por los obstáculos al “establecimiento” que por los obstáculos a las “operaciones”, sobre todo cuando afectan al comercio en el modo 4.
- La logística tiende a costar más a las pymes que a las grandes empresas. Por ejemplo, en América Latina, los costos de logística internos pueden llegar a suponer más del 42% de las ventas totales de las pymes, frente a niveles del 15% al 18% en el caso de las grandes empresas.
- Las pymes hacen frente a un mayor racionamiento del crédito, a mayores costos de “preselección” y a tipos de interés más elevados que las grandes empresas. Además, son las que más sufren las restricciones de crédito. Se calcula que la mitad de sus solicitudes de financiación del comercio es rechazada, en comparación con solo el 7% en el caso de las corporaciones multinacionales.
- La revolución de las TIC favorece especialmente a las pymes. Sin embargo, el comercio en línea tiene algunos costos específicos, como los relativos al acceso a las TIC y la necesidad de disponer de regímenes fiables y previsibles para las transferencias mundiales de datos. En los PMA, la capacidad de conexión de las pequeñas empresas equivale solo al 22% de la capacidad de las empresas grandes, mientras que la proporción es del 64% en el caso de los países desarrollados.
- Las cadenas de valor mundiales ayudan a las pymes a superar algunas de las dificultades que tienen para acceder a los mercados internacionales. Sin embargo, la falta de conocimientos especializados y tecnología, junto con el acceso deficiente a la financiación, los costos de logística e infraestructura y la incertidumbre reglamentaria dificultan la participación de esas empresas en las cadenas de valor mundiales.



En la sección D.1 se identifican los obstáculos al comercio que las empresas perciben como problemas importantes para acceder a los mercados internacionales.¹ Las secciones D.2 y D.3, que analizan los obstáculos arancelarios y no arancelarios y otros obstáculos relacionados con el comercio, respectivamente, dan una idea de la magnitud de esos obstáculos al comercio y de sus efectos en las pymes. En las secciones D.4 y D.5 se explica cómo pueden las pymes superar algunos de esos obstáculos a través del comercio, principalmente mediante el comercio electrónico y la participación en las cadenas de valor mundiales; en esas subsecciones se analizan asimismo los obstáculos a los que se enfrentan las pymes para explotar las oportunidades de acceso a los mercados internacionales que les brindan el comercio electrónico y las cadenas de valor mundiales.

1. Percepción por las pymes de los obstáculos para acceder a los mercados internacionales

Una forma de hacerse una idea de los principales obstáculos al comercio a los que se enfrentan las pymes es mediante los datos procedentes de encuestas. La Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos (USITC), la Comisión Europea, el Centro de Comercio Internacional (ITC), el Banco Mundial y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), en colaboración con la OMC, han llevado a cabo una serie de encuestas que permiten clasificar a las empresas en función de su tamaño. Los resultados de estas encuestas ayudan a identificar algunos de los obstáculos específicos a los que se enfrentan las pymes analizados en el presente capítulo.

Es importante resaltar desde un principio que los resultados de las encuestas son muy sensibles al propio diseño de la encuesta. Por lo general, una encuesta diseñada para identificar los costos comerciales pedirá a las empresas encuestadas que identifiquen qué costo perciben como un obstáculo importante para el comercio a partir de un conjunto predefinido de opciones. Si un costo no aparece incluido en el conjunto predefinido de costos múltiples entre los que elegir, no podrá figurar como importante. Por esta razón, las diferentes encuestas no son verdaderamente comparables entre sí. A pesar de ello, la clasificación de los distintos costos comerciales incluidos en cada encuesta puede ayudar a entender cuáles de ellos son los más significativos y cuáles los menos relevantes para las empresas y, lo que es más importante desde el punto de vista de este informe, qué costos comerciales son relativamente más importantes para las pymes que para las grandes empresas.

La mayor parte de la información existente sobre los obstáculos al comercio percibidos por las pymes de los países en desarrollo no permite comparar la importancia relativa de esos obstáculos en las empresas pequeñas y en las grandes, ya que los estudios se centran únicamente en las pymes.² Una excepción notable es la encuesta empresarial sobre medidas no arancelarias del ITC,³ que sugiere que estas medidas afectan en mayor medida a las pymes que a las grandes empresas.

Todos estos estudios ponen de relieve algunos de los principales obstáculos al comercio percibidos por las empresas. En el cuadro D.1 se examinan determinadas investigaciones empíricas llevadas a cabo en países en desarrollo. Del examen se deduce que los principales obstáculos al comercio internacional son:

- (i) la escasez de información sobre el funcionamiento de los mercados exteriores y, en particular, sobre las dificultades para acceder a canales de distribución de los productos exportados y para contactar con los clientes extranjeros;
- (ii) los elevados costos de las normas y los procedimientos de certificación de los productos y, en especial, la falta de información sobre las prescripciones vigentes en los demás países;
- (iii) el desconocimiento y la complejidad de los trámites aduaneros y burocráticos; y
- (iv) las dificultades de acceso a la financiación y la lentitud de los mecanismos de pago.

Para hacerse una idea de la importancia relativa que tienen los obstáculos al comercio para las empresas pequeñas y grandes de los países en desarrollo, utilizamos la base de datos del Cuarto Examen Global de la Ayuda para el Comercio (OCDE y OMC, 2013). Este estudio no se centra en los obstáculos al comercio, sino en una cuestión ligeramente diferente: los obstáculos para incorporarse a las cadenas de valor y avanzar en ellas. No obstante, como se analiza en la sección B, el grueso de la internacionalización de las pymes se realiza a través de canales indirectos, mediante la contribución de las pymes a las exportaciones en las fases iniciales del proceso productivo de las cadenas de valor. Prácticamente solo las empresas grandes exportan de forma directa. Tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo, el 5% de las empresas de mayor tamaño representa por término medio el 80% de las exportaciones. Por consiguiente, los obstáculos percibidos a la participación en las cadenas de suministro proporcionan pistas importantes sobre la cuestión más general de determinar cuáles son los principales obstáculos al comercio.

Cuadro D.1: Visión general de los obstáculos a la exportación identificados en algunos estudios sobre los países en desarrollo

Etiopía	Irán	Jordania	Mauricio	Nigeria	Sri Lanka
Estudio de Lakew y Chiloane-Tsoka (2015) sobre nueve pymes del sector del cuero y los productos de cuero en la capital de Etiopía.	Estudio de Kabiri y Mokshapathy (2012) sobre 76 pymes dedicadas al comercio de frutas, legumbres y hortalizas en Teherán.	Estudio de Al-Hyari <i>et al.</i> (2012) sobre 135 pymes manufactureras jordanas.	Estudio de Dusoye <i>et al.</i> (2013) sobre 41 pymes exportadoras en Mauricio.	Estudio de Okpara (2009) sobre 72 pymes manufactureras en Nigeria.	Estudio de Gunaratne (2009) sobre un cuestionario postal a pymes de Sri Lanka.
PRINCIPALES OBSTÁCULOS AL COMERCIO					
- Falta de financiación - Obstáculos arancelarios y no arancelarios - Desconocimiento de los procedimientos de exportación - Lentitud en el cobro de los pagos procedentes del extranjero - Distribución en el extranjero - Complejidad de la documentación necesaria para la exportación - Inestabilidad política en los mercados externos - Tipos de cambio	- Procedimientos y documentación para la exportación - Comunicación con los clientes extranjeros - Cobro de los pagos procedentes del extranjero - Restricciones en materia de exportación - Inestabilidad política en los mercados externos - Obstáculos arancelarios y no arancelarios - Desconocimiento de las prácticas empresariales en el extranjero - Diferencias socioculturales - Idioma - Falta de información sobre los mercados externos - Canales de distribución - Costos logísticos	- Costo del transporte - Reglamentos y normas públicos - Normas y reglamentos extranjeros - Cobro de pagos procedentes del extranjero - Costo del capital destinado a financiar las exportaciones - Riesgo relacionado con las divisas - Información insuficiente sobre los mercados externos - Fluctuaciones cambiarias	- Costos de transporte elevados - Costos asociados al establecimiento de oficinas en el extranjero - Fluctuaciones cambiarias - Falta de financiación - Burocracia de la administración pública - Dificultades para conseguir una representación fiable en el extranjero - Políticas cambiarias	- Falta de conocimiento de los mercados de exportación - Falta de financiación de las exportaciones - Dificultades para cumplir los requisitos de documentación necesarios para exportar - Costo del transporte y de los seguros - Idioma	- Falta de financiación - Prácticas burocráticas corruptas en el país - Obstáculos arancelarios y no arancelarios - Idioma - Falta de datos fiables sobre los mercados externos - Dificultades en la gestión de las actividades de publicidad y promoción
Países de la OCDE y del APEC		Países de la ALADI		Programas de asistencia para la exportación del CBI ⁴	
Estudio de la OCDE y del APEC (2008) sobre los obstáculos a la internacionalización percibidos por 978 pymes de 47 países.		Un informe de la OCDE (2005) presenta las conclusiones de un estudio sobre 30 pymes de 12 países de la ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración), centrado en los obstáculos al acceso a los mercados externos percibidos por empresas de países de la ALADI.		Vonk et al. (2015) evaluaron cinco programas de asistencia para la exportación del CBI. El objetivo de estos programas es aumentar las exportaciones de los países en desarrollo a Europa. La evaluación se basó en entrevistas y cuestionarios a determinadas pymes. La encuesta recibió 33 respuestas (24 de empresas indias) sobre cuál era la razón más importante por la que no se exportaba (más) a la UE.	
OBSTÁCULOS AL COMERCIO					
- Identificación de oportunidades empresariales en el extranjero - Escasa información para identificar/ analizar mercados - Incapacidad para comunicarse con clientes potenciales en el extranjero - Dificultades para conseguir una representación fiable en el extranjero - Falta de tiempo por parte del personal directivo para abordar la internacionalización - Personal escaso o poco formado para las actividades de internacionalización - Costos de transporte excesivos		- Falta de información y prescripciones - Procedimientos aduaneros y burocráticos - Mecanismos de financiación y pago - Obstáculos no arancelarios - Transporte: costo, frecuencia e inseguridad; inadecuación de la logística - Reglamentación sobre comercialización y acuerdos regionales - MSF y medidas técnicas heterogéneas - Asimetrías en la infraestructura física y tecnológica de los países - Inestabilidad política y económica - Subvenciones		- Falta de contactos empresariales - Falta de información sobre los mercados	

Nota: Aunque en estos estudios se examinaron los obstáculos al comercio tanto internos de la empresa como externos a ella, el cuadro solo incluye los obstáculos comerciales. Por ejemplo, la dificultad para obtener información sobre las normas y reglamentos vigentes en los mercados extranjeros representa un obstáculo a la exportación, porque impone costos adicionales que las empresas deben asumir para poder exportar, mientras que la falta de personal que examine esas normas y reglamentos es un problema empresarial interno.

En el cuadro D.2 se recoge la clasificación por sectores de los principales obstáculos para incorporarse a las cadenas de valor y avanzar en ellas, tal y como los perciben las empresas entrevistadas. En la publicación OCDE y OMC (2013) se incluye una encuesta de 122 preguntas en la que participaron 524 empresas y asociaciones empresariales de países en desarrollo. La encuesta pone de manifiesto las principales limitaciones a las que se enfrentan esas empresas para ingresar, establecerse o avanzar en las cadenas de valor.⁵ Además, también respondieron al cuestionario 173 grandes empresas (la mayoría de ellas de países de la OCDE) que subrayaron los obstáculos que afrontan para integrar en sus cadenas de valor a empresas de los países en desarrollo.⁶

El cuestionario se centró en empresas integradas en cadenas de valor en cinco sectores fundamentales: la industria agroalimentaria, el sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), el sector de los textiles y las prendas de vestir, el turismo, y el transporte y la logística.⁷ El cuestionario original dividía las respuestas en cinco categorías: microempresas (menos de 10 trabajadores); empresas pequeñas (de 10 a 49 trabajadores); empresas medianas (de 50 a 250 trabajadores); empresas grandes (más de 250 trabajadores); y empresas multinacionales (empresas de más de 250 trabajadores que operan en más de un país). En los gráficos D.1, D.2 y D.3 del Apéndice, los datos de las encuestas que se refieren a las empresas grandes y a las empresas multinacionales se engloban en la categoría "grandes empresas", mientras que la categoría "pymes" combina los datos de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas.

El acceso a la financiación y a la financiación del comercio, la falta de transparencia del entorno reglamentario y los trámites aduaneros, y las demoras son algunos de los mayores obstáculos a los que se enfrentan las pymes de los países en desarrollo para incorporarse a las cadenas de valor y avanzar en

ellas. Los costos de certificación de las pymes en el sector agropecuario y la inadecuación de las redes de telecomunicaciones en el sector de las TIC también pueden impedir a las pymes incorporarse a las cadenas de suministro y avanzar en ellas.

En los gráficos D.1 y D.2 se muestran los principales obstáculos al comercio percibidos en los sectores de las manufacturas y de los servicios, sobre la base de una encuesta realizada a empresas estadounidenses (USITC, 2010). El cuestionario relativo a los principales obstáculos a la participación en el comercio mundial utiliza una muestra aleatoria estratificada para encuestar a más de 8.400 empresas estadounidenses. Los resultados se han ponderado en función de la proporción de empresas en la población global y de los porcentajes de respuesta de las distintas categorías de empresas. En los Estados Unidos, las empresas que tienen entre 0 y 499 trabajadores se clasifican como pymes, mientras que las que cuentan con 500 o más trabajadores se clasifican como grandes empresas. Las empresas que participaron en la encuesta clasificaron la importancia de 19 obstáculos en función de una escala de 1 a 5, en la que el 1 indicaba que el obstáculo en cuestión no representaba ninguna carga y el 5 que el obstáculo suponía una carga muy gravosa. En los gráficos D.1 y D.2 se muestran los obstáculos a los que se asignó una puntuación de 4 o de 5 en la citada escala, ilustrando el porcentaje de pymes y grandes empresas que califican los obstáculos como gravosos.⁸

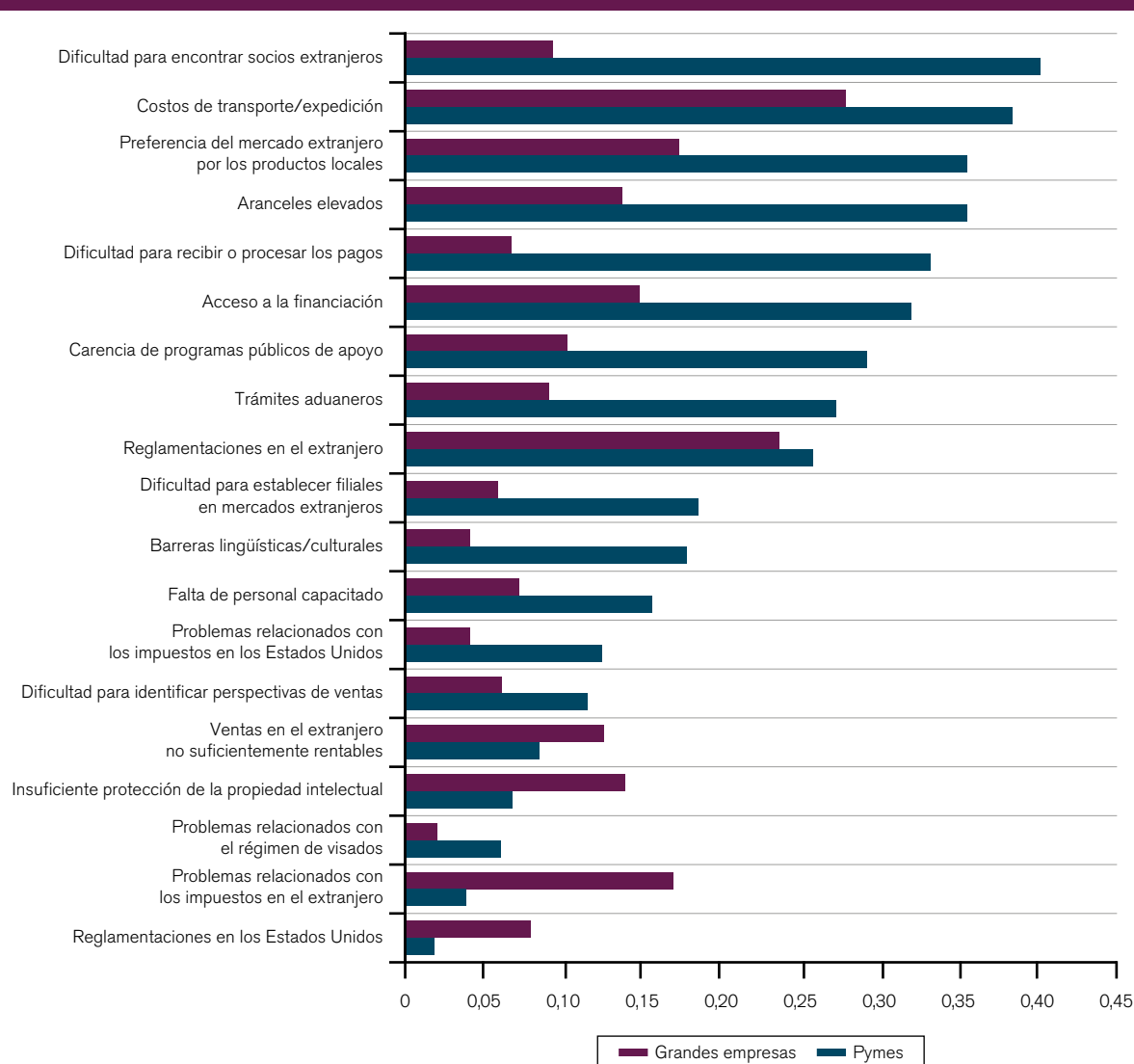
Es interesante observar que las pymes estadounidenses que operan en el sector de las manufacturas perciben como principal obstáculo el acceso a las redes de distribución de los países extranjeros, factor que es considerado como un obstáculo relativamente menor por las grandes empresas. Del mismo modo, los aranceles elevados y las dificultades para acceder a la financiación y procesar los pagos parecen ser obstáculos relativamente más importantes para el comercio de las pymes que para el comercio de las grandes empresas.

Cuadro D.2: Cinco mayores dificultades de las pymes para ingresar, establecerse o avanzar en las cadenas de valor

Sector agropecuario	Sector de las TIC	Sector de los textiles
Acceso a la financiación empresarial	Acceso a la financiación del comercio	Acceso a la financiación del comercio
Costos del transporte	Falta de transparencia del entorno reglamentario	Documentación o demoras aduaneras
Costos de certificación	Acceso a Internet poco fiable o lento	Costos de envío y demoras
Acceso a la financiación del comercio	Inadecuación de las redes nacionales de telecomunicaciones	Problemas de gestión de la cadena de suministro (por ejemplo, prácticas contrarias a la competencia)
Documentación y demoras aduaneras	Documentación o demoras aduaneras	Otra documentación y demoras en los organismos que intervienen en la frontera

Nota: La pregunta específica para el sector agropecuario, el sector de las TIC y el sector de los textiles es la siguiente: "¿A qué dificultades se enfrenta para ingresar, establecerse o avanzar en las cadenas de valor? Seleccione hasta cinco de la siguiente lista".

Fuente: OCDE y OMC (2013). Los resultados detallados se muestran en los gráficos D.1, D.2 y D.3 del Apéndice.

Gráfico D.1: Principales obstáculos a la participación en el comercio mundial de manufacturas (encuesta a empresas estadounidenses)

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos (USITC) (2010).

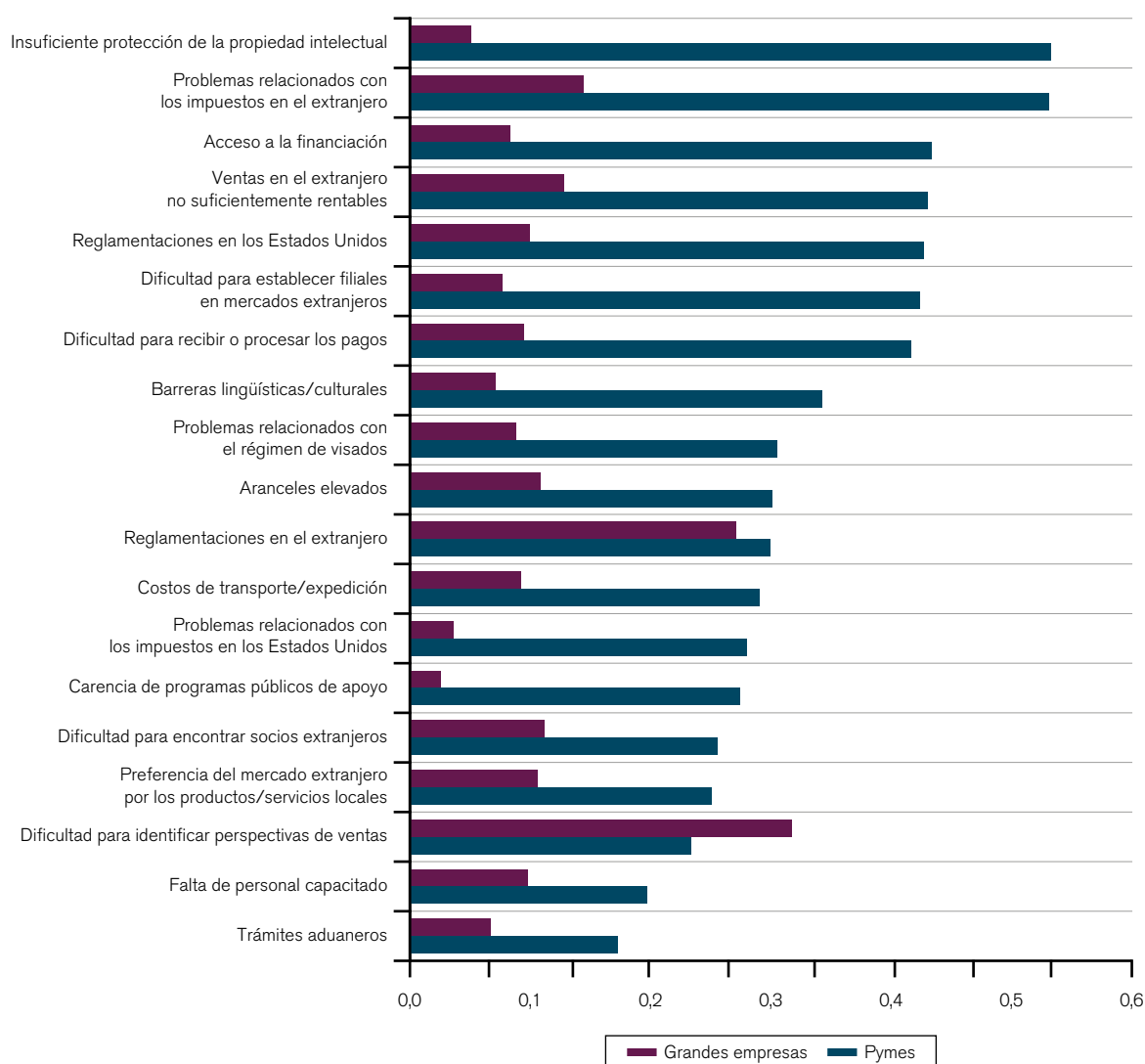
En el sector de los servicios, el principal obstáculo a la exportación identificado por las pymes estadounidenses fue la insuficiente protección de la propiedad intelectual. Por ejemplo, los exportadores de películas y programas de televisión indicaron que para los pequeños y medianos productores resultaba con frecuencia demasiado caro entablar recurso contra las vulneraciones de los derechos de propiedad intelectual (Independent Film & Television Alliance, 2010).

El gráfico D.3, tomado del informe de la Comisión Europea sobre las pequeñas y medianas empresas y la Asociación Transatlántica de Comercio e Inversión (*Small and Medium Sized Enterprises and the Transatlantic Trade and Investment Partnership*), refleja los principales obstáculos al comercio percibidos por

las empresas de la UE que exportan a los Estados Unidos (Comisión Europea, 2014b). El gráfico presenta los resultados de una encuesta en línea realizada entre julio de 2014 y enero de 2015 con el apoyo de Enterprise Europe Network, en la que participaron 869 empresas europeas.

La encuesta preguntaba a las empresas que indicasen si consideraban que existían obstáculos al acceso al mercado estadounidense, y que identificasen la naturaleza de esos obstáculos sobre la base de una lista normalizada de medidas no arancelarias. Entre las empresas encuestadas figuraban microempresas que empleaban de 1 a 9 trabajadores, pequeñas empresas de 10 a 50 trabajadores, empresas medianas de 51 a 250 trabajadores y grandes empresas de más de

Gráfico D.2: Principales obstáculos a la participación en el comercio mundial de servicios (encuesta a empresas estadounidenses)



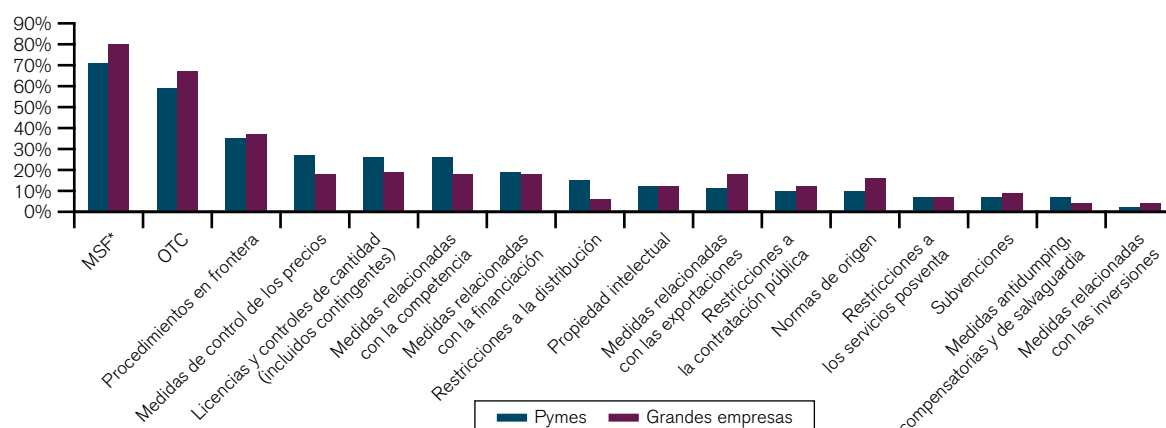
Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos (USITC) (2010).

250 trabajadores. Esta encuesta ofrece un amplio panorama sobre los problemas más importantes para las pymes, entre los que figuran el cumplimiento de los reglamentos y normas, los trámites aduaneros, y las restricciones que afectan a la circulación de las personas y a los canales de distribución. La encuesta sugiere asimismo que muchos de estos problemas representan un obstáculo mayor para las pymes que para las grandes empresas, debido a que las empresas pequeñas se ven obligadas a afrontar los costos de cumplimiento fijos con unos ingresos inferiores a los que disponen las grandes.

El obstáculo al comercio más importante percibido por todas las empresas, con independencia de su tamaño, es la reglamentación, es decir, las medidas

sanitarias y fitosanitarias (MSF) y las medidas relacionadas con los obstáculos técnicos al comercio (OTC): en concreto, más del 50% de las empresas identificaron la reglamentación vigente como el principal obstáculo para acceder a los mercados extranjeros. A continuación figuran los procedimientos en frontera (que mencionaron del 30% al 40% de las pymes). Por último, entre el 20% y el 30% de las pymes consideraron los precios, las licencias, los controles cuantitativos y las medidas relacionadas con la competencia como obstáculos importantes para acceder al mercado estadounidense. Estas medidas también representan obstáculos relativamente mayores para las pymes que para las grandes empresas. Es interesante observar que, según la USITC (2014), las pymes estadounidenses también

Gráfico D.3: Obstáculos comerciales para acceder a los mercados de mercancías estadounidenses comunicados por empresas de la UE, por tamaños de las empresas



*Nota:** Solo exportadores de alimentos, bebidas, piensos y productos que entren en contacto con alimentos (como envases o utensilios para cocinar).

Fuente: Cálculos de los autores basados en el estudio de la Comisión Europea (2014b).

identifican las normas y los reglamentos como obstáculos comerciales importantes para acceder al mercado de la UE. El informe destaca que los diferentes enfoques reglamentarios, la falta de participación de las empresas estadounidenses en la elaboración de las normas de la UE, los costos de cumplimiento de las normas y los procedimientos y la no concesión de trato nacional a los organismos de certificación de los Estados Unidos constituyen obstáculos significativos para las pymes estadounidenses.

En resumen, los datos existentes sugieren que los costos de acceso a las redes de distribución en el extranjero, los costos de transporte, los aranceles elevados, el acceso a la financiación y a la financiación del comercio, los trámites aduaneros y la reglamentación extranjera aplicable tanto a las mercancías como a los servicios parecen ser los principales obstáculos al comercio para las pymes. En las siguientes subsecciones se examinan más a fondo las razones por las que estos costos son especialmente importantes para las pymes y cómo el comercio electrónico y la participación en las cadenas de valor mundiales pueden ayudar a eludir algunos de ellos.

2. La política comercial y las pymes

En esta subsección se analizan los obstáculos arancelarios y no arancelarios al comercio, su magnitud y su repercusión en la participación de las pymes en el comercio de mercancías. Además, se describen los obstáculos que pueden resultar particularmente gravosos para las pymes que operan en el sector de los servicios.

(a) Los obstáculos arancelarios pueden afectar más a las pymes

Como muestra el gráfico D.1, para las pymes del sector manufacturero unos aranceles elevados representan un obstáculo a la exportación mayor que para las grandes empresas manufactureras. ¿Qué razones explican esta percepción?

Una posible explicación es el efecto que de los aranceles en la participación de las pymes en el comercio. Unos aranceles más altos en los mercados de destino hacen que las empresas tengan más dificultades para rentabilizar sus exportaciones. En un entorno de esas características, solo las empresas más productivas exportarán, mientras que las más pequeñas y menos productivas no podrán hacerlo. A medida que los aranceles se reducen, las empresas de menor tamaño se incorporan progresivamente al mercado. Fitzgerald y Haller (2014), empleando datos sobre empresas irlandesas, estiman que una reducción de los aranceles del 10% al 0% aumenta la participación de las empresas medianas (es decir, empresas de 100 a 249 trabajadores) del 11,5% al 14,2%. Sin embargo, no detectan efectos significativos en las empresas de menor tamaño.

Una segunda explicación está relacionada con los efectos que unos aranceles más altos tienen en el volumen de exportaciones de las empresas. Cada vez son más los estudios teóricos que subrayan que los efectos de las políticas comerciales dependen de características como el tamaño y la productividad de la empresa.⁹ Las empresas pequeñas son más sensibles a un cambio en los aranceles porque producen bienes

cuya demanda es más sensible a las variaciones de precios o porque, para captar nuevos consumidores, deben afrontar unos costos menores que las empresas grandes (véase una explicación más detallada en el recuadro D.1).

La heterogeneidad de los efectos de los aranceles en las empresas de distintos tamaños puede explicarse también por la existencia de aranceles no *ad valorem*. Los aranceles específicos (aranceles por unidad) y los contingentes arancelarios (mediante la imposición de un precio asociado a la obtención de una licencia de contingente) actúan como costos comerciales añadidos, es decir, como costos que son independientes del precio unitario de los productos. Los costos comerciales añadidos tienen por sistema un efecto diferente en las empresas que venden a precios bajos que en las empresas que venden a precios altos. Obviamente, añadir un arancel de 1 dólar a un bien cuyo precio es de 1 dólar representa una medida mucho más restrictiva que añadir un arancel de 1 dólar a un bien cuyo precio en el mercado es de 100 dólares. Si las empresas que venden a precios bajos son pequeñas, la prevalencia de costos comerciales añadidos podría también contribuir a explicar el hecho de que dichas empresas perciban los aranceles elevados como un obstáculo importante al comercio (Irrazabal *et al.*, 2015).¹⁰

Una tercera posible explicación de por qué las empresas pequeñas perciben los aranceles como un

factor que les afecta desproporcionadamente podría ser que las condiciones de acceso a los mercados les perjudican en efecto más a ellas: es decir, que las pymes afronten en sus mercados de exportación unos aranceles medios más elevados que los que se aplican a las grandes empresas explicaría que perciban los aranceles como un obstáculo importante al comercio. La economía política ofrece algunos argumentos para explicar esta posibilidad.

En un mundo en el que los gobiernos que negocian los acuerdos se hallan bajo la influencia de poderosos grupos de presión, es más probable que esa presión la ejerzan empresas grandes que empresas pequeñas. Las empresas grandes disponen de más recursos y están mejor capacitadas para ejercer presión que las pymes. Además, es probable que los sectores con un número reducido de empresas grandes influyan más eficazmente en los resultados de las políticas comerciales que los sectores integrados por muchas empresas pequeñas. En consecuencia, el perfil arancelario de los distintos sectores de un país dependerá probablemente del tamaño de las empresas que los compongan. En un escenario unilateral, esto se traduciría en la aplicación de unos aranceles más altos en aquellos sectores dominados por empresas grandes (Olson, 1965; Bombardini, 2008); cuando los aranceles se fijan en un entorno cooperativo, las empresas grandes orientadas a la exportación presionarán para lograr un mayor grado de liberalización del comercio

Recuadro D.1: Respuesta de las empresas al aumento de los aranceles

Spearot (2013) explica que los efectos diferenciales de un determinado incremento (o reducción) de los aranceles en las empresas se deben al hecho de que las empresas afrontan diferentes elasticidades de la demanda. En concreto, los bienes que generan ingresos bajos tienen una mayor elasticidad. Esta es la razón por la que el tradicional efecto negativo de un aumento de los costos comerciales en las corrientes comerciales es mayor en este tipo de bienes (es decir, en las empresas cuyas exportaciones tienen un valor reducido antes de la introducción de la nueva medida restrictiva).¹¹ Y lo contrario sucede ante una disminución de los aranceles. En efecto, Spearot concluye que después de 1994, tras la Ronda Uruguay, una misma reducción arancelaria incrementó mucho más las importaciones estadounidenses de los bienes generadores de bajos ingresos que las importaciones de bienes generadores de altos ingresos. En algunos casos, las importaciones de bienes generadores de altos ingresos disminuyeron tras la liberalización.

Otro estudio (Arkolakis, 2011) explica la diferente repercusión de unos aranceles elevados en las empresas pequeñas y en las grandes por las diferencias existentes en los costos de penetración en los mercados. Las empresas que asumen mayores costos pueden acceder a un número creciente de consumidores, pero el costo de captar nuevos consumidores aumenta cuando la empresa ya ha alcanzado un volumen de ventas elevado; es decir, acceder a más consumidores resulta cada vez más difícil. En este escenario, un aumento de los aranceles perjudica a todas las empresas, pero sus efectos en el suministro de las empresas dependerán de los costos a los que se enfrenten para captar más consumidores. Estos costos adicionales son elevados para las empresas grandes y reducidos para las empresas pequeñas. Tras una liberalización de los aranceles, las exportaciones de las empresas pequeñas aumentan más que las de las empresas grandes debido a que los costos de acceder a nuevos consumidores son menores para las primeras que para las segundas. Y al contrario: la respuesta de las empresas grandes a un incremento de los aranceles es menor porque por cada unidad de reducción de sus exportaciones ahorran más que las empresas pequeñas en términos de costos de captar consumidores.

y conseguirán que los aranceles se reduzcan (Plouffe, 2012).¹² En consecuencia, si las empresas grandes están presentes en los mismos sectores, es probable que también se enfrenten a aranceles más bajos.

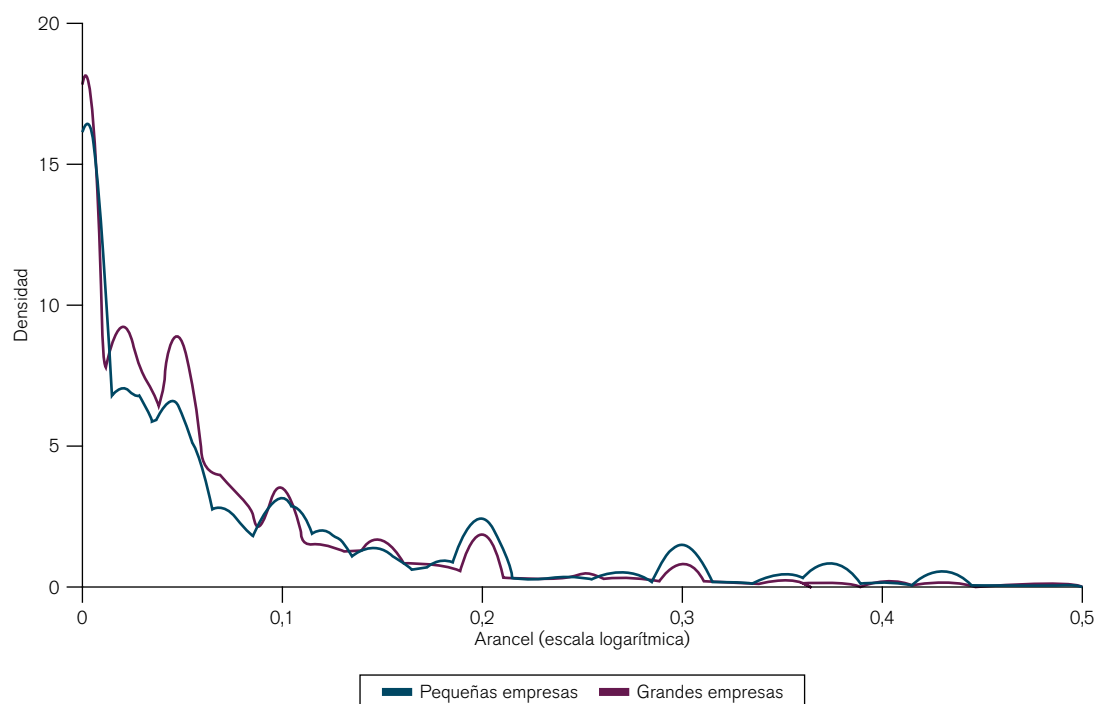
Los datos disponibles no permiten evaluar de forma sistemática los aranceles a los que se enfrentan las distintas empresas en sus mercados de destino. En teoría, para calcular el promedio de los aranceles aplicados a las pequeñas empresas sería necesario saber qué productos exportan estas empresas y a qué mercados, y estimar el promedio de los aranceles en esos mercados. No todos los países publican este tipo de datos.

El gráfico D.4 refleja la distribución de los aranceles aplicados a las empresas francesas que exportan manufacturas, lo que permite hacerse una idea de los aranceles que afrontan las empresas en sus mercados de exportación. Es interesante observar que el gráfico muestra que i) la mayoría de las empresas pequeñas y grandes que exportan productos desde Francia pagan aranceles inferiores al 10% y ii) las empresas pequeñas están más concentradas en sectores en que los aranceles son relativamente más elevados (en el gráfico, la línea azul se encuentra por encima de la

línea roja), mientras que las grandes se concentran principalmente en sectores con aranceles relativamente bajos. La diferencia entre los aranceles aplicados a las empresas pequeñas y a las empresas grandes de Francia no es tan significativa y, como se analiza en la sección C, la causalidad puede cambiar de sentido, es decir, podría ser que las empresas pertenecientes a sectores en que los aranceles son más bajos crecieran a un ritmo más rápido. En cualquier caso, estas conclusiones ponen de relieve la importancia potencial de que algunos países analicen si los aranceles que se aplican a las empresas en los mercados de exportación perjudican especialmente a las pymes.

Es posible hacerse una idea del potencial sesgo desfavorable para las pymes en los perfiles arancelarios de una amplia muestra de países examinando las corrientes comerciales empresariales de la base de datos Comercio por características de las empresas (*Trade by Enterprise Characteristics*) (TEC) de la OCDE. No obstante, debe tenerse en cuenta que la base de datos TEC ofrece información sobre las corrientes comerciales totales por tamaños de las empresas (clasificadas en cinco categorías según su número de empleados: de 1 a 9, de 10 a 49, de 50 a 249, más de 250 y desconocido), y no en función

Gráfico D.4: Distribución de las empresas francesas por tamaños y por el nivel de los aranceles en el país de exportación



Nota: Las empresas pequeñas son aquellas cuyo volumen de exportación se sitúa por debajo del percentil 25°, mientras que las empresas grandes son aquellas cuyo volumen de exportación se sitúa por encima del percentil 7°.

Fuente: Extraído del trabajo preparatorio de Fontagné *et al.* (2016).

de cada empresa. Además, la información sectorial se ofrece agregada al nivel de 2 dígitos (revisión 4 de la CIIU) y las corrientes comerciales no se desglosan simultáneamente por sectores e interlocutores comerciales, lo que limita significativamente la exactitud de la estimación de los aranceles a los que se enfrentan las empresas de cada tamaño.

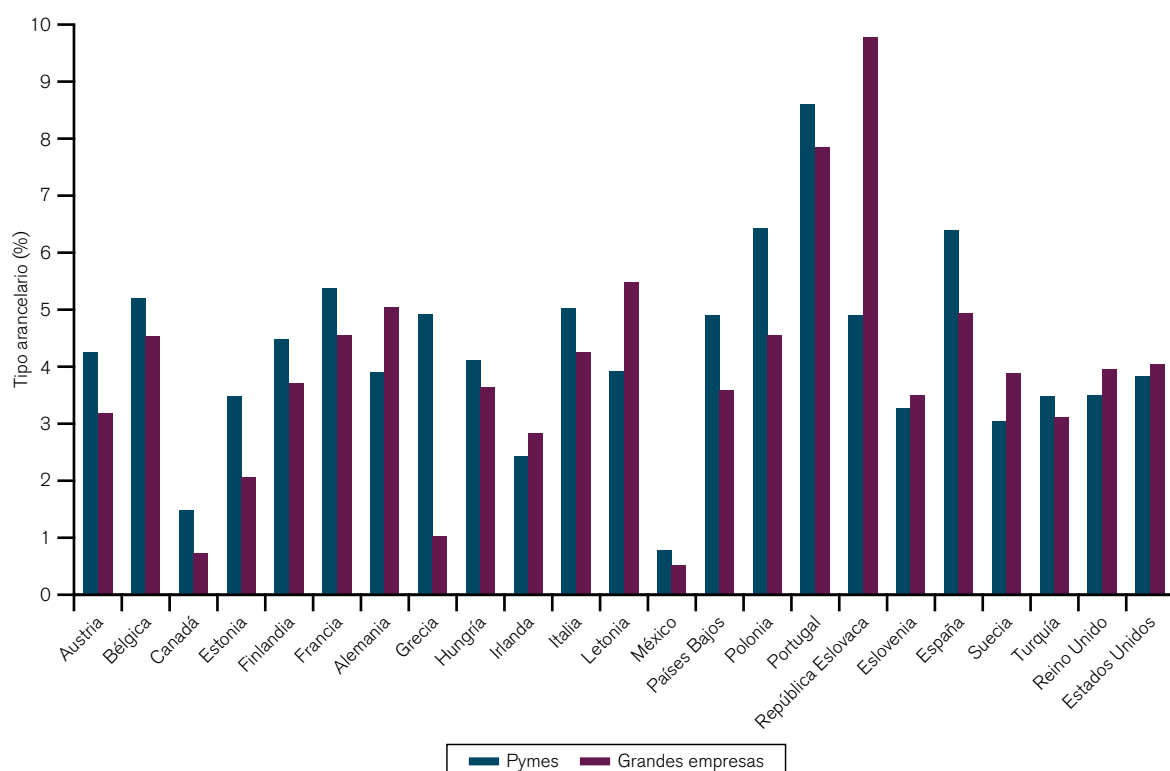
A pesar de estas limitaciones, el gráfico D.5 muestra, para un subconjunto de países de la OCDE, el promedio ponderado de los aranceles efectivamente aplicados a las pymes en sus mercados de exportación. A fin de calcular el arancel medio al que se enfrentan las empresas en función de su tamaño, se ha combinado la información sobre las corrientes comerciales empresariales procedente de la base de datos TEC con la información arancelaria del Sistema de Análisis e Información Comerciales (TRAINS) de la UNCTAD. Se han utilizado los datos correspondientes a 2011 debido a la mayor disponibilidad de información sobre ese año. El gráfico no muestra una tendencia monótona clara entre el tamaño de la empresa y los aranceles, aunque, en 17 de los 23 países de la muestra, las empresas grandes afrontan unos aranceles medios inferiores

a los de una o varias de las otras tres categorías de empresas de menor tamaño (microempresas, empresas pequeñas y empresas medianas).

(b) Las medidas no arancelarias obstaculizan el comercio de mercancías de las pymes

Tanto las pequeñas y medianas empresas como las grandes perciben las medidas no arancelarias como obstáculos importantes al comercio.¹³ Estas medidas también parecen ser el obstáculo más importante para las empresas de la UE que quieren acceder al mercado estadounidense (gráfico D.3) y uno de los principales obstáculos para las empresas estadounidenses (gráfico D.1). Según un estudio del ITC (Centro de Comercio Internacional (ITC), 2015d), las pequeñas empresas de los países en desarrollo parecen ser las más perjudicadas. De la encuesta del ITC, basada en las respuestas de 11.500 empresas exportadoras e importadoras de 23 países en desarrollo, se desprende que las pequeñas empresas son las más afectadas por las medidas no arancelarias. Los requisitos previos a

Gráfico D.5: Aranceles medios aplicados, por tamaños de las empresas (excluido el comercio interno de la UE), 2011



Nota: Los promedios ponderados por tamaños de empresa se calculan agregando los aranceles que se aplican en los distintos sectores (por tamaños de empresa), utilizando como coeficiente de ponderación la distribución de las exportaciones de las empresas de distintos tamaños en los diferentes sectores. En el caso de los países de la UE, los datos arancelarios hacen referencia a los aranceles aplicados en los mercados no pertenecientes a la UE.

Fuente: Cálculos de los autores basados en la base de datos TEC y en el sistema TRAINS.

la expedición y los relativos a la conformidad en los mercados de exportación, así como las deficiencias de los procedimientos nacionales de inspección o certificación, parecen constituir los obstáculos más importantes. En el sector agropecuario, los costos asociados a la certificación son uno de los obstáculos que más dificultan el avance en las cadenas de valor de los países en desarrollo, sobre todo para las pymes (cuadro D.2). En el recuadro D.2 se presentan algunos ejemplos (basados en la experiencia del CBI en materia de asistencia técnica) del tipo de obstáculos no arancelarios que afrontan las pymes.

Existen muy pocos estudios que indiquen cómo afectan las medidas no arancelarias a las empresas exportadoras de distinto tamaño. No obstante, es probable que los efectos sobre el comercio de las medidas MSF/OTC dependan de ese tamaño. Normalmente, se considera que dichas medidas tienen un importante componente de costo fijo, lo que las diferencia significativamente de los aranceles. Por ejemplo, es posible que haga falta una elevada inversión inicial para que una empresa

pueda cumplir determinadas normas extranjeras y que, una vez adquirida la nueva tecnología, no haya costos variables adicionales.¹⁴ Asimismo, una prescripción en materia de títulos de aptitud o de certificación para el personal que presta el servicio puede conllevar un costo fijo inicial de obtención de los títulos de aptitud o la certificación, pero ningún otro costo variable. Los costos fijos, independientes del volumen o valor del comercio, suponen una carga relativamente mayor para las pymes porque representan un porcentaje más elevado de su cifra de negocios.

Los estudios ponen de manifiesto que las medidas OTC/MSF más estrictas resultan especialmente costosas para las empresas de menor tamaño. Centrándose en el sector de la electrónica, Reyes (2011) examina la respuesta de las empresas manufactureras de los Estados Unidos a la armonización de las normas sobre productos de la UE con las normas internacionales. Este autor constata que la armonización incrementa la entrada de empresas no exportadoras en el mercado de la UE, y que el efecto es más marcado para las

Recuadro D.2: Pymes y obstáculos no arancelarios: la importancia de la transparencia y de la previsibilidad

El CBI (Centro para la promoción de las importaciones provenientes de los países en desarrollo, que forma parte del Organismo de Fomento Empresarial de los Países Bajos y depende del Ministerio de Relaciones Exteriores de ese país) ofrece cada año asistencia técnica relacionada con el comercio a más de 700 pymes exportadoras de países en desarrollo. Una de las lecciones más importantes que se extraen sobre las pymes que participan en los programas del CBI está relacionada con la previsibilidad y transparencia de las normas y los reglamentos.

En el sector del té en Kenya, por ejemplo, el CBI ha apoyado la diversificación del producto y del mercado mediante la introducción de té con valor añadido, con sabores especiales y procesados en bolsitas. Phoebe Owuor, experta del CBI, señala lo siguiente: "Aunque en los mercados de la UE las pymes exportadoras de té se enfrentan a menudo con barreras de acceso importantes y difíciles de superar, las exportaciones a los mercados regionales y emergentes resultan más difíciles debido a la falta de información sobre las condiciones reales".

La experiencia del CBI en el ámbito de la asistencia técnica a las empresas ha puesto de manifiesto que las pymes exportadoras de los países en desarrollo invierten cada vez más en mejorar las competencias y conocimientos de su personal en materia de requisitos de acceso a los mercados. Además, las pymes exportadoras se preocupan cada vez más por establecer directrices y procesos internos claros que permitan asegurar el cumplimiento de la reglamentación nacional e internacional.

Para las pymes que quieren acceder a nuevos mercados es esencial realizar estudios de mercado que les permitan analizar la demanda mundial y local, la competencia y las condiciones de acceso a los mercados (incluidos los obstáculos arancelarios y no arancelarios). Entre los instrumentos que pueden resultar útiles en este sentido cabe citar los servicios de pago (a menudo con un enfoque sectorial) y los "bienes públicos mundiales" como los ofrecidos por las herramientas de acceso a los mercados del ITC (incluidos Trademap, Macmap y Standardsmap) o por la plataforma Market Intelligence del CBI sobre los mercados europeos, que incorpora contenidos basados en una combinación de investigaciones cuantitativas y cualitativas, entre los que figuran aportaciones de 24 grupos sectoriales de evaluación integrados por expertos y emprendedores de industrias importadoras europeas (www.cbi.eu/market-information). No obstante, los cambios normativos, la falta de claridad y la imprevisibilidad siguen dificultando las exportaciones de las pymes.

Fuente: Schaap and Hekking (2016).

empresas estadounidenses que ya exportan a países en desarrollo pero no a la UE. Estas empresas son, por término medio, más pequeñas que las empresas que exportan a la UE. Maertens y Swinnen (2009) centran su estudio en el Senegal y muestran que, a pesar del mayor número de MSF, las exportaciones de hortalizas a la UE aumentaron mucho entre 1991 y 2005, lo que se tradujo en un importante aumento de los ingresos y en una reducción de la pobreza. Sin embargo, la adopción de reglamentos alimentarios más estrictos ha provocado un cambio en el perfil de los exportadores, que antes eran pequeños agricultores y ahora son productores nacionales integrados a gran escala.

Cuando se introduce una nueva MSF restrictiva en un mercado extranjero, son las empresas exportadoras de menor tamaño las que abandonan ese mercado y más pierden en términos de volumen de comercio. El estudio de Fontagné *et al.* (2016) es el único que ofrece algunos datos sobre cómo se ajustan los mercados a la introducción de medidas MSF más restrictivas. Los autores concluyen, basándose en datos de la administración francesa de aduanas sobre las exportaciones de las empresas francesas, que las MSF restrictivas (medidas en función de determinadas preocupaciones comerciales) afectan negativamente tanto a la *participación* de las pequeñas empresas en el comercio como a su *volumen* de comercio. En concreto, los citados autores estiman que las MSF restrictivas que han llevado al país exportador a plantear una preocupación ante el Comité MSF de la OMC reducen por término medio en un 4% la probabilidad de que una empresa exporte. El efecto medio de una medida MSF restrictiva sobre el valor de las exportaciones (el margen intensivo) es del 18%, aproximadamente. Pero las repercusiones negativas de las medidas MSF restrictivas es menor cuando las empresas son de mayor tamaño.

Como demuestran Fontagné *et al.* (2016), las empresas más grandes se ven menos perjudicadas que las más pequeñas por la introducción de MSF restrictivas en los mercados de exportación, porque pueden absorber parte del aumento de los costos.¹⁵ Tras la introducción de una medida restrictiva en los mercados de exportación, los precios aumentan, pero en menor medida para las empresas de mayor tamaño. Esto se debe a que las empresas grandes y potencialmente más eficientes suelen tener más facilidad para cumplir requisitos más estrictos, y pueden hacerlo a un costo menor. Además, las empresas exportadoras grandes con mayores cuotas de mercado y una menor elasticidad de la demanda trasladan a los consumidores un porcentaje menor del incremento de los costos.

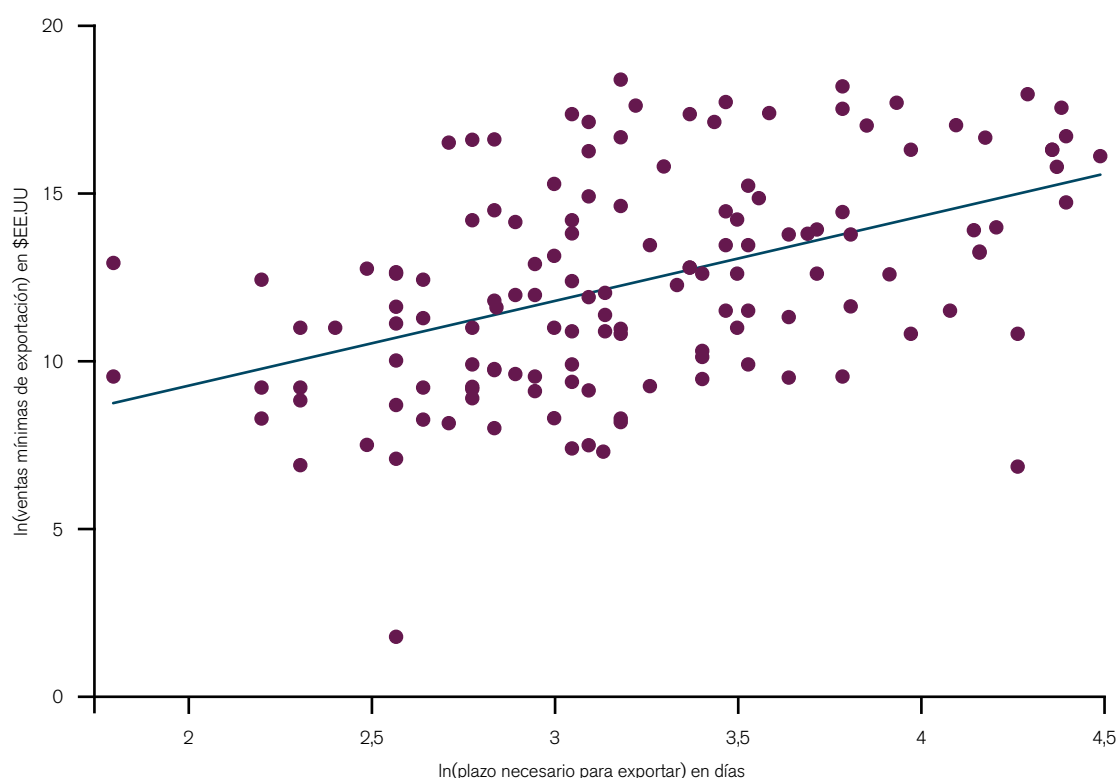
También existen algunos datos empíricos sobre casos concretos que sugieren que los efectos de las

medidas no arancelarias en el comercio dependen del tamaño de la empresa exportadora. La influencia de los procedimientos de certificación en la estrategia de abastecimiento de las empresas exportadoras de espárragos del Perú es ilustrativa de los posibles efectos negativos que las medidas no arancelarias pueden tener en las empresas pequeñas. El Perú es el mayor exportador mundial de espárragos frescos, y el sector ha crecido significativamente durante la última década, tanto en lo que respecta al volumen de las exportaciones como al número de empresas exportadoras. Esta evolución ha tenido lugar al tiempo que se multiplicaba el número de normas privadas aplicadas en el sector. Sin embargo, este caso de éxito coincide con los datos que muestran que la proliferación de normas privadas ha afectado a la estrategia de abastecimiento de las empresas, a costa de los pequeños productores. En la actualidad, las empresas exportadoras certificadas obtienen menos insumos de los pequeños productores (1,5%) que las no certificadas (25%). En cambio, antes de su certificación (en 2001), esas empresas recurrían más a los pequeños productores (20%). (Maertens y Swinnen, 2015).

(c) Procedimientos aduaneros

Es probable que los beneficios derivados de la facilitación del comercio sean mayores para las pymes. A medida que los costos comerciales disminuyen, aumenta el número de empresas, cada vez menos productivas, que empiezan a exportar (véase la sección C). En consecuencia, la facilitación del comercio puede promover la entrada de pymes en los mercados de exportación. La correlación simple entre el tamaño mínimo de las empresas exportadoras por país y el plazo necesario para exportar confirma esta hipótesis. Como se muestra en el gráfico D.6, los plazos para exportar más cortos se asocian a empresas exportadoras de menor tamaño. No obstante, existen pocas pruebas empíricas sobre los efectos heterogéneos de la facilitación del comercio en la actividad comercial en función del tamaño de la empresa.

Los estudios econométricos existentes sobre los efectos de la facilitación del comercio en las exportaciones de las empresas confirman la idea de que las medidas de facilitación benefician tanto a las empresas grandes como a las pequeñas. Las exportaciones de las empresas pequeñas resultan especialmente beneficiadas cuando también se tienen en cuenta las repercusiones de esas medidas en la entrada de nuevas empresas en los mercados de exportación. Utilizando la base de datos de Encuestas de Empresas del Banco Mundial, Han y Piermartini (2016) muestran que los efectos de la facilitación del comercio en la actividad comercial dependen del tamaño de la empresa. Cuando se incluyen en la muestra analizada tanto las empresas

Gráfico D.6. Relación entre las ventas mínimas de exportación (por país) y el plazo necesario para exportar

Fuente: OMC (2015).

exportadoras como las no exportadoras, se observa que una reducción del plazo necesario para exportar beneficia más a las microempresas y a las pymes que a las grandes empresas. Han y Piermartini estiman que las medidas de facilitación del comercio que reducen el plazo necesario para exportar de todas las empresas situadas en la mediana regional pueden aumentar la participación en las exportaciones en casi un 20% para las pymes y en un 15% para las grandes empresas. Este hecho se explica porque es más probable que las empresas pequeñas comiencen a exportar. Sin embargo, Hoekman y Shepherd (2015) concluyen que, cuando el análisis solo tiene en cuenta a las empresas exportadoras, esa reducción del plazo necesario para exportar impulsa en efecto la participación en las exportaciones, pero en la misma medida en las empresas pequeñas y en las grandes.

Existen también datos que prueban que las distintas disposiciones del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio afectan de manera diferente a las empresas pequeñas y a las grandes. Fontagné *et al.* (2016), utilizando datos aduaneros sobre las empresas exportadoras francesas, analizan los efectos que las mejoras de la facilitación del comercio introducidas en

los países de importación (más que en el propio país exportador) tienen en las exportaciones de las empresas, y demuestran que, aunque en términos generales todas las empresas exportadoras se benefician de una mejora de la facilitación del comercio en los países de importación, los efectos relativos en las empresas pequeñas y grandes varían en función del tipo de medida de facilitación del comercio de que se trate.

En el estudio se concluye que las pequeñas empresas exportadoras se benefician relativamente más cuando las mejoras de la facilitación del comercio están relacionadas con la disponibilidad de información, el régimen de resoluciones anticipadas y los procedimientos de recurso. Por ejemplo, si todos los países de Asia Oriental y el Pacífico adoptaran las mejores prácticas de la región en lo que se refiere a las medidas para mejorar la disponibilidad de información, las pequeñas empresas exportadoras aumentarían en el 48% sus exportaciones y las empresas medianas exportarían un 25% más (el efecto no sería significativo en las grandes empresas). Las empresas exportadoras grandes se benefician relativamente más cuando las reformas encaminadas a facilitar el comercio en los países importadores están relacionadas con la

simplificación de los trámites. Los autores ofrecen como posible explicación el hecho de que la simplificación de los trámites reduce el nivel de corrupción en la frontera lo que, a su vez, incide positivamente en la tendencia al comercio de las grandes empresas. Los datos demuestran que, en efecto, las empresas grandes son más sensibles a la corrupción que las pequeñas.

(d) La política comercial y las pymes de servicios

Existen varios problemas para evaluar qué obstáculos al comercio resultan particularmente gravosos para las exportaciones de servicios de las pymes. En primer lugar, el comercio de servicios, tal y como aparece definido en el AGCS, es multimodal: abarca no solo las transacciones transfronterizas (modo 1), sino también el consumo de servicios en el extranjero (modo 2) y el movimiento de los proveedores en el extranjero, ya sea para establecer una presencia comercial (modo 3) o para prestar los servicios personalmente (modo 4).¹⁶ La mayoría de los servicios pueden prestarse a través de más de un modo de suministro. En consecuencia, el efecto de los obstáculos al comercio en un modo de suministro concreto dependerá probablemente de si el modo en cuestión es el que el proveedor del servicio utiliza preferentemente para exportar. En segundo lugar, no se han elaborado análisis teóricos y existen pocos estudios empíricos que aborden directamente esta cuestión. Y en tercer lugar, existe poca información sobre las características de las pymes exportadoras de servicios, y la que existe procede fundamentalmente de la experiencia de los países desarrollados.

No obstante, los estudios empíricos disponibles sobre el comportamiento de las exportaciones de las pymes que prestan servicios (Lejárraga y Oberhofer, 2013) constituyen una base útil para evaluar esta cuestión. Las pymes exportadoras de servicios emplean a un número relativamente mayor de trabajadores altamente cualificados, pagan salarios más elevados y son más innovadoras, pero su tamaño no es necesariamente mayor. La relación positiva entre el tamaño de la empresa y la probabilidad de exportar no es de hecho concluyente en el caso de los servicios, aunque está firmemente probada en el sector de las manufacturas.

Lejárraga y Oberhofer (2013), utilizando datos sobre las empresas francesas, concluyen que el tamaño de la empresa tiene un efecto positivo en la probabilidad de exportar de los proveedores de servicios financieros, servicios de TIC y servicios profesionales, pero no en la de los proveedores de servicios de viajes, por ejemplo. Es importante señalar que, como ya se vio en la sección B.1 y revelaron los resultados de la encuesta presentados en la sección D.1, lo que se desprende claramente de las investigaciones disponibles es la

significativa heterogeneidad de las características de los comerciantes que participan en los distintos sectores de servicios (Lejárraga *et al.*, 2014). Por lo tanto, resulta bastante difícil extraer conclusiones firmes acerca de las “pymes exportadoras de servicios” como si se tratara de una categoría monolítica.

Por lo que se refiere al modo de exportar, los modos de suministro que eligen las pymes dependen de los costos comparados y de los ingresos previstos. Pueden elegir un solo modo o preferir (o necesitar) varios modos para abastecer los mercados extranjeros. Por ejemplo, el movimiento de personas en el modo 4, que permite a los proveedores estar físicamente cerca de sus clientes, facilita el comercio de servicios de TIC en el modo 1. Además, no todos los modos son igualmente adecuados para exportar servicios: por ejemplo, los servicios de hostelería básicamente solo pueden prestarse mediante el modo 2, y es prácticamente imposible exportar servicios de construcción de forma transfronteriza.

Persin (2011) sostiene que, debido a limitaciones asociadas a su tamaño, las pymes proveedoras de servicios tienden a recurrir a formas “blandas” de internacionalización, y exportan fundamentalmente mediante el comercio transfronterizo (modo 1) y el movimiento de proveedores de servicios por contrato sin presencia comercial (modo 4). Kelle *et al.* (2013) analizan la decisión de las empresas de exportar de forma transfronteriza o mediante el establecimiento de una presencia comercial. Basándose en datos sobre empresas alemanas, estos autores confirman empíricamente la preferencia de las pymes por el modo 1. Henten y Vad (2001), en su estudio sobre las pymes danesas, concluyen que estas también se decantan por exportar sus servicios de forma transfronteriza y no mediante el establecimiento de una presencia comercial, excepto en el caso de los servicios financieros.

Además de las exportaciones directas, las pymes también pueden recurrir a formas indirectas de internacionalización. Entre ellas figuran las exportaciones indirectas a través de intermediarios (que se examinaron en el contexto del análisis de las cadenas de valor mundiales en la sección B.2), la cooperación técnica con empresas extranjeras o las formas contractuales sin participación de capital (por ejemplo, franquicias y licencias). Nordås (2015) observa que las empresas manufactureras se sirven a menudo de franquicias con pymes de servicios (como concesionarios de automóviles, gasolineras, bares o peluquerías) para distribuir sus productos.

Aunque los obstáculos al comercio de servicios son casi en su totalidad de naturaleza reglamentaria, es probable que algunos de ellos afecten a las pymes más que otros. En este sentido, es útil distinguir entre las

medidas que inciden en la capacidad de una empresa de entrar o establecerse en un mercado extranjero (medidas relativas al “establecimiento”) y las medidas que repercuten en su funcionamiento una vez que ya se han incorporado a ese mercado (medidas relativas al “funcionamiento”) (para un examen más detallado, véase OMC, 2012). En la medida en que las primeras se traducen normalmente en costos fijos, mientras que las segundas es más probable que impongan costos variables, puede suponerse que las medidas relativas al “establecimiento” serán relativamente más gravosas para las pymes (Deardorff y Stern, 2008).

Dada la gran heterogeneidad existente entre las empresas de los distintos sectores de servicios, es necesario tener en cuenta las diferencias en el grado de apertura de los regímenes de esos sectores. En el gráfico D.7, que se basa en el Índice de restricción del comercio de servicios del Banco Mundial, se ofrece información sobre el grado de restricción de las políticas de servicios en cinco sectores. El gráfico pone de manifiesto que los mayores obstáculos se encuentran en los sectores de los servicios profesionales y de transporte y, en menor medida, de los servicios de telecomunicaciones.

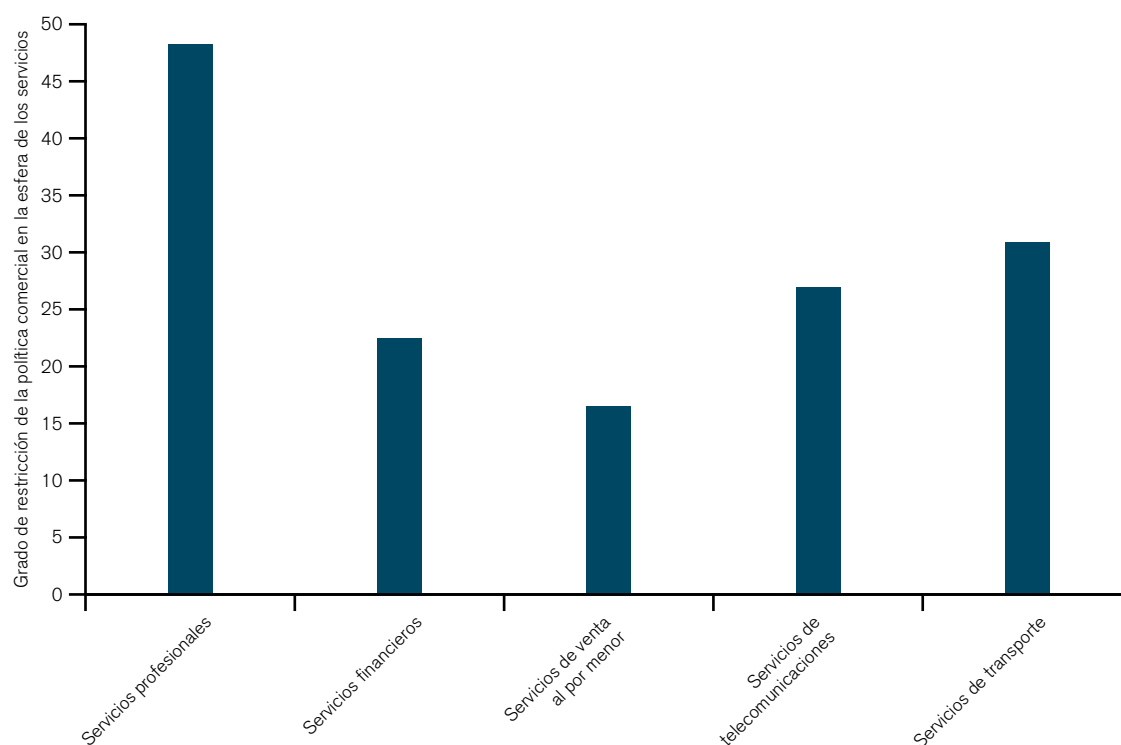
Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, conviene hacer una nueva distinción, en los diferentes

sectores, entre las medidas que restringen la capacidad de las empresas para establecerse en los mercados extranjeros y las que afectan al funcionamiento de esas empresas una vez que ya se han establecido. El gráfico D.8, basado en los datos utilizados para elaborar el Índice de restricción del comercio de servicios de la OCDE, ilustra la importancia relativa de esas medidas en los sectores y economías abarcados por el índice en 2015. Conviene señalar que, a pesar de llamarse igual, los índices del Banco Mundial y de la OCDE difieren en su alcance, método y cobertura de países. El índice de la OCDE es más reciente y cubre un mayor número de sectores, mientras que el del Banco Mundial abarca muchos más países pero no ofrece una distinción previa entre medidas de “funcionamiento” y medidas de “establecimiento”.¹⁷

Como se muestra en el gráfico D.8, los obstáculos al “establecimiento” afectan principalmente a los servicios profesionales, seguidos por los servicios audiovisuales, los servicios de transporte y los servicios financieros. Este dato sugiere que las pymes tendrán relativamente más dificultades para exportar en estos sectores.

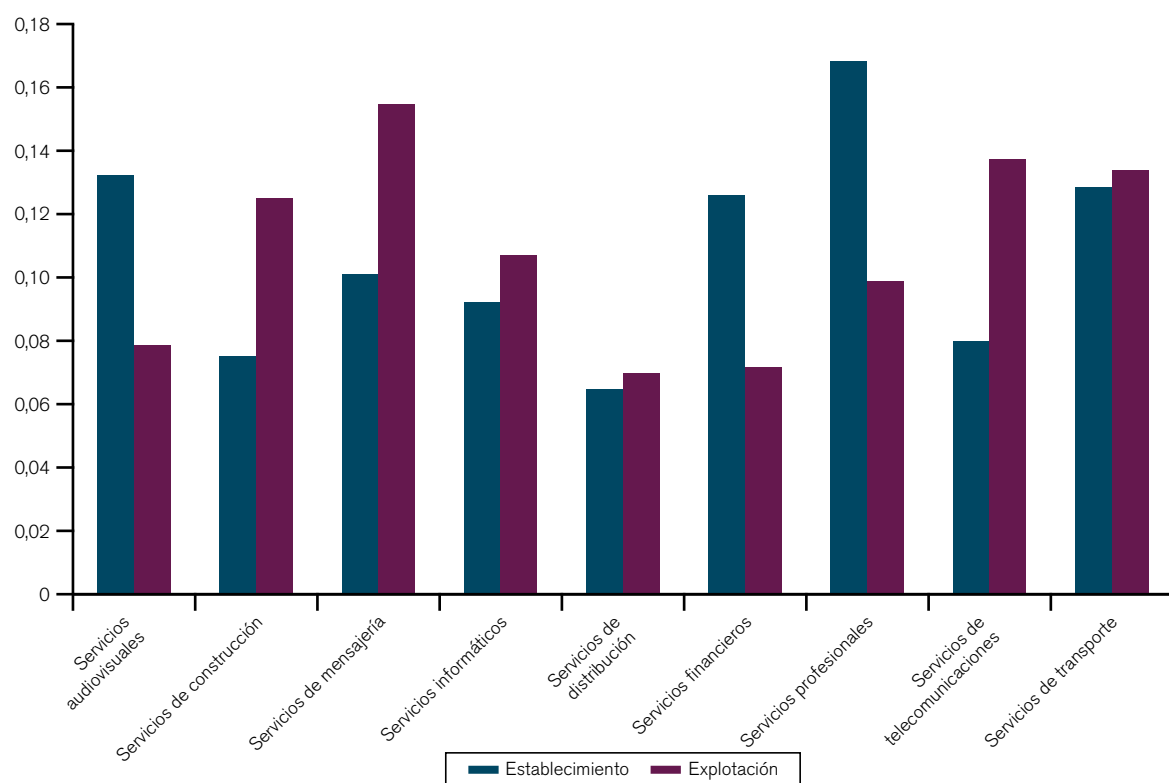
Los obstáculos al comercio afectan a los modos de suministro que las empresas emplean para abastecer los mercados extranjeros. Como se observó anteriormente, las pymes dependen más de

Gráfico D.7: Grado de restricción de la política comercial de servicios, por sectores (2009)



Fuente: Cálculos propios basados en los datos del Índice de restricción del comercio de servicios del Banco Mundial correspondientes a 2009.

Gráfico D.8: Promedios del Índice de restricción del comercio de servicios de la OCDE, por tipos de medidas y por sectores (2015)



Nota: Los valores del Índice de restricción del comercio de servicios de la OCDE varían entre 0 y 1, donde 0 representa un mercado completamente abierto y 1 un mercado completamente cerrado.

Fuente: Cálculos del autor basados en datos del Índice de restricción del comercio de servicios de la OCDE correspondientes a 2015.

unos modos que de otros. Aunque no existe ningún análisis empírico que permita discernir los efectos concretos de las políticas comerciales en los modos de exportación elegidos por las pymes, los obstáculos que afecten a esos modos perjudicarán sin duda más a la participación de las pymes en el comercio de servicios que a la participación de las empresas grandes que se encuentren en las mismas circunstancias.

No obstante, puede suponerse que, al menos en el caso de las microempresas y de las pequeñas empresas, el modo 3 no resultaría viable aunque no existiera ninguna restricción significativa, ya que el establecimiento de una presencia comercial en el extranjero implica costos importantes. Por lo tanto, los obstáculos al modo 3 podrían afectar a las empresas más pequeñas relativamente menos que los obstáculos a otros modos de suministro. De hecho, la mayor parte de los estudios sobre las medidas que afectan a la capacidad de exportación de las pymes proveedoras de servicios se centran en el comercio a través los modos 1 y 4 y, en mucha menor medida, en el modo 3 (véase, por ejemplo, Adlung y Soprana, 2013; y Nordás, 2015).¹⁸

Por lo que se refiere al modo 3, las pymes se ven especialmente afectadas por las medidas que exigen su presencia comercial mediante el establecimiento de una filial. Debido a que el establecimiento de las empresas mediante oficinas de representación y sucursales es más barato y menos gravoso desde el punto de vista administrativo, es probable que la obligación de constituirse como entidad en el mercado extranjero afecte significativamente más a las pymes. Otras medidas que presumiblemente tienen efectos similares son la exigencia de un capital mínimo, las obligaciones en materia de formación, los requisitos de residencia y las subvenciones otorgadas únicamente a las pymes proveedoras locales.

En cuanto al modo 1, los obstáculos más importantes son las medidas que obligan a las empresas que quieran prestar servicios transfronterizos a establecer una presencia comercial en el mercado de destino. Del mismo modo, las medidas que impongan prescripciones en materia de localización de datos en los mercados extranjeros supondrán necesariamente una carga más gravosa para las pymes.

Por último, los obstáculos al modo 4 parecen perjudicar particularmente a las pymes. En el caso de las empresas incipientes, la categoría del modo 4 “profesionales independientes” (es decir, trabajadores autónomos que prestan un servicio en el extranjero) afecta a las pymes por definición. En este sentido, todos los obstáculos al movimiento de los profesionales independientes estorban exclusivamente y en su totalidad a las pymes. Este es un hecho particularmente crucial si se tiene en cuenta la importancia que probablemente tiene el modo 4 para las exportaciones de estas “ultra-microempresas”, y a la vista de la mayor probabilidad de que las empresas de servicios más pequeñas, que disponen de una mano de obra relativamente mejor cualificada, puedan ser contratadas para prestar servicios en el ámbito internacional.

Los obstáculos a la categoría de “proveedores de servicios por contrato” del modo 4 también pueden resultar particularmente gravosos para las pymes. Los proveedores de servicios por contrato son empleados de una empresa de servicios que entran en un mercado de exportación en el marco de un contrato firmado entre su empleador y un consumidor local. Al igual que sucede en el caso de los profesionales independientes, los servicios prestados por los proveedores de servicios por contrato no dependen del establecimiento de una presencia comercial, por lo que su provisión resulta menos costosa. Por lo tanto, las limitaciones de acceso a los mercados (como los contingentes y las pruebas de necesidades económicas), así como cualquier medida discriminatoria importante que se aplique a estas dos categorías del modo 4 (por ejemplo, los requisitos de residencia, la imposibilidad de optar a subvenciones, el trato fiscal discriminatorio o la obligación de formar a trabajadores nacionales) perjudican especialmente a las pymes.

Hay otras medidas que afectan a los servicios que, aunque no puedan calificarse propiamente como obstáculos al comercio (en el sentido de que no constituyen ninguna de las seis medidas definidas como limitaciones de acceso a los mercados en el marco del AGCS ni vulneran las disciplinas en materia de trato nacional previstas en el mismo), pueden restringir las oportunidades comerciales, especialmente las de las pymes. Entre ellas cabe citar los requisitos y procedimientos en materia de licencias y títulos de aptitud y las normas técnicas, que resultan particularmente costosos o complejos de cumplir desde un punto de vista administrativo y, por lo tanto, elevan significativamente los costos fijos de entrada en los mercados extranjeros. Conviene precisar, sin embargo, que si estas medidas no son discriminatorias, afectarán no solo a las pymes extranjeras, sino también a las nacionales. Al aumentar los costos de abastecer el mercado nacional, esas medidas perjudicarán en

mayor medida a las empresas pequeñas, cualquiera que sea su origen.

No obstante, es cierto que, para las empresas que exportan, las medidas nacionales de reglamentación representan un costo que deben asumir en cada uno de los mercados extranjeros. Por lo tanto, es probable que las pymes exporten a múltiples mercados en menor medida que las empresas grandes, lo que podría traducirse en una disminución del margen extensivo del comercio. Las investigaciones empíricas parecen corroborar esta hipótesis. Lejárraga y Oberhofer (2013) y Lejárraga *et al.* (2014) concluyen que las decisiones de exportación de las pymes son muy estables, es decir, que es probable que las empresas que entran en un mercado extranjero continúen exportando servicios al mismo durante años. La investigación de estos autores muestra asimismo que, una vez que comienzan a vender en el extranjero, las pymes de servicios tienden a exportar una proporción más alta de su producción total que las grandes empresas, por lo que las medidas restrictivas del comercio les afectan en mayor medida.

También es probable que la falta de reconocimiento de la experiencia laboral, la educación o la cualificación obtenidas en el extranjero represente una barrera relativamente más difícil de superar para las pymes que deseen exportar servicios regulados. En ausencia de acuerdos de reconocimiento que agilicen los procedimientos de autorización para prestar un servicio en un mercado extranjero, los proveedores de servicios regulados se ven obligados a llevar a cabo largos y costosos trámites a fin de demostrar que poseen los títulos de aptitud requeridos para suministrar el servicio en cuestión. De nuevo en este caso, los proveedores deberán realizar esos trámites en todos y cada uno de los mercados en los que quieran entrar. Las empresas que dispongan de los recursos necesarios para establecer una presencia comercial en el extranjero podrán eludir este obstáculo mediante la contratación de profesionales con títulos locales, pero es probable que esta medida resulte prohibitiva para las pymes.

Además, puede suponerse que los requisitos y procedimientos relacionados con los visados y los permisos de trabajo imponen también una carga relativamente mayor a las pymes, a la vista de la mayor importancia que el modo 4 reviste para sus exportaciones. Es probable que esto sea especialmente cierto en el caso de las pymes de los países en desarrollo, ya que sus empleados (en general, nacionales) suelen estar sujetos a requisitos de visado comparativamente más estrictos, sobre todo cuando quieren acceder a los mercados de otros países en desarrollo.¹⁹ Asimismo, es probable que la introducción de programas destinados a simplificar los trámites de entrada para las empresas acreditadas como

“comerciantes con visados preferentes” (normalmente, grandes compañías) coloque a las pymes en una situación de mayor desventaja relativa con respecto a las empresas más grandes.

3. Otros costos importantes relacionados con el comercio

Esta sección se centra en los obstáculos al comercio percibidos por las empresas y mencionados en la sección D.1, que van más allá de la definición estricta de las políticas comerciales (los obstáculos arancelarios, no arancelarios y reglamentarios examinados en la sección D.2). Muchos de los costos comerciales que se abordan en esta sección, como los costos de distribución, transporte y financiación de la actividad comercial, están asociados a servicios que son necesarios para comerciar. En este sentido, el análisis de la presente sección es diferente del que se llevó a cabo en la subsección D.2 d), en la que se examinaron los obstáculos al comercio de servicios, y no los costos relacionados con el uso de servicios necesarios para desarrollar la actividad comercial.

(a) Canales de información y de distribución

Los obstáculos de acceso a los mercados y los obstáculos reglamentarios que afectan tanto a las mercancías como a los servicios pueden coexistir con otros costos comerciales asociados a los canales de información y distribución que son más elevados para las pymes. Además de los productores y los consumidores de bienes y servicios, existen empresas intermediarias que participan en la creación de la estructura de las redes de distribución y desempeñan funciones específicas. Los canales de distribución pueden adoptar varias formas como, por ejemplo i) ventas directas de los productores a los clientes; ii) ventas a través de empresas minoristas; iii) ventas a través de empresas mayoristas y minoristas, o iv) ventas a través de agentes que trabajan a comisión (y pueden tender puentes entre los productores y los mayoristas, los minoristas o los clientes). Estos intermediarios también pueden desempeñar algunas funciones importantes que contribuyen a la eficiencia de las redes de distribución (por ejemplo, análisis de mercados, publicidad, transporte/logística y servicios de posventa).

El acceso a redes de distribución puede ser un elemento esencial para que las pymes puedan desarrollar su actividad empresarial y, en particular, diversificar su clientela en una región o en todo el mundo. Como se muestra en la sección D.1, las pymes que carecen de acceso a los canales de distribución pertinentes

o funciones conexas pueden tener dificultades para captar clientes en otras economías. En el caso del comercio de mercancías, este hecho aparece reflejado en el elevado porcentaje de pymes que señalan como obstáculos al comercio la “dificultad para encontrar socios extranjeros” y los “costos de transporte/expedición” (gráfico D.1). En el caso del comercio de servicios, el hecho puede reflejarse en cierta medida en el número de respuestas que mencionan la “dificultad para establecer filiales en mercados extranjeros” (gráfico D.2), indicativo de la frecuente necesidad de hallarse cerca del cliente debido a la intangibilidad de los productos objeto de comercio y, en ocasiones, de adaptar esos productos a la cultura o al idioma del mercado de destino. Por tanto, el acceso de las pymes que deseen exportar a información sobre los canales de distribución y los mercados de destino puede relacionarse también con todo lo que se acaba de describir.

Entre los aspectos relacionados con los canales de distribución que pueden constituir obstáculos para las pymes exportadoras cabe mencionar la necesidad de producir y seleccionar bienes o servicios adecuados para los mercados de exportación, centrándose en determinados países y regiones o en el mercado mundial; la necesidad de dar a conocer los productos a los clientes potenciales; la entrega de los productos y los riesgos asociados a la misma (por ejemplo, transporte y entrega física de los bienes y servicios; o entrega electrónica sin perjuicio de los posibles derechos de propiedad intelectual). En este contexto, es importante señalar que algunas empresas intermediarias, como las que participan en el comercio electrónico, también pueden ser pymes. Además, es posible que las pymes exportadoras deban afrontar costos relacionados con la recopilación de información sobre el mercado o con el conocimiento de la reglamentación vigente en los países de destino de las exportaciones.

Las empresas que deseen exportar mercancías o servicios deben conocer la reglamentación vigente en las economías a las que pretenden exportar (por ejemplo, los reglamentos técnicos sobre las características que debe reunir un producto, o las normas y reglamentos relacionados con el comercio) y disponer de información sobre las oportunidades de exportación en los mercados de destino. El desconocimiento de la reglamentación vigente puede suponer que el producto no cumpla la reglamentación del país importador lo que, a su vez, podría exponer a la empresa al costo de ver rechazada la entrada de ese producto en la frontera del país de destino. El desconocimiento de la demanda existente en los mercados de exportación también puede traducirse en una disminución de los beneficios. La recopilación de información conlleva costos. Anderson y van Wincoop (2004) estiman que cerca del 6% de todos

los obstáculos al comercio son costos relacionados con la información. Generalmente se entiende que estos costos incluyen los flujos de información generados por las redes de inmigrantes (Rauch y Trindade, 2002), el volumen de tráfico telefónico y el número de sucursales de bancos del país importador situadas en el país exportador.

En las decisiones de exportación, la recopilación de información desempeña un papel crucial, y esa recopilación conlleva costos que son en gran medida independientes del volumen de exportación de las empresas. Por consiguiente, esos costos de información afectan especialmente a las pequeñas empresas, cuya capacidad para repartirlos entre su producción es menor que la de las grandes empresas. Una encuesta realizada recientemente por la Conférence Permanente des Chambres Consulaires Africaines et Francophones (CPCCAF), en la que se pregunta a las empresas cuáles son los principales tipos de información que necesitan para exportar, revela que, para las pequeñas empresas africanas, los obstáculos más importantes en este ámbito están relacionados con la información sobre contactos comerciales y oportunidades empresariales y, en segundo lugar, con la información sobre la reglamentación pertinente y las medidas de ayuda a la exportación (véase el cuadro D.3).

Los aspectos relacionados con la expedición y la logística también plantean un problema para el comercio, sobre todo para las pymes, ya actúen como productoras o como intermediarias. Las pymes deben a menudo depender de soluciones ya existentes para entregar sus productos a los clientes. Entre esas soluciones cabe mencionar los servicios ofrecidos por los sistemas postales, los servicios de entrega urgente, los servicios en la nube o el acceso a plataformas de descarga a través de acuerdos de licencia. Por este motivo, es importante asegurarse de elegir una solución eficaz. Alternativamente, las pymes pueden decidir ser creativas. Por ejemplo, en el comercio electrónico "las empresas más grandes, como el

minorista en línea Ozon.ru, pueden optar por crear sus propias redes de distribución, pero esta opción está fuera del alcance de las microempresas y las pequeñas empresas, que pueden necesitar explorar otras soluciones innovadoras, como el sistema de entrega por motoristas utilizado en Viet Nam. La entrega fuera del domicilio (por ejemplo, en puntos de recogida, en el lugar de trabajo, en taquillas de paquetería o en tienda) es una opción que puede mejorar el atractivo del comercio electrónico en los países en desarrollo" (UNCTAD, 2015).

Las empresas que no pueden vender productos por sí mismas recurren a menudo a la ayuda de intermediarios en los canales de distribución. Aunque el contacto directo con los clientes ayuda a fijar los precios, la participación de un intermediario asegura un suministro más eficiente del producto gracias a la utilización de sus redes y contactos, así como a su experiencia, especialización y menores costos. Por ejemplo, algunos intermediarios disponen de directorios de clientes potenciales o empresas de distribución (especializadas), llevan a cabo estudios de mercado en los países, ayudan a hacer frente a las barreras lingüísticas (por ejemplo, mediante servicios de traducción), ofrecen asistencia en la organización de viajes y prestan apoyo complementario. Tradicionalmente se ha considerado que para las pymes resulta más eficaz el contacto directo con los clientes que el recurso a un intermediario en los canales de distribución, particularmente en el caso de los servicios (en los que lo normal es una estrategia de distribución exclusiva, un solo producto, clientes claramente definidos y ventas puntuales). Este modelo "directo" puede ser más difícil de aplicar cuando las pymes tratan de exportar sus productos, sobre todo si pretenden captar un mayor número de clientes. El uso de intermediarios reduce el número de tareas que las pymes deberían realizar si decidieran no recurrir a ellos.²⁰ Además, al ofrecer asesoramiento e interactividad, confianza en los pagos y la percepción de que las compras no son tan complejas, también reduce parte de los riesgos asociados y de los temores que podrían albergar los clientes. Por último, los intermediarios pueden resultar para las pymes una solución más sencilla que el establecimiento de filiales para la venta de servicios (o, a la larga, de bienes) en los mercados de exportación, a menos que la actividad empresarial sea lo suficientemente importante como para justificar dicho establecimiento.

En el contexto de las redes de distribución, la comercialización a través de Internet (por ejemplo, mediante el uso de motores de búsqueda), el correo electrónico, las plataformas de las redes sociales (como Facebook) y el comercio electrónico han tenido un papel importante en los últimos años. Estos instrumentos de distribución, utilizados de forma directa (es decir,

Cuadro D.3: Principales obstáculos a la información a los que se enfrentan las pymes en África

Información sobre	Promedio (%)
Contactos comerciales y oportunidades empresariales	69
Reglamentación pertinente	41
Medidas de apoyo a las exportaciones	41
Mercados de destino	34
Otros	2

Fuente: Adaptado de OMC e ITC (2014), basado en datos de la encuesta CPCCAF.

ventas directas de los productores a los clientes) o indirecta (a través de intermediarios), han aumentado la presencia de las pymes en el comercio internacional, ya que han mejorado la visibilidad de sus productos y les han permitido establecer vínculos con clientes en los posibles mercados extranjeros (véase el análisis de la sección D.4 *infra*). También han ayudado a las empresas, y especialmente a las pymes, a informarse más fácilmente sobre los mercados extranjeros (por ejemplo, mediante las soluciones analíticas que ofrecen los motores de búsqueda o las empresas de comercio electrónico), así como a consultar normas o cuestiones relacionadas con la reglamentación. Por último, estas redes de distribución han ayudado a las pymes a obtener información sobre las propias redes a fin de conocer cuál es la mejor manera de acercarse a los clientes (agentes o distribuidores adecuados, sistemas de pago, recursos de comercialización, logística de expedición y recepción, etc.).

(b) Transporte y logística

La logística comercial no consiste únicamente en la expedición de mercancías a través de las fronteras, sino que abarca una amplia gama de servicios, desde la recogida de los productos, el envío integrado de las mercancías, la adquisición del transporte, el despacho de aduanas, el almacenamiento y la distribución, hasta la entrega de los productos a los consumidores finales. Las pymes carecen a menudo de experiencia con envíos internacionales, y sus cargas suelen ser de menor volumen y de frecuencia más irregular. Esto explica que las importaciones y exportaciones de las pymes dependan de los proveedores de servicios de logística.

A diferencia de las empresas grandes, las pymes se enfrentan a problemas logísticos particulares derivados de los elevados costos de la logística y de la incapacidad para acceder a servicios de logística eficientes, que son dos caras de la misma moneda. Esto es especialmente cierto en el caso de las pymes de los países en desarrollo, en que las infraestructuras logísticas son deficientes y los mercados de logística están poco desarrollados. El Índice de desempeño logístico del Banco Mundial revela sistemáticamente que en los países de bajo rendimiento (principalmente, países en desarrollo) los costos logísticos son mayores que en los países de alto rendimiento (principalmente, países desarrollados). Los problemas logísticos constituyen un obstáculo importante a la participación de las pymes en el comercio.

Las pymes suelen comerciar con cantidades menores que las grandes empresas. Esto implica que los costos comerciales fijos (incluidos los logísticos) constituyen a menudo una proporción más elevada

del costo unitario de sus mercancías en comparación con competidores que exportan volúmenes mayores. Dicho de otra forma, la logística tiende a resultar más costosa para las pymes que para las grandes empresas. Por ejemplo, en Latinoamérica los costos logísticos locales (incluida la gestión de existencias, el almacenamiento, el transporte y la distribución) pueden llegar a representar más del 42% de las ventas locales de las pymes, frente a una proporción que varía entre el 15% y el 18% en el caso de las grandes empresas. En Nicaragua, los costos logísticos a los que se enfrentan los pequeños productores de carne de bovino desde la explotación ganadera al matadero duplican con creces los correspondientes a los grandes productores. Para los pequeños exportadores que quieren trasladar 1 kg de tomates desde una explotación agrícola en Costa Rica hasta el punto de venta final en Managua (Nicaragua), el principal costo es el del transporte (23%, es decir, casi una cuarta parte del costo total), seguido por los costos asociados a los procedimientos aduaneros (11%) y los impuestos (6%). Por el contrario, para las empresas exportadoras grandes, el principal costo es el derivado de los procedimientos aduaneros (10%), seguido por el transporte (6%) y los impuestos (5%) (OCDE, 2014). En consecuencia, para mejorar las oportunidades comerciales de las pymes es esencial reducir los costos logísticos.

La distancia geográfica afecta claramente a la participación de las pymes en actividades exportadoras. Los datos ponen de relieve que la distancia disuade a las pymes de entrar en los mercados extranjeros, a diferencia de lo que sucede en el caso de las empresas grandes. Por ejemplo, un estudio sobre empresas francesas sugiere que las empresas pequeñas exportan por término medio un 3,7% menos a los mercados de exportación que se encuentran un 10% más alejados de Francia. Las pymes que exportan a mercados alejados deben expedir por término medio una cantidad mayor por producto y empresa a fin de afrontar los costos de transporte.

Según un estudio de la USITC (USITC, 2014), la escasa fiabilidad de las expediciones y su elevado costo representan un obstáculo significativo para las pymes establecidas en los Estados Unidos que quieren exportar a la Unión Europea (UE). Los costos y los problemas relacionados con la fiabilidad de los sistemas postales de la UE han obligado a las empresas a recurrir a empresas de mensajería privadas para realizar los envíos, lo que conlleva unos costos mayores que a las pymes les resulta más difícil absorber. Los costos asociados a la expedición también constituyen un obstáculo importante para las exportaciones de las pymes de la UE a los Estados Unidos, ya que "debido a la distancia del mercado estadounidense, a los empresarios les preocupa que los costos de transporte

incrementen el precio de sus productos hasta un punto que les impida seguir compitiendo con los productos de fabricación local" (UPS, 2014).

A fin de reducir los costos de logística, las empresas (especialmente, las grandes empresas manufactureras o minoristas) tienden a contratar las funciones logísticas (transporte, almacenamiento, gestión de inventarios, servicios de transitarios, etc.) con proveedores especializados, es decir, con proveedores de "logística de terceros". "La contratación de servicios de logística es un indicio de solidez del desempeño logístico y de madurez del mercado logístico, y a menudo constituye un indicador directo del grado de sofisticación de los servicios de logística" (Banco Mundial, 2014). La asociación con proveedores de servicios de logística de terceros no solo permite a las empresas centrarse en su actividad principal, sino acceder a servicios de logística avanzados y a la gestión de la cadena de suministro. Los servicios de logística avanzados hacen un uso intensivo de las TIC y se adaptan rápidamente a las nuevas tecnologías, que a menudo requieren la integración de las plataformas de gestión de la cadena de suministro con los sistemas internos de los clientes. Debido a las limitaciones de recursos, las pymes tardan a menudo en adaptarse a los avances tecnológicos y son más reacias a acceder al mercado de logística de terceros. Además, su reducido tamaño es una desventaja si quieren negociar contratos asemejados con proveedores de tales servicios de logística.²¹

Las pymes afrontan costos de logística desproporcionadamente elevados (Straube *et al.*, 2013). Para las empresas manufactureras de menos de 250 empleados, los costos logísticos representan por término medio un 14,7% de sus ingresos totales. Por su parte, las empresas de más de 1.000 empleados indican que los costos logísticos solo representan el 6,7% de sus ingresos totales, porcentaje similar al declarado por las empresas que tienen entre 250 y 1.000 trabajadores (6,4%). El estudio incluye a 113 empresas industriales de todo el mundo, y las cifras desglosadas por regiones o países confirman los resultados globales citados. Por ejemplo, las pymes chinas indican que destinan un 15% de sus ingresos totales a cubrir los costos logísticos, proporción que se reduce al 5,2% en las empresas grandes (más de 1.000 trabajadores). En Sudamérica, los porcentajes son del 15,3% en el caso de las pymes y del 9,4% en el caso de las empresas grandes (OCDE y Banco Mundial, 2015b).

(c) Dificultades de financiación

Las actividades internacionales dependen más del capital externo que las actividades internas. Además, las restricciones crediticias condicionan particularmente el acceso a la financiación del comercio. En esta

subsección se analiza el acceso a la financiación de las empresas que se dedican al comercio; en la segunda parte se hace hincapié en la financiación del comercio.

(i) Acceso a la financiación

La venta en los mercados extranjeros implica costos fijos y variables específicos asociados al desarrollo de canales de comercialización, la adaptación de los productos y envases a los gustos externos y la necesidad de familiarizarse con trámites burocráticos nuevos. El período que transcurre entre la producción y la percepción de los ingresos correspondientes es más largo en las ventas internacionales que en las nacionales. Además, los contratos de ventas internacionales son más complejos, más arriesgados y más difíciles de hacer cumplir, por lo que a menudo requieren alguna forma de seguro de crédito externo. Por todas estas razones, es más probable que los exportadores tengan que recurrir al crédito externo.

La falta de acceso a la financiación o su insuficiencia pueden dificultar seriamente el desarrollo de las pymes, independientemente de cuál sea el nivel de ingresos per cápita del país. Algunos de los factores que limitan a menudo la concesión de préstamos a las pymes (sobre todo, de préstamos con fechas de vencimiento a largo plazo) son los problemas relacionados con la información y los costos de transacción, entre los que cabe citar la ausencia de historial (necesario para solicitar un préstamo), la falta de garantías y los elevados costos fijos de las transacciones financieras. Todos estos factores se traducen frecuentemente en un incremento de los costos asociados a la concesión de préstamos y del riesgo asumido por las instituciones financieras y, por lo tanto, en unos tipos de interés y comisiones más elevados para las pymes que para las empresas de mayor tamaño. De hecho, las investigaciones recientes concluyen que los fallos del mercado, y especialmente los que afectan a los mercados financieros (debido a crisis financieras o a "asimetrías de información"), perjudican desproporcionadamente a las pymes y se traducen en un racionamiento del crédito, unos costos "de estudio previo" y unos tipos de interés bancarios mayores para ellas que para las empresas más grandes (Stiglitz y Weiss, 1981; Beck y Demirgüç-Kunt, 2006).

La exclusión financiera, al obligar a las empresas pequeñas a contar únicamente con sus propios recursos para cubrir sus necesidades financieras, reduce las oportunidades de negocio. Beck *et al.* (2008) concluyen que las empresas pequeñas recurren menos a la financiación externa, y en especial a la financiación bancaria. Las pymes dependen más del crédito comercial y de las fuentes informales y menos del capital accionario y del endeudamiento formal que

las empresas grandes. La disponibilidad de financiación externa está relacionada positivamente con el número de empresas incipientes (indicador importante del grado de iniciativa empresarial), el dinamismo y la innovación, y permite a las empresas explotar las oportunidades de crecimiento e inversión y lograr un mayor tamaño en situación de equilibrio.

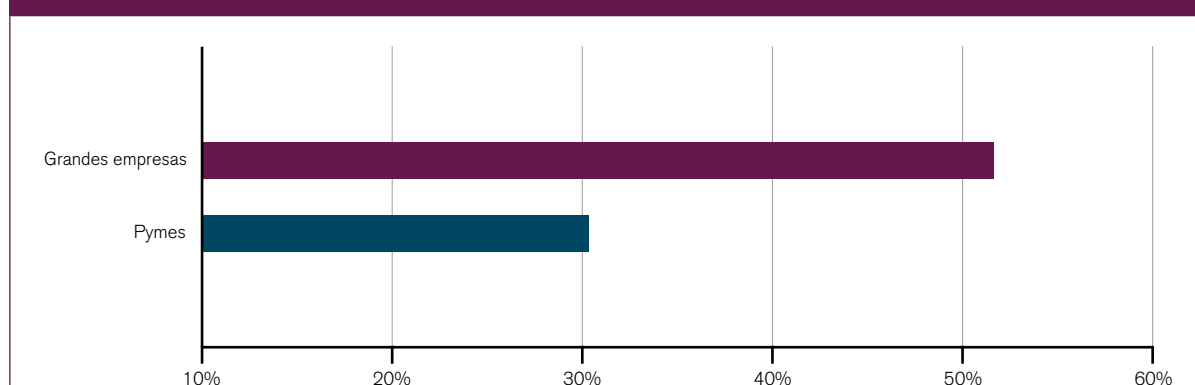
En el gráfico D.9 se incluyen algunos indicadores del grado de acceso de las pymes a los sistemas financieros formales.

Las dificultades de acceso a la financiación influyen en la estructura del comercio internacional. Beck (2002) ha estudiado la relación entre el nivel de desarrollo financiero y la estructura del comercio internacional desde un punto de vista teórico y empírico. El ejercicio empírico (estimación basada en datos relativos a un período de 30 años y un grupo de 65 países) respalda

las predicciones del modelo, a saber: en los países con un mayor grado de desarrollo financiero (medido como proporción entre los préstamos concedidos al sector privado por los bancos de depósito y otras instituciones financieras y el PIB), la participación de las exportaciones de manufacturas en el PIB y en las exportaciones totales de mercancías es mayor, y el saldo de la balanza comercial en el sector de las manufacturas también es más elevado.

Los obstáculos de acceso a la financiación también limitan la capacidad de las pymes para utilizar Internet a fin de participar en el comercio internacional. De hecho, uno de los obstáculos más complejos que han de superar para vender en el extranjero es la dificultad o imposibilidad de procesar pagos electrónicos. El recuadro D.3 analiza los obstáculos a los pagos en línea y las alternativas electrónicas al pago con tarjeta bancaria que han surgido en todo el mundo.

Gráfico D.9: Empresas con préstamos y líneas de crédito bancarios (porcentajes)



Nota: Las pymes se definen en función del contexto bancario local. En ausencia de una definición local, se puede utilizar a título orientativo la definición del Grupo del Banco Mundial. El Grupo del Banco Mundial define a una empresa como pyme si cumple al menos dos de los tres criterios siguientes: i) tiene menos de 300 empleados, ii) el valor de sus activos es inferior a los 15 millones de dólares EE.UU. y iii) el valor de sus ventas anuales es inferior a 15 millones de dólares EE.UU. Debido a que algunas instituciones financieras no disponen de datos basados en ninguno de estos tres criterios, se ha utilizado también como indicador sustitutivo el importe de los préstamos; en tales casos, una empresa se define como pyme si el importe de sus préstamos pendientes con las instituciones financieras es inferior a 1 millón de dólares EE.UU.

Fuente: Encuestas empresariales del Grupo del Banco Mundial (datos correspondientes al año más reciente disponible para cada país).

Recuadro D.3: Obstáculos a la internacionalización de las pymes: el caso de los pagos en línea

Una encuesta aplicada en 2009 a 9.480 pymes de 33 países europeos puso de relieve que solo el 28% de los sitios Web de las empresas permiten realizar pedidos en línea y solo el 14% de las pymes disponen de sitios Web habilitados para completar en línea toda la transacción, incluido el pago (Comisión Europea, 2010). Otra encuesta a 352 pymes de la Unión Europea (ECommerce Europe, 2015) revela que el 25% de los comerciantes considera que los pagos electrónicos son problemáticos.²² Los comerciantes electrónicos a los que se pidió que señalaran ejemplos concretos de obstáculos subsistentes asociados a los pagos en línea en la Unión Europea mencionaron específicamente la existencia de normas obsoletas que impiden la introducción de métodos electrónicos de pago innovadores; los elevados costos (por ejemplo, las gravosas comisiones de intercambio y procesamiento cobradas por los bancos y los proveedores de servicios de pago a terceros); la ausencia de un sistema uniforme de identificación electrónica de los consumidores, que obliga tanto a estos como a los comerciantes a pasar por engorrosos procesos de autenticación e identificación; y los complejos procesos de verificación, que incitan a los consumidores a abandonar el proceso prematuramente cuando la autorización y autenticación requieren demasiados pasos.

Recuadro D.3: Obstáculos a la internacionalización de las pymes: el caso de los pagos en línea (continuado)

La situación no es diferente en otras regiones. Por ejemplo, en los países de la ASEAN, la inmensa mayoría de los pagos a las empresas minoristas que venden a través de un sitio Web no se realizan por Internet, sino mediante métodos como el pago contra reembolso. Una encuesta realizada en 2013 puso de manifiesto que, en estos países, solo del 2% al 11% de quienes compran a través de Internet pagan electrónicamente. La excepción es Singapur, donde, según el CIMB ASEAN Research Institute (CARI, 2015), el porcentaje de pagos electrónicos asciende al 50%. Las causas explicativas más frecuentemente citadas de esta escasa penetración de los pagos en línea son la exclusión financiera (es decir, el elevado porcentaje de población que no utiliza servicios bancarios), las preocupaciones relativas a la seguridad de los datos y los gravosos procesos para “conocer al cliente”.

En todo el mundo han surgido numerosas formas de pago electrónico alternativas a las tarjetas bancarias accesibles a muchos usuarios de Internet (aunque no a todos), como PayPal, Amazon Payments y Alipay (CARI, 2015). La banca móvil, es decir, el uso de teléfonos móviles para realizar y recibir pagos y llevar a cabo otras transacciones bancarias, se ha disparado en toda África. Kenya está a la vanguardia del mercado del dinero móvil gracias al éxito de M-PESA, un sistema de banca móvil puesto en marcha en 2007 por el principal proveedor de servicios de telefonía móvil, Safaricom. La banca móvil está adquiriendo incluso una dimensión transfronteriza. El año pasado, por ejemplo, Vodafone (el mayor accionista de Safaricom) comenzó a prestar servicios de M-PESA entre Kenya y Tanzania. Este tipo de soluciones móviles transfronterizas pueden facilitar la inclusión financiera y proporcionar una opción barata a las pymes dedicadas al comercio internacional.

(ii) Financiación del comercio

Una de las restricciones al comercio internacional más frecuentemente mencionadas por las pymes, tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo, es la dificultad para acceder a una financiación del comercio asequible.

Por lo que se refiere a los países desarrollados, la encuesta realizada en 2010 por la USITC, que abarcaba 2.350 pymes y 850 grandes empresas, reveló que el 32% de las pymes del sector de las manufacturas y el 46% de las pymes del sector de los servicios consideraban “gravoso” el proceso de obtener financiación para poder llevar a cabo operaciones de comercio transfronterizo. Solo el 10% de las empresas grandes del sector manufacturero de los Estados Unidos y el 17% de las empresas grandes del sector de los servicios experimentaban las mismas dificultades.

Además, entre las pymes que tratan de empezar a exportar o de llegar a nuevos mercados, la falta de acceso al crédito era el principal obstáculo para las empresas manufactureras y el tercer mayor obstáculo para las empresas de servicios, de los 19 enumerados en la encuesta de la USITC. Las empresas de los sectores que suelen registrar niveles considerables de capacidad crediticia y garantías (equipo de transporte, tecnologías de la información y servicios profesionales) opinaban que el acceso a la financiación del comercio era un problema “grave” para ellas, así como para los demás sectores.

Por último, la encuesta destacaba que, aunque los bancos estadounidenses consideraban que el segmento del mercado de las pymes tenía un alto potencial de rentabilidad, las pymes no figuraban entre sus deudores preferidos debido a los costos de transacción e información que conlleva tratar con este tipo de empresas, superiores a los de las empresas de mayor tamaño. A su vez, las pymes establecidas en los Estados Unidos se quejaban de la supervisión “excesiva” de los bancos, de su incapacidad para satisfacer sus necesidades de endeudamiento específicas y de la falta de flexibilidad con respecto al uso de fuentes de financiación alternativas a las propuestas.

Cabe asimismo citar el estudio de la OCDE y el APEC titulado *Removing Barriers to SME Access to International Markets*, que incluye una encuesta sobre la percepción que tienen las pymes de los obstáculos a su internacionalización (OCDE, 2008). La escasez de capital de explotación para financiar las exportaciones ocupa el primer lugar entre las limitaciones a la internacionalización de las pymes. Otros estudios y encuestas arrojan resultados similares en Europa y el Japón. Según un estudio relativo a 50.000 empresas exportadoras francesas, durante la crisis financiera de 2008-2009, las restricciones crediticias eran mucho mayores para los pequeños exportadores que para las empresas más grandes, hasta el punto de que las pymes tuvieron que reducir el número de destinatarios de sus productos o incluso suspender del todo sus exportaciones (Bricongne *et al.*, 2012). Además, se ha comprobado que, en el Japón, las pymes también tienen más probabilidades de estar

asociadas a bancos con problemas, lo que explica que las pymes exportadoras sean más vulnerables en períodos de crisis financieras (Amiti y Weinstein, 2011). En general, las empresas con restricciones crediticias, que casi siempre eran pymes, también eran las que tenían menos probabilidades de exportar (Bellone *et al.*, 2010; Manova, 2013).

El acceso a la financiación del comercio tiende a ser más complicado en los países en desarrollo. Parte del problema se explica por el hecho de que los bancos locales carecen de la capacidad, los conocimientos especializados, el entorno reglamentario, las redes internacionales y las divisas necesarios para financiar las actividades de importación y exportación. Asimismo, es posible que los comerciantes no conozcan los productos que se les ofrecen, o no sepan cómo utilizarlos eficientemente. Debido a su menor base de capital y su menor capacidad para gestionar el riesgo crediticio asociado al comercio internacional, los bancos de algunos países en desarrollo pueden mostrar una mayor aversión al riesgo.

Según un estudio reciente del Banco Asiático de Desarrollo (BAsD, 2014), las pymes son las que hacen frente a mayores restricciones de crédito; se calcula que la mitad de sus solicitudes de financiación del comercio son rechazadas, mientras que en el caso de las empresas multinacionales solo se rechaza el 7% de las solicitudes. El hecho de que el 68% de las empresas encuestadas señalaran que no habían buscado alternativas a las operaciones rechazadas parece indicar que los déficits de financiación del comercio han sido mayores debido a que las empresas, sobre todo las pequeñas empresas, no conocen ni utilizan regularmente los numerosos tipos de productos y de opciones innovadoras de financiación del comercio que existen en el mercado (como la financiación de las cadenas de suministro, las obligaciones de pago de los bancos y el *forfaiting*). La gran mayoría de las empresas afirmó que se beneficiaría de una mayor formación en cuestiones financieras.

Otros obstáculos presentes en los países en desarrollo son los riesgos bancarios y el riesgo país, sobre todo en el contexto de crisis financieras regionales y mundiales. Un ejemplo son las exportaciones de los países de Asia, en particular durante la crisis financiera asiática, que en ciertos casos produjo interrupciones de las importaciones y exportaciones debido a la falta de confianza de los bancos confirmantes en las cartas de crédito emitidas en países afectados por la crisis (Auboin y Meier-Ewert, 2004). Más recientemente, las exportaciones de países del África Subsahariana y de otros países de bajos ingresos se han visto particularmente perjudicadas por la crisis financiera mundial debido a que dependen más que otras regiones

de la financiación con intermediación bancaria (Instituto Alemán de Desarrollo, 2015).

El elevado grado de concentración en los mercados de financiación del comercio mundial también podría no favorecer a las pymes. Un estudio reciente de DiCaprio *et al.* (2015) revela que un alto porcentaje de la financiación del comercio mundial está en manos de un grupo relativamente pequeño de bancos internacionales activos en el mercado mundial. Este grupo, integrado por unos 40 bancos, representa cerca del 30% de la financiación del comercio concedida en el ámbito internacional; los bancos locales y regionales abastecen al resto del mercado. En un estudio muy influyente, Amiti y Weinstein (2011) demuestran que la salud de los bancos influye en las condiciones de financiación del comercio que ofrecen a las empresas y, por lo tanto, en el crecimiento de las exportaciones de esas empresas. En consecuencia, la disponibilidad de financiación para el comercio depende en gran medida de la fortaleza de los bancos internacionales en cada momento (Auboin y Engemann, 2013; DiCaprio *et al.*, 2015).

Los principales bancos que otorgan financiación para el comercio tienen también una presencia dominante en otros segmentos de los servicios financieros. En consecuencia, las crisis financieras originadas en esos otros segmentos, los cambios en las normas cautelares y cualquier reajuste de sus balances afectan de manera directa al suministro de fondos destinados al comercio en el ámbito nacional e internacional. Por ejemplo, los bancos más grandes mantienen alguna presencia en más de 100 países, además de varios cientos de bancos corresponsales en los que están dispuestos a confirmar cartas de crédito. Desde el final de la crisis financiera de 2009-2010, algunos bancos internacionales han reducido su tamaño y su presencia mundial, sobre todo en los países más pobres (Auboin y Engemann, 2013). Dicho de otra forma: es probable que la reducción del tamaño de los bancos internacionales tras la crisis financiera haya incidido negativamente en la capacidad de las pymes de los países en desarrollo para recibir crédito, obtener confirmación de sus cartas de crédito y acceder a dólares estadounidenses, la moneda más utilizada en el comercio internacional (DiCaprio *et al.*, 2015).

En el recuadro D.4 se presenta un estudio de caso que ilustra las dificultades a las que se enfrentan las pymes en los nuevos países "frontera" para el comercio. En él se describen de forma resumida los retos mencionados *supra*: la escasa disposición de los bancos internacionales a adentrarse en mercados nuevos y prometedores, la falta de capacidad y conocimientos prácticos de los bancos locales para apoyar a los nuevos comerciantes y la obligación de recurrir a soluciones subóptimas que retienen a los productores y comerciantes en las fases ulteriores de las operaciones o conllevan un costo de oportunidad significativo.

Recuadro D.4: La falta de financiación del comercio como obstáculo al comercio en Myanmar

Myanmar es uno de los nuevos países "frontera" para el comercio. Según la asociación nacional de la industria del vestido, cada día abren dos nuevas fábricas de prendas de vestir financiadas por inversores locales, chinos e indios. En los sectores de los productos agroalimentarios y de consumo también han aparecido nuevos inversores orientados a la exportación. No obstante, las pymes tienen dificultades para financiar sus importaciones y exportaciones, lo que redundará en una pérdida de oportunidades comerciales y es sintomático de las limitaciones que existen en países con niveles de desarrollo similares. Esas limitaciones pueden comprender una menor capacidad del sector bancario local para prestar apoyo al comercio, escasez de información sobre los productos de financiación del comercio que ofrece el sector bancario nacional y desconocimiento del tipo de regulación apropiado para los productos de financiación del comercio.

En un entorno tan difícil, los principales comerciantes de Myanmar han optado hasta la fecha por aplicar soluciones de compromiso que, por lo general, consisten en pagar las importaciones desde cuentas bancarias en el extranjero u obtener cartas de crédito de intermediarios ubicados en centros extraterritoriales como Singapur y Hong Kong, China. Aun así, solo las empresas más grandes están en condiciones de recurrir a esas soluciones. Los nuevos pequeños exportadores de prendas de vestir no cuentan con reservas extraterritoriales de efectivo para pagar a sus proveedores ni tienen un historial de solvencia suficiente para que los intermediarios puedan encontrar bancos extranjeros dispuestos a emitir cartas de crédito a su favor. Por ello, solo pueden recurrir a los bancos nacionales de Myanmar, que tienen una capacidad limitada de gestión de los riesgos, siguen cobrando una comisión de 1.500 dólares EE.UU. por emitir cartas de crédito y exigen una garantía mínima del 30%. En Myanmar no existe la modalidad de las cuentas abiertas ni está permitido el seguro de crédito.

La ausencia de modalidades de financiación del comercio eficientes y asequibles tiende a relegar a los nuevos exportadores de prendas de vestir y productos alimentarios a las fases ulteriores de las operaciones comerciales, que no requieren la compra de insumos importados ni un crédito avalado por los ingresos de exportación. El Gobierno de Myanmar es partidario de efectuar reformas. En el sector financiero las reformas son graduales, y de hecho podría transcurrir cierto tiempo antes de que se modifique la reglamentación relativa a la financiación del comercio y los bancos locales asuman más riesgos y propongan a los clientes nacionales una gama más amplia de productos competitivos de financiación del comercio. Los bancos internacionales tienen cada vez más libertad para operar en el país, aunque solo pueden prestar servicios a las empresas de propiedad extranjera activas en Myanmar.

Actualmente, Myanmar recibe asistencia técnica de la comunidad internacional para modernizar su sistema financiero y de comercio. Recientemente, y de acuerdo con las misiones conjuntas y los informes de varias organizaciones internacionales, incluidos el Centro de Comercio Internacional, el Banco Mundial y la OMC (a través del Marco Integrado mejorado), el diagnóstico sobre sus posibilidades de financiación del comercio ha mejorado.

4. El comercio basado en las TIC: beneficios y retos para las pymes

Como se señaló en la sección B.3, las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), por ejemplo Internet, han proporcionado a las pymes nuevas formas de internacionalizar su actividad. La revolución de las TIC favorece especialmente a las pymes, sobre todo si pueden incorporarse a plataformas comerciales electrónicas que mejoran la información de que disponen los compradores y su confianza. Los costos asociados a la búsqueda por Internet no están necesariamente relacionados con el grado de lejanía de los mercados, y la tecnología en línea aumenta la confianza de los importadores en los exportadores (por ejemplo, gracias a los mecanismos de calificación de los vendedores). Algunas investigaciones recientes que

analizan las exportaciones de productos realizadas a través de eBay confirman que el comercio electrónico reduce los costos derivados de la distancia física entre vendedores y compradores, ya que proporcionan confianza e información a un costo muy bajo (Lendle *et al.*, 2016). Además, las plataformas electrónicas pueden brindar un canal de comercialización y una infraestructura ya organizados, reducen enormemente los costos y las dificultades técnicas de establecer una presencia en línea (en comparación con los sitios Web independientes) y permiten ofrecer servicios integrados para realizar la transacción completa, así como servicios de alojamiento, traducción, asistencia al cliente y análisis de datos.

En el caso de los productores rurales, geográficamente alejados y menos productivos, las ventas en línea pueden

reducir los costos comerciales ocasionados por la distancia y facilitar el contacto con clientes que residen lejos. Lendle y Olarreaga (2014) concluyen que las empresas que operan por eBay son, por término medio, más pequeñas que las empresas tradicionales que no venden en línea. Estos autores señalan asimismo que el comercio electrónico ofrece a las pymes oportunidades de crecimiento, al parecer significativas en los países en desarrollo. Además, la venta por medios digitales puede generar unas ganancias de productividad que el McKinsey Global Institute (2013b) estima entre un 6% y un 15%.

A pesar del potencial reseñado, los datos muestran que las pymes siguen estando peor representadas que las grandes empresas en el comercio electrónico. La existencia de mercados en línea que suministran bienes y servicios depende de la disponibilidad y asequibilidad de las infraestructuras de comunicaciones. Algunas de las herramientas de comunicación en que se basa este fenómeno son las redes de telefonía fija para Internet y privadas, las redes de telefonía móvil para Internet y las redes por satélite. En ausencia de conectividad, sin embargo, es menos probable que se puedan reducir los costos de información y distribución, incrementar la participación en el comercio, mejorar la eficiencia del mercado y, en consecuencia, aumentar los ingresos derivados de las exportaciones.

(a) El primer obstáculo: la infraestructura de TIC y su acceso

Para que las pymes puedan beneficiarse plenamente de las ventajas asociadas al comercio electrónico, es

necesario que exista una infraestructura de TIC, que la calidad de los servicios ofrecidos sea la adecuada y que los precios sean asequibles para las pymes, factores que suelen conocerse como cuestiones relacionadas con la conectividad y el acceso. La introducción de competencia en el sector de las telecomunicaciones (un fenómeno casi mundial) y la implantación de TIC que permiten que las comunicaciones sean más eficientes y globales, han reducido los precios e incrementado las tasas de penetración. Sin embargo, esta sección muestra que siguen existiendo diferencias significativas entre las economías desarrolladas y en desarrollo y, dentro de las distintas economías, entre las empresas pequeñas y las grandes.

En el cuadro D.4 se presentan algunos de los principales indicadores de las TIC sobre las tecnologías móviles y fijas. Las regiones como África, Oriente Medio, y Asia y el Pacífico tienen tasas de penetración de los servicios de telefonía fija baja (de 1,2%, 7,3% y 11,3%, respectivamente), pero tasas de penetración de la telefonía móvil relativamente elevadas (de 73,3%, 108,2% y 91,6%, respectivamente). El bajo nivel de penetración de la telefonía fija explica que el acceso a los servicios de banda ancha baja también sea bajo. Sin embargo, en muchas de estas regiones el teléfono móvil puede convertirse en el principal medio de acceso a Internet, por delante del ordenador. Por lo que se refiere a la banda ancha móvil, el nivel de acceso sigue variando en función del nivel de desarrollo, siendo mayor en los países desarrollados (casi un 87%) que en el mundo en desarrollo (con una tasa media del 39%). El porcentaje de acceso a estos servicios en África (17,4%) es notablemente inferior a la tasa media

**Cuadro D.4. Principales indicadores sobre las TIC, 2015
(tasas de penetración)**

	Abonados a servicios de telefonía fija	Abonados a servicios de banda ancha fija	Abonados a servicios de telefonía móvil	Abonados a servicios de banda ancha móvil	Hogares con acceso doméstico a Internet	Usuarios de Internet
Todo el mundo	14,5	10,8	96,8	47,2	46,4	43,4
Países desarrollados	39	29	120,6	86,7	81,3	82,2
Países en desarrollo	9,4	7,1	91,8	39,1	34,1	35,3
África	1,2	0,5	73,5	17,4	10,7	20,7
Estados árabes	7,3	3,7	108,2	40,6	40,3	37
Asia y el Pacífico	11,3	8,9	91,6	42,3	39	36,9
CEI	23,1	13,6	138,1	49,7	60,1	59,9
Europa	37,3	29,6	120,6	78,2	82,1	77,6
América	25,4	18	108,1	77,6	60	66

Nota: Estimaciones por cada 100 habitantes.

Fuente: Base de datos de la UIT sobre indicadores mundiales de las telecomunicaciones/TIC.

de penetración de la banda ancha móvil de los países en desarrollo. Como señala un informe del Centro de Comercio Internacional, sin embargo, aunque África continúa a la zaga, sus continuos avances en el campo de la telefonía móvil pueden compensar en parte su mayor retraso en lo que se refiere a las conexiones de banda ancha fija, y la adopción de sistemas de telefonía móvil está aumentando rápidamente en algunos países. Además, varios países africanos han puesto recientemente en marcha programas de desarrollo de la banda ancha fija (ITC, 2015b).

El informe titulado "Perspectivas de competitividad de las pymes 2015" (ITC, 2015c) ofrece una perspectiva basada en el tamaño de las empresas. El informe concluye que la mayor diferencia entre las pequeñas y las grandes empresas radica en la "conectividad electrónica". Esa diferencia es especialmente acusada en los países menos adelantados (PMA). La capacidad de conexión de las pequeñas empresas de los PMA equivale solo al 22% de la capacidad de las empresas grandes de los PMA, frente al 64% en el caso de los países desarrollados.

Actualmente, el acceso de banda ancha a Internet, así como a otras redes de datos, se ha convertido en algo casi esencial. La importancia de las tecnologías de banda ancha radica en que ofrecen la mayor velocidad necesaria para poder aprovechar nuevas tecnologías (como la computación en la nube) o para utilizar u ofrecer servicios que requieren la transferencia de grandes archivos o cantidades de datos. La calidad de las conexiones es especialmente importante para que las pymes puedan prestar, por ejemplo, servicios de contratación externa de procesos empresariales en los mercados de operaciones de empresa a empresa (B2B). Incluso en países como los Estados Unidos, en los que el nivel de acceso a los servicios de Internet de línea fija y a los ordenadores es elevado, la llegada de los teléfonos inteligentes y las redes móviles de banda ancha ha propiciado un uso mucho mayor de la telefonía móvil en el ámbito del comercio electrónico (McKinsey

Global Institute, 2015). Las investigaciones han puesto de manifiesto que un mayor acceso a los servicios de Internet de banda ancha puede incrementar la apertura al comercio internacional. Según un análisis,

"... un incremento significativo en el uso de los servicios de banda ancha suele traducirse en un aumento de varios puntos porcentuales en la relación entre el comercio y el PIB. El modelo sugiere que el crecimiento histórico en el uso de los servicios de banda ancha entre 2000 y 2011 *aumentó* el grado de apertura comercial de los países (medido como relación entre su comercio total y su PIB) un 4,21%, como promedio. Los efectos fueron mayores en los países de altos ingresos (incremento medio de 10,21%) que en los países en desarrollo (incremento medio de 1,67%). El aumento del número de usuarios de los servicios de banda ancha que, según nuestras proyecciones, tendrá lugar en 2016 sugiere que la relación entre el comercio y el PIB *aumentará*, como promedio, un 6,88% más en los países de altos ingresos y un 1,67% más en los países en desarrollo". (Riker, 2014, sin cursivas en el original).

Como se ha señalado antes, una vez que los servicios están disponibles, los precios son un factor casi tan importante como el acceso. Sin embargo, los servicios de banda ancha móvil son también una esfera en que los países en desarrollo siguen estando por detrás de los países desarrollados, más que en otras formas de acceso a las TIC. Como se pone de manifiesto en los cuadros D.5 y D.6, incluso en regiones como África, la Comunidad de Estados Independientes (CEI), el Oriente Medio y Asia, con tasas de penetración de la telefonía móvil muy superiores a las de la telefonía fija, los precios son muy superiores a los de Europa, donde el costo de los servicios prepago y pospago no llega al 1% del ingreso nacional bruto (INB). Los precios representan entre el 4% y el 5% del INB en la CEI, América, Oriente Medio y la región de Asia y el Pacífico, y más del 15% en

Cuadro D.5: Precios de los servicios de banda ancha fija como porcentaje del INB per cápita, por regiones (2014)

	Promedio	Desviación típica	Mínimo	Máximo	Mediana
Europa	1,3	0,7	0,5	3,5	1,1
CEI	3,6	2,9	0,7	10,7	3,2
América	7,4	11,8	0,4	63,5	4,5
Estados árabes	9,2	17,5	0,3	71,3	2,8
Asia y el Pacífico	16,0	39,1	0,3	221,7	4,4
África	178,3	398,3	1,4	2.194,2*	39,2

Notas: Basado en 165 economías para las que se dispuso de datos sobre los precios de los servicios de banda ancha aplicados en 2013.

* El elevado valor máximo de África se debe a unos cuantos valores atípicos.

Fuente: UIT (2015).

Cuadro D.6: Precios medios de los servicios de banda ancha móvil, como porcentaje del INB per cápita (2014)

	Precios de pospago de la banda ancha basada en el teléfono móvil (500MB)			Precios de prepago de la banda ancha basada en el teléfono móvil (500MB)			Precios de pospago de la banda ancha basada en el ordenador (1GB)			Precios de prepago de la banda ancha basada en el ordenador (1GB)		
	Mínimo	Máximo	Promedio	Mínimo	Máximo	Promedio	Mínimo	Máximo	Promedio	Mínimo	Máximo	Promedio
Europa	0,09	1,99	0,81	0,14	2,62	0,82	0,16	3,99	0,90	0,16	17,46	1,56
CEI	0,45	16,44	3,35	0,45	16,44	3,70	0,57	16,44	4,83	0,57	16,44	4,92
América	0,85	32,80	4,55	0,59	32,80	4,39	0,37	32,80	4,88	0,49	32,80	6,24
Asia y el Pacífico	0,17	30,54	4,39	0,26	27,99	4,28	0,35	68,60	7,53	0,49	55,99	6,77
Estados árabes	0,23	37,81	5,15	0,30	37,81	5,22	0,23	56,71	7,93	0,38	37,81	6,07
África	1,43	58,60	15,77	1,43	58,60	15,20	0,82	172,86	30,33	1,43	172,86	29,50

Nota: Basado en 149 países para los que se dispuso de datos sobre los precios de todos los servicios de banda ancha móvil.

Fuente: UIT (2015).

África. En la mayoría de estas regiones (salvo en la CEI), el costo de los servicios de banda ancha fija, expresado como porcentaje del INB, es sustancialmente mayor que el de los servicios de banda ancha móvil (a diferencia de lo que sucede en Europa, donde el costo de la banda ancha fija, equivalente al 1,3%, es similar al de la banda ancha móvil). Los cuadros D.5 y D.6, que muestran los precios mínimos y máximos, revelan además que los promedios ocultan importantes diferencias en los precios que se aplican en los diferentes países.

(b) Otros obstáculos y costos comerciales que afrontan las pymes en el ámbito del comercio basado en las TIC

Las pymes que participan o desean participar en actividades de comercio electrónico se enfrentan a la mayoría de los obstáculos que afectan al resto de las empresas, ya se trate de empresas que operan en línea o no. Pero, además de los costos asociados al acceso a las TIC, hay algunos costos específicos importantes. Uno de ellos está relacionado con el acceso a las plataformas de comercio electrónico. Los proveedores de la plataforma pueden restringir el ámbito geográfico de los vendedores o de los compradores. Las restricciones en los países en los que se aceptan cuentas bancarias también limitan el acceso al comercio electrónico y la participación en él. En algunos casos, no todos los servicios asociados a las plataformas están disponibles para los vendedores de todos los países; los listados que se ofrecen a los usuarios pueden limitarse a los vendedores o productos disponibles en su país. La necesidad de invertir en mecanismos e instrumentos destinados a reforzar la confianza de los consumidores también conlleva costos. La preocupación por los delitos informáticos y las filtraciones de datos es generalizada entre los

consumidores y los clientes empresariales, pero puede afectar especialmente a los países en desarrollo.

Según el ITC, en los países donde no existe información fiable sobre la identidad y las actividades de las empresas, o donde el costo de obtener esa información es alto, muchas de las empresas internacionales que emiten certificados de confianza o seguridad no pueden o no quieren prestar sus servicios (ITC, 2015b). Otro ejemplo son los marcos jurídicos que no abordan adecuadamente las cuestiones relacionadas con transacciones, contratos y firmas electrónicos o con la protección en línea de los consumidores o los derechos de propiedad intelectual, o que restringen el flujo de datos, aumentando los costos que entraña su procesamiento y adquisición. Existen datos de diversos países que demuestran que la gratuidad o la fijación de precios iguales al costo marginal en esta esfera genera beneficios significativos para las empresas, y que las pymes son quienes más se benefician de la disponibilidad de datos más baratos (OCDE, 2015a). La incertidumbre en estos ámbitos impone costos a las empresas y puede dificultar el crecimiento del comercio electrónico en general, pero afecta sobre todo a las pymes porque estas tienen menos capacidad para asumir los costos de los riesgos asociados si surgen problemas.

En un estudio sobre el comercio digital, la USITC (2014) identificó diversas medidas que las empresas estadounidenses encuestadas consideraban obstáculos específicos al comercio electrónico mundial. Entre ellas figuraban las prescripciones relativas a la localización de datos o empresas, los requisitos en materia de confidencialidad y protección de los datos, la vulneración de los derechos de propiedad intelectual, la incertidumbre de las normas sobre responsabilidad jurídica y la censura, así como cuestiones comunes al comercio convencional y en línea, como las condiciones

de acceso a los mercados y los trámites aduaneros. Asimismo, los resultados revelaron que la percepción de los obstáculos existentes al comercio electrónico varía en función del tamaño de la empresa:

“Las grandes empresas del sector de las comunicaciones digitales y las pymes del sector de las finanzas representaban el mayor porcentaje entre las empresas que consideraban la localización, la confidencialidad y protección de los datos, la incertidumbre relativa a la responsabilidad jurídica y la censura como obstáculos ‘sustanciales o muy sustanciales’ al comercio electrónico. Por su parte, las grandes empresas y las pymes del sector de las ventas al por menor representaban el mayor porcentaje entre las empresas que consideraban los

requisitos aduaneros obstáculos ‘sustanciales o muy sustanciales’. Por el contrario, las grandes empresas en el sector de los contenidos digitales y las pymes del sector de las comunicaciones digitales representaban el mayor porcentaje entre las empresas que consideraban la vulneración de los derechos de propiedad intelectual como un obstáculo ‘sustancial o muy sustancial’”. (USITC, 2014).

Una encuesta de la UE sobre el “uso de las TIC y el comercio electrónico en las empresas” ofrece más datos sobre la percepción que tienen las empresas de los obstáculos al comercio electrónico en los países desarrollados. La citada encuesta identifica los obstáculos a los que se enfrentan las empresas para vender en línea. El cuadro D.7 muestra el porcentaje

Cuadro D.7: Obstáculos que dificultan o impiden a las empresas la venta a través de un sitio Web, 2013
(porcentaje de las empresas que venden a través de un sitio Web)

	Inadecuación de los productos y servicios que ofrece la empresa – empresas que venden a través de un sitio Web	Problemas relacionados con la logística (envío de productos o suministro de servicios) – empresas que venden a través de un sitio Web	Problemas relacionados con los pagos – empresas que venden a través de un sitio Web	Problemas relacionados con la seguridad de las TIC o la protección de los datos – empresas que venden a través de un sitio Web	Problemas relacionados con el marco jurídico – empresas que venden a través de un sitio Web	Costos asociados a la venta en línea demasiado elevados en comparación con los beneficios – empresas que venden a través de un sitio Web
Pequeñas empresas (de 10 a 49 trabajadores)						
Unión Europea (28 países)	20	15	14	10	9	13
Islandia	29	13	12	12	7	12
Noruega	31	17	18	11	9	22
Ex República Yugoslava de Macedonia	8	14	29	24	18	22
Empresas medianas (de 50 a 249 trabajadores)						
Unión Europea (28 países)	20	13	12	9	9	12
Islandia	27	3	13	13	6	14
Noruega	35	15	13	8	7	16
Ex República Yugoslava de Macedonia	14	8	14	4	4	13
Pymes (de 10 a 249 trabajadores)						
Unión Europea (28 países)	20	14	14	10	9	13
Islandia	28	11	12	12	7	12
Noruega	32	16	17	10	9	21
Ex República Yugoslava de Macedonia	9	13	27	21	16	21

Fuente: Encuesta de la UE sobre el uso de las TIC y el comercio electrónico en las empresas (http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/E-commerce_statistics).

de empresas que vendían a través de un sitio Web en 2013, clasificadas por tamaño. Una quinta parte de las pymes de la UE consideraba que sus productos no eran adecuados para el comercio electrónico, lo que implicaría que el 80% de dichas empresas poseen productos que ya se comercializan o que podrían comercializarse en línea. Sin embargo, el estudio identifica una serie de obstáculos relacionados con la infraestructura, entre los que figuran la logística, los sistemas de pago, la protección de datos y el marco jurídico. Las pymes también indican los costos de entrada al comercio en línea o comercio electrónico. El cuadro D.8 hace referencia a las empresas que carecen de un sitio Web propio, que son posibles usuarios futuros de plataformas de comercio electrónico. En este caso, el porcentaje de empresas que considera que los costos de entrada son un obstáculo importante es dos veces mayor que el correspondiente a las empresas que ya poseen un sitio Web. Y, lo que es

aún más importante, cerca del 60% de las empresas encuestadas no consideran que sus productos sean adecuados para el comercio electrónico.

En los países en desarrollo, las pymes no siempre pueden aprovechar todo el potencial de las tecnologías y servicios que hacen posible el comercio electrónico debido a una combinación de factores como la falta de conocimientos, la ausencia de financiación o las restricciones locales a la transferencia internacional de fondos. Si el empresario no dispone de métodos de pago, es posible que no pueda acceder a los servicios de apoyo al comercio electrónico (como las soluciones basadas en la nube para analizar el tráfico en red, dirigirse a los clientes o facilitar listas de productos en múltiples sitios de comercio electrónico), ni a las herramientas empresariales generales de relación con el cliente y gestión financiera. Por ejemplo, aunque muchas soluciones basadas en la nube son en principio

Cuadro D.8: Obstáculos que dificultan o impiden a las empresas la venta a través de un sitio Web, 2013
(porcentaje de las empresas que no venden a través de un sitio Web)

	Inadecuación de los productos y servicios que ofrece la empresa – empresas que no venden a través de un sitio Web	Problemas relacionados con la logística (envío de productos o prestación de servicios) – empresas que no venden a través de un sitio Web	Problemas relacionados con los pagos – empresas que no venden a través de un sitio Web	Problemas relacionados con la seguridad de las TIC o la protección de los datos – empresas que no venden a través de un sitio Web	Problemas relacionados con el marco jurídico – empresas que no venden a través de un sitio Web	Costos asociados a la venta en línea demasiado elevados en comparación con los beneficios – empresas que no venden a través de un sitio Web
Pequeñas empresas (de 10 a 49 trabajadores)						
Unión Europea (28 países)	59	26	19	17	16	26
Islandia	49	18	10	9	8	25
Noruega	60	30	24	19	17	36
Ex República Yugoslava de Macedonia	43	25	25	20	14	24
Empresas medianas (de 50 a 249 trabajadores)						
Unión Europea (28 países)	65	25	17	16	15	24
Islandia	57	26	12	13	11	15
Noruega	67	28	18	13	15	27
Ex República Yugoslava de Macedonia	44	24	23	19	13	23
Pymes (de 10 a 249 trabajadores)						
Unión Europea (28 países)	60	26	18	17	16	26
Islandia	50	19	10	9	8	23
Noruega	61	30	23	19	17	35
Ex República Yugoslava de Macedonia	43	24	24	20	14	24

Fuente: Encuesta de la UE sobre el uso de las TIC y el comercio electrónico en las empresas (http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/E-commerce_statistics).

gratuitas, es posible que requieran una tarjeta de crédito para registrarse a fin de utilizar la versión gratuita o realizar un pago para acceder a las aplicaciones más avanzadas (ITC, 2015b).

Un estudio del ITC (2015b) sobre las pymes tunecinas identificó las siguientes dificultades comunes en relación con el comercio electrónico, en orden de importancia decreciente:

- dar a conocer los bienes y servicios en el ámbito internacional;
- procesar el cobro de pagos internacionales;
- abonar el impuesto sobre el valor añadido (IVA) y los derechos de aduana en los mercados de exportación;
- expedir las mercancías a otros países;
- gestionar la devolución y el almacenamiento internacional de las mercancías; y
- realizar pagos nacionales.

Algunos de los obstáculos al comercio en línea citados por las pymes están relacionados con la actividad empresarial en general, pero un número importante se refiere a la aplicación o no de medidas públicas integradas en un marco de ayuda a la internacionalización de las pymes a través de comercio electrónico. Por ejemplo, en un estudio del ITC se señala que, en el caso del programa “Cadenas Productivas”, mediante el que la Banca de Desarrollo NAFIN de México ofrece servicios en línea (ITC, 2015b), la existencia de un entorno de apoyo legal y reglamentario (que incluye la firma electrónica, leyes de seguridad y un trato fiscal favorable) fue esencial para desarrollar una plataforma de “factoring inverso” en línea y segura para las pymes.

Otro factor importante es la facilidad con que las empresas pueden acceder electrónicamente a los servicios públicos (o “administración electrónica”) necesarios para el comercio. Asimismo, un problema importante de política es la necesidad de certeza y previsibilidad de la normativa que regula las transferencias internacionales de datos, ya que afecta a todas las formas de comercio electrónico de bienes y servicios. Dicha normativa debe, inevitablemente, lograr un equilibrio entre los intereses de los comerciantes (es decir, los costos empresariales asociados, particularmente para las pymes más sensibles a los mismos) y las preocupaciones de política legítimas en materia de lucha eficaz contra los delitos informáticos, protección de la información confidencial y observancia de los derechos de propiedad intelectual.

5. El acceso de las pymes al comercio posibilitado por las cadenas de valor mundiales

Como se ha indicado en secciones anteriores del presente informe, las pymes pueden conectar con los mercados internacionales bien exportando directamente, bien integrándose en cadenas de valor mundiales y exportando indirectamente por medio de otras empresas. En esta subsección se analiza cómo las cadenas de valor mundiales facilitan a las pymes su conexión con los mercados internacionales y por qué determinados obstáculos relacionados con las políticas pueden impedir a las pymes aprovechar esta oportunidad.

(a) Las cadenas de valor mundiales mejoran las oportunidades comerciales de las pymes

Las cadenas de valor mundiales benefician a las pymes porque permiten una especialización más ajustada y una concentración de la actividad comercial en tareas que requieren menos capital fijo. Las pymes tienen dificultades para exportar en sectores que hacen un uso intensivo del capital (como el sector del equipo de transporte) o que requieren un desarrollo significativo de la imagen de marca, pero están bien representadas en los sectores de servicios caracterizados por unos reducidos costos fijos de entrada. De hecho, en muchos países de la OCDE, las pymes son las principales exportadoras de servicios prestados a las empresas. En los países de bajos ingresos, las pymes producen bienes que requieren un empleo intensivo de mano de obra, manufacturas de poco valor añadido, y servicios que no exigen un empleo intensivo de capital y cuyos costos de entrada son bajos. A menudo, las pymes operan en el sector informal. En los países de ingresos medianos y altos, las pymes desarrollan actividades especializadas tanto en el segmento de los productos de bajo valor añadido como en el de los que exigen una alta cualificación (OCDE y Banco Mundial, 2015b).

Las oportunidades para que las pymes puedan explotar segmentos de alto valor añadido en las cadenas de valor mundiales surgen principalmente cuando el costo de los insumos es bajo, como sucede en el sector de la agricultura orgánica (Staritz y Reis, 2013). En este mercado, la prohibición del uso de plaguicidas reduce algunos de los principales costos, y el hecho de que la producción tenga a menudo lugar en terrenos pequeños limita las desventajas asociadas a la producción en pequeña escala.

Las cadenas de valor mundiales no solo facilitan la participación de las pymes en el comercio porque les

ofrecen un mercado en que pueden funcionar mejor, sino porque constituyen un canal que les permite superar algunos de los principales obstáculos al comercio a los que se enfrentan. Por ejemplo, uno de los obstáculos al comercio más importantes que ha revelado el análisis llevado a cabo en las secciones anteriores es la dificultad que tienen las pymes para contactar con distribuidores locales en los mercados extranjeros. El acceso a las redes de distribución extranjeras y la comercialización de los productos en los mercados externos pueden resultar demasiado costosos para las pymes. Las cadenas de valor mundiales proporcionan a las pymes redes de distribución y marcas, lo que reduce significativamente los costos de distribución para ellas y, en consecuencia, hace que las exportaciones de las pymes que actúan como proveedores en esas cadenas sean rentables.

Los estudios existentes sugieren que otro de los grandes obstáculos que afrontan las pymes para acceder a los mercados extranjeros es el costo de obtener información sobre los requisitos en materia de productos, procesos, tecnología y normas que se aplican en los mercados internacionales (Pietrobelli y Rabellotti, 2011). Las cadenas de valor mundiales sitúan a las pymes en mejores condiciones para afrontar la complejidad y heterogeneidad de la normativa internacional. En general, las empresas integradas en cadenas de valor mundiales tienden a dar y transmitir información sobre las normas e imponer su observancia como condición de compra, y a menudo desempeñan un papel en su formulación. La pertenencia a una cadena de valor mundial con conocimientos sobre el mercado local proporciona ciertas ventajas a las empresas que tienen previsto explorar mercados extranjeros. Además, las cadenas de valor mundiales constituyen un instrumento muy eficaz para la transferencia de tecnología; las empresas extranjeras que practican la contratación externa están más dispuestas a transferir la tecnología y los conocimientos especializados necesarios para producir eficientemente el insumo objeto del contrato debido a que ellas mismas acabarán consumiendo ese insumo y a que necesitan asegurar la compatibilidad con sus propios procesos de producción.²³

Como se señala en el *Informe sobre el Comercio Mundial 2014* (OMC, 2014), esta información es tan valiosa que las empresas locales que se esfuerzan por convertirse en proveedores de empresas multinacionales en las cadenas de valor mundiales suelen inicialmente celebrar contratos a pérdida con esas multinacionales. En el marco de esos contratos iniciales, aprenden a producir según las especificaciones de la empresa multinacional. Este tipo de inversión en capacidad proporciona dos ventajas: i) incrementos de productividad, que permiten a la empresa local reducir los costos de producción (Blalock y Gertler, 2008); y ii) un efecto positivo en la reputación de la empresa local como proveedor

preferido de una empresa multinacional importante, lo que le ayuda a entablar otras relaciones comerciales (Sutton, 2012). Naturalmente, estas inversiones en la creación de capacidad requieren capital y, sin embargo, no generan un valor colateral tangible. Por consiguiente, no es sorprendente que muchas empresas perciban la disponibilidad de financiación como uno de los principales obstáculos para la integración en las cadenas de valor mundiales.

Además de los problemas relacionados con las redes de distribución, el acceso a la información y el crédito, las empresas más pequeñas se enfrentan a otras dificultades que limitan su desarrollo. La insuficiente escala de sus actividades apenas les permite cubrir los costos de investigación y desarrollo y de formación del personal; su escaso poder de presión en comparación con las grandes empresas puede colocarlas en una situación de desventaja en determinadas circunstancias; y su limitada capacidad para diversificarse y absorber las perturbaciones locales y mundiales las hace más vulnerables. A diferencia de lo que ocurre en el caso de las empresas de mayor tamaño, la escala limitada de las pymes prolonga generalmente el período de recuperación de las inversiones en costos fijos o en la adquisición de información, además de restringir su margen de maniobra para reasignar a su personal al cambiar de una actividad a otra. La incorporación a las cadenas de valor mundiales también puede ayudar a las pymes a superar, al menos en parte, estas limitaciones internas.

La participación en cadenas de valor mundiales puede ofrecer a las pymes más oportunidades para acceder a los mercados mundiales y expandirse. No obstante, un factor esencial para valorar las posibles ganancias que obtendrán las pymes a través de esa participación es la forma en que se distribuyan los beneficios a lo largo de la cadena de suministro. La participación de las pymes en esos beneficios dependerá del poder relativo de negociación de las empresas principales y las empresas proveedoras, así como del grado de competencia en los diferentes puntos de la cadena. A su vez, el poder relativo de negociación dependerá de lo poco comunes que sean las aptitudes del proveedor y de que resulte o no fácil encargar la transacción a un proveedor diferente.

Si la tarea que realiza el proveedor puede codificarse y no resulta muy compleja, los proveedores competirán ferozmente entre sí, lo que permitirá a las grandes empresas obtener importantes ganancias con respecto a las pymes proveedoras. Las empresas multinacionales suelen tener un poder de negociación mayor que los pequeños proveedores, porque cuentan con unos conocimientos especializados y una tecnología propios y pueden recurrir a numerosos proveedores. En

consecuencia, es esencial mejorar la distribución de los ingresos en la cadena de suministro para reducir los obstáculos a la entrada en determinados segmentos de la misma.

(b) ¿A qué retos y restricciones se enfrentan las pymes para participar en las cadenas de valor mundiales?

Las pymes tienen que hacer frente a diversos obstáculos para participar en las cadenas de valor mundiales o avanzar en ellas. Esos obstáculos pueden ser internos (por ejemplo, la falta de las competencias o tecnologías necesarias) o externos (por ejemplo, problemas relacionados con el acceso a la financiación, las normas o las infraestructuras) (véase el recuadro D.5).

Según una encuesta realizada para el Cuarto Examen Global de la Ayuda para el Comercio (OCDE y OMC,

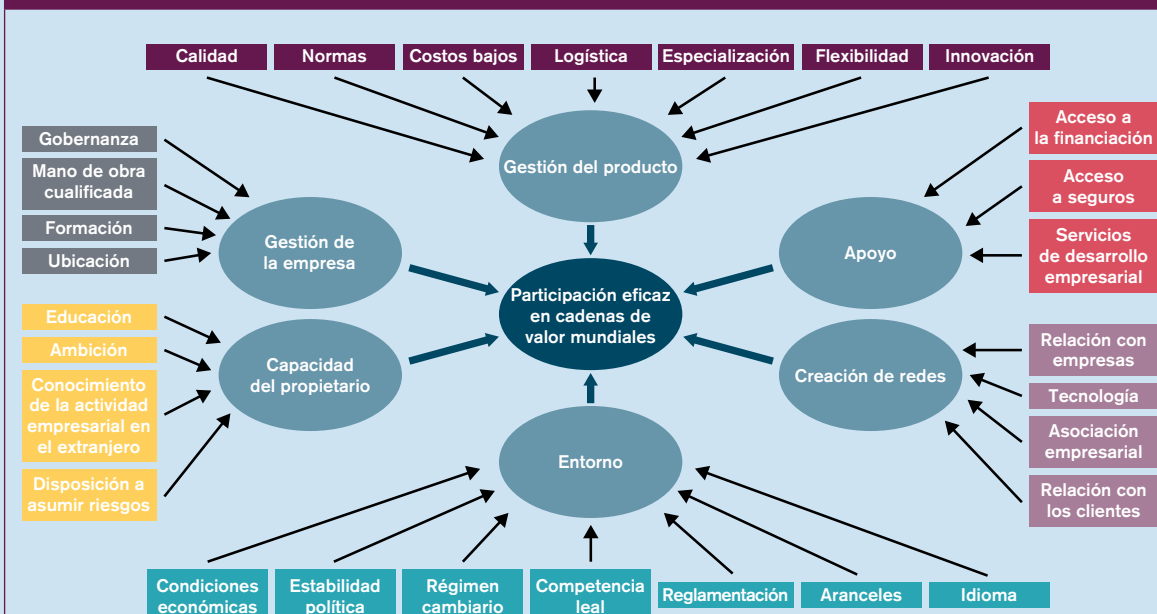
2013) (véase el cuadro D.2), algunos de los principales obstáculos a los que se enfrentan las pymes para incorporarse a las cadenas de valor y avanzar en ellas son el acceso a la financiación y la financiación del comercio, la documentación aduanera, los costos de transporte (costos aeroportuarios en el sector turístico y costos de expedición en el sector de los textiles y las prendas de vestir) y la inadecuación de las infraestructuras de telecomunicaciones (en el sector de las TIC).

Por otra parte, la encuesta también pone de manifiesto que, para las grandes empresas que quieren incorporar a nuevos proveedores a las cadenas de valor mundiales, las principales dificultades identificadas en los cuatro sectores analizados son los procedimientos aduaneros, el cumplimiento de las normas y los controles de calidad internacionales, y la logística (véase el cuadro D.9). La investigación llevada a cabo por el Banco Asiático de Desarrollo (BAsD, 2015) destacó cuatro factores

Recuadro D.5: Factores que afectan a la participación de las pymes en las cadenas de valor mundiales

En el contexto de un estudio destinado a identificar los factores principales que impulsan a las pymes a integrarse en cadenas de valor mundiales, el Banco Asiático de Desarrollo y el Instituto del Banco Asiático de Desarrollo aplicaron en 2014-2015 una encuesta a empresas de cuatro economías en desarrollo asiáticas (Kazajistán, Papua Nueva Guinea, Filipinas y Sri Lanka) (véase Arudchelvan y Wignaraja, 2015). Los resultados de la encuesta se resumen en el gráfico D.10, que muestra que la participación de las pymes en las cadenas de valor mundiales depende de numerosos factores, relacionados principalmente con la capacidad, la competitividad, la facilitación de la actividad empresarial internacional y las políticas y condiciones macroeconómicas.

Gráfico D.10: Factores que afectan a la participación de las pymes en las cadenas de valor mundiales



Fuente: Arudchelvan y Wignaraja (2015).

Cuadro D.9: Cinco principales dificultades percibidas por las empresas para incorporar a nuevos proveedores de los países en desarrollo o de los PMA a sus cadenas de suministro

Sector agropecuario	Sector de las TIC	Sector de los textiles	Sector turístico
Capacidad o conexiones aeroportuarias, marítimas o de transporte insuficientes	Falta de transparencia del entorno reglamentario	Procedimientos aduaneros	Acceso de los proveedores a la financiación
Costo y demoras del transporte	Prescripciones en materia de licencias de exportación o importación	Prescripciones en materia de licencias de exportación o importación	Entorno empresarial
Procedimientos aduaneros	Redes de telecomunicaciones inadecuadas	Incapacidad de los proveedores para cumplir los plazos de entrega de los pedidos	Inseguridad
Prescripciones en materia de licencias de exportación o importación	Procedimientos aduaneros	Procedimientos fronterizos	Controles sanitarios o de calidad inadecuados de los proveedores locales de alimentos
Suministro irregular y/o calidad desigual	Derechos de importación	Costo y demoras de los envíos	Régimen de visados para los turistas extranjeros

Nota: Pregunta: "¿A qué dificultades se enfrenta más frecuentemente para incorporar a nuevos proveedores de los países en desarrollo o de los PMA a sus cadenas de suministro? Elija un máximo de cinco en la siguiente lista".

principales que afectan a la participación de las pymes en las cadenas de valor mundiales: la calidad de los productos y servicios que pueden ofrecer, la formación, las condiciones económicas del mercado y el acceso a la financiación.

Los estudios empíricos confirman la importancia de estos factores. Cuando la producción de un bien depende en gran medida de la importación de insumos intermedios, su expedición puntual y su fiabilidad resultan esenciales. Lanz y Piermartini (2016) muestran que los países que cuentan con mejores instituciones y aplican medidas de facilitación del comercio (mejora de las infraestructuras, reducción de los plazos necesarios para exportar y entrega puntual) tienden a especializarse en cadenas de suministro. De hecho, el entorno institucional y la facilitación del comercio condicionan las exportaciones dentro de las cadenas de suministro más que los factores de capital y trabajo. Como se ha indicado antes, las deficiencias en materia de transporte e infraestructura logística dificultan especialmente la participación de las pymes en las cadenas de valor mundiales.

La política comercial es una esfera estratégica para asegurar el éxito de las pymes en las cadenas de valor mundiales. Algunos factores esenciales para la participación de las pymes en esas cadenas son la existencia de unos aranceles de importación bajos, la aplicación de medidas de facilitación del comercio y la observancia de los derechos de propiedad. Dado que las pymes, y en especial las de los países en desarrollo, operan a menudo en el segmento de bajo valor añadido de la cadena de producción, las restricciones comerciales (sobre todo si son acumulativas) les afectan desproporcionadamente, porque representan un porcentaje mayor del valor de su producción. Por la misma razón, los obstáculos a la exportación que se han identificado *supra* también dificultan la participación de las pymes en las cadenas de valor mundiales.

La protección de los derechos de propiedad intelectual tiene importancia, porque es uno de los factores que aumenta el atractivo de las franquicias en un mercado. Los franquiciadores suelen ponerse en contacto con servicios locales para comercializar y vender productos. Algunas actividades en que es común el uso de franquicias son los servicios de peluquería, los servicios de consultoría en gestión y los servicios inmobiliarios. En el sector manufacturero, algunos ejemplos habituales son los concesionarios de automóviles que operan para los fabricantes del sector o las gasolineras que distribuyen los productos de las compañías petroleras. Para las pymes, las franquicias son un instrumento importante de participación en los mercados internacionales. Al facilitar el acceso a las redes de proveedores, a la financiación y a los conocimientos especializados, las franquicias ofrecen soluciones de mercado a algunos de los obstáculos a los que se enfrentan las pymes para acceder a los mercados extranjeros. Sin embargo, el principal activo de un franquiciador es su marca. Para que el otorgante de la franquicia tenga interés en suscribir un acuerdo con un proveedor local, es necesario proteger adecuadamente esa marca (Nordås, 2015).

Por último, vale la pena mencionar que otro de los obstáculos a la participación de las pymes (especialmente, las de los países en desarrollo) en las cadenas de valor mundiales es la dificultad que tienen las empresas multinacionales para identificar a pymes proveedoras. Esto es particularmente difícil en los países en desarrollo, donde las pymes suelen operar en el sector informal. El proceso de identificación de proveedores requiere información local específica que puede no ser fácil de obtener para las empresas extranjeras. Hay pruebas de que las filiales de propiedad mixta nacional y extranjera en el contexto de la IED pueden encontrar proveedores locales a un costo más bajo que las empresas de capital totalmente extranjero (Javorčík y Spatareanu, 2008). La disponibilidad de ese tipo de información podría facilitar la participación de

las pymes en las cadenas de valor mundiales. Tanto las asociaciones empresariales como determinados organismos públicos podrían ser de ayuda a ese respecto.

6. Conclusiones

Los obstáculos al comercio perjudican especialmente a las pymes. Los estudios empíricos sugieren que la falta de información sobre las redes de distribución en el extranjero, la reglamentación aplicable en la frontera y las normas representan los principales obstáculos al comercio para las pymes.

Un resultado inesperado es que los aranceles altos representan un obstáculo al comercio más importante para las pymes que para las grandes empresas. En la presente sección se han expuesto dos posibles razones para explicar esta percepción. En primer lugar, las corrientes comerciales de las pymes son más sensibles a los cambios en los aranceles (es decir, tienen una elasticidad más elevada). En segundo lugar, las pymes parecen estar relativamente más concentradas que las grandes empresas en sectores sujetos a unos aranceles más altos.

Los obstáculos no arancelarios también resultan especialmente gravosos para las pymes. Las empresas grandes pueden adaptarse más fácilmente a los costos asociados a nuevos requisitos, pero la introducción de nuevas normas restrictivas en un mercado expulsa del mismo a las pequeñas empresas. La falta de transparencia, la existencia de normas diferentes en cada mercado y los procedimientos de certificación costosos también representan obstáculos considerables para las pymes.

Por último, los trámites aduaneros engorrosos impiden a las pymes exportar. Las medidas de facilitación del comercio, aunque fomentan el comercio tanto de las empresas grandes como de las pequeñas, impulsan especialmente la entrada en los mercados de exportación de empresas pequeñas que de otro modo limitarían sus ventas al mercado interno. Se ha demostrado que el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio elimina uno de los mayores obstáculos al comercio de las pymes, a saber, el relacionado con la falta de información sobre las normas y reglamentos de los mercados externos.

El comercio electrónico y la participación en cadenas de valor mundiales son dos de los medios que permiten a las pymes superar parcialmente estos obstáculos y aumentar su presencia en el comercio mundial. El comercio electrónico permite a las pymes conectar con sus clientes a un costo mucho menor. Por su parte, las cadenas de valor mundiales ofrecen a las pymes una manera de acceder a redes de distribución externas y de explotar algunas economías de escala de las que de otro modo no podrían disfrutar. Sin embargo, las pymes se enfrentan a obstáculos concretos para explotar estas oportunidades. Los principales problemas que afrontan las pymes para realizar ventas a través de Internet están relacionados con la logística necesaria para enviar un producto o prestar un servicio, la seguridad de las TIC, la protección de datos y el procesamiento de los pagos. En cuanto a la participación en las redes de producción, entre los principales obstáculos a los que se enfrentan las pymes cabe citar los costos relacionados con la logística y las infraestructuras, la inseguridad normativa y el acceso a mano de obra cualificada.

Notas finales

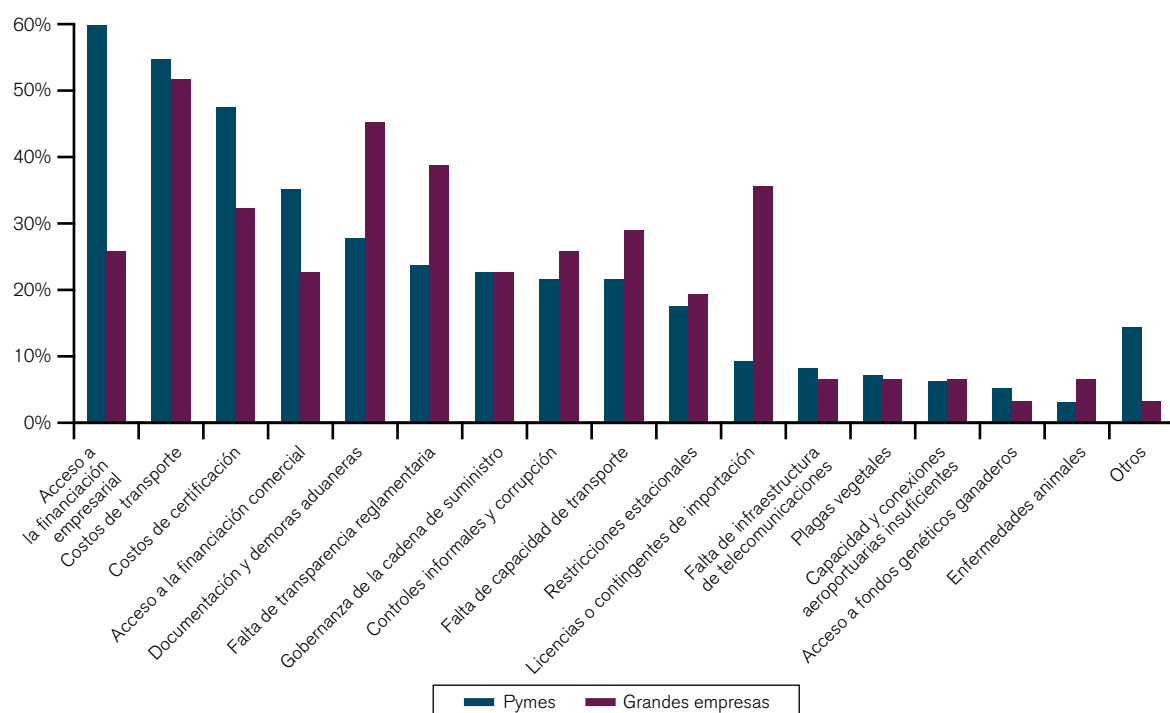
- 1 Entre los problemas a los que se enfrentan las pymes para acceder a los mercados internacionales cabe citar la precariedad del entorno empresarial, la escasa cualificación de la mano de obra, la falta de poder de negociación, el acceso restringido a información sobre el mercado, las dificultades para acceder a la tecnología, el acceso limitado a la financiación y los altos costos del comercio (véase el documento WT/COMTD/AFT/W/53 de la OMC).
- 2 Véase Leonidou (2004) y Narayanan (2015).
- 3 Las encuestas empresariales del ITC sobre medidas no arancelarias pueden consultarse en la siguiente dirección: <http://ntmsurvey.intracen.org/publications/itc-series-on-ntms>.
- 4 CBI: Centro para la promoción de las importaciones provenientes de los países en desarrollo, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de los Países Bajos.
- 5 En los gráficos D.1, D.2 y D.3 del Apéndice se muestran los resultados detallados.
- 6 En los gráficos D.4, D.5, D.6 y D.7 del Apéndice se muestran los resultados del cuestionario según las respuestas facilitadas por empresas de países de la OCDE.
- 7 En el cuadro D.2 y en los gráficos D.1, D.2 y D.3 del Apéndice se incluyen únicamente tres sectores, ya que no existe una pregunta equivalente sobre los obstáculos comerciales para incorporarse a las cadenas de valor y avanzar en ellas en el sector turístico y en el sector del transporte.
- 8 La categoría "Dificultad para encontrar socios extranjeros" implica que la empresa carece de los recursos y redes empresariales necesarios para encontrar en el mercado extranjero un representante local, un socio empresarial o un agente distribuidor de confianza, mientras que la categoría "Dificultad para recibir o procesar los pagos" hace referencia a la normativa y las prácticas en materia de cumplimiento aplicadas en el extranjero que no garantizan convenientemente el pago de los bienes y servicios suministrados. Por su parte, la categoría "Acceso a la financiación" implica dificultades para obtener financiación para el comercio (especialmente, financiación previa a la expedición para grandes exportaciones), y capital de explotación con que financiar el funcionamiento diario y la expansión a nuevos ámbitos empresariales.
- 9 La teoría económica tradicional predice que un incremento (o disminución) de los aranceles tendrá el mismo efecto en el volumen de exportación de las empresas pequeñas y grandes (Melitz, 2003a). Un incremento de los aranceles reduce el valor total de las exportaciones (en todas las empresas). Desde la perspectiva de la empresa, unos aranceles altos tenderán, por un lado, a reducir las exportaciones pero, por otro, al provocar la salida de los mercados de exportación de las empresas pequeñas, reducirán también la competencia e incrementarán las exportaciones de las empresas que permanezcan en el mercado. El efecto en el promedio del valor de las exportaciones por empresa será ambiguo, pero igual en las empresas de distinto tamaño.
- 10 Otros estudios que analizan la respuesta de las empresas a las perturbaciones en los precios (más que a cambios arancelarios) concluyen también que la modificación del comportamiento importador/exportador de las empresas depende de su tamaño. Berman *et al.* (2015b) y Gopinath y Neiman (2014) concluyen que la elasticidad de la demanda a la que se enfrentan las empresas depende negativamente de su tamaño. Berman *et al.* (2015a) explican la heterogeneidad de los efectos en función del tamaño de la empresa, mostrando que las empresas grandes absorben parte de la perturbación reduciendo el margen comercial y no el volumen comercializado. Gopinath y Neiman (2014) explican la menor influencia de las perturbaciones de los precios en la actividad comercial de las empresas grandes mostrando que estas reducen, pero no cesan por completo, sus importaciones de insumos intermedios. En consecuencia, el cambio en los costos unitarios varía en función del tamaño de la empresa.
- 11 Véase también Feenstra y Weinstein (2010).
- 12 Levy (1994) utiliza un argumento similar en referencia a los sectores orientados a la exportación en un escenario de prohibición de las subvenciones a la exportación.
- 13 Los datos empíricos confirman esta percepción. El promedio del nivel global de restricción del comercio asociado a las medidas no arancelarias casi duplica al derivado de los aranceles, lo que implica que dichas medidas son por término medio tan importantes como los aranceles. En algunos países, sin embargo, la contribución de las medidas no arancelarias al nivel global de restricción del comercio es de hecho superior a la de los aranceles (OMC, 2012).
- 14 Los costos fijos son independientes de la cantidad producida o exportada, mientras que los costos variables aumentan con el nivel de producción o de exportación.
- 15 Fernandes *et al.* (2015) analizan las decisiones en materia de exportación de las empresas de 42 países en desarrollo en respuesta a la normativa sobre plaguicidas de 63 países importadores. Los autores muestran que las normas restrictivas de esos países disuaden a las empresas, y en especial a las pequeñas, de entrar en nuevos mercados.
- 16 El modo 4 del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) solo abarca la presencia temporal de personas físicas extranjeras para prestar servicios.
- 17 El Índice de restricción del comercio de servicios de la OCDE abarca 42 países (los países miembros de la OCDE más el Brasil, China, la India, Indonesia, Letonia y la Federación de Rusia), mientras que el del Banco Mundial comprende 102 economías (24 países de la OCDE y 78 economías en desarrollo y en transición).
- 18 Es bastante razonable descartar el modo 2, ya que en la práctica existen muy pocas restricciones a este modo de suministro, salvo en los servicios de enseñanza y de salud.
- 19 Aunque centrado exclusivamente en los visados para turistas, el informe de la Organización Mundial del Turismo "Visa Openness Report" correspondiente a 2015 (OMT, 2015) señala que el 89% de las economías avanzadas no exigen visado a los nacionales de otras economías avanzadas. Este porcentaje se reduce al 21% cuando uno de los países es una economía emergente y el otro es una economía avanzada y a un escaso 10% cuando ambos países son economías emergentes.
- 20 Véase http://web.alt.uni-miskolc.hu/als/cikkek/2010/ALS4_p130_136_Urbanska.pdf

- 21 Algunos importantes y consolidados proveedores de servicios de logística de terceros (como FedEx, UPS y DHL) han puesto en marcha soluciones logísticas para las pequeñas empresas que permiten prestar asistencia a las pymes en materia de exportación.
- 22 Ecommerce Europe es una asociación que representa a más de 25.000 empresas que venden sus productos y/o servicios en línea a consumidores de la Unión Europea.
- 23 Existen datos que demuestran que las cadenas de suministro conllevan mejoras de productividad. Javorcik (2004) concluye que, en las empresas lituanas que

suministran insumos a multinacionales extranjeras, la productividad ha aumentado. Newman *et al.* (2015) demuestran que ha habido incrementos de la productividad tanto en las empresas que venden como en las que compran insumos a las empresas extranjeras establecidas en Viet Nam. Piermartini y Rubínová (2014) muestran que las cadenas de suministro pueden ser un instrumento de transferencia de conocimientos, si bien el alcance de estos efectos secundarios depende del tipo de relación que mantengan el exportador y el importador de conocimientos en la cadena de suministro.

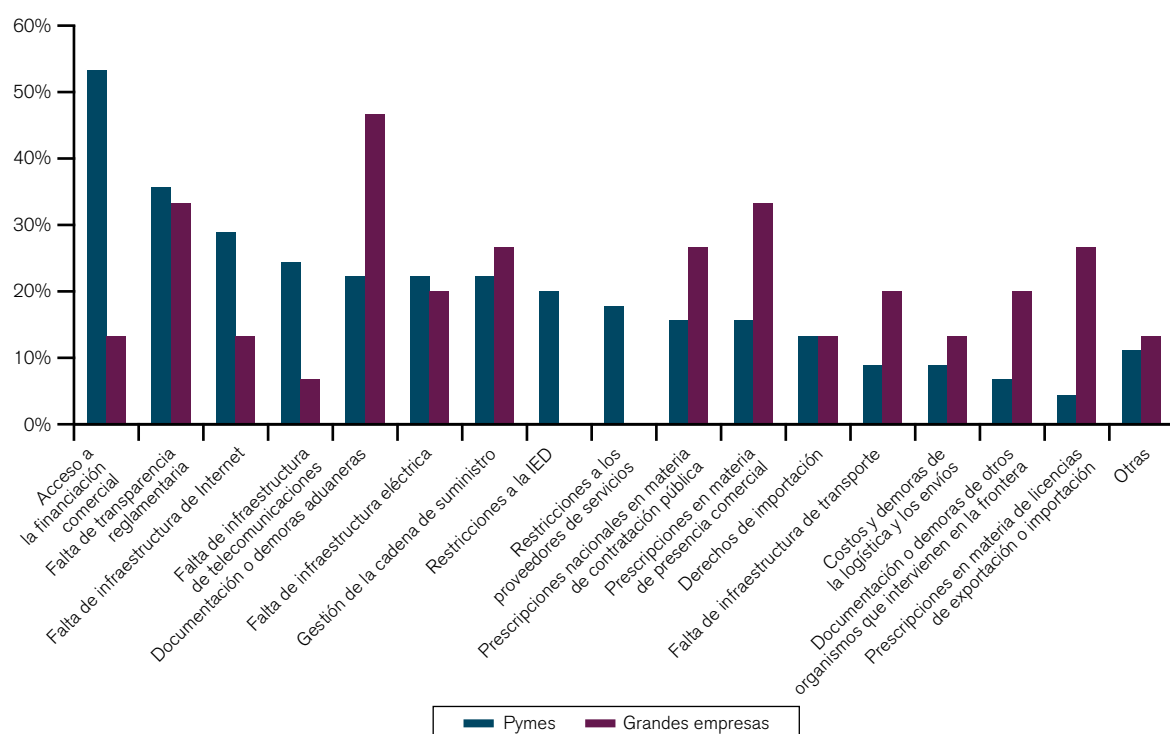
Apéndice – Gráficos

Gráfico D.1 del Apéndice – Dificultades para ingresar, establecerse o avanzar en las cadenas de valor agroalimentarias

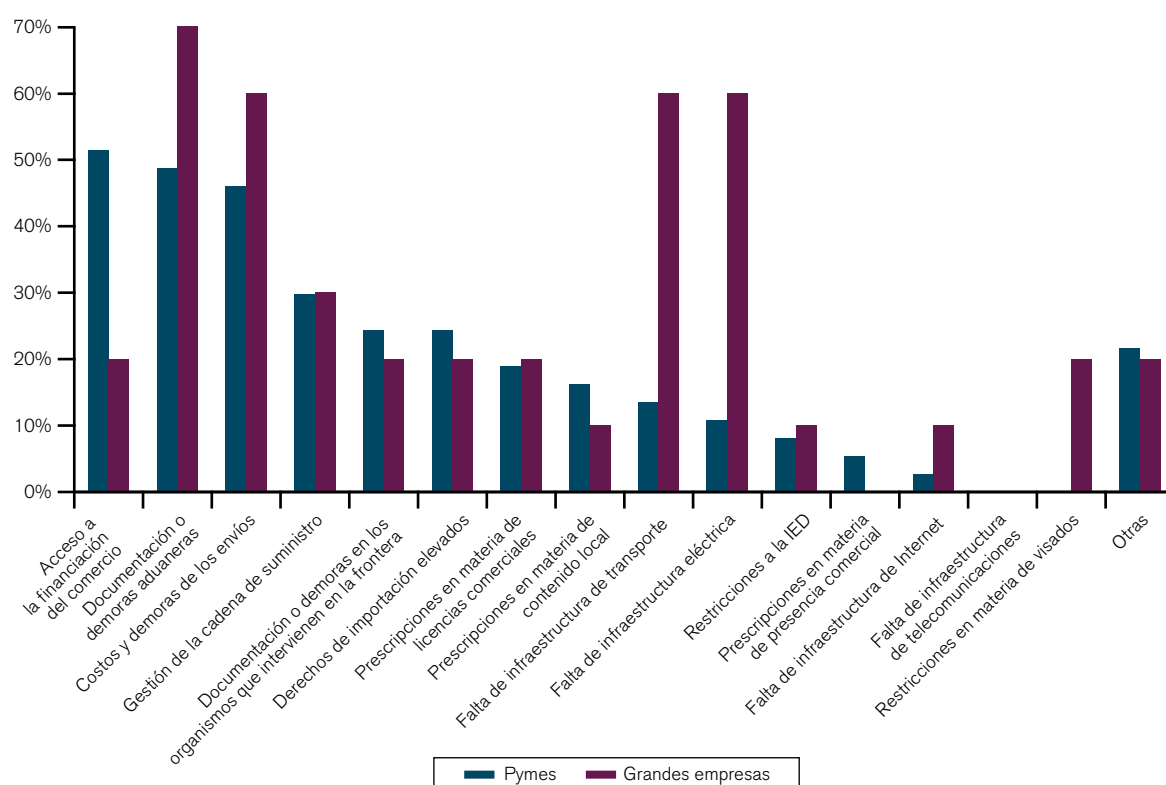


Nota: Pregunta N° 15 del Cuarto Examen Global de la Ayuda para el Comercio (OCDE y OMC, 2013): "¿A qué dificultades se enfrenta para ingresar, establecerse o avanzar en las cadenas de valor agroalimentarias? Elija cinco de ellas, como máximo, en la siguiente lista".

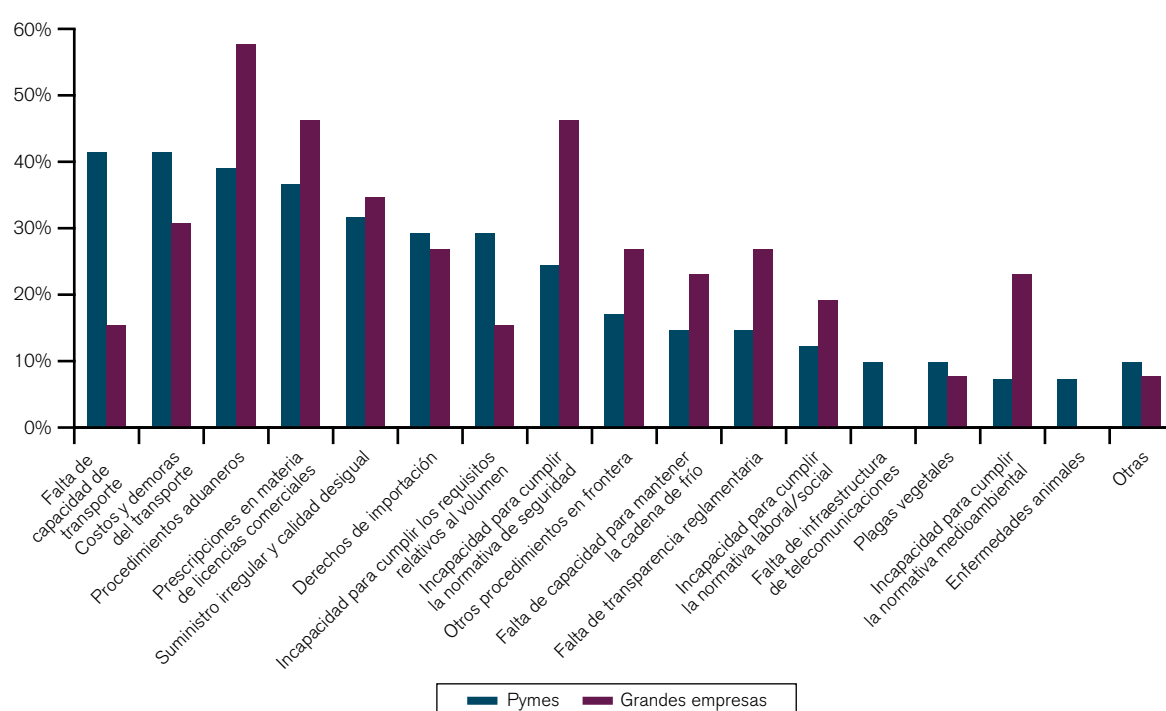
Gráfico D.2 del Apéndice – Dificultades para ingresar, establecerse o avanzar en las cadenas de valor de las tecnologías de la información y las comunicaciones



Nota: Pregunta N° 35 de la encuesta del Cuarto Examen Global de la Ayuda para el Comercio (OCDE y OMC, 2013): "¿A qué dificultades se enfrenta para ingresar, establecerse o avanzar en las cadenas de valor del sector de las TIC? Elija cinco de ellas, como máximo, en la siguiente lista".

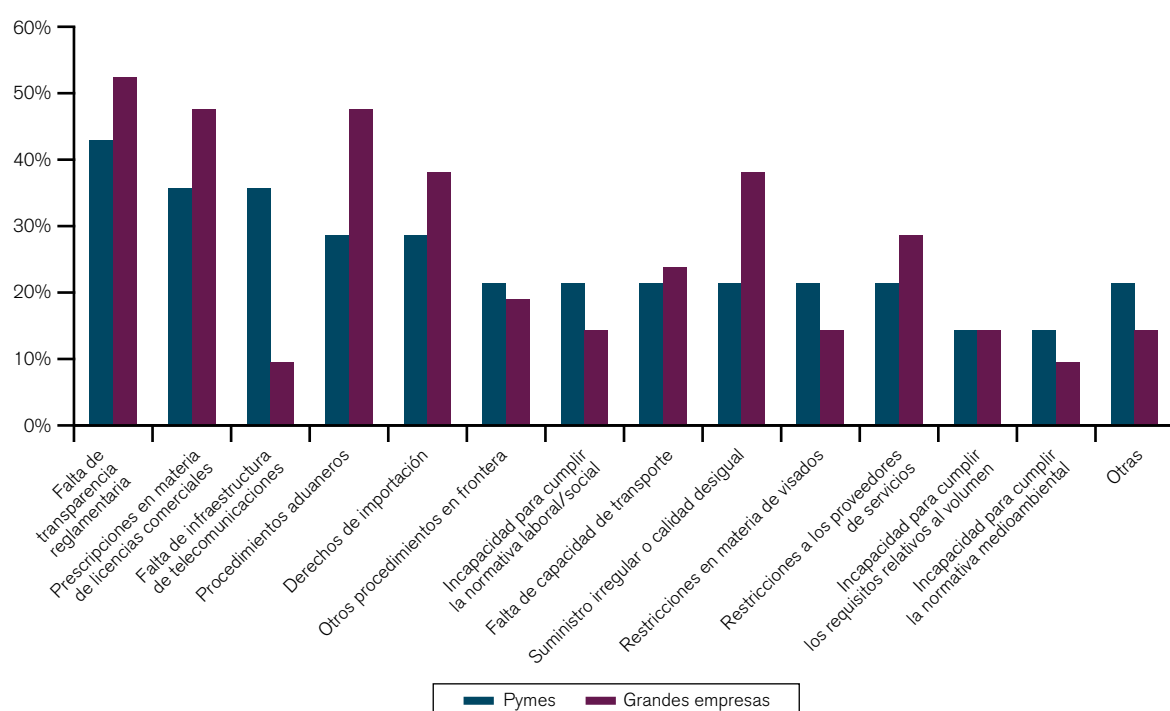
Gráfico D.3 del Apéndice – Dificultades para ingresar, establecerse o avanzar en las cadenas de valor del sector de los textiles y las prendas de vestir

Nota: Pregunta N° 56 de la encuesta del Cuarto Examen Global de la Ayuda para el Comercio (OCDE y OMC, 2013): "¿A qué dificultades se enfrenta para ingresar, establecerse o avanzar en las cadenas de valor del sector de los textiles y las prendas de vestir? Elija cinco de ellas, como máximo, en la siguiente lista".

Gráfico D.4 del Apéndice – Dificultades para incorporar a nuevos proveedores de los países en desarrollo o los PMA a las cadenas de suministro del sector agropecuario

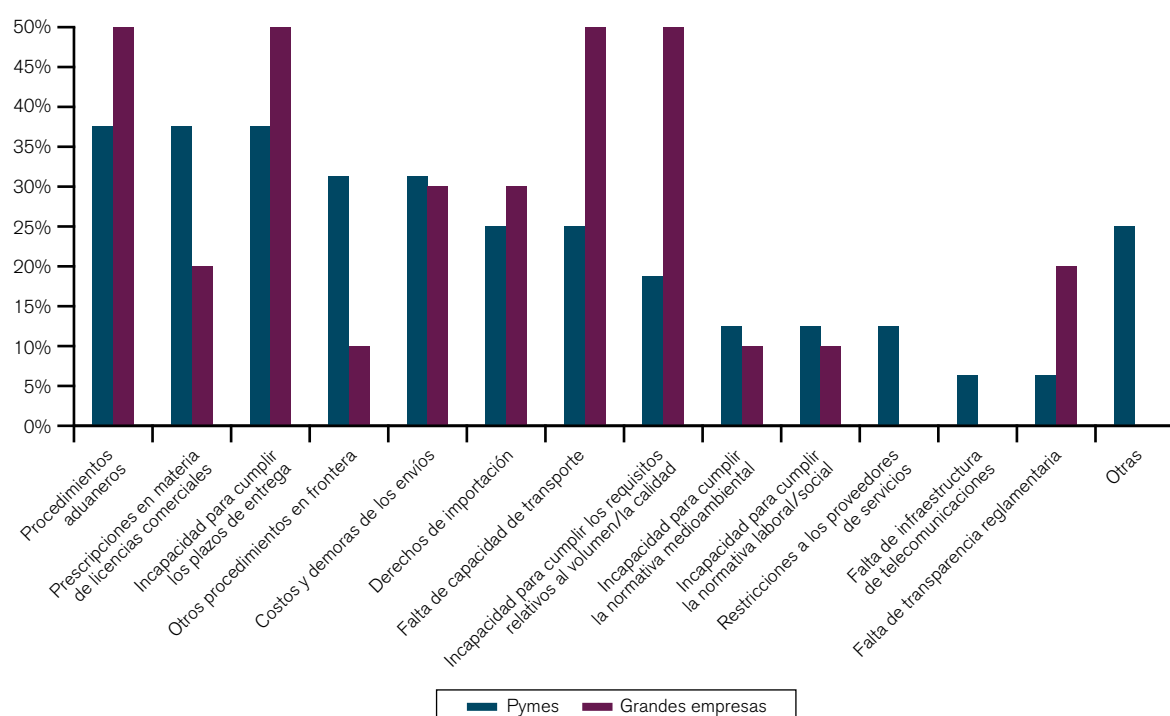
Nota: Pregunta N° 22 de la encuesta del Cuarto Examen Global de la Ayuda para el Comercio (OCDE y OMC, 2013): "¿A qué dificultades se enfrenta más frecuentemente para incorporar a nuevos proveedores de los países en desarrollo o los PMA a sus cadenas de suministro? Elija cinco de ellas, como máximo, en la siguiente lista".

Gráfico D.5 del Apéndice – Dificultades para incorporar a nuevos proveedores de los países en desarrollo o los PMA a las cadenas de suministro del sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones



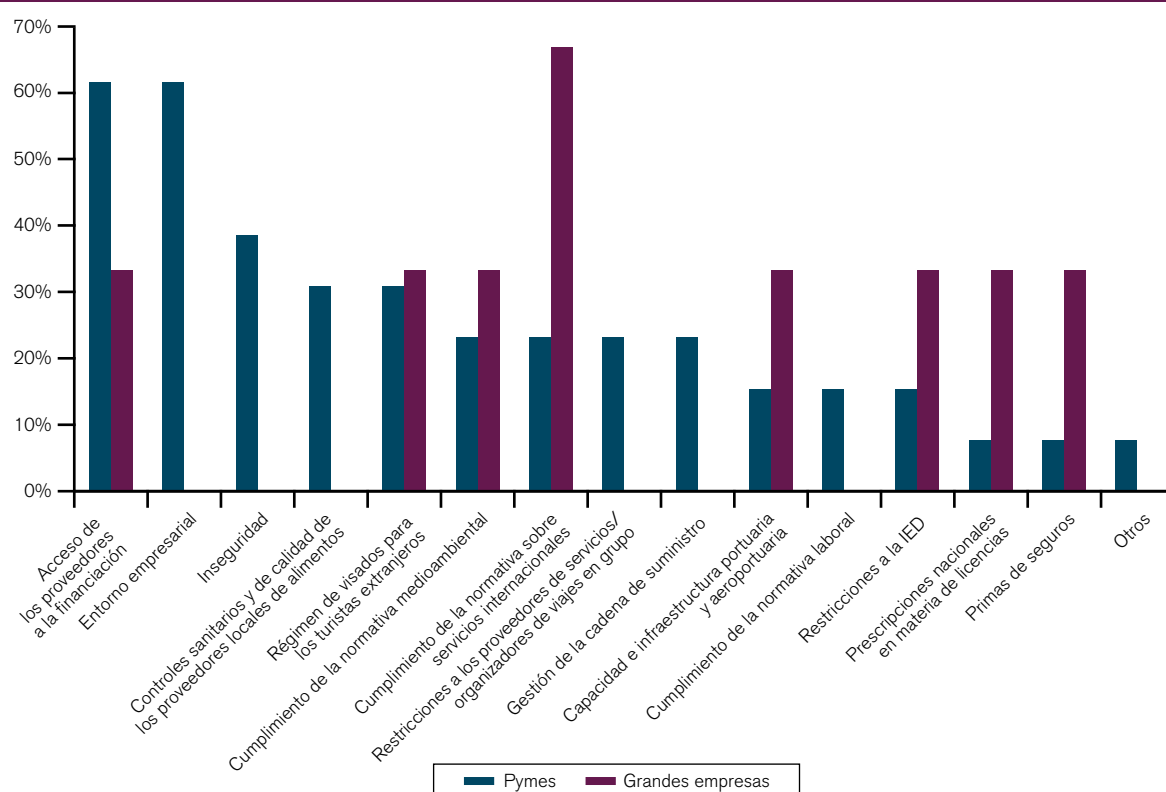
Nota: Pregunta N° 43 de la encuesta del Cuarto Examen Global de la Ayuda para el Comercio (OCDE y OMC, 2013): "¿A qué dificultades se enfrenta más frecuentemente para incorporar a nuevos proveedores de los países en desarrollo o los PMA a sus cadenas de suministro? Elija cinco de ellas, como máximo, en la siguiente lista".

Gráfico D.6 del Apéndice – Dificultades para incorporar a nuevos proveedores de los países en desarrollo o los PMA a las cadenas de suministro del sector de los textiles



Nota: Pregunta N° 63 de la encuesta del Cuarto Examen Global de la Ayuda para el Comercio (OCDE y OMC, 2013): "¿A qué dificultades se enfrenta más frecuentemente para incorporar a nuevos proveedores de los países en desarrollo o los PMA a sus cadenas de suministro? Elija cinco de ellas, como máximo, en la siguiente lista".

Gráfico D.7 del Apéndice - Dificultades para incorporar a nuevos proveedores de los países en desarrollo o los PMA a las cadenas de valor del sector turístico



Nota: Pregunta N° 84 de la encuesta del Cuarto Examen Global de la Ayuda para el Comercio (OCDE y OMC, 2013): "¿A qué dificultades se enfrenta más frecuentemente para incorporar a nuevos proveedores de los países en desarrollo o los PMA a sus cadenas de valor en el sector del turismo? Elija cinco de ellas, como máximo, en la siguiente lista".

E Cooperación para promover la participación de las pymes en el comercio

En las secciones precedentes de este informe se han señalado los beneficios que las pymes obtienen de la participación en el comercio internacional (sección C), así como los obstáculos que deben superar para lograrla (sección D). En esta sección se examina la manera en que la cooperación internacional está facilitando actualmente la participación de las pymes en el comercio, ya sea directa o indirectamente. Se analizarán iniciativas relacionadas con las pymes emprendidas en el marco de acuerdos comerciales regionales (ACR), instituciones regionales (como el Banco Africano de Desarrollo) y multilaterales (como el Banco Mundial) y la OMC.



Índice

1. Razones para apoyar a las pymes y tratar de favorecerlas en los acuerdos comerciales	134
2. Las pymes en los acuerdos comerciales regionales	136
3. Las pymes en otras organizaciones internacionales	148
4. Las pymes en la OMC	152
5. Conclusiones	171

Algunos hechos y conclusiones importantes

- A lo largo de los años han aumentado las referencias a las pymes en los ACR. Casi la mitad de los ACR notificados y en vigor incluyen por lo menos una disposición relacionada explícitamente con las pymes.
- Asimismo, la importancia y el alcance de las disposiciones relacionadas con las pymes han aumentado en los últimos años. Las dos categorías de disposiciones relacionadas con las pymes más comunes se refieren a las actividades de cooperación y las exenciones de las pymes de determinadas disposiciones de los ACR.
- Aunque los Acuerdos de la OMC no siempre contienen una referencia específica a las pymes, las normas multilaterales contribuyen a establecer condiciones comerciales igualitarias, mitigando así algunas de las principales limitaciones que afrontan las pymes y fomentando la participación de esas empresas en el comercio internacional.
- Las normas multilaterales reducen los costos variables y fijos del comercio que dificultan el acceso de las pymes a los mercados extranjeros. Desde la creación de la OMC, los Miembros han logrado reducir al 9% el promedio de los aranceles NMF aplicados, lo que representa una disminución en casi un tercio desde 1998. Los Acuerdos MSF y OTC, entre otros Acuerdos de la OMC, contienen disposiciones relacionadas con la información que reducen los costos fijos de acceso a los mercados extranjeros y de esta manera ayudan a las pequeñas empresas.
- Las normas de la OMC comprenden varias medidas de flexibilidad que, de manera análoga a las exenciones previstas en los ACR, responden a las preocupaciones de política pública de los gobiernos que quieren apoyar a las pymes. Estas disposiciones facilitan a los Miembros el ejercicio de sus derechos cuando actúan en nombre de las pymes; les permiten seguir otorgando contribuciones financieras a las pymes; les dan mayor margen para promover el desarrollo tecnológico de sus pymes; y les permiten otorgar un trato preferencial a esas empresas.

La sección se organiza así: en la subsección 1 se examina por qué los gobiernos intervienen para apoyar a las pymes e incluyen disposiciones sobre las pymes en los acuerdos comerciales; en la subsección 2 se analiza cómo se ha abordado la cuestión de las pymes en los ACR; a continuación, en la subsección 3 se consideran las actividades de las organizaciones internacionales que se ocupan de cuestiones relacionadas con las pymes; en la subsección 4, se examina cómo se refleja la cuestión de las pymes en los acuerdos, programas de trabajo y actividades de cooperación técnica de la OMC; y por último, en la subsección 5 se exponen las conclusiones.

1. Razones para apoyar a las pymes y tratar de favorecerlas en los acuerdos comerciales

Antes de iniciar la exposición, puede ser útil hacerse dos preguntas. En primer lugar, ¿por qué habrían de apoyar los gobiernos a su sector de pymes? En segundo lugar, ¿qué razones pueden aducirse en favor de la cooperación internacional en materia de pymes, en particular en el contexto de los acuerdos comerciales?

En respuesta a la primera pregunta, hay al menos dos motivos para la intervención y el apoyo gubernamentales. El primero se basa en la idea de que apoyando a las pymes mejorará la distribución de los ingresos; no obstante, hay que señalar que algunos investigadores no encuentran pruebas de que la existencia de un amplio sector de pymes mitigue la pobreza o reduzca la desigualdad de ingresos (Beck *et al.*, 2005). El segundo se basa en la opinión de que determinadas deficiencias del mercado repercuten de manera más desfavorable en las pymes, por lo que exigen una intervención del sector público.

Por poner un ejemplo de deficiencia del mercado, los mercados de crédito tienden a funcionar de manera imperfecta cuando los prestamistas no disponen de información adecuada sobre los prestatarios (es decir, cuando existe asimetría de la información), en particular cuando las empresas interesadas son pequeñas y no tienen una trayectoria acreditada (van der Schans, 2012). Algunos prestamistas tratan de eludir ese problema de asimetría de la información exigiendo garantías adicionales a los prestatarios. Sin embargo, no es probable que esa sea una buena solución en el caso de las pequeñas y medianas empresas, que tienen un patrimonio inicial pequeño. En consecuencia, a las empresas más pequeñas les resulta difícil obtener financiación para cubrir sus necesidades de capital circulante o ampliar la escala de su producción. Muchos gobiernos, tanto de países en desarrollo como de países desarrollados, tratan de

subsana esta deficiencia del mercado abriendo líneas de crédito para las pymes.¹

Con frecuencia, las empresas pequeñas carecen de los recursos, la escala o la experiencia necesarios para adoptar las tecnologías, los procesos de fabricación o las prácticas de gestión empresarial más recientes (Ezell y Atkinson, 2011). En principio, el “mercado” -en este caso el sector de servicios prestados a las empresas- puede ofrecer información y servicios de asesoramiento útiles para las pymes.

Sin embargo, es probable que varios factores mermen la capacidad de respuesta del mercado. Por ejemplo, cabe la posibilidad de que un proveedor de servicios prestados a las empresas desconozca el alcance o la escala de las necesidades de una pyme. También es posible que esa pyme no tenga información cabal sobre los servicios disponibles en el mercado para las empresas. Otros problemas son la selección adversa, la presencia de bienes públicos o mixtos (en parte públicos y en parte privados) y los factores externos (Atherton *et al.*, 2002). Estas deficiencias justifican que el gobierno preste “servicios de divulgación” a las pymes para ofrecerles formación en materia de innovación, desarrollo de nuevos productos y localización de nuevos clientes y mercados (Ezell y Atkinson, 2011).

La competencia en los mercados puede ser imperfecta y estar dominada por un pequeño grupo de grandes empresas, que dejan a las empresas pequeñas un espacio únicamente marginal. Lo ideal en este caso es que los gobiernos utilicen instrumentos de política de competencia para poner coto a las prácticas contrarias a la competencia, pero es posible que algunos países, principalmente países en desarrollo, no dispongan aún de capacidad legislativa e institucional para utilizar eficazmente esos instrumentos.² En tales casos, los programas de apoyo a las pymes pueden actuar como un sustituto imperfecto de las políticas de competencia, al inclinar la balanza de las condiciones de competencia a favor de las empresas más pequeñas.

Un grave problema que afecta a los países en desarrollo es el hecho de que el desempleo y el subempleo hacen que una gran parte de su mano de obra no sea utilizada de manera productiva. Ello representa una enorme pérdida de recursos humanos que los gobiernos de los países pobres no siempre pueden evitar, por carecer de los instrumentos de política apropiados. Los países industrializados suelen disponer de una amplia variedad de instrumentos de política para impulsar el empleo, desde políticas macroeconómicas hasta programas de mejora de la formación y las competencias técnicas. Dado que las pymes son una gran fuente de empleo, las políticas de apoyo a esas empresas constituyen

una respuesta (supletoria) a los graves problemas de empleo cuando no se dispone de buenos instrumentos de política.

El hecho de que los programas de apoyo a las pymes respondan en parte a deficiencias subyacentes del mercado hace que los gobiernos que aplican esos programas tengan motivos para preservarlos al firmar acuerdos internacionales.

Pasando a la segunda pregunta, la bibliografía sobre acuerdos comerciales nos ofrece actualmente al menos tres explicaciones de por qué es necesario que los países cooperen en materia de política comercial. Esa cooperación evita la pugna entre los países por mejorar su relación de intercambio (Bagwell y Staiger, 2003), ofrece a los gobiernos débiles un medio para

superar la oposición interna a las reformas comerciales (Maggi y Rodríguez-Clare, 1998), y, en algunos casos, puede ayudar a resolver un problema de coordinación (Hoekman, 2014). Hay estudios en los que se examinan las repercusiones de la heterogeneidad de las empresas en la política comercial y la cooperación comercial internacional (véase en el recuadro E.1 una breve sinopsis). Esos trabajos pueden aclarar de algún modo por qué los países cooperan en relación con las pymes en el marco de los acuerdos comerciales. Como se verá en la subsección E.2, cada vez hay más acuerdos comerciales regionales que incluyen disposiciones sobre las pymes. Es de esperar que esa tendencia aumente el interés por la cuestión y que, como resultado, los teóricos del comercio le presten más atención en el futuro.

Recuadro E.1: Heterogeneidad empresarial, política comercial óptima y acuerdos comerciales

Los teóricos del comercio han comenzado a examinar las repercusiones que tiene la heterogeneidad de las empresas en la política comercial de un país (Demidova y Rodríguez-Clare, 2009; Ossa, 2011; Felbermayr *et al.*, 2013; Costinot *et al.*, 2015). Como la productividad de una empresa está en correlación con su tamaño, esta bibliografía puede esclarecer en cierta medida, aunque de manera indirecta, las razones para la cooperación comercial en relación con las pymes.

Es útil resumir brevemente las razones por las que un gobierno que trata de maximizar el bienestar podría verse abocado a imponer un arancel a las importaciones (el *arancel óptimo*). En el modelo de comercio estándar, de competencia perfecta y rendimientos de escala constantes, los países imponen medidas de protección con el fin de mejorar la relación de intercambio (Johnson, 1953). Si se admite que la competencia es imperfecta y que los rendimientos de escala son crecientes, como se hace en la nueva teoría del comercio, los dirigentes que aspiran a maximizar el bienestar tienen dos razones más para erigir obstáculos contra las importaciones: i) pueden inducir una entrada u oferta adicional que dé lugar a una reducción de los precios en el país que impone el arancel (Venables, 1987), y ii) pueden reducir la diferencia entre el precio y el costo marginal (es decir, el margen de beneficio) generada por la competencia imperfecta (Flam y Helpman, 1987). El primer efecto se debe a que los rendimientos de escala de la producción son crecientes, por lo que cualquier perturbación que aumente el volumen de la producción en un país dado, como la imposición de un arancel sobre las importaciones, puede dar lugar a una *disminución* de los precios. El segundo efecto, la reducción del margen de beneficio o del poder de mercado de las empresas nacionales, se produce porque el arancel da lugar a un desplazamiento de la demanda hacia las opciones nacionales, aunque sus precios se mantengan fijos.³

¿Cómo afecta la heterogeneidad de las empresas a estos distintos motivos para aumentar el nivel de protección? Por decirlo sencillamente, hay que determinar cómo interactúan los efectos de la productividad y la selección con los tres motivos para imponer la protección (relación de intercambio, entrada y margen de beneficio). Demidova y Rodríguez-Clare (2009) muestran que, cuando hay heterogeneidad y selección de empresas, los motivos de margen de beneficio y de entrada dan lugar a un arancel óptimo superior. Felbermayr *et al.* (2013) muestran que, combinando los tres motivos, el arancel óptimo será más alto en un mundo en el que las empresas sean más heterogéneas y se seleccionen a sí mismas que en un mundo en el que las empresas sean más similares. Además, la cuantía del arancel óptimo se correlaciona positivamente con el tamaño relativo del país, así como con la productividad media relativa, por lo que las economías pequeñas y pobres establecen aranceles óptimos inferiores a los de las economías grandes o ricas. Que los costos de transporte sean inferiores, o que los costos fijos de entrada en el mercado sean menores, son factores que también inducen un nivel arancelario más alto.

Aunque de este análisis no se desprende ninguna explicación de por qué debe incorporarse a los acuerdos comerciales la cooperación en materia de pymes, una consecuencia que merece ser destacada es que los autores consideran que la OMC es aún más importante en un mundo caracterizado por la heterogeneidad de las empresas.

Recuadro E.1: Heterogeneidad empresarial, política comercial óptima y acuerdos comerciales (continuado)

Las precedentes respuestas se obtienen en un entorno muy específico: funciones de utilidad con una elasticidad de sustitución constante, costos fijos de exportación que son constantes para todas las empresas, productividad de las empresas ajustada a la distribución de Pareto, e impuestos sobre el comercio que son uniformes para todas las empresas. Costinot *et al.* (2015) flexibilizan todos estos supuestos y obtienen conclusiones casi opuestas. El arancel óptimo es inferior, en promedio, cuando hay heterogeneidad y selección de empresas. Y, lo que tal vez sea más sorprendente, si se permite que un país aplique aranceles para empresas específicas, la lista arancelaria óptima sería la que aplique un tipo arancelario inferior a las empresas menos productivas, que presumiblemente serán las pymes, dada la correlación positiva entre la productividad y el tamaño de la empresa. Esto pone de manifiesto la necesidad del país importador de fomentar la entrada de productores extranjeros improductivos (ya que con la variedad aumenta el bienestar del consumidor), los cuales, si tuvieran que asumir el mismo arancel, preferirían no exportar en absoluto.

El resultado es curioso, porque da a entender que para un país resultaría óptimo dar un trato más favorable a los productos extranjeros producidos por empresas pequeñas y medianas menos productivas. Aunque los resultados del estudio se refieren exclusivamente a los aranceles, podrían aplicarse de manera más general a otros instrumentos y normas de política comercial.

La repuesta a la pregunta de por qué la heterogeneidad de las empresas daría lugar a un arancel óptimo más alto parece depender en cierta medida de la especificación del modelo comercial. Sería necesario intensificar la labor analítica en el futuro para distinguir los resultados firmes de los endebles.

2. Las pymes en los acuerdos comerciales regionales

Los acuerdos comerciales, incluidos los acuerdos comerciales regionales (ACR), pueden beneficiar a las pymes al reducir o eliminar los aranceles y los obstáculos no arancelarios, simplificar los trámites aduaneros, fomentar el comercio electrónico y aumentar la transparencia de la reglamentación interna relacionada con el comercio. Sin embargo, en la bibliografía no se examinan los distintos enfoques adoptados para abordar explícitamente la cuestión de las pymes en los ACR.⁴ Esta subsección del informe tiene por objeto suplir esa carencia señalando tanto las semejanzas como las diferencias en la manera en que se ha planteado expresamente la cuestión de las pymes en los ACR.

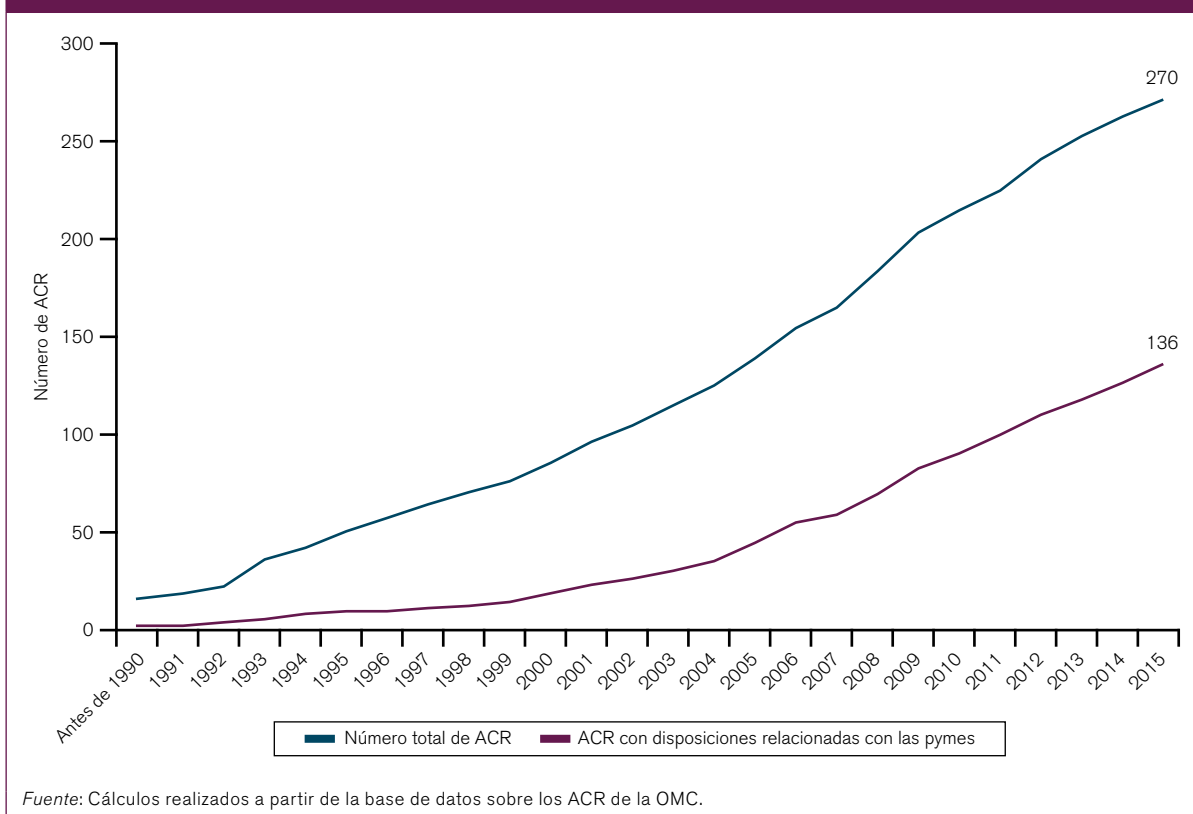
El análisis abarca los 270 ACR actualmente en vigor, notificados a la OMC entre 1957 y mayo de 2016 en virtud del artículo XXIV ("Aplicación territorial – Tráfico fronterizo – Uniones aduaneras y zonas de libre comercio") del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994 (GATT de 1994), la Cláusula de Habilitación (oficialmente denominada "Decisión sobre trato diferenciado y más favorable, reciprocidad y mayor participación de los países en desarrollo" y adoptada en el marco del GATT en 1979), el artículo V ("Integración económica") del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) o el Mecanismo de Transparencia para los Acuerdos

Comerciales Regionales.⁵ En el análisis se ha tenido en cuenta el texto principal de los ACR, pero también documentos paralelos, como protocolos, anexos, cartas de comunicación y otros documentos conexos.

Salvo que se especifique otra cosa, se consideran disposiciones relacionadas con las pymes todas aquellas en las que se haga referencia explícita a las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas. Para localizar las disposiciones relacionadas con las pymes se han utilizado las siguientes palabras clave: *small* (pequeñas), *medium* (medianas), *micro* (micro), *SME* (pymes) y *start-up* (empresas de nueva creación). Además de las disposiciones relacionadas con las pymes, en los ACR hay muchas disposiciones que podrían ser pertinentes en relación con las pymes, aunque en ellas no se haga referencia explícita a las pequeñas y medianas empresas. Algunas de esas disposiciones de interés para las pymes se examinarán en la subsección E.2 b), en la que se presenta la tipología de las disposiciones relacionadas con las pymes.

(a) Panorama y tendencias de las disposiciones relacionadas con las pymes

Como se pone de relieve en el gráfico E.1, el número de ACR con disposiciones relacionadas con las pymes ha aumentado constantemente desde los últimos años del decenio de 1990 y los primeros años del decenio

Gráfico E.1: Evolución de los ACR con disposiciones en las que se hace referencia explícita a las pymes

de 2000. En mayo de 2016 se había incluido al menos una disposición con referencia explícita a las pymes en 136 ACR, que constituyen la mitad de los ACR notificados. Esta tendencia es paralela a la expansión, tanto en número como en alcance, de los ACR en los últimos 25 años (OMC, 2011). Mientras que, entre 1970 y 1990, solo entraron en vigor 17 ACR, desde 1990 hasta mayo de 2016 han proliferado los acuerdos de este tipo y han entrado en vigor 256 ACR.

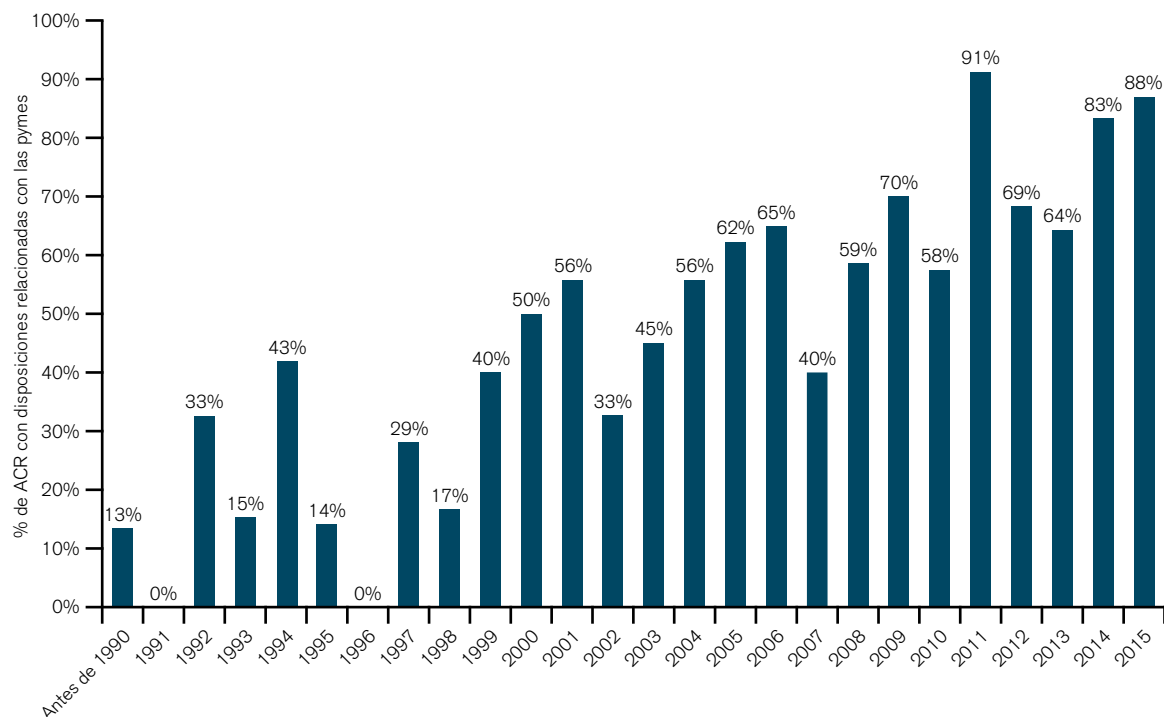
Además, como se muestra en el gráfico E.2, la proporción de ACR que contienen disposiciones relacionadas con las pymes ha seguido una tendencia ascendente y, en los cinco últimos años (2011-2015), casi el 80% de los ACR que han entrado en vigor cuenta con disposiciones de ese tipo. Esta tendencia está en consonancia con la creciente presencia de los debates sobre la participación de las pymes en el comercio internacional entre las prioridades de muchos foros y organizaciones regionales y multilaterales.

Como se aprecia en el gráfico E.3, pueden distinguirse tres períodos en la evolución de las disposiciones relacionadas con las pymes. Antes de 1990 solo se habían negociado dos ACR con disposiciones relacionadas con las pymes. El Acuerdo Regional de

Cooperación Comercial y Económica en el Pacífico Sur (SPARTECA) fue el primer ACR en el que se incluyó una disposición con referencia explícita a las pymes. En él se especifica que, entre las medidas y los programas bilaterales de asistencia al desarrollo de Australia y Nueva Zelandia, pueden incluirse los que contribuyan a la inversión en industrias, incluidas las industrias de base agrícola, con especial atención a las de pequeño o mediano tamaño. El Acuerdo de Cartagena, por el que se establece la Comunidad Andina, es el segundo ACR con disposiciones relacionadas con las pymes, en las que se estipula, entre otras cosas, que en la aplicación de los programas y proyectos de integración industrial, la Comisión y la Secretaría General tendrán en cuenta la situación y los requerimientos de la pequeña y mediana industria.

El número de ACR con disposiciones relacionadas con las pymes ha aumentado ligeramente entre 1990 y 1999; no obstante, el número de disposiciones dedicadas específicamente a las pymes ha seguido siendo pequeño, con algunas excepciones como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y el Tratado del Mercado Común del África Oriental y Meridional (COMESA). A partir de 2000, el aumento del número de ACR con disposiciones relacionadas con las pymes se ha acelerado significativamente, debido

Gráfico E.2: Porcentaje de ACR con disposiciones en las que se hace referencia explícita a las pymes



Nota: El total anual de ACR con disposiciones relacionadas con las pymes es la suma de los ACR de ese tipo que entraron en vigor en el año indicado. Las cifras no son acumulativas.

Fuente: Cálculos realizados a partir de la base de datos sobre los ACR de la OMC.

a la mayor participación de los países en desarrollo en este tipo de acuerdos. En mayo de 2016, el 65% y el 31% de los ACR que contenían disposiciones relacionadas con las pymes eran, respectivamente, acuerdos negociados entre países desarrollados y países en desarrollo (88 ACR Norte-Sur) y entre países en desarrollo (42 ACR Sur-Sur). Solo 6 ACR negociados entre países desarrollados contienen disposiciones relacionadas con las pymes.

Además del número de ACR en los que se hace referencia explícita a las pymes, también ha aumentado significativamente, desde 2000, el número y el nivel de detalle de las disposiciones de este tipo de acuerdos relacionadas con las pequeñas y medianas empresas. El Acuerdo de Asociación Económica entre el Japón y Tailandia es actualmente el que contiene un mayor número de disposiciones relacionadas con las pymes. Esas disposiciones se encuentran en los capítulos del ACR dedicados a la propiedad intelectual y a la cooperación, así como en el capítulo relativo a la cooperación en materia de pymes, incluido en el acuerdo de aplicación conexo. En los ACR en los que el Japón es parte junto con Filipinas, Malasia, Singapur y Viet Nam también se incluye un número relativamente elevado de disposiciones sobre las pymes. De

manera similar, el Tratado de Libre Comercio entre Colombia, El Salvador, Guatemala y Honduras contiene disposiciones detalladas relativas a las pymes en los capítulos sobre comercio electrónico, cooperación y administración del tratado, así como en los anexos de los capítulos sobre contratación pública y cooperación. Más recientemente, en el Acuerdo de Asociación entre la UE y Centroamérica también se han incluido varias disposiciones sobre las pymes, en particular un artículo dedicado específicamente a la cooperación. Los ACR negociados por la UE con Sudáfrica y el Camerún también contienen varias disposiciones relacionadas con las pymes, principalmente en materia de cooperación. En los demás ACR que tienen diversas disposiciones relacionadas con las pymes participa principalmente China.

Como se muestra en el gráfico E.4, los ACR negociados por China, Colombia, El Salvador, Guatemala, Honduras, el Japón y Panamá tienen, en promedio, un mayor número de disposiciones relacionadas con las pymes. Sin embargo, la inclusión de disposiciones relacionadas con las pymes no deja de ser un proceso dinámico. Por ejemplo, los ACR suscritos por la Unión Europea antes de 2011 tendían a contener un número pequeño de disposiciones sobre las pymes, mientras

que en los acuerdos más recientes en los que la UE es parte hay, en promedio, un número relativamente mayor de disposiciones relacionadas con las pequeñas y medianas empresas. En último término, la decisión de incluir tales disposiciones en los ACR dependerá en gran medida de las partes que negocien el acuerdo, así como del contenido efectivo de las disposiciones.

(b) Tipología de las disposiciones relacionadas con las pymes

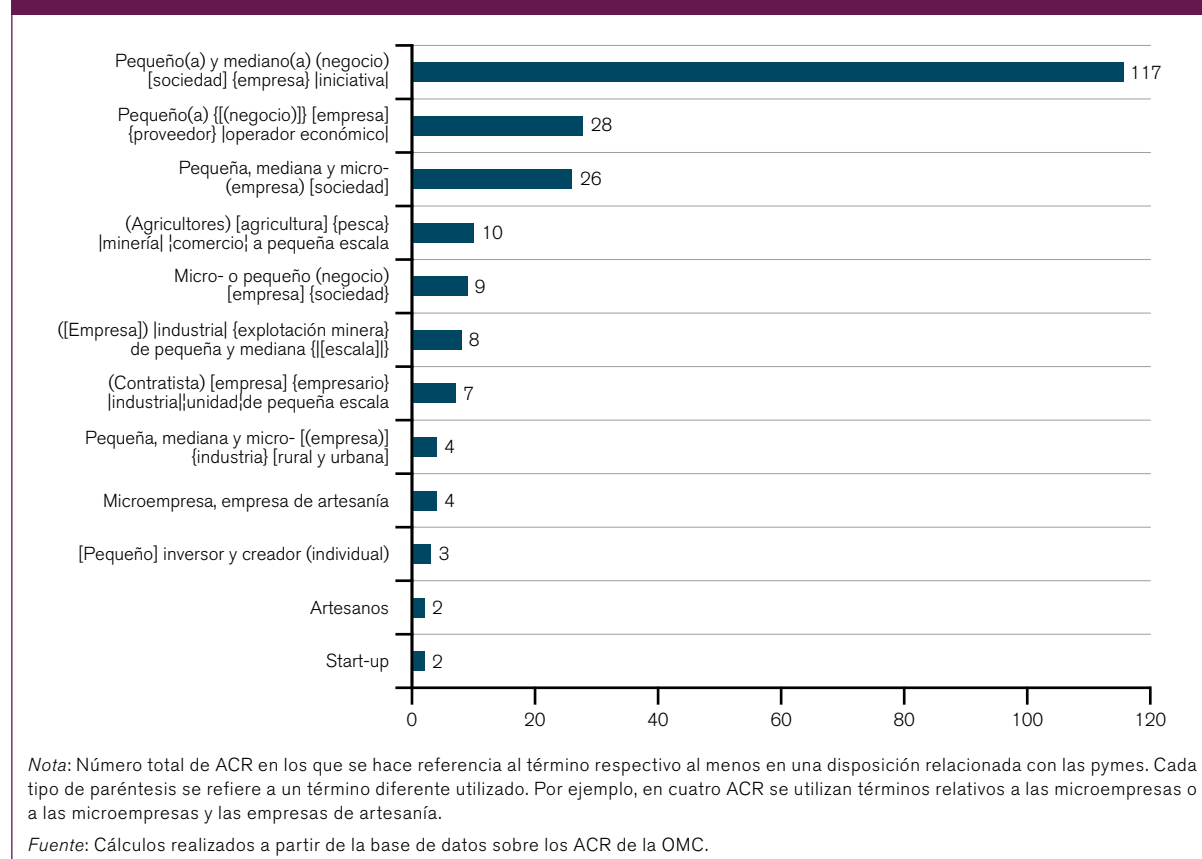
Como es sabido, no hay homogeneidad entre las disposiciones de los distintos ACR (OMC, 2011), y las disposiciones relacionadas con las pymes no son una excepción a este respecto. Aunque en los últimos años es cada vez mayor el número de ACR (38, en concreto) que contienen uno o varios artículos dedicados específicamente a las pymes, la estructura más común de las disposiciones relacionadas con las pymes consiste en una referencia en el texto de un artículo a una o varias cuestiones, entre las que figuran las pymes como caso particular. Por ejemplo, en un gran número de disposiciones sobre cooperación se incluye a las pymes como (posible) esfera de cooperación, entre otras. Los ACR en los que es parte el Japón junto con Malasia, Filipinas, Viet Nam, Singapur y Tailandia

son los únicos que contienen un capítulo específico sobre la cooperación en materia de pymes.

Las disposiciones relacionadas con las pymes difieren considerablemente, no solo en su estructura y su ubicación en el acuerdo, sino también en lo que concierne al texto, al ámbito de aplicación y a los compromisos jurídicos. Se han identificado más de 460 disposiciones diferentes relacionadas con las pymes. Este gran número de disposiciones relacionadas con las pymes se explica en parte por la terminología empleada para identificar a las pequeñas y medianas empresas. Se han acuñado más de 50 expresiones diferentes para designar a las pymes; por ejemplo, artesanos, *start-ups* (empresas incipientes), creadores individuales y microempresas.

Como se muestra en el gráfico E.5, el ámbito de aplicación de las disposiciones relacionadas con las pymes abarca empresas, negocios o sociedades de tamaño pequeño o mediano, aunque cada vez más disposiciones mencionan también explícitamente a las microempresas. En algunos casos, el término empleado deriva de la ubicación de la disposición en el ACR. Por ejemplo, el concepto de inversores y creadores a título individual o a pequeña escala solo figura en un artículo específico relativo a la propiedad intelectual del ACR

Gráfico E.5: Terminología relativa a las pymes empleada en los ACR



entre el Japón y Tailandia, en virtud del cual las partes se comprometen a estimular la creación y el desarrollo de la propiedad intelectual por los nacionales de ambas partes, en particular por los creadores e inventores individuales y las pymes. En ciertos casos, las disposiciones relacionadas con las pymes hacen referencia a un sector específico. Por ejemplo, en el acuerdo de aplicación del acuerdo de asociación económica entre el Japón y el Perú se señala como posible esfera de cooperación el desarrollo sostenible de la agricultura a pequeña escala y las áreas rurales.

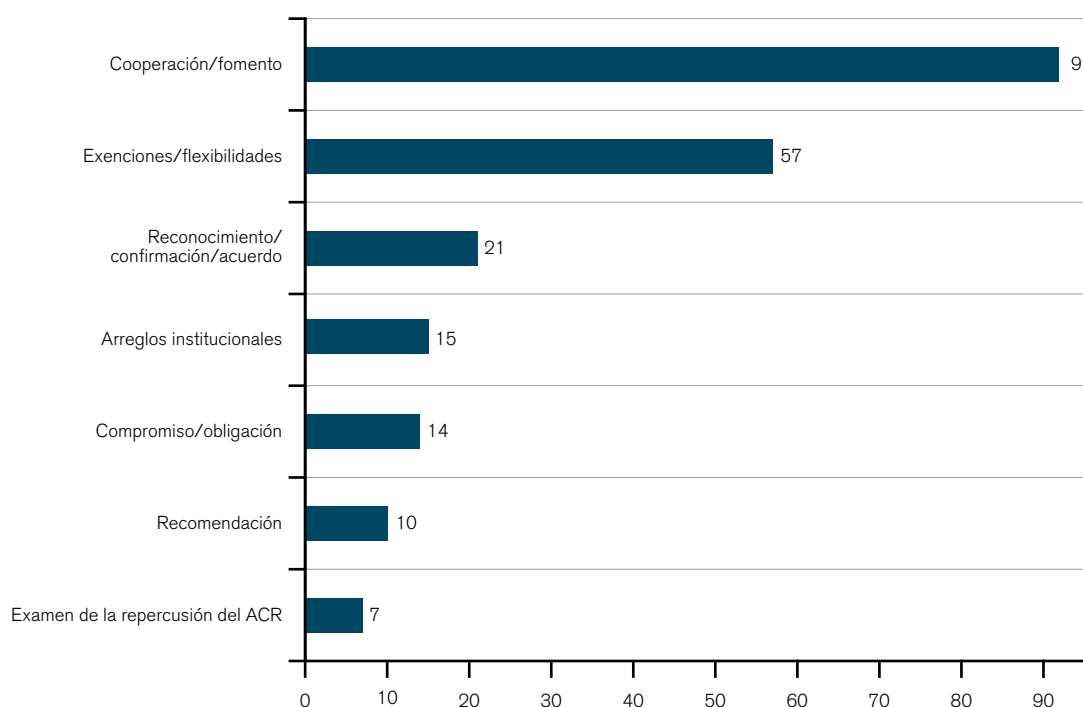
Pese a la gran heterogeneidad que caracteriza a la mayoría de las disposiciones relacionadas con las pymes, el análisis comparativo de los 136 ACR con disposiciones en las que se hace referencia explícita a las pymes ha permitido identificar ocho tipos principales de disposiciones. Como se pone de relieve en el gráfico E.6, en las disposiciones relacionadas con las pymes se prevé desde un reconocimiento de la importancia de las pymes hasta actividades de cooperación, compromisos de carácter más firme o exenciones. La disposición en materia de cooperación es el tipo de disposición relacionada con las pymes más común, ya que figura en 92 acuerdos. El segundo tipo más común de disposición relacionada con las pymes, presente en 57 ACR, abarca las disposiciones en las que se especifica que las pymes o los programas internos

destinados a apoyar a las pymes no están abarcados por el ACR o se consideran compatibles con las obligaciones que establece.

Los demás tipos de disposiciones relacionadas con las pymes figuran solo en algunos ACR. Varias disposiciones relacionadas con las pymes, establecidas en 14 ACR, se formulan en términos de obligatoriedad. Algunas de ellas, incluidas en los capítulos relativos a facilitación del comercio, transparencia y propiedad intelectual, exigen que las partes adopten medidas para garantizar que los operadores económicos, incluidas las pymes, no resulten afectados desfavorablemente. Las disposiciones relacionadas con las pymes incluidas en cuatro ACR que tienen por objeto establecer una unión aduanera tienden a ser las de mayor alcance en el apoyo a las pymes. Por ejemplo, en el acuerdo de la Comunidad Económica de los Estados de África Occidental (CEDEAO) se especifica que la comunidad económica se asegurará de que se adopten gradualmente medidas para la integración de los sectores privados, especialmente por medio de la creación de un entorno habilitador para promover las pymes.

Otras disposiciones relativas a las pymes están redactadas en términos de máximo empeño y, más que imponer obligaciones, alientan a las partes a adoptar

Gráfico E.6: Principales tipos de disposiciones relacionadas con las pymes de los ACR



Nota: Número total de ACR con al menos una disposición relacionada con las pymes perteneciente a la categoría respectiva.

Fuente: Cálculos realizados a partir de la base de datos sobre los ACR de la OMC.

medidas. En algunas disposiciones se reconoce, se confirma o se establece la importancia de las pymes. Un pequeño número de disposiciones tiene forma de recomendación.

Por último, en algunos ACR se establecen arreglos institucionales relacionados con las pymes -por ejemplo, un comité- para examinar y supervisar la aplicación de los compromisos contraídos en virtud del acuerdo, incluidas las actividades de cooperación. En ese contexto, en varios ACR se prevé la posibilidad de que el organismo institucional vigile la repercusión del ACR en las mipymes, incluidos los beneficios que se deriven del acuerdo.

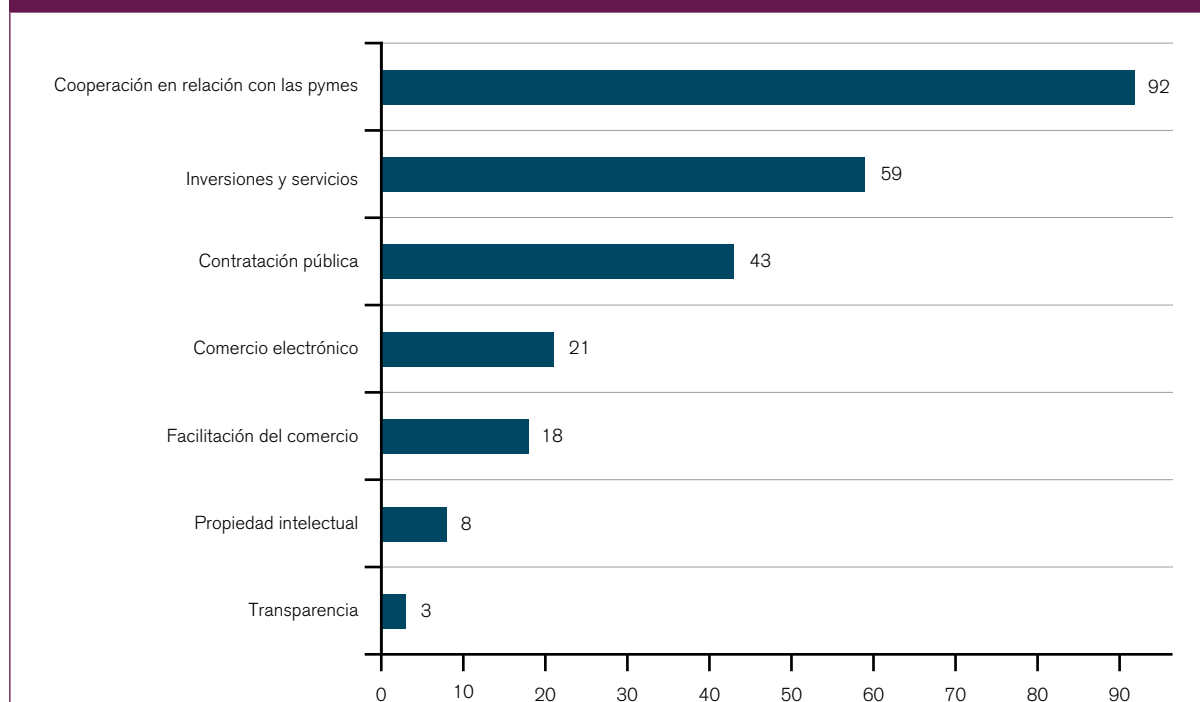
Los diferencias entre los tipos de disposiciones relativas a las pymes se pueden explicar en parte por la distinta ubicación de las disposiciones en los ACR, incluidos los negociados por un mismo país. Una ubicación distinta en el acuerdo normalmente implica también que se aborda una esfera diferente. Como se pone de relieve en el gráfico E.7, en las disposiciones relacionadas con las pymes se hace referencia principalmente a 1) la cooperación en materia de pymes y, en menor medida, a 2) los servicios y la inversión, 3) la contratación pública, 4) el comercio electrónico, 5) la facilitación del comercio, 6) la propiedad intelectual y 7) la transparencia.

(i) Cooperación en materia de pymes

Las disposiciones sobre cooperación (Ayuda para el Comercio) constituyen el conjunto de disposiciones relacionadas con las pymes más común, y también el más heterogéneo en todos los acuerdos. En 92 ACR se ha incluido al menos una disposición sobre cooperación en la que se hace referencia a las pymes. Esa heterogeneidad se deriva en parte del alcance de las disposiciones en materia de cooperación, tanto en lo que respecta a las cuestiones abordadas como al tipo de cooperación. En algunas disposiciones sobre cooperación en forma de Ayuda para el Comercio se abordan cuestiones generales, que no se circunscriben a las pymes. En otras disposiciones de este tipo se abordan cuestiones más específicas en las que se presta especial atención a las pymes.

De manera similar, en algunas disposiciones sobre cooperación se hace referencia a las pymes en general, mientras que un pequeño número de disposiciones son específicamente aplicables a las pymes que realizan actividades de exportación. Por ejemplo, en el Acuerdo de Asociación entre la UE y Centroamérica se especifica que la cooperación y asistencia técnica en materia de obstáculos técnicos al comercio puede incluir actividades destinadas a facilitar la comprensión y el cumplimiento de los requisitos de la UE, en particular por parte de las

Gráfico E.7: Principales esferas abarcadas por las disposiciones de los ACR relacionadas con las pymes



Nota: Número total de ACR que tienen al menos una disposición relacionada con las pymes perteneciente a la categoría respectiva.

Fuente: Cálculos realizados a partir de la base de datos sobre los ACR de la OMC.

pymes. En otras disposiciones únicamente se menciona a las pymes como esfera general de cooperación, sin entrar en más detalles. En cambio, otras disposiciones sobre cooperación en forma de ayuda para el comercio son más específicas y hacen referencia explícita a la materia o la forma de las actividades de cooperación relacionadas con las pymes.

El fomento y la facilitación de las inversiones, incluidos los proyectos conjuntos entre pymes de las partes, son algunos de los aspectos más frecuentemente abordados en las disposiciones sobre cooperación. Otras materias incluidas entre las actividades de cooperación son el desarrollo de oportunidades para las asociaciones, alianzas y agrupaciones comerciales, las redes de información, la innovación (incluida en algunos casos la transferencia de tecnología) y la competencia. En varios ACR también se prevé la cooperación en relación con el acceso a la financiación para las pymes y la expansión de los intermediarios financieros. En cuanto a la forma de cooperación, la actividad de cooperación más común es el intercambio de información entre las partes, incluido el intercambio de información entre las pymes. Otros tipos de cooperación en forma de ayuda para el comercio son la formación, el intercambio de experiencias, las visitas y el intercambio de profesionales, y la organización de conferencias, talleres y ferias comerciales.

El ACR entre la Unión Europea y Centroamérica contiene las disposiciones más detalladas sobre cooperación mediante ayuda para el comercio relacionadas con las pymes. El acuerdo prevé la cooperación y asistencia en la esfera de las pymes en el contexto del empleo y la protección social, los servicios, los obstáculos técnicos al comercio, los bienes artesanales y los productos orgánicos. Además, en un artículo específico sobre la cooperación en materia de microempresas y pymes se identifican varias acciones de cooperación, como la promoción de procesos de encadenamientos productivos, el intercambio de experiencias y mejores prácticas, el fomento de inversiones conjuntas, alianzas y redes empresariales, la identificación y reducción de los obstáculos para acceder a fuentes de financiación y la creación de nuevos mecanismos de financiación.

Otros ACR con disposiciones relacionadas con las pymes relativamente detalladas en las que se hace referencia a la cooperación en forma de ayuda para el comercio son el tratado entre Colombia y los países del Triángulo del Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras), así como varios acuerdos negociados por China con Chile, Costa Rica, Hong Kong (China), Macao (China) y el Perú. En los acuerdos de asociación económica suscritos por el Japón con Malasia, Singapur, Tailandia y Viet Nam se enumeran también diversas materias y formas de cooperación. En ellos se establece además

un comité conjunto, un subcomité o un grupo de trabajo sobre las pymes, encargados, entre otras cosas, de examinar y analizar asuntos relacionados con el capítulo sobre cooperación en la esfera de las pymes, intercambiar opiniones e información sobre el fomento de esa cooperación e identificar y recomendar maneras de colaborar más intensamente.

(ii) *Servicios e inversiones*

Cada vez son más los ACR que contienen disposiciones sobre los servicios. Aunque los compromisos en materia de servicios contraídos en los ACR suelen ser superiores a los establecidos en el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS), las disciplinas previstas en ellos son relativamente similares a las del AGCS. Un número limitado, pero creciente, de ACR ha ido más allá del AGCS en las disposiciones sobre reglamentación nacional y transparencia (OMC, 2011). En los sectores en que se han eliminado restricciones, los pequeños y medianos proveedores pueden beneficiarse de un mayor acceso a los mercados.

Además de estas disposiciones, algunos de los compromisos en materia de servicios contraídos por las partes en 30 ACR están sujetos a determinadas limitaciones o reservas relacionadas explícitamente con las pymes, que se recogen en los anexos a las listas de servicios de las partes. En muchos casos, esas reservas relacionadas con las pymes afectan exclusivamente a los servicios financieros. Por ejemplo, en el anexo relativo a los servicios del acuerdo comercial entre el Canadá y la República de Corea se explica que la medida que exige que las aseguradoras coreanas otorguen préstamos a las pymes no es incompatible con el artículo relativo al acceso a los mercados para las instituciones financieras. La pesca y la minería son otros sectores respecto de los que varios ACR establecen un pequeño número de reservas relacionadas con las pymes. Por ejemplo, en el Tratado de Libre Comercio Chile-Estados Unidos se especifica que el acceso a la pesca artesanal estará sujeto a la inscripción en un registro y que solo podrán registrarse las personas naturales chilenas, las personas naturales extranjeras con residencia permanente, o una persona jurídica constituida por las personas naturales antes mencionadas. De manera similar, en el ACR entre Marruecos y los Estados Unidos se especifica que la extracción de minerales de plomo, cinc y barita de las regiones de Tafilalet y Figuig está reservada a los mineros artesanales de esa región.

Además de reservas, en 33 ACR hay también disposiciones sobre cooperación centradas en la inversión para las pymes o en las pymes que prestan servicios. Como ya se ha explicado, el grado de detalle de las disposiciones sobre cooperación varía

considerablemente de un acuerdo a otro. Por ejemplo, en el ACR entre la AELC y Egipto se especifica que la cooperación puede incluir el desarrollo de mecanismos para realizar inversiones conjuntas, en particular con pymes. En el acuerdo de asociación económica entre los Estados del CARIFORUM y la Unión Europea se estipula que las partes acuerdan cooperar y facilitar apoyo para el desarrollo de estrategias de comercialización a través de Internet para las pymes del sector de los servicios turísticos.

(iii) Contratación pública

Son cada vez más los ACR que establecen disposiciones sobre contratación pública, y muchos gobiernos han identificado el acceso de las pequeñas y medianas empresas (pymes) a los mercados de contratación pública y su participación en estos como un elemento crucial para fomentar el desarrollo sostenible y la prosperidad mundial. Por lo general, cuando los ACR contienen capítulos en los que se trata con detalle la contratación pública, las normas de procedimiento y las disciplinas del ACR se ajustan a grandes rasgos a las establecidas en el Acuerdo sobre Contratación Pública (ACP) de la OMC. En consecuencia, en la esfera de la contratación pública, los ACR no contribuyen de manera significativa a “enmarañar” la normativa y propician la difusión de las reformas en materia de contratación, así como de normas comunes (Anderson *et al.*, 2015).

En las disposiciones relacionadas con las pymes en que se aborda específicamente la contratación pública, recogidas en 43 ACR, se prevé, por ejemplo, el reconocimiento de la importancia de la participación de las pymes en la contratación pública, la exención de los programas de apoyo a las pymes de las obligaciones establecidas en el ACR o la cooperación en el establecimiento de un comité específico sobre pequeñas empresas. En varias disposiciones sobre contratación pública relacionadas con las pymes se reconoce la importancia de la participación de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas en la contratación pública. En una disposición conexa se reconoce además la importancia de las alianzas empresariales entre proveedores, en particular las alianzas de pymes, incluida la participación conjunta en licitaciones.

Varios ACR contienen disposiciones sobre cooperación destinadas a facilitar el acceso de las mipymes al mercado de contratación pública. Por ejemplo, en el Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Corea y el Perú se especifica que las partes harán sus mejores esfuerzos en trabajar de manera conjunta con la finalidad de intercambiar información y facilitar el acceso de las pymes a los procedimientos, métodos y requisitos contractuales de la contratación pública, enfocándose en sus necesidades especiales. En un

pequeño número de ACR, en concreto en dos de ellos, se establece también, en el capítulo sobre contratación pública, un organismo institucional dedicado a las pymes, con el objetivo de facilitar las actividades relacionadas con el fomento de la participación de las pymes en las oportunidades de contratación pública. En el TLCAN y en el ACR entre Colombia y México se establecen sendos comités de pymes encargados, entre otras cosas, de facilitar la identificación de pymes interesadas en convertirse en socios comerciales de pymes de la otra parte, así como de desarrollar bases de datos sobre pymes en el territorio de cada parte para ser utilizadas por entidades de la otra parte que deseen realizar compras a pymes. En lugar de establecer un organismo institucional específico dedicado a las pymes, en otros seis ACR se establece un comité específico de contratación pública para abordar cualquier asunto relativo a la aplicación del capítulo sobre contratación pública, incluidas las pymes.

Además, en los anexos de los capítulos sobre contratación pública de 38 ACR se incluyen disposiciones que explican que esos capítulos no se aplican a los programas de contratación establecidos en beneficio de las pymes. Por ejemplo, en el anexo que contiene las listas relativas a la contratación pública del Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y el Perú se explica que el capítulo sobre contratación pública no se aplica a los programas de contratación de apoyo a las mipymes. De manera similar, en la mayoría de los ACR negociados por los Estados Unidos y el Canadá se incluye al menos una disposición en la que se especifica que el capítulo sobre contratación pública no se aplica a las excepciones previstas en favor de las pequeñas empresas y las empresas cuyo titular pertenezca a un grupo minoritario. Esas excepciones pueden consistir en cualquier tipo de preferencia para beneficiar a las pymes, como el derecho exclusivo de suministrar un producto o servicio específico, o una preferencia en materia de precio.

En varios ACR en los que Colombia es parte se contemplan, en una disposición similar, medidas conducentes a facilitar la transferencia de tecnología y la subcontratación. Otras disposiciones son más específicas, como el artículo sobre las pymes del capítulo relativo a la contratación pública del ACR entre el Consejo de Cooperación de los Estados Árabes del Golfo (CCG) y Singapur, en el que se estipula que la partes se reservan el derecho de aplicar una preferencia de precio del 10% para las pymes en sus respectivos países.

(iv) Comercio electrónico

En los 15 últimos años se han incorporado en los ACR cada vez más disposiciones sobre comercio electrónico,

especialmente en capítulos dedicados específicamente a ese tema. El tipo de cuestiones y compromisos abarcados por los ACR varía sustancialmente de un acuerdo a otro. Una moratoria respecto de los derechos aduaneros aplicados a las transmisiones electrónicas entre las partes, compromisos en materia de transparencia y actividades de cooperación son algunas de las disposiciones relativas al comercio electrónico más comunes. En un número pequeño pero creciente de ACR también se abordan cuestiones de reglamentación nacional específicas, como los obstáculos reglamentarios, la autenticación electrónica, la protección del consumidor en línea, la protección de la información personal en línea y los mensajes comerciales electrónicos no solicitados (Herman, 2010). Las disposiciones que fomentan y facilitan el desarrollo del comercio electrónico pueden ayudar a las pymes a llegar a nuevos clientes. Además de estas disposiciones, que se aplican a empresas de cualquier tamaño, en un número pequeño pero creciente de ACR se incorporan también, en el capítulo relativo al comercio electrónico, diferentes disposiciones en las que se hace referencia explícita a las pymes.

En 21 ACR se establecen disposiciones sobre comercio electrónico relacionadas con las pymes, en las que se hace referencia a la facilitación del uso del comercio electrónico por las pymes o a la superación de los obstáculos que encuentran las pymes en el uso del comercio electrónico. Muchas de esas disposiciones son específicas de uno o dos acuerdos comerciales. El tipo más común de disposición sobre comercio electrónico relacionada con las pymes es el que especifica que las partes reconocen la importancia de facilitar el uso del comercio electrónico por las mipymes. En los demás tipos de disposiciones sobre comercio electrónico relacionadas con las pymes se hace referencia a la cooperación entre las partes.

Por ejemplo, las partes en el Acuerdo de Libre Comercio entre Singapur y el Taipei Chino reconocen la importancia de trabajar conjuntamente para superar los obstáculos que encuentran las pymes. En una disposición relativamente similar, contenida en los ACR en los que el Canadá es parte junto con la República de Corea y el Perú, se reafirma la importancia de trabajar conjuntamente para facilitar el uso del comercio electrónico por las mipymes. La disposición que contiene el Tratado de Libre Comercio entre el Canadá y Panamá es ligeramente más detallada, y en ella se declara que las partes reconocen la importancia de intercambiar información y experiencias sobre leyes, regulaciones y programas para facilitar el uso del comercio electrónico por las mipymes.

En otras disposiciones relacionadas con las pymes relativas al comercio electrónico se emplean términos

más vinculantes. Por ejemplo, en el ALC entre la República de Corea y el Perú se recoge el compromiso de las partes de trabajar en conjunto para facilitar el uso del comercio electrónico por las pymes. De manera similar, en los acuerdos de libre comercio en los que el Japón es parte con Australia y Suiza se estipula que las partes deberán cooperar para superar los obstáculos que encuentran las pymes al utilizar el comercio electrónico.

El Acuerdo Comercial entre la Unión Europea, Colombia y el Perú es el único acuerdo en el que se prevé explícitamente la posibilidad de que el Comité de Comercio del Acuerdo establezca, en la medida en que sea necesario y esté justificado, un grupo de trabajo con el fin de realizar, entre otras, la tarea de recomendar mecanismos para ayudar a las mipymes a superar los obstáculos a los que se enfrentan en el uso del comercio electrónico.

(v) *Facilitación del comercio*

El número de ACR con disposiciones sobre facilitación del comercio ha aumentado muy rápidamente desde la década de 1990, y en el último decenio se ha ampliado también el alcance de las medidas de facilitación del comercio. Como en otras esferas abarcadas por los ACR, hay importantes disparidades entre acuerdos en lo que respecta al texto, al alcance y al nivel de compromiso de las disposiciones sobre facilitación del comercio (OMC, 2015). Pese a la heterogeneidad que caracteriza a la mayoría de las disposiciones sobre facilitación del comercio, las pymes pueden beneficiarse de la reducción del costo y de los retrasos del transporte derivada de la aplicación de las disposiciones de los ACR relativas a las pymes, que facilitan y agilizan la exportación, como se expone en la sección D.2. La reducción de los costos de transporte también puede hacer que las pymes sean más competitivas en los mercados internacionales.

Además de estas disposiciones sobre facilitación del comercio que se aplican indistintamente a las pymes y a las grandes empresas, en 18 ACR se han incluido, principalmente en el capítulo sobre facilitación del comercio, varias disposiciones diferentes sobre esa materia relacionadas con las pymes. El tipo más común de disposición sobre facilitación del comercio relacionada con las pymes, presente en 10 ACR, consiste en recomendar que se tengan en cuenta los intereses de las pymes. Por ejemplo, en ocho acuerdos negociados por los Estados de la AELC, incluidos los suscritos con el Canadá, Hong Kong (China), Serbia y Ucrania, se estipula que las partes deberán consultar a sus respectivas comunidades empresariales en relación con sus necesidades en materia de elaboración y aplicación de medidas de facilitación del comercio, y

se señala que debe prestarse especial atención a los intereses de las pymes. En un contexto más amplio, la disposición establecida en el acuerdo provisional entre el Camerún y la Unión Europea estipula que los procedimientos aduaneros deben ser transparentes y eficientes y simplificarse para reducir los costos y aumentar la previsibilidad para los operadores económicos, incluidas las pymes.

En otras disposiciones sobre facilitación del comercio relacionadas con las pymes se emplean términos más vinculantes. En los acuerdos de asociación en los que la Unión Europea es parte junto con la República de Moldova y Ucrania se especifica que las partes convienen en que sus leyes, disposiciones y procedimientos comerciales y aduaneros deberán tener por objetivo, entre otras cosas, reducir los costos y aumentar la previsibilidad para los operadores económicos, incluidas las pymes. Las disposiciones sobre facilitación del comercio incluidas en los ACR negociados por la Unión Europea con Colombia y el Perú, Côte d'Ivoire, y la República de Moldova son más específicas y en ellas se estipula que los procedimientos que garanticen el derecho de apelar resoluciones y decisiones administrativas en materia aduanera que afecten a las importaciones, exportaciones o mercancías en tránsito serán de fácil acceso, inclusive para las pymes.

En los demás tipos de disposiciones sobre facilitación del comercio relacionadas con las pymes se hace referencia a la cooperación. En el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y los países del Triángulo del Norte, las partes acuerdan desarrollar el intercambio de información y programas de pasantías para funcionarios y técnicos en materia de facilitación del comercio en el marco de las actividades de cooperación relacionadas con las pymes. En un contexto diferente, los Estados miembros de la Zona de Libre Comercio de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) se comprometen a elaborar y aplicar un amplio programa de trabajo de la ASEAN sobre facilitación del comercio. En ese programa se exponen todas las acciones y medidas concretas -con objetivos y plazos de aplicación claros- necesarias para crear un entorno uniforme, transparente y previsible para las transacciones de comercio internacional, que aumente las oportunidades comerciales y ayude a las empresas, incluidas las pymes, a ahorrar tiempo y reducir costos.

(vi) *Propiedad intelectual*

El número de ACR que contienen disposiciones sobre propiedad intelectual ha aumentado con mayor rapidez desde la creación de la OMC y la entrada en vigor del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio

(Acuerdo sobre los ADPIC). Como en el caso de otros tipos de disposiciones, el número y el tipo de las relativas a la propiedad intelectual varía ampliamente de un acuerdo a otro. Aunque en la mayoría de los ACR hay disposiciones relativas a la propiedad intelectual de carácter general, un número pequeño pero creciente de acuerdos contiene disposiciones en las que se hace referencia explícita a ámbitos específicos de la legislación sobre propiedad intelectual, como las marcas de fábrica o de comercio, el derecho de autor, las patentes y las indicaciones geográficas (Valdès y McCann, 2014).

Como en otras esferas, el primer tipo de disposiciones relacionadas con las pymes, y el más común, guarda relación con la cooperación destinada a estimular la innovación y la propiedad intelectual. Por ejemplo, en el ACR entre la República de Corea y el Perú se estipula que las partes acuerdan intercambiar opiniones e información sobre el marco legal concerniente a la protección y la observancia de derechos de propiedad intelectual conforme a sus respectivas leyes, reglamentos y políticas para estimular la creación y desarrollo de la propiedad intelectual por personas de cada parte, en particular las pymes. Otras disposiciones conexas están redactadas en términos ligeramente más vinculantes. En el Acuerdo de Asociación Económica entre la Unión Europea y el CARIFORUM se indica que los centros de investigación, las instituciones de educación superior y otros interesados, incluidas las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, que estén situados en las partes, participarán, según proceda, en la cooperación científica y tecnológica.

El acuerdo de asociación económica entre el Japón y Tailandia es el único ACR notificado a la OMC que contiene, en el capítulo sobre propiedad intelectual, un artículo dedicado específicamente a las pymes. En ese artículo, relativo a la asistencia para las pymes en la obtención de derechos de propiedad intelectual se estipula que cada parte, de conformidad con su leyes y reglamentos, adoptará las medidas apropiadas para prestar asistencia a las pymes en la obtención de derechos de propiedad intelectual, lo que puede incluir una reducción de las tasas oficiales.

Además, el acuerdo establece un subcomité de propiedad intelectual, encargado, entre otras cosas, de examinar las cuestiones que se planteen en ese ámbito con miras a mejorar la protección de la propiedad intelectual y la observancia de los derechos pertinentes y promover una administración eficiente y transparente del sistema de derechos de propiedad intelectual, por ejemplo con miras a la utilización y comercialización de los derechos de propiedad intelectual por las pymes.

(vii) Transparencia

En los últimos años ha aumentado el número de ACR que contienen un capítulo dedicado a la transparencia, con disposiciones destinadas a fomentar esa transparencia y el respeto de las garantías legales en la formulación de las políticas. Esos capítulos sobre transparencia suelen complementarse con compromisos más específicos en materia de transparencia incluidos en otros capítulos, por ejemplo en relación con los obstáculos técnicos al comercio (OTC) (Molina y Khoroshavina, 2015).

Los ACR en los que la Unión Europea es parte junto con la República de Corea, Georgia y Ucrania son los únicos acuerdos notificados a la OMC que contienen en el capítulo sobre transparencia una disposición relacionada específicamente con las pymes. Aunque el texto de esa disposición, incluida en el artículo relativo al objetivo del capítulo sobre la transparencia, varía de uno a otro de los tres acuerdos, en él se estipula que las partes proporcionarán un entorno reglamentario eficiente y previsible para los operadores económicos que realicen actividades comerciales en sus territorios, en especial los operadores pequeños, incluidas las pymes.

(c) Próximas disposiciones relacionadas con las pymes

A veces se considera que los ACR son un laboratorio que permite a los países idear nuevas disposiciones y abordar nuevas cuestiones y retos. En efecto, en grandes acuerdos regionales recientes que aún no han entrado en vigor o no se han notificado a la OMC se han incluido varios tipos nuevos de disposiciones relacionadas con las pymes.

(i) El Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP)

Como se ha expuesto en la sección D, el acceso a la información sigue siendo un reto para muchas pymes. Eso puede explicar por qué el Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP), negociado por 12 países de la región del Pacífico y pendiente de entrar en vigor,⁶ contiene, en un capítulo dedicado a las pymes, varios tipos nuevos de disposiciones sobre transparencia relacionadas con esas empresas.

En particular, cada una de las partes se compromete a establecer o mantener un sitio Web de acceso público que contenga información relativa al TPP, incluidos un resumen del acuerdo y una explicación de las principales disposiciones de especial relevancia para las pymes. Además, el sitio Web puede ofrecer cualquier información adicional que pueda ser útil para cualquier persona interesada en el comercio, la inversión o los negocios en su territorio, por ejemplo las reglamentaciones y

procedimientos aduaneros; las reglamentaciones y procedimientos relacionados con los derechos de propiedad intelectual; las reglamentaciones técnicas, normas y medidas sanitarias y fitosanitarias relacionadas con la importación y la exportación; las reglamentaciones sobre inversión extranjera; los procedimientos para el registro de negocios; las reglamentaciones laborales; y la información fiscal. Asimismo, se establece un comité de pymes encargado, entre otras cosas, de discutir e intercambiar las experiencias y mejores prácticas en apoyo y asistencia a las pymes exportadoras y facilitar el desarrollo de programas para ayudar a las pymes a participar e integrarse eficazmente en las cadenas de suministro mundiales.

El texto del capítulo del TPP relativo a la contratación pública también contiene un artículo específico destinado a facilitar la participación de las pymes en la contratación pública, en el que hay muchas disposiciones nuevas.⁷ Con arreglo al TPP, si una parte mantiene una medida que otorgue trato preferencial a las pymes, se asegurará de que la medida, incluidos los criterios de selección, sea transparente. En el acuerdo se insta además a las partes a proporcionar, en un portal electrónico único, información completa relacionada con las compras del sector público; hacer que las bases de licitación estén disponibles libres de todo cargo; llevar a cabo la compra por medios electrónicos; y considerar el tamaño, el diseño y la estructura de la compra para facilitar la participación de las pymes.

(ii) Protocolo Adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico

El Protocolo Adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico concertado entre Chile, Colombia, México y el Perú, que entró en vigor el 1º de mayo de 2016, incorpora también, en su capítulo sobre contratación pública, un artículo específico sobre la facilitación de la participación de las mipymes. Muchas de las disposiciones de ese artículo específico son relativamente similares a las que se encuentran en el TPP. Por ejemplo, la parte que mantenga medidas que ofrezcan un trato preferencial para sus microempresas y pymes se compromete a asegurarse de que tales medidas, incluidos los criterios de elegibilidad, sean objetivas y transparentes. Otra disposición relacionada con las pymes novedosa, y sin paralelo, estipula que cada parte hará esfuerzos para reducir las medidas que otorguen un trato preferencial a sus mipymes respecto de las otras partes.

(iii) Acuerdo Económico y Comercial Global entre el Canadá y la Unión Europea

El Acuerdo Económico y Comercial Global entre el Canadá y la Unión Europea también contiene nuevos

tipos de disposiciones relacionadas con las pymes sobre solución de diferencias en materia de inversiones entre los inversores y los Estados cuando el inversor sea una pyme, por ejemplo la posibilidad de celebrar consultas por videoconferencia u otros medios y la posibilidad de que entienda en la reclamación un solo miembro del tribunal. El comité conjunto establecido en virtud del Acuerdo también examinará normas complementarias destinadas a reducir los costos para los reclamantes que sean personas físicas o pymes.

(d) Conclusiones

En un número cada vez mayor de ACR se han incorporado disposiciones en las que se hace referencia explícita a las pymes. Paralelamente, en los últimos años ha tendido a aumentar el número de disposiciones detalladas relacionadas con las pymes incluidas en los ACR. En la mayoría de los casos, las disposiciones en que se hace referencia explícita a las pymes no se ajustan a un patrón específico.

En consecuencia, las disposiciones son muy heterogéneas en lo que respecta a su estructura, ubicación, texto y alcance. Las dos categorías más comunes son, por orden de frecuencia, las siguientes: 1) disposiciones sobre cooperación en materia de pymes en general o en un contexto específico, por ejemplo el comercio electrónico y la contratación pública; y 2) exenciones para las pymes o los programas de apoyo a las pymes respecto de obligaciones relativas, por ejemplo, a los servicios, la inversión y la contratación pública. Los demás tipos de disposiciones relacionadas con las pymes se encuentran en un pequeño número de ACR y abarcan cuestiones específicas, como la contratación pública, el comercio electrónico, la facilitación del comercio, la propiedad intelectual y la transparencia.

Un examen de los grandes acuerdos regionales recientes, como el Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP) y el Acuerdo Económico y Comercial Global entre el Canadá y la Unión Europea, que aún no han sido notificados a la OMC, confirma el carácter dinámico de las disposiciones relacionadas con las pymes, ya que aparecen nuevos tipos de disposiciones sobre contratación pública, transparencia y solución de diferencias en materia de inversiones entre inversores y Estados. En este contexto dinámico, es probable que las disposiciones relacionadas con las pymes establecidas en los ACR sigan evolucionando y sean cada vez más pragmáticas.

3. Las pymes en otras organizaciones internacionales

Varias organizaciones internacionales se ocupan de las pymes. En esta subsección se examinan sus actividades

y se explica cómo complementan el papel de la OMC. Nos centraremos en las siguientes organizaciones: el Centro de Comercio Internacional (ITC); el Banco Mundial; las comisiones regionales y los bancos regionales de desarrollo de las Naciones Unidas; la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD); la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE); la Cámara de Comercio Internacional (CCI); la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT); el Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD); el Foro Mundial de las Pymes (WSF); y el Foro de Cooperación Económica de Asia y el Pacífico (APEC). Las actividades relacionadas con las pymes de estas organizaciones internacionales se agrupan en dos grandes ámbitos de investigación o actuación: integración de las pymes en el comercio internacional, en particular en las cadenas de valor mundiales; e iniciativas de apoyo a las pymes de carácter más general.

(a) Integración de las pymes en el comercio internacional

Se ha trabajado y colaborado mucho en el plano internacional para ayudar a las pymes a integrarse en la economía mundial, en particular mediante la participación en las cadenas de valor mundiales. El Centro de Comercio Internacional (ITC), establecido en 1964, es la agencia conjunta de la OMC y las Naciones Unidas y está "plenamente consagrado a apoyar la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas".⁸ Por lo tanto, todas las actividades del ITC se orientan a la integración de las pymes en la economía mundial. Además, esas actividades son el complemento natural de las normas multilaterales administradas por la OMC, que se examinan en la subsección E.3 y cuyo efecto es reducir tanto los costos fijos como los costos variables del comercio, reducir las asimetrías de información entre las pequeñas y las grandes empresas y mitigar algunas de las principales limitaciones que afectan a los pequeños y medianos comerciantes.

En 2015, el ITC presentó una nueva publicación anual de referencia sobre la competitividad de las pymes (ITC, 2015b). La labor actual, abarcada por el informe de 2016, se centra en las normas y reglamentaciones y en la manera en que pueden ponerse al servicio de la competitividad de las pymes. El programa de comercio y medio ambiente del ITC también ayuda a las pymes a participar en los mercados de productos ecológicos y cumplir las normas relacionadas con el medio ambiente.⁹

Como se declara en ITC (2015a), en el futuro esta organización seguirá apoyando a las pymes para que prosperen en el comercio internacional y se beneficien de las oportunidades que brindan el

comercio electrónico, las cadenas de valor mundiales y los mercados emergentes. El ITC también adoptará iniciativas encaminadas a eliminar los obstáculos al comercio y ayudar a las pymes a superar los riesgos propios del comercio internacional. Un nuevo programa que une a África y la India es el ejemplo de los programas con los que el ITC quiere ampliar las oportunidades de las pymes en el comercio Sur-Sur. El ITC también opera en la esfera del comercio electrónico. Una reciente publicación del Centro (ITC, 2016) trata de iniciar un debate entre los sectores público y privado para abordar las trabas al comercio electrónico, especialmente para las pequeñas empresas de países en desarrollo. En el recuadro E.2 se detallan otras iniciativas relacionadas con el comercio electrónico dirigidas a las pymes.

En el marco de la Presidencia turca del G-20, la OCDE y el Banco Mundial (2015) han elaborado un informe

sobre la inclusión de las pymes y de los países en desarrollo de ingresos bajos en las cadenas de valor mundiales. Ese informe pone de manifiesto dos hechos fundamentales: i) la participación en las cadenas de valor mundiales es heterogénea y desigual, tanto entre países como dentro de cada país; y ii) la participación de las pymes en las cadenas de valor mundiales está teniendo lugar principalmente por medio de una contribución indirecta a las exportaciones, y no mediante exportaciones directas. También se señala que las medidas de política propiciadas por el liderazgo del G-20 pueden ayudar a lograr unas cadenas de valor mundiales más incluyentes, por medio de i) un enfoque holístico de las reformas, que abarque las políticas de comercio e inversión y las políticas internas, tanto en los países del G20 como en los países que sean sus interlocutores comerciales; y ii) la inversión en la ampliación de la base estadística y el análisis de las

Recuadro E.2: Soluciones de comercio electrónico del ITC para las pymes

El ITC, junto con asociados de los sectores privado y público, ofrece cursos de formación y servicios de asesoramiento para ayudar a las pymes de los países en desarrollo a superar los obstáculos al comercio electrónico (véase en la subsección D.4 una reseña de esos obstáculos). El enfoque es modular, con el objetivo de resolver dificultades específicas. Los módulos pueden utilizarse por separado o en combinación y son los siguientes:

- eMall: Tienda en línea que permite compartir los costos de las soluciones de pago, logística y comercialización.
- ePayment: Módulos de pago listos para su integración en sitios y mercados de comercio electrónico; cumplimiento de la reglamentación en materia de cambio de divisas.
- eLogistics: Acceso a servicios económicos de logística de salida, almacenamiento y gestión de la entrega de los productos en los mercados destinatarios, y gestión de las devoluciones.
- eTrade: Servicios de representación que garantizan la conformidad con las prescripciones jurídicas y fiscales de mercados como los Estados Unidos, el Japón y la Unión Europea.
- eTrust: Certificados SSL y de firma digital cualificados y reconocidos internacionalmente, destinados a las pymes;
- eCRM. Soluciones basadas en la nube y apoyo para realizar ventas y prestar servicio al cliente con arreglo a los niveles de calidad esperados por los clientes internacionales.

Entre los ejemplos recientes cabe citar el apoyo a la plataforma "Made in Morocco", grupo de interés económico constituido por más de 300 pymes, y a los servicios de tecnología de la información de Kenya y Uganda. Las empresas de "Made in Morocco" se benefician de un mercado en línea (www.made-in-morocco.ma) y de soluciones de pago y logística y comercialización compartidas.

En el caso de los servicios del sector de la tecnología de la información de Kenya y Uganda, el ITC ha elaborado una plataforma en línea compartida (eMall). El objetivo es capacitar a las empresas de ese sector para competir más eficazmente en el mercado internacional de servicios de mayor valor añadido, por los siguientes medios: i) unificando los recursos de los diversos pequeños vendedores; ii) elaborando enfoques de comercialización comunes; iii) introduciendo una plataforma para el control de la calidad; iv) fomentando la interacción directa con los clientes potenciales; v) reforzando la confianza de los mercados destinatarios; y vi) haciendo posible la recepción de pagos internacionales.

cadenas de valor mundiales y en la difusión de los conocimientos sobre las mejores prácticas en materia de políticas y programas de capacitación.

La serie de informes anuales presentados por el programa *Doing Business* del Banco Mundial también es de interés a este respecto. Se ha examinado la reglamentación que afecta en particular a las pymes (Banco Mundial, 2013). En el último informe *Doing Business* (Banco Mundial, 2015) se otorgó mucha importancia al comercio transfronterizo, incluidas categorías nuevas como el comercio por tierra entre países vecinos, así como, en particular, a los acuerdos comerciales regionales. El Banco Mundial también tiene varios proyectos para países específicos, como el de fomento del comercio e infraestructura de calidad de Armenia, el tercer proyecto de desarrollo de las exportaciones en Túnez, y el segundo proyecto de fomento del comercio de la República Democrática Popular Lao. Entre otros objetivos, los programas pretenden beneficiar a las pymes mejorando la infraestructura del comercio y aumentando la competitividad de las pequeñas y medianas empresas.

Las comisiones regionales de las Naciones Unidas tienen programas e iniciativas destinados a fomentar la internacionalización de las pymes. Por ejemplo, en septiembre de 2014, la Comisión Económica y Social para Asia y el Pacífico (CESPAP) de las Naciones Unidas convocó una reunión del Comité Asesor sobre la facilitación del comercio para las pymes en el marco de un proyecto más amplio encaminado a elaborar una guía para facilitar el comercio "sin papel" para las pymes y crear capacidad en los gobiernos nacionales para establecer sistemas que permitan prescindir del uso del papel en el comercio transfronterizo y facilitar el transporte.

También es digna de mención la actividad de los bancos de desarrollo regionales. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) presta apoyo operacional y financiero a las empresas, en particular mediante programas de fomento de las exportaciones, captación de inversiones, facilitación del comercio e integración transfronteriza, ayuda en la negociación y aplicación de acuerdos comerciales y gestión del comercio exterior (BID, 2014a). El BID también ha realizado investigaciones que llevan a concluir que la internacionalización requiere también un nuevo conjunto de políticas comerciales, así como cambios en las prácticas operativas de las pymes (BID, 2014b). Hay varios proyectos para países específicos destinados a ayudar a las microempresas y las pymes.¹⁰ El Banco Africano de Desarrollo (BAfD) trata de facilitar el acceso a los mercados para los pequeños agricultores y las mipymes (BAfD, 2013). El Banco Asiático de Desarrollo (BAsD) mantiene proyectos e iniciativas para ayudar a las pymes de los

países asiáticos, incluidos diferentes estudios sobre la importancia de las pymes y las dificultades que entraña la integración de las pymes en las cadenas de valor mundiales, así como sobre las políticas encaminadas a lograrla (BAsD, 2015). Otras iniciativas son los seminarios sobre la internacionalización de las pymes organizados conjuntamente con otros bancos regionales,¹¹ y proyectos específicos, como el establecimiento de una plataforma en línea para compartir información regional sobre las exportaciones de las pymes.¹²

La UNCTAD tiene en marcha varias iniciativas para apoyar la competitividad comercial de las pymes. En el octavo período de sesiones de la Comisión de la Empresa, la Facilitación de la Actividad Empresarial y el Desarrollo, dedicado al tema "Opciones de política para fortalecer la competitividad de las PYMES", la Comisión decidió continuar su labor en el ámbito de la competitividad de las exportaciones, en particular mediante posibles vinculaciones con cadenas de suministro internacionales (UNCTAD, 2004). Se ha realizado una investigación conjunta con la OCDE en relación con los obstáculos que encuentran las pymes al incorporarse a las cadenas de valor mundiales, entre los que se incluyen los siguientes: i) la necesidad de mejorar la capacidad en materia de tecnología e innovación; ii) la insuficiencia de financiación y capital humano para ese proceso; iii) la falta de capacidades para cumplir las normas y requisitos de certificación; iv) la necesidad de mejorar la gestión de los activos intelectuales, incluida la protección de los derechos de propiedad intelectual, cuando proceda; v) la difícil posición negociadora de las pymes frente a los grandes contratistas; y vi) la necesidad de diversificación para reducir la dependencia de uno o pocos clientes (UNCTAD, 2007). La UNCTAD ha formulado directrices para las pymes de los países en desarrollo y países menos adelantados interesadas en vender servicios de procesos empresariales (extraterritoriales) a organizaciones del mundo desarrollado (UNCTAD, 2005).

Otras iniciativas más recientes son el Marco de Políticas de Fomento de la Iniciativa Empresarial de la UNCTAD y las orientaciones para su aplicación, y el Programa de Vinculación Comercial, aplicado en colaboración con la red EMPRETEC de la UNCTAD para fomentar el espíritu emprendedor y la modernización de las pymes (UNCTAD, 2013). Ambas iniciativas tienen por objeto contribuir a la elaboración de políticas y a la mejora del entorno empresarial para ayudar a las pymes a aumentar su competitividad. Otra importante contribución de la UNCTAD se ha centrado en las oportunidades de comercio electrónico para las pymes. Un informe reciente (UNCTAD, 2015) muestra que, aunque tengan dificultades para usar esos servicios,

las pequeñas empresas disponen de diversas opciones. Además, en el informe se indican opciones para lograr mejoras en la esfera de la regulación del comercio electrónico, lo que podría ayudar a las pymes a superar los obstáculos que encuentran en esta esfera.

Varias de las principales esferas de actividad de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), como la ciberseguridad, el acceso a la banda ancha, la brecha digital e Internet, son de interés para la conectividad de las pymes y su participación en el mercado internacional. También merece ser mencionada en este contexto la iniciativa BASIS (*Business Action to Support the Information Society*) de la Cámara de Comercio Internacional (CCI), cuyo objetivo es servir de portavoz de las empresas en los debates mundiales sobre la sociedad de la información, dedicando especial atención a las pymes (ICC, 2010).

Además del estudio realizado conjuntamente con el Banco Mundial bajo la égida del G-20 (OCDE y Banco Mundial, 2015), la OCDE ha llevado a cabo varios estudios sobre los obstáculos a la internacionalización de las pymes. El principal resultado de esas investigaciones es que los acuerdos multilaterales, regionales o bilaterales pueden ayudar a las pymes a superar los obstáculos al comercio (Fliess y Busquets, 2006). Además, en el marco de una iniciativa conjunta del BIAC (Comité Consultivo Económico e Industrial ante la OCDE) y la OCDE destinada a facilitar el acceso de las pymes a los mercados internacionales se han hecho varias propuestas, como crear un portal Web del BIAC dedicado a las pymes para mejorar el flujo de información hacia las pymes, y un sitio Web solo para miembros, protegido por contraseña, para permitir la interacción entre las pymes y las empresas multinacionales (OCDE, 2008). Más recientemente, la OCDE ha publicado un informe (OCDE, 2013) con el objetivo de identificar y proponer maneras de superar los obstáculos a la internacionalización de las pymes.

El Foro Mundial de las Pymes (WSF), establecido en 2015 a raíz de la Presidencia de Turquía en el G-20, ha comenzado a trabajar en dos iniciativas distintas, pero interrelacionadas, que tienen por objetivo, entre otros, el acceso de las pymes a las cadenas de valor mundiales, y son las siguientes: i) la creación de un agregador digital de ventanilla única para las pymes, denominado e-WSF; y ii) la puesta en marcha de un programa de asistencia técnica para las pymes en materia de certificación y normas. El eWSF, diseñado como plataforma y agregador en línea dirigido a las pymes, ofrece un servicio de “enlace con cadenas de valor mundiales” (*GVC Matchmaking Service*) en línea. El programa de certificación del WSF comprenderá un amplio sistema de respaldo de ventanilla única, accesible en el país del usuario, que aprovechará

las normas nacionales, regionales e internacionales existentes para acelerar la conexión de las pymes a las cadenas de valor mundiales.

Como se expone en la sección D de este informe, el acceso a la financiación del comercio es uno de los principales obstáculos para la internacionalización de las pymes. El Banco Mundial, junto con la OMC y la CCI, así como otras instituciones financieras internacionales, ha establecido varios programas para fomentar la intervención en materia de financiación del comercio, como el Programa de liquidez para el comercio mundial (ITC y OMC, 2014). Los bancos regionales, por ejemplo el BAfD, el BAsD y el BID, también intervienen en esta esfera.

El BAfD trata de ayudar a las empresas que desean obtener financiación del comercio y declaran tener grandes dificultades para obtener esa financiación, en particular a largo plazo. El BAsD ha establecido su Programa de Financiación del Comercio (TFP) para subsanar la falta de acceso a la financiación del comercio en los países en desarrollo miembros. En el marco de ese Programa, los bancos comerciales asociados reciben préstamos y garantías para apoyar el comercio, lo que les ayuda a ofrecer a los importadores y exportadores un acceso fiable a la financiación del comercio. Una iniciativa similar es el Programa de facilitación de la financiación del comercio (TFFP) del BID, establecido en 2005 para apoyar el acceso de los bancos de América Latina y el Caribe a los mercados financieros internacionales de financiación del comercio, a través de asistencia técnica, creación de capacidad y productos financieros (garantías y préstamos).

(b) Otro apoyo a las pymes

Como se expone en la sección A de este informe, las pymes contribuyen a las economías de sus países especialmente creando empleo. La Oficina Internacional del Trabajo (OIT) tiene como principal objetivo alentar la creación de oportunidades de empleo dignas. Por ello, las cuestiones relativas a las pymes revisten interés para la OIT, que presta servicios de asesoramiento sobre políticas en materia de pymes y también lleva a cabo investigaciones sobre los aspectos cuantitativos y cualitativos de la creación de empleo. Su unidad de pequeñas y medianas empresas ofrece formación, servicios de apoyo, servicios de asesoramiento y orientación sobre el terreno en cuatro esferas: i) desarrollo de las competencias empresariales y de gestión;¹³ ii) acceso a los mercados (desarrollo de las cadenas de valor); iii) reforma del entorno de capacitación; y iv) productividad y condiciones de trabajo.¹⁴

En 1998 la Conferencia Internacional del Trabajo adoptó la Recomendación relativa a la creación de empleo en las pequeñas y medianas empresas, cuyo objetivo es aportar orientaciones a los miembros en la elaboración y puesta en práctica de políticas en materia de creación de empleos en las pymes. En su último informe (OIT, 2015) se pone de relieve que las condiciones de trabajo tienden a ser peores en las pymes que en las grandes empresas, con una considerable heterogeneidad entre los distintos sectores. En consecuencia, la meta 8.3 de los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible guarda relación con las pymes y el empleo. Esa meta es la siguiente: "Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de empleos decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación y alentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, entre otras cosas mediante el acceso a servicios financieros".

Otras organizaciones internacionales también mantienen iniciativas que apoyan a las pymes en general (es decir, no encaminadas exclusivamente a la internacionalización). El Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD) ha emprendido una iniciativa en favor de las pequeñas empresas (*Small Business Initiative*) que ayuda a las pymes a obtener recursos financieros a través de instituciones financieras, así como mediante financiación directa, ofrece asesoramiento empresarial y organiza debates sobre políticas con los encargados de su formulación, con el fin de propiciar un entorno económico favorable para las pequeñas empresas. Recientemente, la CCI ha publicado una guía (CCI, 2015) para ayudar a las pymes a cumplir las exigencias en materia de diligencia debida. En 2000, la OCDE adoptó la Carta de Bolonia sobre las políticas en materia de pymes con el fin de fomentar la competitividad y el crecimiento de las pymes.

La misión general del Foro Mundial de las Pymes (WSF) es ayudar a las pymes a lograr una eficiencia y competitividad sostenibles. Además de la dimensión de internacionalización, que se ha examinado *supra*, la iniciativa e-WSF tiene el objetivo general de aumentar el acceso de las pymes a las competencias, la formación, los conocimientos, la innovación, las redes, los conocimientos especializados y la información, y mejorar su acceso a la financiación. El WSF también realiza investigaciones sobre la repercusión de la reglamentación financiera mundial en el desarrollo y el crecimiento de las pymes, y ha iniciado trabajos para reforzar los sistemas de información crediticia sobre las pymes en todo el mundo. El Foro de Cooperación Económica de Asia y el Pacífico (APEC) tiene un Grupo de Trabajo sobre pequeñas y medianas empresas, que presenta, en su plan estratégico para 2013-2016, una hoja de ruta para abordar cuestiones determinantes en

relación con el crecimiento de las mipymes en la región del APEC, sobre la base de tres pilares: i) creación de capacidad de gestión, emprendimiento e innovación; ii) financiación; y iii) entorno empresarial, acceso a los mercados e internacionalización.

Para concluir, hay motivos para afirmar que las pymes no son una cuestión nueva para la comunidad internacional. Las iniciativas relacionadas con esa cuestión son múltiples, y buena parte de ellas se centra en la internacionalización de las pymes. Es de esperar que, con una mayor coordinación entre las organizaciones internacionales, se reduzcan las duplicaciones innecesarias de esfuerzos y aumente la complementariedad entre ellos.

4. Las pymes en la OMC

En la sección D del presente informe se señalan los obstáculos a los que se enfrentan las pymes para aumentar su participación en el comercio internacional. En esta parte del informe se examina la forma en que la cooperación comercial mundial ayuda a disminuir esos obstáculos. Esto se consigue por varios medios: reduciendo tanto los costos variables como fijos del comercio; disminuyendo la carga en materia de información que algunos Acuerdos de la OMC imponen a las pymes; haciendo más fácil que un Miembro ejerza sus derechos cuando actúa en nombre de una pyme; permitiendo a los Miembros que sigan aportando contribuciones financieras a las pymes; dando a los Miembros más margen para promover el desarrollo tecnológico de sus pymes; permitiendo a los Miembros que otorguen un trato preferencial a sus pymes; mitigando las principales limitaciones de los comerciantes de las pymes; y aumentando la capacidad de "oferta" de las pymes.

- (a) Los Acuerdos de la OMC ayudan a las pymes mediante la reducción de los costos comerciales fijos y variables y el aumento de la transparencia

Una de las principales conclusiones de la sección D es que los costos comerciales, ya sean variables o fijos, perjudican más a las pymes que a las grandes empresas en su capacidad para participar en el comercio. Lo mismo ocurre con la falta de transparencia en torno a las normas y reglamentos comerciales. La cooperación multilateral que reduce los costos comerciales y aumenta la transparencia debería disminuir la carga sobre todas las empresas comerciales (incluidas las que están a punto de emprender actividades de exportación), independientemente de su tamaño, pero es posible que las pymes resulten más beneficiadas.

(i) *Reducción de los costos comerciales variables*

Desde el establecimiento de la OMC, hace más de 20 años, sus Miembros han logrado reducir los obstáculos arancelarios hasta el promedio actual del 9%, lo que equivale a un recorte de casi un tercio desde 1998 (véase el cuadro E.1). El promedio de los aranceles aplicados en régimen de la nación más favorecida (NMF) es del 8,1% para los productos no agrícolas y del 14,9% para los productos agrícolas.

Este panorama solo tiene un pequeño defecto: los aranceles consolidados se siguen estableciendo en niveles muy elevados. La brecha entre los tipos aplicados y consolidados genera incertidumbre con respecto a la política comercial, ya que un Miembro de la OMC siempre puede elevar su tipo aplicado al nivel del tipo consolidado. Esta incertidumbre política puede ser una fuente de costos comerciales (Osnago *et al.*, 2015) que perjudicarían a todas las empresas, pero tal vez más gravemente a las pymes.¹⁵

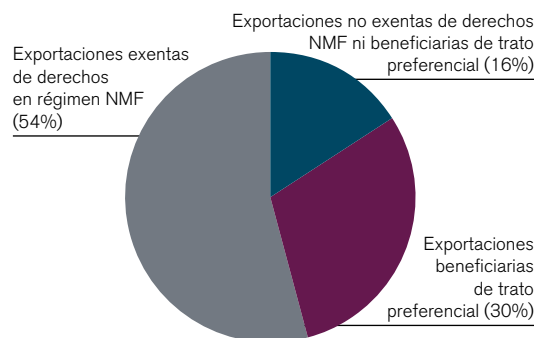
Además de reducir los aranceles NMF en los 20 últimos años, muchos Miembros de la OMC (tanto desarrollados como en desarrollo) han otorgado acceso a los mercados libre de derechos y de contingentes para los países menos adelantados (PMA).¹⁶ En la medida en que estas iniciativas reducen los aranceles aplicables a las empresas establecidas en PMA, es probable que estas reducciones de los costos comerciales variables benefician más a las pymes que a las grandes empresas.

La Decisión sobre el acceso a los mercados libre de derechos y de contingentes para las exportaciones de los PMA se formuló en la Declaración Ministerial de Hong Kong de 2005. Los países desarrollados y los países en desarrollo que estén en condiciones de hacerlo deberán otorgar acceso a los mercados libre de derechos y de contingentes con carácter perdurable para todos los productos originarios de todos los PMA. Los Miembros de la OMC que tengan dificultades para

cumplir este mandato otorgarán acceso a los mercados libre de derechos y de contingentes para al menos el 97% de los productos originarios de los PMA, definidos a nivel de línea arancelaria.

Existen muy pocos estudios que evalúen la repercusión causal de estas decisiones en las exportaciones de los PMA. En un estudio relativamente reciente de Vanzetti y Peters (2012) se simulan los efectos de una observancia más generalizada de la Decisión sobre el acceso a los mercados libre de derechos por los Miembros de la OMC. Se aportan pruebas de que el trato preferencial puede tener efectos significativos en las exportaciones de los PMA, y cabe suponer que también en las exportaciones de las pymes de los PMA, aunque esta cuestión no se aborda directamente en el estudio. En primer lugar, Vanzetti y Peters indican que, en 2010, alrededor del 30% de las exportaciones de los PMA ya era objeto de un trato preferencial, mientras que otro 54% estaba libre de derechos (en régimen NMF) (véase el gráfico E.8). La sexta parte restante de las exportaciones de los PMA estaba sujeta a un promedio arancelario del 7%. Vanzetti y Peters utilizaron el modelo del Proyecto de Análisis del

Gráfico E.8: Exportaciones y aranceles NMF aplicables a los PMA, 2010



Fuente: Vanzetti y Peters (2012).

Cuadro E.1: Aranceles NMF aplicados y consolidados

Productos	Aranceles NMF aplicados		Aranceles consolidados	
	Promedio: 2012-2014	Reducción desde 1998*	Promedio de los derechos	Cobertura de las consolidaciones
Agrícolas	14,9	2,9	55,7	100
No agrícolas	8,1	4,1	29,6	76,4
Todos	9,0	3,9	38,8	79,5

*Puntos porcentuales.

Fuentes: Perfiles arancelarios en el mundo, varios números; Base Integrada de Datos de la OMC.

Comercio Mundial (GTAP) para simular los efectos de la concesión del acceso libre de derechos para todas las importaciones procedentes de PMA por los países desarrollados y algunos grandes países en desarrollo (Brasil, China, la India y Sudáfrica). Se estimó que podría aumentar las exportaciones de los PMA entre 4.000 y 6.000 millones de dólares EE.UU., lo cual beneficiaría a todas las regiones en desarrollo, aunque la mayor parte de esos beneficios se concentrarían en dos PMA.

A los PMA a veces les ha resultado difícil aprovechar los regímenes preferenciales debido a las normas de origen restrictivas. Por ello, en la Décima Conferencia Ministerial de la OMC, celebrada en diciembre de 2015, los Miembros de la OMC adoptaron nuevas disposiciones en materia de normas de origen preferenciales para facilitar la exportación de mercancías de los PMA a los países desarrollados y los países en desarrollo que les ofrecen acceso preferencial. En las disposiciones se proporcionan orientaciones detalladas sobre cuestiones específicas de las normas de origen, como los métodos para determinar cuándo un producto puede considerarse "fabricado en un PMA" y cuándo los insumos procedentes de otras fuentes pueden acumularse al considerar el origen. Por ejemplo, en las disposiciones se establece que los Miembros que otorguen las preferencias considerarán la posibilidad de permitir la utilización de materiales no originarios que representen hasta el 75% del valor final del producto.

Además de las mercancías, la OMC también ha permitido a los Miembros dispuestos a hacerlo que otorguen acceso preferencial a sus mercados a los servicios y los proveedores de servicios de los PMA. En la Octava Conferencia Ministerial de la OMC, celebrada en 2011, los Miembros adoptaron una decisión que permitía a los Miembros de la OMC otorgar acceso preferencial a sus mercados a los servicios y los proveedores de servicios de los PMA durante 15 años. Más adelante, en 2013, se adoptó la decisión de conceder una exención a estos Miembros, ya que al otorgar esas preferencias se estarán desviando de sus obligaciones en materia de NMF. Posteriormente, en la Décima Conferencia Ministerial de la OMC, celebrada en 2015, la vigencia de la decisión de 2011 se prorrogó otros cuatro años, hasta el 31 de diciembre de 2030.

A finales de 2015, la OMC había recibido en total 21 notificaciones de trato preferencial en favor de los servicios y proveedores de servicios de los PMA, presentadas por 48 Miembros (contando individualmente a los Estados miembros de la UE). Al evaluar las notificaciones, los PMA señalaron que en ellas figuraba un número considerable de sectores y modos de suministro para los que habían tratado de obtener preferencias. No obstante, consideraban que

había que desplegar más esfuerzos para atender las peticiones de medidas preferenciales con respecto al modo 4 (referente a la presencia de personas originarias de un Miembro de la OMC en el territorio de otro Miembro con el fin de suministrar un servicio) previsto en el AGCS, así como en relación con las medidas conexas relativas a visados, permisos de trabajo, permisos de residencia y reconocimiento de títulos y acreditaciones de aptitud profesional. Cabe señalar que en otras partes del presente informe se ha indicado que esas medidas preocupan especialmente a las pymes por lo que se refiere a sus esfuerzos para participar en el comercio.

(ii) Reducción de los costos comerciales fijos

Además de reducir los costos variables del comercio, los Acuerdos de la OMC también disminuyen los costos fijos, ayudando así a las empresas más pequeñas. Este análisis se centra en tres Acuerdos de la OMC, pero podría aplicarse de manera más generalizada a otros acuerdos. Asimismo, la labor de los comités que supervisan actualmente la transparencia de estos acuerdos aporta más ideas sobre la forma en que se podrían beneficiar las pymes.

Aunque aún no está en vigor, la aplicación del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio puede reducir algunos de los costos fijos originados por los procedimientos comerciales ineficientes, lo cual aumentaría la participación de las pymes en el comercio. Como se señala en la sección D, se observa una correlación positiva entre el tamaño mínimo de las empresas exportadoras y el plazo necesario para exportar (OMC, 2015). Además, es más probable que las pymes exporten sus productos y aumenten su participación en las exportaciones en comparación con las grandes empresas si se reduce el plazo necesario para exportar. Por otro lado, las mejoras de la facilitación del comercio que aumentan la disponibilidad de información aduanera, permiten la adopción de resoluciones anticipadas y mejoran los procedimientos de recurso y, hasta cierto punto, benefician más a las pymes (Fontagné *et al.*, 2016).

Otros Acuerdos de la OMC que cabe destacar son el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (Acuerdo OTC) y el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (Acuerdo MSF). Los gobiernos utilizan los OTC y las MSF para alcanzar objetivos importantes de política interna -como la protección de la salud de las personas-, que, sin embargo, pueden tener efectos secundarios en el comercio. Una posibilidad es que el cumplimiento de esas medidas solo incremente los costos del comercio y reduzca, por tanto, las oportunidades comerciales.

Otra posibilidad es que esas medidas -cuando abordan un fallo del mercado, como la incertidumbre de los consumidores acerca de la calidad o la seguridad de un producto- pueden aumentar la demanda del producto, aunque la puesta en conformidad eleve los costos, por lo que el comercio crecería. Esta ambigüedad queda reflejada en los estudios empíricos. Existe un gran número de estudios empíricos que muestran que probablemente, a nivel global, esas medidas no reducen el comercio (Swann *et al.*, 1996; Temple y Urga, 1997; Kox y Nordås, 2007). Por otro lado, los estudios empresariales suelen mostrar que los OTC y las MSF reducen el comercio, tanto en términos de volumen como de acceso a los mercados, especialmente en el caso de las empresas pequeñas (Maertens y Swinnen, 2009; Reyes, 2011; Fontagné *et al.*, 2015).

Es importante señalar que los Acuerdos OTC y MSF contienen disciplinas que limitan los efectos de aumento de los costos comerciales que pueden tener estas medidas. En el Acuerdo OTC se establece que los reglamentos técnicos no restringirán el comercio más de lo necesario para que los Miembros alcancen sus objetivos de política. Asimismo, se alienta a los Miembros a utilizar normas internacionales cuando corresponda. Igualmente, en el Acuerdo MSF se anima a los Miembros de la OMC a basar sus medidas en normas, directrices o recomendaciones internacionales. Si se establecen o mantienen medidas que representen un nivel de protección más elevado, deberán basarse en una justificación científica o en una evaluación del riesgo adecuada.

La importancia que se concede a las normas internacionales en ambos Acuerdos es especialmente pertinente para las pymes, ya que es muy probable que les resulte más gravoso cumplir un sinnúmero de normas nacionales diferentes. En líneas más generales, sin las disciplinas de los Acuerdos OTC y MSF, las autoridades nacionales tendrían más margen para determinar la severidad de los reglamentos técnicos y las MSF, lo que daría lugar a costos comerciales fijos más elevados.

(iii) Aumento de la transparencia

Tal como se señala *supra*, las normas y los reglamentos también tienen efectos de mejora del bienestar, en la medida en que dan mayor legitimidad a los objetivos de política (por ejemplo, en cuanto a la protección de la salud humana, la seguridad y el medio ambiente). No obstante, pese a las buenas intenciones, muchas de estas medidas no arancelarias pueden resultar opacas e ineficientes al tratar de alcanzar objetivos que, por lo demás, son legítimos (OMC, 2012). La aplicación puede plantear problemas, por ejemplo: la reglamentación puede ser poco clara, lo que crearía incertidumbre para los proveedores y productores; sus efectos pueden ser

diferentes y afectar más a las pequeñas empresas que a las grandes; o su cumplimiento puede ser difícil de evaluar y verificar. Estas son preocupaciones habituales que suelen examinarse en los Comités OTC y MSF de la OMC. Este tipo de factores, ya sean aislados o conjuntos, pueden generar costos innecesarios y ser motivo de desavenencia en el comercio internacional. A continuación se exponen a título ilustrativo dos ejemplos extraídos de la labor de los Comités.

En el Comité OTC se debatió en profundidad el posible impacto en las pymes del Reglamento relativo al registro, evaluación, autorización y restricción de sustancias y preparados químicos (REACH) de la Unión Europea (UE). Varios Miembros señalaron que a las pymes que exportan productos químicos a la UE, les resultaría difícil cumplir el complejo, gravoso y costoso reglamento relativo al registro de productos químicos, dadas sus limitaciones de capacidad financiera y humana. El requisito de que los importadores -incluidas las pymes- mantengan un representante en el mercado de la UE (la denominada disposición del "representante exclusivo") es especialmente prohibitivo para las pymes, ya que carecen de los medios necesarios para encontrar representantes adecuados.

Las pymes también están en desventaja en cuanto a la participación en los órganos establecidos para que las empresas compartan los costos de la conformidad con el REACH (en los foros de intercambio de información sobre sustancias (FIIS)).¹⁷ En 2013, la UE revisó el REACH, y, seguidamente, redujo los derechos de registro para las pymes y puso en marcha un programa de asistencia técnica y divulgación a fin de colaborar con las pymes con respecto a este reglamento específico.¹⁸

En lo referente a las MSF, algunos Miembros plantearon preocupaciones sobre un reglamento de la UE que afecta al comercio de "nuevos alimentos". Se pusieron de relieve los posibles efectos negativos de este nuevo reglamento en las pymes de los países en desarrollo, en particular, con respecto a la cantidad de información necesaria y los costos que conllevaría la realización de los estudios científicos requeridos para los pequeños agricultores y exportadores. El reglamento fue revisado y, en diciembre de 2013, se adoptó un nuevo reglamento sobre nuevos alimentos. El nuevo proyecto de reglamento se centraba en facilitar el acceso al mercado para los alimentos tradicionales, incluidos los de pequeños productores, mediante la simplificación de los procedimientos de autorización. La UE también llevó a cabo otras iniciativas destinadas a ayudar a las empresas, incluidas las pymes, a cumplir el reglamento; por ejemplo, mediante la preparación de un Catálogo de Nuevos Alimentos, un documento en el que se explicaba el modo en que los operadores interesados podrían

determinar si un producto alimenticio o un ingrediente alimentario se había consumido anteriormente en la UE.¹⁹

Los obstáculos creados por las normas y los reglamentos son especialmente perjudiciales para las pequeñas empresas. Por ejemplo, las pequeñas empresas pueden carecer de los recursos necesarios para: i) obtener información sobre los reglamentos extranjeros que pueden afectar a su comercio (más adelante haremos referencia a los servicios de información); ii) colaborar con los interlocutores comerciales con el fin de asegurar que los nuevos reglamentos no afecten innecesariamente a sus exportaciones; iii) participar en actividades de normalización a nivel nacional o internacional para que, al elaborar las normas, se tengan en cuenta sus intereses comerciales; o, por último, iv) garantizar la conformidad: las empresas más pequeñas simplemente pueden carecer de la capacidad (humana o financiera) necesaria para adaptarse a los reglamentos (independientemente de su legitimidad). En resumen, a menudo, las pequeñas empresas pueden estar desinformadas y carecer de una voz colectiva o coherente en el contexto internacional o los foros comerciales, y lo más probable es que tengan que acatar las normas, en lugar de elaborarlas.

Además de tener que cumplir las normas y los reglamentos, las pymes también soportan una pesada carga para *demostrar* su cumplimiento, mediante procedimientos de evaluación de la conformidad, como las pruebas y la certificación. De hecho, un número creciente de preocupaciones planteadas en el Comité OTC se refiere más a este tipo de procedimientos que a los requisitos subyacentes en sí. En una comunicación al Comité OTC, el Taipei Chino presentó los resultados de una encuesta que ponía de relieve los problemas a los que se enfrentan las pymes en los procedimientos de evaluación de la conformidad en los mercados extranjeros, incluida la falta de información y la incertidumbre respecto de los plazos y los costos para llevar a cabo el procedimiento, los que impone costos suplementarios a las pymes exportadoras que, en muchos casos, deben trabajar con una rotación rápida de mercancías para seguir siendo competitivas.²⁰

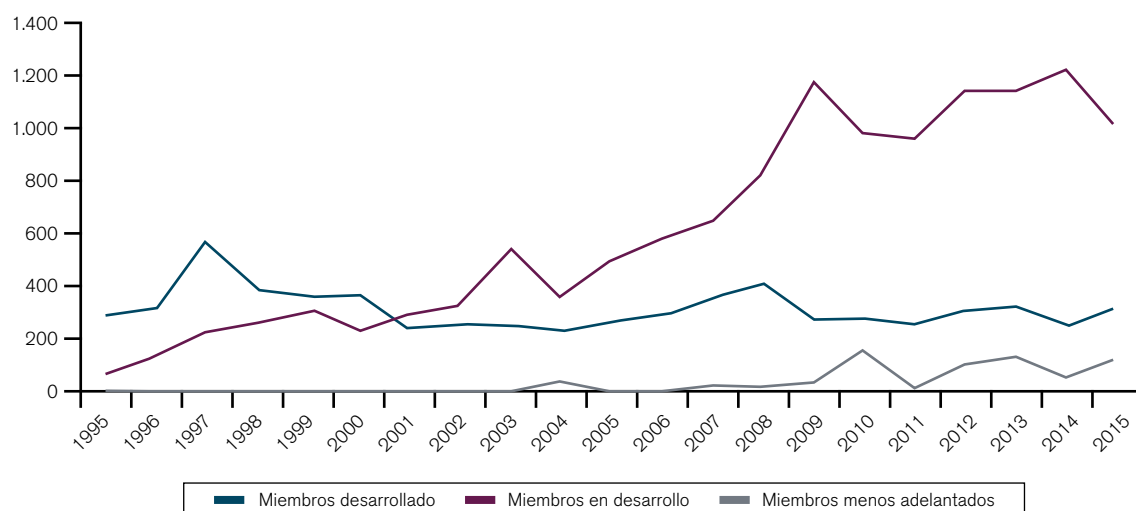
Tanto el Comité MSF como el Comité OTC de la OMC han hecho mucho hincapié en el desarrollo de procedimientos que permitan a todos los Miembros aprovechar plenamente las disciplinas en materia de transparencia que figuran en sus respectivos Acuerdos. El propósito esencial de estas disposiciones es que los Miembros tengan conocimiento de los proyectos de reglamentos mediante "notificaciones" antes de que entren en vigor. De hecho, la falta de información sobre los obstáculos reglamentarios -o la incertidumbre en torno a sus efectos- es la razón principal por la que

las medidas se someten a examen en los Comités MSF u OTC. Si los interlocutores comerciales reciben información temprana sobre nuevos reglamentos o normas, antes de que se hayan finalizado y adoptado, se podrán presentar observaciones, de manera bilateral o en el Comité, y se podrán tomar en consideración las opiniones de las partes interesadas. Este diálogo puede ayudar a mejorar la calidad de los proyectos de reglamentos y evitar posibles costos comerciales innecesarios más adelante. Por ejemplo, la presentación de notificaciones OTC ha aumentado de manera constante desde 1995, con una proporción cada vez mayor de notificaciones realizadas por los países en desarrollo, mientras que las de los países desarrollados se han mantenido relativamente estables (véase el gráfico E.9).²¹

Mientras que las grandes empresas pueden invertir en la contratación de personal para recabar información sobre las medidas OTC/MSF (personal especializado en asuntos reglamentarios), las pymes carecen de los recursos necesarios para hacerlo. Tanto en el Acuerdo OTC como en el Acuerdo MSF se dispone que los Miembros establezcan servicios de información para suministrar información y responder las preguntas de otros Miembros y partes interesadas sobre las medidas OTC o MSF en proyecto o ya adoptadas. De este modo, las funciones desempeñadas por los servicios de información sobre OTC y MSF ayudan a crear condiciones de igualdad para las pymes en cuanto al acceso a la información sobre esas medidas.

Últimamente, se está insistiendo en mejorar la divulgación de la información sobre las normas y los reglamentos por medio de un "sistema de alerta para las notificaciones MSF y OTC". Esta medida es el resultado directo de un mandato impartido a los Miembros por el Comité OTC a finales de 2015.²² El sistema de alerta (descrito en el recuadro E.3) será un servicio público de autosuscripción destinado a dar acceso de manera oportuna a las notificaciones MSF y OTC que revistan un interés particular para los usuarios, sobre la base de criterios como la cobertura de productos o los Miembros que notifican. Este sistema ayudará a las partes interesadas públicas y privadas a vigilar, consultar y comentar las medidas que se están elaborando y adaptarse a las nuevas condiciones reglamentarias cuando sea necesario. El sistema está concebido particularmente para mantener una fuente de información fiable y sostenible para los países en desarrollo y los PMA.

El mecanismo, que se pondrá en marcha en noviembre de 2016, es el resultado de un esfuerzo conjunto de la OMC, el proveedor de datos, el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas -responsable del diseño inicial y del proyecto

Gráfico E.9: Notificaciones nuevas al Comité OTC por nivel de desarrollo (1995-2015)

Fuente: Documento de la OMC G/TBT/38/Rev.1 (gráfico 7, página 8), de 24 de marzo de 2016.

Recuadro E.3: Sistema de alerta para las notificaciones MSF y OTC de la OMC

El aumento significativo del número de notificaciones MSF y OTC presentadas en los últimos años por los Miembros de la OMC, especialmente por los países en desarrollo, ha constituido un avance positivo en cuanto a la transparencia y la disponibilidad de información sobre las normas y los reglamentos. No obstante, también ha planteado una nueva dificultad: la de supervisar y vigilar esta información, y adaptarse a la evolución del panorama reglamentario de forma oportuna.

En consecuencia, recientemente se ha alentado la sensibilización acerca de los reglamentos mediante un sistema de alerta para las notificaciones MSF y OTC de la OMC. Como se señala en la sección C.3 a), este es el resultado directo de un mandato impartido a la Secretaría de la OMC por el Comité OTC a finales de 2015. Por otro lado, en su labor relativa a la creación de capacidad institucional en los PMA, el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas ha señalado el acceso a la información comercial pertinente como uno de los retos a que se enfrentan los PMA, y ha emprendido una iniciativa para facilitar la divulgación de las notificaciones MSF y OTC. Las dos organizaciones han aunado esfuerzos, y también se han puesto en contacto con el ITC, que ya ofrece una serie de herramientas en línea para obtener información sobre el comercio, en particular para ayudar a las pymes.

Aunque algunos Miembros ya han desarrollado su propio sistema de alerta, un sistema global que utilice los conocimientos técnicos de los tres organismos garantizará la fiabilidad de los datos y la sostenibilidad y evitará, a un tiempo, la duplicación innecesaria de esfuerzos, especialmente para los países en desarrollo y los PMA.

El sistema de alerta de notificaciones (que se pondrá en marcha en noviembre de 2016) será un servicio público de autosuscripción que permitirá a los usuarios recibir alertas por correo electrónico (en un futuro, también mediante mensajes de texto) sobre las notificaciones MSF y OTC relativas a productos o mercados que revistan un interés particular para ellos. Además, ofrecerá una herramienta de gestión para facilitar a los servicios nacionales de información el intercambio de información y el debate, tanto a nivel nacional como internacional. Se espera que el sistema ayude a las partes interesadas públicas y privadas, en particular a las pymes, a vigilar, consultar y comentar las medidas que se estén elaborando y/o adaptarse a la evolución de las condiciones reglamentarias cuando sea necesario. Si además se despliegan esfuerzos adicionales para la coordinación y la creación de capacidad, este sistema puede constituir una contribución importante a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, por ejemplo, la meta 11 del objetivo 17: aumentar de manera significativa las exportaciones de los países en desarrollo, en particular con miras a duplicar la participación de los PMA en las exportaciones mundiales.

piloto-, y el Centro de Comercio Internacional (ITC), que albergará y administrará el servicio.

Cabe señalar que la mayor parte de los Acuerdos de la OMC contiene obligaciones de transparencia, y los Acuerdos MSF y OTC no son los únicos que prescriben el establecimiento de servicios de información en los países Miembros. Por ejemplo, en el párrafo 3.1 del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio se dispone que cada Miembro “establecerá o mantendrá, dentro de los límites de los recursos de que disponga, uno o más servicios de información para responder a las peticiones razonables de información presentadas por gobiernos, comerciantes y otras partes interesadas sobre las cuestiones abarcadas por el párrafo 1.1” (procedimientos, normas, derechos y cargas, y demás disposiciones en materia de importación, exportación y tránsito). Además, si los solicita una parte interesada, los servicios de información suministrarán los formularios y documentos exigidos para la importación, la exportación y el tránsito. Como se sostiene en la sección D.2 en referencia a los resultados de Fontagné *et al.* (2016), en cierta medida, estas mejoras de la facilitación del comercio relacionadas con la disponibilidad de información benefician más a las pequeñas empresas exportadoras que a las grandes empresas.²³

(b) La función de los demás acuerdos, acuerdos plurilaterales y programas de trabajo de la OMC

En varios acuerdos, acuerdos plurilaterales y programas de trabajo de la OMC se reconoce y aborda la situación especial de las pymes. En la presente sección se describen las disposiciones pertinentes de los acuerdos o los programas de trabajo, y se explica el contexto o la dificultad existentes. Aunque es un poco arriesgado tratar de clasificar las disposiciones y los programas de trabajo relativos a las pymes, también puede resultar útil, ya que ello nos ayuda a entender mejor la forma en que la OMC intenta paliar las dificultades con que tropiezan esas empresas.

- Los Acuerdos de la OMC a menudo imponen prescripciones en materia de información a los Miembros que repercuten en las empresas. Algunas disposiciones de los Acuerdos de la OMC (por ejemplo, del Acuerdo Antidumping) reducen la carga de estas prescripciones para las pymes.
- Algunas disposiciones hacen más fácil que un Miembro ejerza sus derechos en el marco de un Acuerdo de la OMC (por ejemplo, del Acuerdo Antidumping) cuando actúa en nombre de una pyme.

- En determinadas condiciones, los Acuerdos de la OMC permiten a los Miembros aportar contribuciones financieras a las pymes (por ejemplo, el Acuerdo sobre Subvenciones y Medidas Compensatorias (Acuerdo SMC)).
- Algunas disposiciones de los Acuerdos de la OMC dejan a los Miembros un mayor margen para promover el desarrollo tecnológico de sus pymes (por ejemplo, el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Acuerdo sobre los ADPIC)).
- Algunos acuerdos plurilaterales (por ejemplo, el Acuerdo sobre Contratación Pública (ACP)) permiten a los Miembros otorgar un trato preferencial a sus pymes.
- Algunos programas de trabajo de la OMC (por ejemplo, sobre el comercio electrónico o las pequeñas economías) se centran principalmente en las pymes, y estudian la mejor forma en que estas pueden aprovechar las ventajas del comercio electrónico o conectarse a las cadenas de valor mundiales.
- Algunas iniciativas de la OMC, como la relativa a la financiación del comercio, mitigan una importante limitación que aqueja a los comerciantes de las pymes en los PMA y los países en desarrollo.
- Por último, muchos de los esfuerzos de creación de capacidad desplegados por la OMC benefician a las pymes de los países pobres, mejorando su capacidad productiva o ayudándolas a conectarse a los mercados.

Aunque en el presente informe se señalan y destacan estas disposiciones y programas de trabajo, no se puede evaluar su efectividad para ayudar a las pymes. No obstante, dado el interés de los responsables de la formulación de políticas por el tema de las pymes y el comercio, resultaría útil contar con nuevos estudios analíticos de este tipo.

(i) Antidumping

En el Acuerdo Antidumping se reconoce que el tamaño puede afectar a la capacidad de una empresa para recurrir a medidas antidumping si sufre un daño causado por importaciones objeto de dumping o, en el caso de que sea objeto de una investigación antidumping, si tiene que afrontar exigencias de los investigadores en materia de información.

Es probable que a una rama de producción integrada por una multitud de pequeñas empresas (“rama de producción

fragmentada”) le resulte más difícil obtener protección antidumping que a una compuesta por un puñado de grandes empresas. En el primer caso, no solo resultará mucho más costosa la organización de dicha protección, sino que además, seguramente, las empresas tropezarán con el problema del “beneficiario sin contrapartida”. Ninguna empresa querrá tomar la iniciativa, ya que, aun en el mejor de los casos, si lograra aplicar un derecho antidumping a las importaciones extranjeras, la protección antidumping redundará en beneficio de todas y cada una de las empresas nacionales rivales. Todas las empresas preferirán no hacer nada y aprovechar la iniciativa tomada por otra empresa.

Otra dificultad que puede plantearse en una rama de producción fragmentada al iniciar una investigación antidumping es que las autoridades nacionales tienen que determinar que la “rama de producción nacional” ha solicitado la iniciación de una investigación. Desde el punto de vista de la información, es más fácil hacer esa determinación cuando la rama de producción nacional está compuesta por unas pocas empresas grandes que cuando la forman un gran número de empresas pequeñas. Aunque seguramente se podrá hacer muy poco para solucionar el problema del “beneficiario sin contrapartida” mediante el Acuerdo Antidumping, al menos a este respecto, el Acuerdo permite a las autoridades nacionales determinar el apoyo o la oposición a una investigación mediante la utilización de técnicas de muestreo (estadísticamente válidas),²⁴ lo cual reducirá las trabas para las empresas de una rama de producción fragmentada.

El párrafo 6 del artículo 5 del Acuerdo Antidumping permite a las autoridades nacionales iniciar una investigación antidumping en “circunstancias especiales”, incluso sin haber recibido una solicitud escrita hecha por la rama de producción nacional. Aunque en el Acuerdo Antidumping no se aclara el carácter de esas circunstancias especiales, la historia de la negociación del Acuerdo sugiere que una de esas situaciones es precisamente cuando la rama de producción nacional está sumamente fragmentada.²⁵

Cuando los exportadores sean objeto de una investigación antidumping, las autoridades investigadoras les pedirán información. También podrán presentar a las autoridades pruebas que consideren pertinentes a la investigación. La carga de la prueba y la información de una investigación puede resultar más pesada para los pequeños exportadores. Por lo tanto, en el Acuerdo Antidumping se establece que “las autoridades tendrán debidamente en cuenta las dificultades con que puedan tropezar las partes interesadas, en particular las pequeñas empresas, para facilitar la información solicitada y les prestarán toda la asistencia factible”.²⁶

(ii) Subvenciones y medidas compensatorias

Muchos gobiernos tienen programas de apoyo a su sector de las pymes, en particular mediante la concesión de subvenciones. De conformidad con el Acuerdo sobre Subvenciones y Medidas Compensatorias (SMC), las subvenciones no específicas no podrán estar sujetas a derechos compensatorios de otros Miembros o ser impugnadas en la OMC (siempre que no estén supeditadas a los resultados de exportación o al empleo de productos nacionales con preferencia a los importados). Una subvención no se considera específica cuando i) hay criterios o condiciones objetivos que rijan el derecho a obtener la subvención y su cuantía y ii) el derecho a obtener la subvención sea automático.

En el Acuerdo SMC se aclara que “[l]a expresión ‘criterios o condiciones objetivos’ [...] significa criterios o condiciones que sean imparciales, que no favorezcan a determinadas empresas con respecto a otras y que sean de carácter económico y de aplicación horizontal; cabe citar como ejemplos *el número de empleados y el tamaño de la empresa*” (sin cursivas en el original).²⁷ De esto se desprende que los programas de apoyo a las pymes que cumplan las estipulaciones de la nota a pie de página -condiciones imparciales, de carácter económico y de aplicación horizontal- y en cuyo caso el derecho a recibir la ayuda sería automático si se cumplen las estipulaciones, por lo general estarán exentos de los derechos compensatorios impuestos por otros Miembros, así como de las disciplinas del Acuerdo SMC.²⁸

La cuestión de las pymes también se ha planteado en las negociaciones de la Ronda de Doha sobre las normas de la OMC. En el recuadro E.4 se dan detalles sobre las exenciones que tratan de obtenerse para las pymes en ciertas esferas de las negociaciones en curso sobre las normas relativas a las subvenciones a la pesca.

(iii) Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC)

Incluso en el caso de los países de la OCDE, los hechos sugieren que las pymes no siempre pueden utilizar el sistema de la propiedad intelectual de forma efectiva (OMPI, 2010). Esto parece deberse a diversas razones: su conocimiento del sistema es limitado; tienen costos elevados; y carecen de los conocimientos jurídicos, empresariales y técnicos necesarios para transformar sus recursos de propiedad intelectual en un plan empresarial satisfactorio (OMPI, 2010).

Recuadro E.4: Las subvenciones a la pesca y las pymes

En la Cuarta Conferencia Ministerial de la OMC, celebrada en Doha (Qatar) en 2001, los Miembros de la OMC acordaron celebrar negociaciones para aclarar y mejorar las disciplinas de la OMC con respecto a las subvenciones a la pesca. Posteriormente, en la Sexta Conferencia Ministerial de la OMC, celebrada en Hong Kong, China en 2005, los Miembros alcanzaron un amplio acuerdo en el sentido de fortalecer esas disciplinas, incluso mediante una prohibición de determinadas formas de subvenciones a la pesca que contribuyan al exceso de capacidad y la sobrepesca.

El alcance de las prohibiciones de subvenciones estaría modulado por excepciones generales, que se concederían a condición de que cumplan determinadas disposiciones de ordenación pesquera. En el caso de los Miembros en desarrollo, además de las excepciones generales, habría un trato especial y diferenciado consistente en una escala móvil de excepciones adicionales a prohibiciones particulares, calibradas en función de la naturaleza, la escala y el alcance geográfico de las actividades pertinentes. Como en el caso de las excepciones generales, el acceso a la mayoría de las excepciones de trato especial y diferenciado dependería de la aplicación de determinadas obligaciones de ordenación pesquera.

Un tipo de subvención a la pesca que se ha señalado como posible excepción respecto de la prohibición es la que beneficia a la pesca "artesanal" o "en pequeña escala" de los Miembros. Aunque parece que la idea goza de un respaldo generalizado, los Miembros tienen opiniones contrapuestas sobre si la exención debería aplicarse a la pesca "artesanal" o "en pequeña escala" de *todos* los Miembros o únicamente de los países en desarrollo Miembros.

Quienes defienden la exención de toda prohibición mantienen que independientemente del nivel de desarrollo de los Miembros, quienes trabajan en la pesca en pequeña escala o artesanal suelen estar en una situación económica y socialmente desfavorecida y, por la reducida escala de estas pesquerías, la posibilidad de que contribuyan al exceso de capacidad o a la sobrepesca globales es escasa o nula.

Sin embargo, otras delegaciones no ven justificación alguna para que los Miembros desarrollados puedan acogerse a una excepción de ese tipo, y consideran que la pesca artesanal y en pequeña escala de esos Miembros es mucho más próspera y está mejor equipada que la pesca artesanal y en pequeña escala de los países en desarrollo. Esos Miembros sostienen que no se han presentado descripciones ni criterios claros para identificar la pesca "en pequeña escala" de los Miembros desarrollados, ni ninguna razón convincente de por qué es preciso subvencionar esas actividades pesqueras. Por consiguiente, consideran que cualquier excepción que se refiera a las subvenciones a la pesca artesanal y en pequeña escala debería limitarse estrictamente a las disposiciones sobre trato especial y diferenciado.

En varias propuestas se recoge una cuestión que guarda cierta relación con la anterior, a saber, el establecimiento de una excepción general *de minimis* con un umbral más elevado para los Miembros en desarrollo, posiblemente diferenciado en función de su tamaño y/o de la proporción del total mundial que representen sus capturas. Con arreglo a este planteamiento, los Miembros podrían conceder subvenciones de cualquier tipo hasta el umbral fijado (expresado en términos absolutos o como porcentaje del valor total de las capturas o de otro indicador). Los partidarios de este enfoque argumentan que sería una respuesta sencilla y fácil de administrar a las preocupaciones tanto de los Miembros desarrollados como de los Miembros en desarrollo en lo que se refiere a sus actividades pesqueras artesanales o en pequeña escala, que evitaría tener que abordar cuestiones de definición difíciles de resolver.

Fuente: Comunicación del Presidente del Grupo de Negociación sobre las Normas, documento TN/RL/W/254 de la OMC, de 21 de abril de 2011.

Es muy probable que la situación resulte aun más compleja para las pymes de los países en desarrollo. Esto explicaría por qué muchos Miembros de la OMC, tanto desarrollados como en desarrollo, suelen tener programas para tratar de ayudar a las pymes a mejorar su acceso al sistema de propiedad intelectual. En el

artículo 8 del Acuerdo sobre los ADPIC se permite a los Miembros de la OMC "promover el interés público en sectores de importancia vital para su desarrollo socioeconómico y tecnológico, siempre que esas medidas sean compatibles con lo dispuesto en el [...] Acuerdo".

Los debates mantenidos en varias reuniones del Consejo de los ADPIC -el órgano de la OMC encargado de vigilar el funcionamiento del Acuerdo sobre los ADPIC- constituyen una rica fuente de información sobre las numerosas iniciativas en materia de propiedad intelectual aplicadas por los Miembros de la OMC para

apoyar a sus pymes.²⁹ En el cuadro E.2 figuran varios ejemplos de iniciativas descritas por los Miembros.

Otra medida adoptada por algunos Miembros consiste en aplicar a las pymes derechos mucho más bajos que a las grandes empresas por la solicitud de patentes

Cuadro E.2: Iniciativas en materia de propiedad intelectual destinadas a apoyar a las pymes

Miembro de la OMC	Programas de propiedad intelectual para las pymes
Chile	Se ha adoptado una nueva ley en materia de investigación y desarrollo que contempla incentivos fiscales para aumentar la competitividad de las pymes chilenas, con miras a fomentar el desarrollo y la utilización de nuevas tecnologías. En virtud de esa ley, el costo de los recursos destinados por las pymes a investigación y desarrollo podrá reducirse un 35% mediante ventajas fiscales. Start-Up Chile trata de atraer a emprendedores de alto potencial cuyas empresas estén en etapas incipientes o tempranas para que vayan a Chile y utilicen el país como plataforma para realizar actividades internacionales. En 2010, el programa, que estaba entonces en su etapa piloto, atrajo a Chile a las primeras 22 empresas en esa situación, de 14 países, y proporcionó a cada una de ellas 40.000 \$EE.UU. de capital y un visado de un año para desarrollar sus proyectos en el país durante seis meses.
República de Corea	La Oficina de la Propiedad Intelectual de Corea otorga a las pymes una reducción del 70% de los derechos. Además, se han establecido diversas medidas encaminadas a simplificar las prescripciones en materia de presentación de documentos probatorios de cada solicitud en el caso de las pymes y se ha ampliado su validez hasta un máximo de cuatro años. Atención a las consultas relacionadas con la propiedad intelectual de las pymes. Asistencia para que las pymes desarrollen sus marcas. Ayuda personalizada en materia de formación sobre patentes para las pymes.
Taipei Chino	El Sistema de Gestión de la Propiedad Intelectual presta servicios de consulta a las pymes acogiendo sesiones de intercambio de experiencias, talleres, cursos de formación, etc. Se ha establecido una plataforma de servicios de propiedad intelectual para las pymes denominada Proyecto sobre el valor de la propiedad intelectual para las pymes innovadoras, dedicada a intercambiar métodos de consulta sobre la propiedad intelectual, aumentar los conocimientos y la capacidad de las pymes y mejorar la calidad de sus decisiones en materia de propiedad intelectual. También se prestan a las distintas pymes servicios personalizados de consulta y diagnóstico en materia de propiedad intelectual, con miras a fortalecer su desarrollo de patentes en la etapa de investigación y desarrollo, y abreviar ese proceso.
Estados Unidos	La Ley "America Invents", firmada y promulgada en 2012, prevé un programa de apoyo financiero gratuito para inventores independientes y pequeñas empresas con recursos insuficientes. La iniciativa "Startup America" lanzada por la Administración de los Estados Unidos está encaminada a: ■ aumentar el acceso al capital para las empresas incipientes de rápido desarrollo; ■ aumentar la formación empresarial y los programas de mentores; ■ reforzar la comercialización de las actividades de investigación y desarrollo financiadas por el Gobierno federal que pueden dar origen a empresas incipientes innovadoras; ■ detectar y eliminar los obstáculos innecesarios a las empresas incipientes de rápido desarrollo; y ■ ampliar la colaboración entre las grandes empresas y las empresas incipientes.

Cuadro E.3: Derechos especiales de solicitud de patente para las pymes de determinados Miembros de la OMC

País	Derechos de solicitud de patente especiales para las pymes	Enlaces
Argentina	Sí, las pymes reciben un descuento para la renovación.	http://www.inpi.gov.ar/index.php?Id=107&criterio=2
Brasil	Sí, descuento para las microempresas.	http://www.inpi.gov.br/arquivos/patentes.pdf
Canadá	Sí, descuento para las pequeñas entidades.	http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/eng/wr00142.html?Open&wt_src=cipo-patent-main
Estados Unidos	Sí, derechos especiales para las pequeñas empresas y las microempresas.	http://www.uspto.gov/learning-and-resources/fees-and-payment/uspto-fee-schedule
Francia	Sí, descuento para las pymes.	https://www.inpi.fr/fr/services-et-prestations/aides-aux-pme-et-aux-centres-de-recherche
India	Sí, distinción para las pequeñas empresas.	http://ipindia.nic.in/ipr/patent/patent_FormsFees/Fees.pdf

y demás servicios suministrados por sus oficinas de patentes. Aunque dista de ser exhaustiva, la información que figura en el cuadro E.3 muestra qué Miembros de la OMC han proporcionado este tipo de asistencia a sus pymes. Esta asistencia reduce los costos que supone para las pymes solicitar la protección de la propiedad intelectual de sus invenciones. Los descuentos aplicados pueden llegar a ser sustanciales: del orden del 50% para las “pequeñas” empresas y hasta del 75% para las que se consideran “microempresas”.

(iv) Servicios

Los Miembros de la OMC han señalado, tanto en sus comunicaciones como en sus intervenciones orales, múltiples cuestiones que representan un problema para la exportación de servicios de las pymes. Las cuestiones mencionadas con más frecuencia comprenden los marcos reglamentarios discriminatorios y faltos de transparencia; la insuficiencia de la información sobre la reglamentación; las prescripciones en materia de presencia comercial; el no reconocimiento de los títulos de aptitud; la dificultad para el movimiento de personal; las prescripciones onerosas en materia de licencias; la incertidumbre en torno a las leyes aplicables; el acceso limitado a los mecanismos de pago; la falta de claridad con respecto a las normas de suministro electrónico de servicios; y las dificultades para acceder a servicios de apoyo tan necesarios como Internet, servicios jurídicos, y servicios de publicidad y de contabilidad. Así pues, se puede ver claramente que las observaciones de los Miembros sobre los obstáculos y las dificultades que afrontan las pymes en el comercio de servicios coinciden en gran medida con los señalados en las investigaciones económicas, los estudios y demás trabajos a que se hace referencia en la sección D del presente informe.

Durante los primeros años de las negociaciones del Programa de Doha para el Desarrollo (PDD),

los Miembros solían plantear a menudo cuestiones relacionadas con el comercio de servicios que afectaban a las pymes. También había opiniones, especialmente de los países en desarrollo, que defendían la adopción de enfoques de negociación que tomaran en cuenta el tamaño del proveedor y el tipo de economía de que se tratara; y enfoques que comprendieran, por ejemplo, un trato preferencial para las pymes de los países en desarrollo. Entre 2001 y 2005 este debate volvió a plantearse en ocasiones. Algunas delegaciones advirtieron que las perspectivas de negociación basadas en el tamaño de la empresa -por ejemplo, que pueden discriminar entre empresas de diferentes tamaños- podrían obstaculizar la competencia y la asignación de recursos eficiente. Más recientemente, en 2011 y 2012, la delegación de Suiza presentó comunicaciones sobre la función de las pymes en la economía de servicios suiza y sobre el suministro electrónico de servicios por las pymes exportadoras. Turquía también presentó información sobre el comercio de sus pymes. Sin embargo, los debates sobre los servicios pasaron a centrarse cada vez más en las propuestas de que el AGCS tuviera un mecanismo para otorgar un trato preferencial a los PMA, similar a la cláusula de habilitación del GATT. Los dos temas no eran mutuamente excluyentes, ya que seguramente muchos de los beneficiarios finales de dicho mecanismo en estas economías serían pymes que operan, o esperan operar, en los mercados de exportación de servicios.

Conversaciones sobre la clasificación para mejorar la seguridad de los compromisos de acceso a los mercados

El Comité de Compromisos Específicos del AGCS se ocupa, entre otras cosas, de las cuestiones relacionadas con la clasificación y la consignación en listas que podrían mejorar la claridad y la previsibilidad de las listas de compromisos de los Miembros en

materia de acceso a los mercados y trato nacional para el comercio de servicios.

Durante algún tiempo, el Comité de Compromisos Específicos del AGCS ha examinado la cuestión de los “nuevos servicios”. Entre la información general facilitada por la Secretaría para ayudar a los Miembros en sus debates se ha incluido, por ejemplo, una lista ilustrativa de los servicios que, según han señalado los Miembros en debates anteriores, no son objeto de referencia explícita en el sistema de clasificación del AGCS. En muchos casos, esos ejemplos corresponden a los servicios de tecnología de la información o los servicios basados en la tecnología de la información que, gracias a las nuevas tecnologías, se han convertido en servicios comercializables o, al menos, se pueden comercializar con más facilidad que antes. Además, en algunos casos, esos servicios pueden estar vinculados a actividades como la externalización de los procesos empresariales, mediante la cual muchas veces las pymes han logrado entrar en cadenas de valor mundiales en los últimos años.

El sistema de clasificación del AGCS no alcanzaba forzosamente un nivel de especificidad que permitiera a los Miembros indicar claramente en sus listas los sectores en que esas actividades podrían beneficiarse de los compromisos. Los servicios de centros de llamadas y computación en la nube figuraban entre los ejemplos examinados. Pese a la importancia de reflejar algunos de esos servicios de forma más adecuada en la clasificación, utilizada sobre todo para la consignación en listas, los Miembros expresaron opiniones discrepantes al respecto. Algunas delegaciones sugirieron que había pocos servicios realmente “nuevos” porque la mayor parte podría encajar en alguna de las categorías de clasificación existentes. A otras delegaciones les preocupaba que ese enfoque llevara a una reinterpretación regresiva de los compromisos existentes en el marco del AGCS.

Por otro lado, algunos gobiernos, como los que participan en un grupo de negociación plurilateral sobre el suministro transfronterizo encabezado por la India, han tratado de señalar actividades específicas en el marco del sistema de clasificación del AGCS, así como algunas modalidades más actualizadas, que tendrían probabilidades de ser externalizadas por medio de pymes de países en desarrollo. También se desplegaron esfuerzos similares para señalar servicios que podrían ser objeto de la exención para los PMA.

Labor en curso sobre las normas del AGCS

También se han planteado cuestiones relativas a las pymes en el Grupo de Trabajo sobre las Normas del AGCS, que estudia la posibilidad de completar

normas del AGCS “inacabadas” en las esferas de las salvaguardias, las subvenciones y la contratación pública. En declaraciones en que se promovía la conveniencia de establecer un mecanismo de salvaguardia urgente (MSU) en el comercio de servicios, las delegaciones de las economías de la ASEAN citaron algunos casos en que la viabilidad del comercio minorista de las pymes podría verse amenazada por la entrada repentina de grandes minoristas competidores aprovechando los compromisos establecidos en el marco del AGCS en el modo 3 (presencia comercial); en este caso, las cadenas extranjeras podrían reemplazar a los pequeños comercios independientes, lo que causaría un daño a las pequeñas empresas.

Según los proponentes, un mecanismo de salvaguardia urgente supondría un respiro para las pymes proveedoras que les permitiría adaptarse y sobrevivir. Otras delegaciones seguían sin estar convencidas de la necesidad de adoptar una medida de salvaguardia para abordar lo que consideraban esencialmente un problema estructural para el que, en caso necesario, podría haber otros instrumentos disponibles.

(v) Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico

Cuando la OMC puso en marcha su Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico en 1998, los Ministros acordaron establecer una moratoria provisional para los derechos de aduana sobre las transmisiones electrónicas, y encomendaron al Consejo General de la OMC que definiera la labor al respecto. Poco tiempo después, el Consejo General distribuyó una nota de antecedentes sobre el comercio electrónico y los Acuerdos de la OMC, y designó las cuestiones que debían examinarse en los Consejos de la OMC con respecto al comercio de mercancías, al comercio de servicios y a los derechos de propiedad intelectual, así como en el Comité de Comercio y Desarrollo. El Programa de Trabajo ha seguido vigente desde entonces; recientemente se ha ampliado en virtud de la Decisión Ministerial adoptada en Nairobi en diciembre de 2015, por la que también se ha mantenido la moratoria sobre los derechos de aduana.

Desde los inicios del Programa de Trabajo, el desarrollo fue indudablemente una de las cuestiones designadas para ser examinada y, en ese contexto, su importancia para las pymes no se desatendió. Las pymes fueron mencionadas de forma explícita por primera vez como tema de debate a nivel ministerial en la Decisión sobre el comercio electrónico de la Séptima Conferencia Ministerial de la OMC, celebrada en 2009 (relativa a la prórroga de la moratoria sobre la imposición de derechos de importación a las transmisiones electrónicas hasta la Octava Conferencia Ministerial).

Aunque los órganos encargados de aplicar el Programa de Trabajo todavía no han publicado conclusiones formales, hay un principio de consenso según el cual las disposiciones de los respectivos Acuerdos parecen ser neutrales desde el punto de vista tecnológico, por lo que son aplicables al comercio en todas sus formas, incluido el comercio a través de Internet. También se ha reconocido ampliamente la importancia para las pymes de la labor sobre el comercio electrónico en los distintos órganos, especialmente en el Comité de Comercio y Desarrollo y el Consejo del Comercio de Servicios.

A raíz de la reactivación del Programa de Trabajo en 2011, se reanudaron los debates sobre los servicios en esta esfera. Durante ese período, los Miembros presentaron algunas cuestiones nuevas para su examen en los debates. Entre ellas figuraban, por ejemplo, los posibles principios comerciales relativos a las tecnologías de la información y las comunicaciones, la función de las pymes, la evolución de los servicios de computación en la nube y de las aplicaciones móviles, las prácticas en materia de licencias, la protección de los consumidores y la autenticación. Concretamente, Suiza presentó una comunicación sobre la experiencia con respecto a las pymes y sus actividades relacionadas con el comercio electrónico en Suiza.³⁰ Una de sus conclusiones es que, cuanto más grande es la empresa, mayor es su volumen de ventas por Internet. Las pymes y las grandes empresas se enfrentan a los mismos obstáculos al comercio electrónico transfronterizo, a saber, la falta de conocimientos sobre el mercado extranjero (preferencias de los consumidores, idioma, marco reglamentario, etc.). No obstante, adquirir los conocimientos necesarios resulta más fácil para las empresas más grandes.

El Consejo del Comercio de Servicios examinó diversas comunicaciones presentadas por los Miembros en 2015, una de ellas destinada a aumentar la atención prestada a las pymes. En esa comunicación, China propuso que el Consejo emprendiera un ejercicio de intercambio de información estructurado sobre temas pertinentes al Programa de Trabajo, y sugirió que las dificultades para la participación de las pymes en el comercio electrónico eran una cuestión que podría abordarse en ese ejercicio. La propuesta de China fue aceptada posteriormente y, al final del año, China y Nigeria aportaron contribuciones sobre los progresos realizados en sus respectivos países en materia de comercio electrónico, en particular en las pymes.

Con respecto a otras cuestiones, los Miembros volvieron a examinar una comunicación de los Estados Unidos relativa a los flujos de información transfronterizos, las prescripciones en materia de ubicación, la protección de la privacidad y la computación en la nube, con objeto

de fomentar el diálogo y el intercambio de información sobre estos temas. Según se señala en la sección D, algunas de estas cuestiones, como la computación en la nube y las prescripciones en materia de ubicación, pueden resultar útiles para reducir los costos del comercio de las pymes, ya que tratan de emplear las nuevas tecnologías para aumentar su participación en el comercio.

En 2015, el Consejo de los ADPIC examinó cuestiones relativas a la propiedad intelectual, incluidas las últimas tecnologías y sus aplicaciones, así como la forma en que los derechos de propiedad intelectual pueden promover la innovación en las tecnologías de la información. Por lo tanto, uno de los puntos recurrentes del orden del día del Consejo de los ADPIC es "propiedad intelectual e innovación". En particular, en una reunión dedicada a este tema se examinó "el espíritu empresarial y la innovación". En el marco de este punto, los Miembros compartieron sus experiencias y proporcionaron ejemplos de pymes y empresas incipientes en la esfera de las nuevas tecnologías móviles para ilustrar el papel que desempeña la propiedad intelectual en la comercialización de las innovaciones. El examen se centró en particular en las empresas de nueva creación que comercializan tecnologías y aplicaciones móviles, incluidos los beneficios que pueden aportar en el contexto de los países en desarrollo.

Otros temas de interés tratados por el Consejo de los ADPIC, incluido el examen realizado en 2015, comprendían la transferencia de tecnología a los países en desarrollo y la supervisión de la asistencia técnica a esos países.

En la reunión del CCD de abril de 2012, los Miembros examinaron la Decisión Ministerial de 2011 sobre el comercio electrónico, en la que se les encomendaba que "desta[caran] y revitali[zarán] la dimensión de desarrollo en el Programa de Trabajo, especialmente a través del Comité de Comercio y Desarrollo, para el examen y la vigilancia de las cuestiones relacionadas con el desarrollo, como la asistencia técnica, la creación de capacidad y la facilitación del acceso al comercio electrónico de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluidos los pequeños productores y proveedores, de los países en desarrollo y, en particular, de los países menos adelantados Miembros". En julio de 2012, el Ecuador y Cuba presentaron un documento titulado "Mandato: taller sobre el comercio electrónico, el desarrollo y las PYME". En febrero de 2013, a raíz de la petición de celebración de un taller, la Secretaría y el Comité de Comercio y Desarrollo (CCD) elaboraron una nota de antecedentes. La nota se centraba en la relación entre el desarrollo del comercio electrónico y las pymes, y en la forma en que algunas pymes han utilizado el

comercio electrónico para promover y comercializar sus productos, prestar servicios de mantenimiento de esos productos y venderlos a escala nacional e internacional.

En la conferencia sobre el comercio electrónico, el desarrollo y las pymes, organizada por el CCD en abril de 2013, se destacó que las organizaciones internacionales podían promover y abordar algunas cuestiones relativas al comercio electrónico, como la asistencia técnica y la creación de capacidad, teniendo en cuenta las necesidades específicas de los países. Se sugirió además que las organizaciones internacionales, incluida la OMC y el ITC, podían ayudar a divulgar el conocimiento y la comprensión y a explicar las cuestiones y los problemas, e indicar los modelos y enfoques que habían dado mejores resultados.

En las reuniones del CCD celebradas en 2014, el Presidente pidió a los Miembros que estudiaran la forma de abordar algunas de las cuestiones que habían surgido de los debates sobre el comercio electrónico, por ejemplo, la cuestión de cómo mejorar las oportunidades económicas y de desarrollo, con especial atención a la situación de los países en desarrollo, en particular de los países menos adelantados Miembros y de los países menos conectados.

Asimismo, se pidió a los Miembros que siguieran examinando las oportunidades y dificultades de acceso al comercio electrónico que tienen las microempresas y las pymes, incluidos los pequeños productores y proveedores.

(vi) Financiación del comercio

Como se señala en la sección D, la falta de acceso a la financiación suele afectar a las pymes en una medida desproporcionada, y estas limitaciones del crédito se perciben especialmente en el acceso a la financiación del comercio. La OMC ha estado trabajando para mantener el flujo de financiación del comercio. Se ha prestado especial atención a las dificultades con que tropiezan los comerciantes de los PMA y los países en desarrollo, donde, en general, las empresas son pequeñas.

En 2011, el Director General de la OMC y el Presidente del Banco Mundial, junto con los directores de los bancos multilaterales de desarrollo, señalaron a la atención de la comunidad internacional las dificultades de la financiación del comercio, que preocupan mucho a las pymes de los países de bajos ingresos. El objetivo principal de esta iniciativa era apoyar a los bancos multilaterales de desarrollo en el establecimiento de una red mundial de programas de facilitación de la financiación del comercio. En resumen, los programas multilaterales de facilitación de la financiación del comercio ayudaron a facilitar más de 30.000 millones de dólares EE.UU. de transacciones comerciales en 2014 en países de bajos ingresos (véase el cuadro E.4).³¹ Casi un tercio de las operaciones totales de la Corporación Financiera Internacional (CFI) se concentraron en el África Subsahariana, y el apoyo a la mitigación de los riesgos prestado por el Banco Asiático de Desarrollo (BAsD) se dirige principalmente

Cuadro E.4: Esquema de los principales programas de facilitación del comercio de los bancos multilaterales de desarrollo

	BERD	CFI	BID	BAsD
Título del programa	Programa de facilitación del comercio	Programa mundial de financiación del comercio	Programa de facilitación de la financiación del comercio	Programa de financiación del comercio
Número de países en los que se aplica	23	96	21	18
Inicio del programa	1999	2005	2005	2004
Número de transacciones desde el inicio (final de ejercicio: 31 de diciembre de 2012)	15.508	31.600	4.457	8.338
Valor de las transacciones en 2013	\$ 1.200 millones EE.UU.	\$ 2.200 millones EE.UU.	\$ 1.200 millones EE.UU.	\$ 4.200 millones EE.UU.
Número de bancos confirmantes	800+	1,100	297	124
Reclamaciones hasta la fecha	2 – ninguna pérdida	cero	cero	cero

Fuente: CFI (2014), página 75.

a las regiones más pobres de Asia, como Bangladesh, Nepal, el Pakistán, Sri Lanka, Uzbekistán y Viet Nam.

Pese a estas iniciativas, más de la mitad de las solicitudes de financiación para el comercio de las pymes son rechazadas, frente a tan solo el 7% en el caso de las empresas multinacionales (DiCaprio *et al.*, 2015). Las pymes de los países en desarrollo tienen dificultades aun mayores a la hora de acceder a financiación del comercio. Se estima que, en 2012, en África la demanda insatisfecha de financiación del comercio ascendió a 120.000 millones de dólares EE.UU. (BAfD, 2014), y en el conjunto de los países asiáticos en desarrollo esa cifra ascendió a 700.000 millones de dólares EE.UU. (DiCaprio *et al.*, 2015).

En un esfuerzo por mitigar estos problemas, en abril de 2016, el Director General de la OMC hizo un llamamiento para que se tomaran medidas destinadas a ayudar a subsanar las diferencias existentes en la disponibilidad de financiación del comercio que afectan a las perspectivas comerciales de las pymes, especialmente en África y Asia. El Director General alentó a los organismos multilaterales de crédito, al sector privado y a los organismos de regulación financiera a que adoptaran medidas adicionales, como por ejemplo:

- aumentar los actuales programas de facilitación de la financiación del comercio con el fin de reducir las carencias de financiación en 50.000 millones de dólares EE.UU.;
- impartir formación en los próximos cinco años a, por lo menos, 5.000 profesionales de los sectores bancarios nacionales para que conozcan mejor los instrumentos de financiación del comercio;
- mantener un diálogo abierto con los reguladores en el ámbito de la financiación del comercio para que al aplicar los reglamentos se tengan plenamente en cuenta consideraciones comerciales y de desarrollo; y
- mejorar la supervisión de la concesión de financiación del comercio a fin de detectar y responder a las deficiencias, en especial de cara a futuras crisis financieras.

(vii) Contratación pública

El Acuerdo sobre Contratación Pública de la OMC (ACP) es un instrumento plurilateral por el que se rigen las actividades de comercio internacional en los mercados de contratación pública. El ACP fue renegociado recientemente, y el Acuerdo revisado entró en vigor en abril de 2014. El objeto del ACP

es promover la competencia, la transparencia y la equidad procesal en los mercados de contratación que abarca (especificados en los anexos de su apéndice I). El ACP también contribuye al objetivo más amplio de fomentar el buen gobierno y la gestión eficiente y eficaz de los recursos públicos, y alcanzar una mejor relación calidad-precio en los sistemas nacionales de contratación.

En su planteamiento, el ACP promueve la mayor participación posible en los mercados de contratación y, por lo tanto, está concebido para ayudar a los gobiernos a atraer a los mejores proveedores posibles que ofrezcan productos y servicios a los precios más competitivos. Su objetivo es ayudar a los gobiernos a alcanzar la mejor relación calidad-precio, y ayudar a los proveedores a acceder a mercados anteriormente cerrados para ellos, ya fuera por razones de forma, como las políticas discriminatorias, o debido a obstáculos prácticos, como la falta de transparencia respecto a las oportunidades y las condiciones de participación.

La función del ACP en la facilitación de la integración de las pymes en los mercados de contratación es importante por dos motivos (Nicholas y Müller, 2016). En primer lugar, al igual que los acuerdos comerciales regionales (ACR), la razón de ser del ACP se basa, en última instancia, en su utilidad para facilitar el acceso a los mercados de contratación extranjeros para los proveedores del sector privado. En este sentido, las pymes contribuyen a su efectividad, ya que representan la gran mayoría de empresas de todo el mundo. En segundo lugar, el ACP forma parte y se deriva de un modelo emergente de mejores prácticas internacionales de la contratación pública, y tiene por objeto aumentar el buen gobierno y la eficiencia de los sistemas de contratación pública en beneficio de los gobiernos y los ciudadanos. Para poder alcanzar estos objetivos y aumentar la efectividad de los sistemas de contratación mundiales, las medidas de reducción de obstáculos propuestas en el ACP deben aplicarse junto con medidas de apoyo a las pymes. Aunque el ACP no contiene disposiciones específicas sobre esta cuestión entre sus disposiciones básicas, el Comité de Contratación Pública ha adoptado una decisión sobre el establecimiento de un programa de trabajo relativo a las pymes.³²

Esta Decisión reconoce la importancia de facilitar la participación de las pymes en la contratación pública y la necesidad de evitar la introducción o la continuación de medidas discriminatorias que distorsionen la contratación abierta. El objetivo global del programa de trabajo es examinar las medidas y las políticas que afectan a las pymes y a las que las Partes en la Decisión pueden recurrir para apoyar, promover o facilitar la participación de las pymes en la contratación

pública y preparar un informe sobre los resultados de este examen.

La Decisión también contiene varios elementos importantes. Uno de ellos es la transparencia, ya que se establece que las Partes mantendrán disposiciones específicas sobre las pymes en sus listas del Apéndice I para notificar esas medidas y políticas al Comité de Contratación Pública. Un segundo elemento del programa de trabajo relativo a las pymes es la realización de una encuesta sobre las pymes con objeto de obtener información acerca de las medidas y políticas empleadas para apoyar, promover, alentar o facilitar la participación de las pymes en la contratación pública. Las Partes en el ACP utilizarán la encuesta sobre las pymes para determinar las medidas y políticas que a su juicio son las mejores prácticas para promover y facilitar la participación de las pymes en la contratación pública. Se alentará a las Partes en el ACP a i) adoptar las mejores prácticas señaladas al evaluar la encuesta, y ii) examinar las medidas restantes con miras a eliminarlas o aplicarlas a las pymes de las otras Partes en el Acuerdo.

El Comité de Contratación Pública inició su labor sobre el programa de trabajo relativo a las pymes en junio de 2014; desde entonces, se han celebrado varios debates específicos sobre este tema. La gran mayoría de las Partes en el ACP ha facilitado sus respuestas a la encuesta sobre las pymes, y en febrero de 2016 se distribuyó a las Partes una recopilación de todas las respuestas. Se espera que el programa de trabajo sea un tema de interés especial para el Comité a partir de 2016.

En su conjunto, el ACP fomenta la participación de las pymes y promueve medidas conexas de diversas maneras. En primer lugar, el Acuerdo resulta útil para identificar las medidas que pueden mejorar las características generales de la legislación y los sistemas de contratación en materia de transparencia, integridad y competencia. Esas medidas establecen condiciones igualitarias para todos los posibles proveedores y, como primer paso, cabe esperar que eliminen los obstáculos a la participación, lo cual interesa especialmente a las pymes. Por lo tanto, existen sinergias importantes entre las políticas relativas a las pymes y los objetivos, las normas y los principios del ACP.

El ACP promueve de forma activa las medidas de transparencia, apertura e integridad necesarias para que las pymes superen los obstáculos a la participación en la contratación pública: a este respecto, las pymes se parecen mucho a los proveedores internacionales, y las políticas sobre las pymes y el ACP están concebidas para facilitar la participación de estas empresas en los mercados de contratación. Por consiguiente, los

objetivos y las normas específicas de procedimiento establecidas en las políticas relativas a las pymes y el ACP para fomentar una amplia participación y competencia en los mercados de contratación, son plenamente compatibles con el objetivo de favorecer la inclusión de las pymes en la base de proveedores de los gobiernos por esos medios.

En el ACP también se prevé flexibilidad en la aplicación por las Partes de medidas específicas relativas a las prácticas de contratación, que se puede ejercer al aplicar las normas generales a fin de facilitar la participación de las pymes. Algunos ejemplos son la desagregación de la demanda, la utilización adecuada de los acuerdos marco y los sistemas de contratación electrónica, la creación de oportunidades de subcontratación y licitación conjunta, el pronto pago de los proveedores, y la impartición de formación. Esas medidas podrían resultar necesarias para superar obstáculos a la participación de las pymes que podrían persistir pese a la existencia de un sistema, por lo general, abierto y transparente.

En este sentido, el enfoque básico del ACP consiste en dejar las distintas opciones a elección de cada Gobierno, siempre que se cumplan los principios generales de transparencia y no discriminación. Las opciones y soluciones adoptadas pueden tener un impacto significativo en la contratación por las pymes y en la eficiencia del sistema de contratación en su conjunto, por lo que deben meditarlos debidamente. Aunque el ACP, en tanto que instrumento jurídico vinculante, delimita cuidadosamente el margen de actuación a este respecto, el programa de trabajo relativo a las pymes establecido por el Comité de Contratación Pública permite celebrar debates de política conexos.

La tercera esfera de interacción se refiere a las medidas o programas preferenciales concebidos para dar a las pymes un acceso privilegiado a los contratos públicos. En este marco, algunas Partes han consignado excepciones específicas a las prescripciones en materia de no discriminación y otras disposiciones del ACP en sus listas del apéndice I.

(viii) Desarrollo

En la Parte IV del GATT, sobre "Comercio y Desarrollo", no hay referencias explícitas a las pymes. No obstante, las pymes han sido inevitablemente objeto de especial atención en los debates y las actividades sobre el desarrollo celebrados en la OMC.

Como se ha señalado más arriba, las pymes de los países en desarrollo constituyeron uno de los principales elementos de la labor realizada en 2013, cuando el Comité de Comercio y Desarrollo de la

OMC examinó los vínculos y las dificultades de las pymes en la esfera del comercio electrónico. En ese examen, se mencionó una amplia gama de dificultades relacionadas con la infraestructura, la adquisición de conocimientos técnicos y el sector de los servicios, y se consideró que eran elementos fundamentales que los gobiernos debían abordar para ayudar a las pymes a aprovechar esta nueva tecnología en expansión.

Las pymes fueron uno de los temas examinados en los debates del CCD sobre medidas no arancelarias en el marco del Programa de Trabajo sobre las Pequeñas Economías. La cuestión consistía en cómo pueden cumplir los productos industriales y agrícolas de las empresas de las pequeñas economías los reglamentos técnicos y las medidas sanitarias cuyo cumplimiento se exige en los mercados de los principales países desarrollados. En 2016 se ha seguido trabajando en esta esfera, centrándose no solo en la forma en que las pequeñas empresas pueden cumplir las normas internacionales y privadas, sino también en cómo pueden utilizar esas normas para integrarse y progresar en las cadenas de valor mundiales tanto de mercancías como de servicios.

La OMC, en colaboración con otros organismos, mantiene diversas iniciativas de creación de capacidad destinadas a ayudar a los países en desarrollo y los PMA a superar sus limitaciones y aprovechar las oportunidades comerciales. Reforzar la capacidad productiva y ayudar a los exportadores a entrar o a aumentar su presencia en mercados extranjeros son algunos de los principales objetivos de la iniciativa de Ayuda para el Comercio. Existe un programa específico para los PMA, el Marco Integrado mejorado (MIM), que ayuda a los gobiernos a incorporar el comercio en sus estrategias de desarrollo. Una tercera iniciativa es el Fondo para la Aplicación de Normas y el Fomento del Comercio (STDF), que ayuda a los exportadores a asegurar que sus sectores de frutas y hortalizas, especias y ganadería cumplan las normas sanitarias y fitosanitarias.

Cada una de estas iniciativas pone de relieve la amplia gama de medidas de asistencia de que disponen los gobiernos, y a través de ellos las pymes y el sector privado en general, para aprovechar las oportunidades comerciales y de desarrollo. Más adelante se ofrece un examen más detallado de estas cuestiones.

Además de examinar las cuestiones relacionadas con el apoyo a las pymes en el marco de la iniciativa de Ayuda para el Comercio, los gobiernos también negocian nuevos acuerdos multilaterales que facilitan las exportaciones de las pequeñas empresas, especialmente de los PMA. Como se ha señalado antes, estos acuerdos comprenden la iniciativa de acceso a los mercados libre de derechos y de contingentes, la

Decisión Ministerial relativa a las normas de origen preferenciales para los países menos adelantados (adoptada en la Décima Conferencia Ministerial en 2015) y la exención en la esfera de los servicios, que permite a los países desarrollados y en desarrollo otorgar preferencias a los proveedores de servicios de los PMA para darles un mayor acceso a sus mercados.

Programa de Trabajo sobre las Pequeñas Economías

En la Cuarta Conferencia Ministerial, celebrada en Doha en 2001, los Miembros convinieron en establecer un programa de trabajo para examinar cuestiones relativas al comercio de las pequeñas economías. El objetivo de ese programa es formular respuestas a las cuestiones relativas al comercio identificadas con miras a la mayor integración de las economías pequeñas y vulnerables en el sistema multilateral de comercio.

En la Novena Conferencia Ministerial, celebrada en 2013, los Miembros de la OMC encomendaron a la Secretaría de la OMC que proporcionase la información y el análisis fáctico pertinentes para su examen por los Miembros en el CCD en Sesión Específica, en particular en relación con las dificultades y las oportunidades que encuentran las pequeñas economías al incorporarse a las cadenas de valor mundiales en el comercio de mercancías y servicios.

En octubre de 2014, el ITC y la OMC emitieron una nota conjunta sobre las limitaciones con que se enfrentan las pymes al participar en el comercio internacional, especialmente las destacadas por las pymes de los PMA; también se examinó la manera en que la Ayuda para el Comercio aborda esos obstáculos. El examen se centró en el hecho de que las instituciones de financiación del desarrollo, y la Ayuda para el Comercio, no pueden por sí solas suplir la carencia de financiación de las pymes ni abordar todas las limitaciones relacionadas con el comercio que afectan a esas empresas. La nota conjunta recordaba la necesidad de mantener una estrecha colaboración con los gobiernos de los países asociados y con el sector privado tanto en la aplicación como en la búsqueda de soluciones a largo plazo para los fallos del mercado.

El taller conjunto del ITC y la OMC sobre la Ayuda para el Comercio y la competitividad de las pymes, celebrado en octubre de 2014, fue el primero de una serie de talleres previstos en el Programa de Trabajo sobre la Ayuda para el Comercio de 2014-2015. El taller se basó en la nota de antecedentes conjunta del ITC y la OMC, y en él se abordó de forma específica la cuestión de la integración de las pymes en las cadenas de valor mundiales.

En la reunión del CCD en Sesión Específica celebrada en mayo de 2015, la OMC emitió una nota de antecedentes sobre las dificultades y las oportunidades que encontraban las pequeñas economías al incorporarse a las cadenas de valor mundiales en el comercio de bienes y servicios. En la nota se ponen de relieve las dificultades a que se enfrentan las pymes de las pequeñas economías, como el acceso a la financiación, la cualificación de la mano de obra, la disponibilidad de información de mercado y el reducido tamaño de sus mercados, que les impide crecer. Las pequeñas economías se enfrentan a diversos problemas que ponen de manifiesto el importante papel de las iniciativas y políticas relacionadas con la OMC, como la Ayuda para el Comercio y la facilitación del comercio.

(ix) Creación de capacidad

La OMC aspira a que todos sus Miembros participen y se beneficien del comercio mundial de forma efectiva. Uno de sus desafíos es lograr que los numerosos mecanismos de asistencia para el desarrollo existentes colaboren de manera más eficaz en apoyo de los países en desarrollo y los PMA Miembros. A este respecto, la OMC tiene que desempeñar una función catalizadora: garantizar que los organismos encargados del desarrollo entiendan las necesidades comerciales de los Miembros de la OMC y alentarlos a que busquen soluciones.

En la siguiente subsección se exponen estudios de casos o relatos de experiencias concretas comprendidos

en el ámbito de la Ayuda para el Comercio, el MIM y el STDF, iniciativas que ayudan a las pymes a aumentar su capacidad de oferta.

Ayuda para el Comercio

La iniciativa de Ayuda para el Comercio contribuye a que los países en desarrollo, especialmente los PMA, mejoren su capacidad comercial al participar en los mercados mundiales. La Ayuda para el Comercio forma parte de la asistencia oficial para el desarrollo (AOD), destinada a programas y proyectos relacionados con el comercio. La iniciativa, que comprende asistencia técnica y asistencia para las infraestructuras y el reajuste, ha logrado que los PMA, los países en desarrollo y los donantes sean más conscientes de la función positiva que puede desempeñar el comercio en la promoción del crecimiento económico y el desarrollo. En el recuadro E.5 se expone el caso de un proyecto dirigido a las microempresas de Jamaica.

Marco Integrado mejorado (MIM)

El MIM es un programa al que contribuyen múltiples donantes -OMC, Fondo Monetario Internacional (FMI), ITC, UNCTAD, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Banco Mundial- y que ayuda a los PMA a participar más activamente en el sistema mundial de comercio. El Marco está operativo en 48 de las economías más pobres del mundo -así como en 3 que han dejado de tener la condición de PMA- en Asia, el Pacífico, África y las Américas, y se financia

Recuadro E.5: Integración productiva de las microempresas de los sectores de la artesanía y la agroindustria de Jamaica

En Jamaica, las pequeñas empresas y las microempresas representan el 80% de todas las empresas y el 36% del empleo. Tanto en el sector agroindustrial como en el artesanal, algunas microempresas participan en actividades de exportación como proveedoras de empresas más grandes. El Gobierno considera que estos sectores tienen un gran potencial de desarrollo económico. Por ello, se elaboró un proyecto para los sectores de la agroindustria y la artesanía, que se puso en marcha en 2006, para ayudarles a ser más competitivos y a vender más productos en el exterior.

El objetivo específico del proyecto era aplicar un programa integrado a 14 grupos de microempresas de los subsectores de la artesanía y la agroindustria, empleando un modelo sostenible de integración productiva. El grupo beneficiario estaba compuesto por organizaciones comunitarias o grupos informales, que a menudo operan a nivel de subsistencia y producen y venden diversos productos agroindustriales (confituras, jaleas, artículos de confitería, alimentos fermentados) y artículos artesanales (de madera, paja y fibras naturales) en régimen de cooperativa. El proyecto tenía por objeto trabajar con los productores para abordar las dificultades que impedían a los grupos operar de forma eficiente y rentable. Entre estas dificultades figuraban el diseño y el desarrollo de productos, la gestión empresarial y la comercialización.

Cuando el proyecto finalizó en 2011, la asistencia técnica proporcionada dio lugar a la mejora de 14 productos y la introducción de 3 nuevos productos. Tres grupos de la comunidad han mejorado considerablemente la calidad y los estándares de sus productos. Ahora estos productores fabrican productos comercializables. La mayor parte de los demás grupos están trabajando para tener sus productos listos para ser comercializados. Por último, todos los grupos han aumentado su nivel de ventas.

con cargo a un fondo fiduciario de múltiples donantes cuyo objetivo de financiación es de 250 millones de dólares EE.UU.

El estudio de diagnóstico sobre la integración comercial (EDIC) aplicado por el MIM ayuda a los PMA a identificar, jerarquizar y abordar las limitaciones que afectan a la competitividad, el potencial de crecimiento o las deficiencias de la cadena de suministro. Entre estas limitaciones figuran las que afectan a las pymes, como el acceso a la infraestructura y los servicios de logística, la financiación, la tecnología y los conocimientos técnicos. En el recuadro E.6 se destacan dos proyectos que muestran la forma en que se han venido abordando estas limitaciones de las pymes a través del MIM en Burkina Faso y Zambia.

Fondo para la Aplicación de Normas y el Fomento del Comercio (STDF)

El STDF fue establecido en 2002 por la OMC, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE), el Banco Mundial y

la Organización Mundial de la Salud (OMS) para apoyar la creación de capacidad sanitaria y fitosanitaria en los países en desarrollo. El Fondo ofrece financiación mediante donaciones para la ejecución de proyectos por una cuantía máxima de 1 millón de dólares EE.UU.

Con el tiempo, el STDF ha pasado de ser un mecanismo de financiación a ser una plataforma de coordinación y conocimientos. Al reunir las técnicas y los conocimientos especializados en materia sanitaria y fitosanitaria de sus socios fundadores y de otras organizaciones y donantes, el STDF constituye un foro excepcional para fomentar la sensibilización en esta esfera, intercambiar información, determinar y divulgar las buenas prácticas, promover la colaboración y las sinergias, y mejorar, en líneas generales, la efectividad de la creación de capacidad sanitaria y fitosanitaria. Algunos de los temas abordados recientemente en el STDF son: i) la evaluación y determinación de prioridades en el ámbito sanitario y fitosanitario; ii) el establecimiento de asociaciones entre los sectores público y privado para crear capacidad sanitaria y fitosanitaria; y iii) la mejora de la efectividad y la eficiencia de los controles sanitarios y fitosanitarios en

Recuadro E.6. La cadena de valor del sésamo en pequeña escala en Burkina Faso, y la miel y los apicultores en Zambia

El proyecto del MIM en Burkina Faso tiene por objeto introducir mejoras en el sector del sésamo y sus agentes -muchos de los cuales operan a pequeña escala- mediante el establecimiento de organizaciones interprofesionales, el aumento de la capacidad técnica de los productores y la facilitación del acceso a la financiación. También tiene como finalidad contribuir al aumento de los ingresos de exportación del sésamo y mejorar los ingresos de los agricultores, productores y empresarios rurales que participan en la cadena de valor de ese producto. En el proyecto del sésamo se presta especial atención al empleo de las mujeres, que representan el 43% del sector.

El proyecto ha permitido al sector del sésamo de Burkina Faso estudiar oportunidades de mercado y establecer relaciones empresariales con países de África, las Américas, Asia, Europa y Oriente Medio. Ha mejorado las cosechas de más de 5.000 productores y agentes de divulgación, lo que ha dado lugar a un aumento del rendimiento del sésamo por hectárea (de 521 kg en 2012 a 602 kg en 2014), y un incremento en más del triple de la producción de semillas de sésamo entre 2012 y 2014. Se ha mejorado la capacidad de 102 colectivos interesados femeninos para cumplir las medidas sanitarias y fitosanitarias. Además, siete pymes recibieron ayuda para desarrollar sus planes empresariales de 2014 y 2015, y en 2015 se celebraron reuniones con instituciones financieras locales y colectivos interesados del sector del sésamo para examinar cuestiones relacionadas con el acceso a la financiación.

En el proyecto del MIM en Zambia, que empezó en enero de 2013, se impartió formación a más de 5.000 pequeños productores de miel de todo el país, con especial atención a los jóvenes y las mujeres. Esa formación les permitió entablar contacto con los principales compradores de productos apícolas. Además, el proyecto ha facilitado la construcción de centros de agrupación de cargas a granel utilizados como almacenes y puntos de venta, lo que ha reducido considerablemente los costos de transacción y ha mejorado la comercialización y la productividad. En el proyecto sobre la miel y la apicultura también se examinan posibles inversiones en soluciones empresariales respetuosas con el medio ambiente para los hogares rurales, que podrían reforzar su capacidad para comerciar sin dejar de gestionar el medio forestal, y estimular y aumentar el rendimiento de diversos cultivos, árboles y plantas mediante la polinización por las abejas. Hasta la fecha, el proyecto ha aumentado la capacidad de producción de los apicultores de 500 a 753 toneladas de miel.

Recuadro E.7: CocoaSafe: creación de capacidad e intercambio de conocimientos sanitarios y fitosanitarios sobre el cacao en el sudeste asiático

La producción y la exportación de cacao es el medio de subsistencia de miles de pequeños agricultores de Asia Sudoriental. En Indonesia, tercer mayor productor y exportador de cacao del mundo, 500.000 pequeños agricultores representan aproximadamente el 87% de la producción de cacao. No obstante, los productores se enfrentan a tres problemas principales. En primer lugar, la mayor parte del cacao en grano producido en Asia Sudoriental es de calidad media. En segundo lugar, por lo general, la productividad de los pequeños agricultores es baja. En tercer lugar, estas pymes no suelen aplicar las mejores prácticas de producción. Como resultado, el cacao en grano puede contaminarse durante la etapa de producción, pero también durante las etapas de secado, almacenamiento y transformación.

Para mantener el acceso a los mercados de alto valor -como los de los Estados Unidos, el Japón y la Unión Europea- los productores de cacao de Asia Sudoriental deben minimizar la contaminación del cacao y cumplir un número creciente de medidas de inocuidad de los alimentos y MSF. A fin de ayudarles a cumplir estos objetivos, el STDF, junto con varias organizaciones asociadas, han puesto en marcha el proyecto CocoaSafe, que promueve las mejores prácticas agrícolas y manufactureras y otras prácticas óptimas en todas las etapas de la cadena de valor del cacao, con miras a producir cacao en grano de alta calidad que cumpla con las normas de inocuidad de los alimentos y las MSF internacionales. Además, también se espera mejorar la seguridad de los agricultores gracias a la formación sobre la manipulación de productos, la aplicación de productos químicos de forma más segura y la integración de mejores prácticas de almacenamiento.

Asimismo, se espera que mediante el desarrollo de la base de conocimientos y la capacidad de los productores, otras pymes participantes en la cadena de valor distintas de los productores -como los comerciantes agrícolas- también se beneficien del programa de formación del proyecto, ya que este mejorará su capacidad para prestar asesoramiento efectivo a los agricultores y venderles insumos selectivos. En Indonesia, por ejemplo, los facilitadores están realizando actividades de formación para las pequeñas empresas de transformación, al tiempo que expertos en el proyecto procedentes de Malasia están prestando apoyo a los comerciantes y las empresas de transformación de tamaño medio. La experiencia y los conocimientos adquiridos mediante este proyecto sobre el sector del cacao se pueden emplear para apoyar a las pymes que operan en otros sectores de productos básicos, como el café y el arroz.

frontera, en el contexto más amplio de la facilitación del comercio. Los resultados de estos y otros trabajos del STDF se resumen en breves notas informativas prácticas que ponen de relieve las recomendaciones y las enseñanzas extraídas, en particular para las pymes.

Por ejemplo, basándose en las investigaciones realizadas en las regiones de Asia Sudoriental y África Meridional, así como en otros proyectos, el STDF publicó en 2015 una nota informativa en la que se señalan prácticas adecuadas de control sanitario y fitosanitario y reducción de los costos de transacción.³³ La simplificación de los procedimientos sanitarios y fitosanitarios determina a un mayor número de pequeños comerciantes a utilizar los canales oficiales, lo que puede redundar en beneficios adicionales para la salud. En octubre de 2015, Zambia informó al Comité MSF de la OMC sobre la forma en que se estaban aplicando algunas de las conclusiones y recomendaciones de los trabajos del STDF, y señaló que uno de los beneficios obtenidos consistía en una mayor participación de las pymes y los pequeños comerciantes de Zambia en el comercio internacional, así como en la obtención de más apoyo para la integración en las cadenas de valor agrícolas mundiales.

En el recuadro E.7 se expone un ejemplo de un proyecto centrado en las pymes del sector del cacao de Asia Sudoriental.

5. Conclusiones

En esta sección se han documentado las múltiples modalidades de la cooperación internacional dirigida a la participación de las pymes en el comercio. La conclusión general es que las pymes ocupan un lugar prominente tanto en los acuerdos comerciales multilaterales y preferenciales como en los programas de trabajo de las organizaciones internacionales.

El análisis de los 269 ACR vigentes y notificados a la OMC hasta marzo de 2016 sugiere que casi la mitad de todos los ACR notificados (133 acuerdos) contiene al menos una disposición en que se hace referencia explícita a las pymes, principalmente en forma de cláusula de máximo empeño. Al mismo tiempo, el número de disposiciones detalladas relativas a las pymes incluidas en cualquier ACR ha ido aumentando en los últimos años. Asimismo, un número limitado, pero creciente, de acuerdos contiene disposiciones

específicas en artículos, o incluso capítulos, dedicados a las pymes. A juzgar por la Asociación Transpacífico y el Acuerdo Económico y Comercial Global entre la UE y el Canadá, es probable que el texto y la forma de las disposiciones de los ACR relativas a las pymes sigan evolucionando y se vuelvan más pragmáticos.

La categoría más común de disposiciones relativas a las pymes es la que promueve la cooperación con respecto a las pymes en general o en un contexto específico, como por ejemplo, el comercio electrónico y la contratación pública. Las disposiciones que prevén exenciones de medidas relativas a las pymes o programas de apoyo a las pymes con respecto a las obligaciones establecidas en los ACR constituyen la segunda categoría más frecuente. Lo cual no es de extrañar, dado que las pymes se ven afectadas de manera más negativa por los costos comerciales y los fallos del mercado que las empresas de mayor tamaño. Muchos gobiernos, especialmente en los países en desarrollo, pueden carecer de los instrumentos de política adecuados para corregir esos fallos del mercado. En su lugar, se utilizan programas de apoyo a las pymes como segunda opción de política para subsanar esas deficiencias. Por lo tanto, los gobiernos prefieren mantener estos programas incluso cuando firman acuerdos internacionales.

Aunque en los Acuerdos de la OMC no siempre hay una referencia específica a las pymes, las normas multilaterales contribuyen a establecer condiciones comerciales igualitarias, mitigando así algunas de las principales limitaciones que afrontan las pymes comerciantes y fomentando su participación en el comercio internacional. Las normas multilaterales reducen tanto los costos comerciales variables como fijos que obstaculizan la entrada de las pymes en los mercados extranjeros, y pueden ayudar a reducir la carga de información que algunos Acuerdos de la OMC imponen a las pymes. La labor de la OMC en la esfera de la creación de capacidad, mediante la cual trata de ampliar las oportunidades comerciales de los países en desarrollo Miembros, tiene un destacado componente relativo a las pymes.

Las normas de la OMC también comprenden varias flexibilidades que, de manera similar a las exenciones establecidas en los ACR, dan respuesta a las preocupaciones de política pública de los gobiernos que desean apoyar a las pymes. Esas flexibilidades facilitan a los Miembros el ejercicio de sus derechos cuando actúan en nombre de las pymes. Por ejemplo, permiten que los Miembros sigan aportando contribuciones financieras a las pymes, tengan un mayor margen para promover el desarrollo tecnológico de estas empresas y puedan otorgarles un trato preferencial.

Existen varias esferas en que la cooperación a nivel multilateral podría contribuir a aprovechar el potencial de comercio de las pymes.

Una esfera en la que todavía cabe avanzar es la de la transparencia. El presente informe ha mostrado que la transparencia sería especialmente beneficiosa para las pymes.³⁴ Aunque casi todos los Acuerdos de la OMC contienen disposiciones sobre transparencia, su objetivo no es forzosamente informar a las pymes. La transmisión de la información pertinente a las empresas del sector privado, y a las pymes en particular, es competencia del ITC (véase la sección E.3). No obstante, hay varias esferas en que la introducción de cambios en los mecanismos de transparencia podría ayudar a las pymes a participar en el comercio. El sistema de alerta para las notificaciones MSF y OTC examinado en esta sección es un ejemplo de avance importante hacia una mayor transparencia, en particular con respecto a las normas y los reglamentos, con potencial para fomentar la participación de las pymes en el comercio. El sistema de alerta podría mejorarse aun más facilitando de forma específica la participación de las pequeñas empresas en el seguimiento, la celebración de consultas y la formulación de observaciones con respecto a los proyectos de reglamentos de interés.

Los procedimientos en materia de transparencia también podrían mejorarse. Actualmente, solo deben notificarse los proyectos de normas y reglamentos técnicos que no están basados en normas internacionales. Los Comités MSF y OTC han recomendado notificar incluso los reglamentos basados en normas internacionales. Los Miembros podrían tomar el acuerdo de avanzar en esa dirección y notificar también sus reglamentos definitivos.

Por otro lado, como se ha señalado en esta sección, varios Acuerdos de la OMC comprenden la obligación de proporcionar información sobre las medidas pertinentes por medio de los servicios de información. Ya se percibe una ampliación *de facto* en la utilización de los servicios de información. Por ejemplo, los servicios nacionales de información son cada vez más utilizados por las empresas nacionales (grandes y pequeñas) para obtener información sobre el acceso a los mercados, es decir, se están convirtiendo de manera progresiva en repositorios de información sobre los mercados de exportación. Esto resulta muy útil para las empresas, en particular para las pymes, que quieren diversificar los destinos de sus exportaciones, ya que, en lugar de buscar información en el servicio de cada mercado potencial de exportación, pueden obtener toda la información en el servicio de su propio país.

Una segunda esfera que puede mejorarse es la cooperación entre las organizaciones internacionales

que abordan la cuestión de las pymes y, en particular, su participación en el comercio. La iniciativa del Director General de la OMC de abril de 2016 -destinada a potenciar los programas de facilitación de la financiación del comercio para reducir la brecha financiera que afecta particularmente a las pymes- es un claro ejemplo de la forma en que la OMC puede favorecer la mejora de la cooperación interinstitucional. Otros ejemplos de este tipo son el sistema de alerta para las notificaciones MSF y OTC mencionado *supra*, en que participan la OMC y el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas; el MIM, constituido por la OMC, el FMI, el ITC, la UNCTAD, el PNUD y el Banco Mundial; y el STDF, al que contribuyen la OMC, la FAO, la OIE, el Banco Mundial y la OMC.

En las esferas en que no existen arreglos formales de colaboración o programas de trabajo conjuntos, también es conveniente reforzar la coordinación entre las organizaciones internacionales a fin de reducir la duplicación innecesaria y desplegar esfuerzos

más complementarios. Por ejemplo, en el comercio electrónico, que tiene la capacidad de aumentar sobremedida la participación de las pymes, existe una división natural entre la labor de la OMC y la del ITC. La OMC es un foro en que los gobiernos nacionales negocian compromisos basados en los principios básicos de no discriminación. El ITC colabora directamente con el sector empresarial, en particular con las pymes de los países en desarrollo.

Por último, cabría realizar más estudios al menos en dos esferas. En primer lugar, es importante entender mejor cómo pueden las pymes aprovechar más la asistencia técnica destinada a promover su internacionalización. En segundo lugar, es necesario analizar la efectividad de las disposiciones de los ACR y los Acuerdos de la OMC relativas a las pymes, es decir, determinar qué disposiciones funcionan y cuáles no funcionan. Los resultados de esta investigación resultarían sumamente útiles para los responsables de la formulación de políticas y los negociadores comerciales.

Notas finales

- 1 Debe ponerse de relieve que tanto los países en desarrollo como los desarrollados ofrecen asistencia financiera específica a sus pymes. Por poner el ejemplo de un país industrializado, el Gobierno del Reino Unido aplica diversas políticas para ofrecer más financiación a las pymes y corregir las deficiencias del mercado que impiden obtener financiación a algunas pymes viables. Entre otras medidas, ha creado los denominados *Enterprise Capital Funds*, fondos de capital riesgo administrados con criterio comercial que adquieren participaciones en el capital de pymes con gran potencial de crecimiento que soliciten inicialmente hasta 2 millones de libras de financiación. Véase van der Schans (2012).
- 2 Piénsese en el caso de Filipinas, que ha establecido su autoridad en materia de competencia muy recientemente, en enero de 2016. Véase <http://www.wsj.com/articles/philippines-hopes-to-unleash-its-entrepreneurial-upstarts-1460574000>
- 3 Este efecto debe ser objeto de una explicación mucho más detenida, como la que puede consultarse en Flam y Helpman (1987) o en Helpman y Krugman (1989).
- 4 La única excepción es el reciente estudio de Cernat y Lodrant (Cernat y Lodrant, 2016) en el que se analizan las disposiciones relacionadas con las pymes de los 28 acuerdos comerciales regionales negociados por la Unión Europea y los Estados Unidos entre 1990 y 2014.
- 5 La base de datos sobre los ACR de la OMC (<http://rtais.wto.org>) contiene información detallada sobre todos los ACR notificados al GATT y a la OMC. En mayo de 2016 se habían recibido unas 629 notificaciones de ACR (contando por separado los acuerdos relativos a las mercancías, los servicios y las adhesiones) presentadas al GATT o a la OMC. De esos acuerdos, siguen en vigor 423. Las cifras de la OMC indicadas corresponden a 458 ACR físicos (contando conjuntamente las mercancías, los servicios y las adhesiones), de los cuales 270 están en vigor. Las adhesiones a ACR ya existentes no se incluyen en el análisis realizado en este informe.
- 6 Las partes en el TPP son Australia, Brunei Darussalam, el Canadá, Chile, los Estados Unidos, el Japón, Malasia, México, Nueva Zelandia, el Perú, Singapur y Viet Nam.
- 7 El capítulo del TPP sobre contratación pública guarda un estrecho paralelismo con el ACP (Anderson y Pelletier, 2016).
- 8 Véase <http://www.intracen.org/itc/acerca-del-itc/>
- 9 Véase <http://www.intracen.org/itc/projects/trade-and-environment>
- 10 Un ejemplo es el programa de promoción de las exportaciones de la Argentina (2011), entre cuyos objetivos figuraba la elaboración de instrumentos para fomentar las exportaciones de las pymes.
- 11 Por ejemplo, en enero de 2015 tuvo lugar en Tokio el seminario sobre internacionalización de las pymes de la Asociación de Economía y Empresa de América Latina y el Caribe y Asia y el Pacífico (LAEBA) organizado por el Instituto del Banco Asiático de Desarrollo (ABDI) y el BID.
- 12 Véase <http://www.adb.org/projects/48342-001/main>
- 13 Inicie y mejore su negocio (IMESUN); Desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer (WED); Conozca su negocio (KYB).
- 14 Promoviendo empresas competitivas, responsables y sostenibles (SCORE).
- 15 Los autores también proporcionan estimaciones del equivalente *ad valorem* de la incertidumbre creada por la diferencia entre los tipos aplicados y los tipos consolidados.
- 16 En el anexo F de la Declaración Ministerial de Hong Kong se establece que "[l]os países desarrollados Miembros [...] y los países en desarrollo Miembros que se declaren en condiciones de hacerlo [...] otorgarán acceso a los mercados libre de derechos y de contingentes para al menos el 97% de los productos originarios de los PMA, definidos a nivel de línea arancelaria".
- 17 Un FIIS es un foro concebido para intercambiar datos y otra información sobre una sustancia determinada.
- 18 El REACH fue examinado durante varios años en el Comité OTC, desde 2003 hasta 2014. Para más información sobre los últimos debates, véanse, por ejemplo, los párrafos 2.44 a 2.48 del documento G/TBT/M/61 (5 de febrero de 2014).
- 19 Para más información, véanse los documentos G/SPS/GEN/733, G/SPS/GEN/735, G/SPS/R/69 y G/SPS/R/74 de la OMC.
- 20 Véanse los documentos G/TBT/417/Rev.1 y RD/TBT/123 de la OMC.
- 21 En marzo de 2016, se había recibido un total de 45.000 notificaciones MSF y OTC.
- 22 Séptimo examen trienal del funcionamiento y aplicación del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (G/TBT/37, párrafo 5.12.d).
- 23 El establecimiento de servicios de información también se prevé en el Acuerdo sobre Inspección Previa a la Expedición (artículo 7). El artículo III del AGCS también contiene una obligación aplicable a todos los Miembros de mantener uno o más servicios de información.
- 24 Párrafo 4 del artículo 5 y nota 13 del Acuerdo Antidumping.
- 25 Véase el documento SCM/162 del GATT, de 19 de febrero de 1993.
- 26 Párrafo 13 del artículo 6 del Acuerdo Antidumping.
- 27 Nota 2 del Acuerdo SMC.
- 28 Como se señala al principio de la sección E, algunos fallos del mercado afectan a las pymes de forma desproporcionada y podrían ser la justificación económica de esta disposición del Acuerdo SMC.
- 29 Véanse los documentos IP/C/M/71 y IP/C/M/72 de la OMC.
- 30 Véanse los documentos S/C/W/340 y S/C/W/345 de la OMC.
- 31 Los programas de facilitación de la financiación del comercio tienen un "límite" máximo de garantías y financiación para el comercio que corresponde a la cantidad que cada institución está dispuesta a conceder

en un determinado momento. Sin embargo, estas garantías y financiación directa solo se aplican a transacciones comerciales a corto plazo, por lo general con un vencimiento de 60 a 90 días. Por tanto, en el plazo de un año el valor de las transacciones comerciales financiadas y garantizadas por estas instituciones es superior al límite general, puesto que, por ejemplo, las garantías para transacciones con un vencimiento de 90 días pueden utilizarse cuatro veces al año ($90 \text{ días} \times 4 = 360 \text{ días}$).

32 Véase el documento GPA/113, anexo C del apéndice 2, páginas 440 a 442.

33 Tanto la nota como los informes y demás documentación pertinente figuran en el sitio Web del STDF: <http://www.standardsfacility.org/es/msf-y-facilitacion-del-comercio>

34 Cabe señalar que la transparencia no es gratuita, en el sentido de que probablemente no beneficia a todos los grupos de representación nacionales (véase OMC, 2012, subsección E.4).

F. Conclusiones

Las microempresas y las pymes son heterogéneas por naturaleza, y abarcan desde pequeños productores de servicios no comerciables hasta proveedores de productos digitales que empiezan su actividad ya con perspectivas de negocio mundial, desde agricultores con baja productividad hasta productores de cultivos selectos, y desde sastrerías del sector no estructurado hasta fábricas formales de confección.

Desde hace mucho tiempo, el comercio internacional ha estado dominado por las grandes empresas, que cuentan con la masa crítica, la capacidad institucional y las tecnologías necesarias para acceder a los mercados extranjeros y suministrarles sus productos. Pero, gracias a Internet y al auge de las redes internacionales de producción, muchas pequeñas empresas innovadoras y productivas tienen ahora la posibilidad de convertirse también en prósperos comerciantes internacionales. La participación en el comercio internacional, antes reservada a unos pocos, puede, por lo tanto, ser cada vez más inclusiva.

Las oportunidades de conectarse a los mercados mundiales generadas por la revolución de la tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) son especialmente pertinentes para las pymes. El comercio electrónico reduce los costos asociados a la distancia física entre los vendedores y los consumidores, al proporcionar información a un costo muy bajo. A través de plataformas en línea, las empresas más pequeñas, incluso las de países en desarrollo, pueden conectarse con consumidores de mercados lejanos. El auge de las redes internacionales de producción y de las cadenas de valor mundiales, que en gran medida deben su existencia a la revolución de las TIC, también puede facilitar enormemente la internacionalización de las pymes. Si bien es cierto que esas empresas pueden tener dificultades para competir a lo largo de una línea entera de actividades, también lo es que pueden integrarse más fácilmente en las cadenas de valor mundiales si realizan tareas en las que tengan una ventaja comparativa.

La participación más inclusiva de las empresas en el comercio internacional reporta diversos beneficios. Por ejemplo, la productividad de las empresas puede mejorar gracias a la actividad exportadora. Esto es especialmente cierto en el caso de los países africanos, donde se ha constatado que la exportación ha aumentado la productividad entre un 25% y un 28%. También la calidad de los productos de las pymes puede mejorar mediante la participación en el comercio internacional. Asimismo, el acceso a

insumos intermedios extranjeros puede aumentar la eficiencia de las empresas, ya que les permite utilizar una mayor diversidad de insumos de más calidad. También los consumidores pueden beneficiarse de una participación de las empresas más inclusiva en el comercio internacional, debido a la mayor variedad de productos disponibles, entre ellos, productos artesanales y productos hechos a medida. Por otro lado, la participación de las pymes es una manera de repartir los beneficios del comercio de forma más amplia en la sociedad, lo que genera beneficios distributivos del comercio.

Las formas indirectas de internacionalización a través de la participación en cadenas de valor mundiales pueden también beneficiar enormemente a las pymes. A través de esas cadenas, las pymes pueden suplir la falta de conocimientos sobre el tipo y la calidad de los productos y las tecnologías que requieren los mercados mundiales. Además, pueden encontrar clientes y reducir la incertidumbre y los riesgos asociados a la participación en mercados extranjeros. Esto es especialmente útil para las pymes de los países en desarrollo, que suelen tener más dificultades para obtener información. La perspectiva de participar en cadenas de valor mundiales ofrece incentivos para innovar. Asimismo, para convertirse en proveedoras de grandes multinacionales, cada vez se exige más a las pymes que se adhieran a códigos de conducta y programas de gestión sostenible de la cadena de suministro, lo que incluye prácticas óptimas en esferas tales como la salud y la seguridad, los derechos laborales, los derechos humanos, las prácticas anticorrupción y los efectos ambientales. Esto puede generar beneficios para el conjunto de la sociedad.

Las nuevas teorías del comercio señalan que solo las empresas más productivas exportan y que la actividad exportadora está concentrada: unas pocas empresas muy grandes realizan la mayoría de las exportaciones. En general, las pymes son menos productivas que las grandes empresas. En consecuencia, en el presente informe se ha mostrado que las pymes que exportan son relativamente pocas (en comparación con las grandes empresas) y que representan una fracción relativamente pequeña de las exportaciones totales. En los países en desarrollo, la suma de las exportaciones directas e indirectas de las pymes representa en promedio solo el 10% de las ventas totales de productos manufacturados, en comparación con el 27% en el caso de las grandes empresas manufactureras. En las economías desarrolladas, la participación de las pymes en las exportaciones brutas

oscila entre el 28% (teniendo en cuenta solamente las exportaciones directas) y el 41% (incluidas las exportaciones indirectas).

Sin embargo, en el presente informe se sostiene que la participación de las pymes en el comercio no está bien documentada y tampoco se conoce bien. En primer lugar, no hay una única definición de pyme. En segundo lugar, hay una carencia general de datos comparables a nivel internacional. En tercer lugar, la participación de las pymes en el comercio a través de las cadenas de valor mundiales puede subestimarse si no se tienen debidamente en cuenta las ventas directas o indirectas de productos intermedios de las pymes a las empresas exportadoras en su país de origen (una forma de integración indirecta en las cadenas de valor mundiales a través de las cadenas de valor nacionales). En cuarto lugar, los datos existentes sobre el comercio electrónico no permiten cuantificar los efectos de este tipo de comercio en las actividades de exportación de las pymes. Por consiguiente, hacen falta mejores datos y más estudios para poder caracterizar las diversas formas en que las pymes participan en el comercio.

Varios obstáculos dificultan la participación de las pymes en el comercio, a pesar de que han surgido nuevas oportunidades y de los beneficios que cabe esperar de la conexión de las pymes a los mercados mundiales. La mayor parte de los obstáculos son internos de las empresas, ya que guardan relación con las técnicas de gestión, la capacidad de la mano de obra y las posibilidades de adoptar nuevas tecnologías, de innovar y, en última instancia, de aumentar la productividad. Otros obstáculos son externos. El acceso a información sobre las redes de distribución extranjeras, los reglamentos aplicables en la frontera y las normas son algunos de los principales obstáculos a la participación de las pymes en las exportaciones. Todos estos costos del comercio entrañan sobre todo un componente fijo. No es de extrañar que afecten de forma desproporcionada a las pequeñas empresas, y no a las grandes. Lo que es más sorprendente es que el presente informe aporta datos que indican que los costos variables (como los costos de transporte y logística y los aranceles) también afectan desproporcionadamente a las pymes.

También hay obstáculos que afectan específicamente al acceso al comercio electrónico y a la participación en las cadenas de valor mundiales. Los principales problemas que encuentran las pymes para la venta a través de Internet son los relacionados con la logística de envío del producto o prestación del servicio, la seguridad de las TIC y la protección de los datos, así como problemas relacionados con los pagos. Los costos de logística e infraestructura, la incertidumbre en materia de reglamentación y el acceso a mano de

obra especializada son algunos de los problemas más importantes de las pymes que intentan ingresar en las redes de producción.

La literatura sobre los acuerdos comerciales solo comenzó a ocuparse de la heterogeneidad de las empresas hace poco, pero las pymes ocupan un lugar prominente en los acuerdos comerciales multilaterales y preferenciales, así como en los programas de trabajo de las organizaciones internacionales. Muchos gobiernos, en particular en los países en desarrollo, utilizan los programas de apoyo a las pymes como instrumentos de política alternativos para subsanar los fallos del mercado que afectan especialmente a esas empresas. Los gobiernos tal vez quieran preservar esos programas, incluso cuando firman acuerdos internacionales. Esto se refleja en las diversas excepciones relativas a las pymes que figuran en los acuerdos comerciales regionales y en los Acuerdos de la OMC.

Sin embargo, el objetivo principal de la cooperación internacional sobre las pymes es la creación de un sistema de comercio más inclusivo que contribuya a liberar el potencial comercial de esas empresas. Las normas multilaterales que reducen tanto los costos variables como los fijos, por ejemplo las contenidas en el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF), el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC) y el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) de la OMC, permiten crear condiciones de igualdad en el comercio, al mitigar algunas de las principales dificultades con que tropiezan las pymes que desempeñan una actividad comercial. Las disposiciones sobre transparencia ayudan a reducir la carga en materia de información que la mayoría de los Acuerdos de la OMC imponen a las pymes, lo mismo en los países en desarrollo que en los desarrollados. Las actividades de la OMC en el ámbito de la creación de capacidad, cuyo objetivo es ampliar las oportunidades comerciales de los países en desarrollo Miembros, tienen un componente importante relacionado con las pymes. Como se argumenta en la sección E, las pymes internacionalmente orientadas de los países menos adelantados (PMA) probablemente también se beneficiarán de forma especial del acceso a los mercados libre de derechos y de contingentes, de las normas de origen preferenciales para las exportaciones de los PMA y de la exención relativa a los servicios adoptada en la Décima Conferencia Ministerial de la OMC celebrada en Nairobi en 2015, así como de la reciente iniciativa encaminada a mejorar los programas existentes de facilitación de la financiación del comercio.

En el presente informe se argumenta que es posible avanzar en muchos ámbitos. Podrían potenciarse más

los mecanismos de transparencia con miras a facilitar el acceso de las pymes a la información. Hacen falta más estudios para establecer claramente lo que funciona y lo que no cuando se trata de las disposiciones relacionadas con las pymes de los acuerdos comerciales, incluidos los multilaterales. El resultado de estos estudios sería de gran valor para los encargados de la formulación

de políticas y los negociadores comerciales. Por último, aunque no por ello menos importante, debe intensificarse la cooperación y coordinación entre las organizaciones internacionales, de modo que sus esfuerzos encaminados a la internacionalización de las pymes se complementen mejor entre sí.

Bibliografía

- Abebe, M. (2014), "Electronic commerce adoption, entrepreneurial orientation and small- and medium-sized enterprise (SME) performance", *Journal of Small Business and Enterprise Development* 21(1): 100-116.
- Abonyi, G. (2005), "Transformation of Global Production, Trade and Investment: Global Value Chains and International Production Networks", Expert Group Meeting on SMEs Participation in Global and Regional Supply Chains, CESPAP, Bangkok.
- Adlung, R. y Soprana, M. (2013), "SMEs in Services Trade – A GATS Perspective", *Intereconomics* 48(1): 41-50.
- Aeberhardt, R., Buono, I. y Fadinger, H. (2012), "Learning, incomplete contracts and export dynamics: theory and evidence from French firms", Temi di Discussione No. 883, Banca D'Italia, Roma.
- Al-Hyari, K., Al-Weshah, G. y Alnsour, M. (2012), "Barriers to internationalisation in SMEs: evidence from Jordan", *Marketing Intelligence & Planning* 30(2): 188-211.
- Albornoz, F. y Ercolani, M. (2007), "Learning by exporting: do firm characteristics matter? Evidence from Argentinian panel data", consultado en SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1023501>
- Albornoz, F., Pardo, H. F. C., Corcos, G. y Ornelas, E. (2012), "Sequential exporting", *Journal of International Economics* 88(1): 17-31.
- Alfaro, L. y Chen, M. X. (2012), "Selection and Market Reallocation: Productivity Gains from Multinational Production", documento de trabajo NBER n° 18207, National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.
- Altomonte, C., Aquilante, T., Bekes, G. y Ottaviano, G. I. P. (2013), "Internationalization and innovation of firms: evidence and policy", *Economic Policy* 28(76): 663-700.
- Alvarez, R. (2004), "Sources of Export Success in Small and Medium-Sized Enterprise: The Impact of Public Programs", *International Business Review* 13(3): 383-400.
- Alvarez, R. y Crespi, G. (2003), "Determinants of technical efficiency in small firms", *Small Business Economics* 20(3): 233-244.
- Amador, J. y Opromolla, L. D. (2008), "Product and Destination Mix in Export Markets", documento de trabajo n° 17, Banco de Portugal, Lisbon.
- Amiti, M. y Konings, J. (2007), "Trade liberalization, intermediate inputs, and productivity: Evidence from Indonesia", *American Economic Review* 97(5): 1611-1638.
- Amiti, M. y Weinstein, D. (2011), "Exports and Financial Shocks", *Quarterly Journal of Economics* 126(4): 1841-1877.
- Anderson, J. E. y van Wincoop, E. (2004), "Trade Costs", *Journal of Economic Literature* 42(3): 691-751.
- Anderson, R. D., Müller, A. C. y Pelletier, P. (2015), "Regional Trade Agreements and Procurement Rules: Facilitators or Hindrances?", documento de trabajo RSCAS n° 2015/81, Instituto Universitario Europeo, Florencia.
- Anderson, R. D. y Pelletier, P. (2016), "The Government Procurement Chapter of the Trans-Pacific Partnership (TPP) Agreement: Initial Assessment and Synergy with the WTO Government Procurement Agreement", documento de trabajo no publicado.
- Andersson, M. y Lööf, H. (2009), "Learning by exporting revisited: the role of intensity and persistence", *Scandinavian Journal of Economics* 111(4): 893-916.
- Argüello, R., Garcia, A. y Valderrama, D. (2013), "Information Externalities and Export Duration at the Firm Level", documento de trabajo n° 011035, Universidad del Rosario, Bogota.
- Arkolakis, C. (2011), "A Unified Theory Of Firm Selection And Growth", documento de trabajo NBER n° 17553, National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.
- Arkolakis, C., Eaton, J. y Kortum, S. (2011), "Staggered Adjustment and Trade Dynamics", documento de trabajo n° 1322, Society for Economic Dynamics, Stonybrook NY.
- Arkolakis, C. y Muendler, M.-A. (2010), "The Extensive Margin of Exporting Products: A Firm-level Analysis", documento de trabajo NBER n° 16641, National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.
- Arndt, C., Buch, C. M. y Mattes, A. (2012), "Disentangling Barriers to Internationalization", *Canadian Journal of Economics* 45(1): 41-63.
- Arudchelvan, M. y Wignaraja, G. (2015), "SME Internationalization through Global Value Chains and Free Trade Agreements: Malaysian Evidence", documento de trabajo n° 515, Instituto del Banco Asiático de Desarrollo, Tokio.
- Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) (2010) *Small business: a global agenda*, London: ACCA.
- Atherton, A., Phillpott, T., y Sear, L. (2002) *A Study of Business Support Services and Market Failure*, Foundation for SME Development, Universidad de Durham.
- Atkeson, A. y Burstein, A. (2010), "Innovation, Firm Dynamics and International Trade", *Journal of Political Economy* 118(3): 433-486.
- Atkin, D. G., Khandelwal, A. K. y Osman, A. (2014), "Exporting and Firm Performance: Evidence from a Randomized Trial", documento de trabajo NBER n° 20690, National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.
- Auboin, M. y Engemann, M. (2013), "Trade finance in periods of crisis: what have we learned in recent years?", documento de trabajo n° ERSD-2013-01, OMC, Ginebra.
- Auboin, M. y Meier-Ewert, M. (2004), "Improving the Availability of Trade Finance during Financial Crises", documento de discusión n° 6, OMC, Ginebra.
- Audretsch, D. B. (2002), "The Dynamic Role of Small Firms: Evidence from the US", *Small Business Economics* 18(1/3): 13-40.
- Autant-Bernard, C. (2001a), "Science and knowledge flows: evidence from the French case", *Research Policy* 30(7): 1069-1078.
- Autant-Bernard, C. (2001b), "The geography of knowledge spillovers and technological proximity", *Economics of Innovation and New Technology* 10(4): 237-254.
- Autio, E., Sapienza, H. J. y Almeida, J. G. (2000), "Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth", *Academy of Management Journal* 43(5): 909-924.
- Avendano, R., Daude, C. y Perea, J. (2013), "SME Internationalization through Value Chains: What Role for

Finance?", *Revista Integración y Comercio (Integration and Trade Journal)* 37(17): 71-80.

Aw, B. Y., Roberts, M. J. y Yi Xu, D. (2009), "R&D Investment, Exporting, and Productivity Dynamics", documento de trabajo NBER n° 14670, National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.

Aw, B. Y., Roberts, M. J. y Xu, D. Y. (2008), "R&D investments, exporting, and the evolution of firm productivity", *American Economic Review* 98(2): 451-456.

Aw, B.-Y. y Hwang, A. R. (1995), "Productivity and the export market: A firm-level analysis", *Journal of Development Economics* 47(2): 313-332.

Ayyagari, M., Beck, T. y Demirgüç-Kunt, A. (2007), "Small and medium enterprises across the globe", *Small Business Economics* 29(4): 415-434.

Ayyagari, M., Demirgüç-Kunt, A. y Maksimovic, V. (2011), "Small vs. Young Firms across the World", documento de trabajo n° 5631, Banco Mundial, Washington DC.

Ayyagari, M., Demirgüç-Kunt, A. y Maksimovic, V. (2014), "Who creates jobs in developing countries?", *Small Business Economics* 43(1): 75-99.

Bagwell, K. y Staiger, R. W. (2003), *The Economics of the World Trading System*, Cambridge MA: MIT Press.

Bala Subrahmanya, M. H., Mathirajan, M. y Krishnaswamy, K. N. (2010), "Importance of technological innovation for SME growth: evidence from India", documento de trabajo n° 2010/03, UNU-WIDER, Universidad de Naciones Unidas.

Baldwin, J. R. y Gu, W. (2003), "Export-market participation and productivity performance in Canadian manufacturing", *Canadian Journal of Economics* 36(3): 634-657.

Baldwin, J. R., Hanel, P. y Sabourin, D. (2002), "Determinants of innovative activity in Canadian manufacturing firms", en Kleinknecht, A. y Mohnen, P. (comp), *Innovation and Firm Performance*, Houndmills (Reino Unido) y Nueva York: Palgrave.

Baldwin, R. E. (2005), "Heterogenous Firms and Trade: Testable and Untestable Properties of the Melitz Model", documento de trabajo NBER n° 11471, National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.

Banco Africano de Desarrollo (BAfD) (2013) *Supporting the Transformation of the Private Sector in Africa: Private Sector Development Strategy, 2013-2017*, Abidjan: BAfD.

Banco Africano de Desarrollo (BAfD) (2014) *Trade Finance in Africa*, Abidjan: BAfD.

Banco Asiático de Desarrollo (BASD) (2013) *Asia SME Finance Monitor*, Manila: BASD.

Banco Asiático de Desarrollo (BASD) (2014) *ADB Trade Finance Gap, Growth, and Jobs Survey*, Manila: BASD.

Banco Asiático de Desarrollo (BASD) (2015) *Integrating SMEs into Global Value Chains: Challenges and Policy Actions in Asia*, Manila: BASD.

Banco Central Europeo (BCE) (2013) *Survey on the Access to Finance of Small and Medium-sized Enterprises in the Euro Area*, Frankfurt: BCE.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2014a) *Going Global: Promoting the Internationalization of Small and Mid-Size Enterprises in Latin America and the Caribbean*, Washington DC: BID.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2014b) *Supporting Trade, Integration, and Regional Cooperation in Latin America and the Caribbean*, Washington DC: BID.

Banco Mundial (2012) *World Development Report 2013: Jobs*, Washington DC: Banco Mundial.

Banco Mundial (2013) *Doing Business 2014: Understanding Regulations for Small and Medium-Size Enterprises*, Washington DC: Banco Mundial.

Banco Mundial (2014) *Connecting to Compete 2014: Trade Logistics in the Global Economy*, Washington, DC: Banco Mundial.

Banco Mundial (2015) *Doing Business 2016: Measuring Regulatory Quality and Efficiency*, Washington DC: Banco Mundial.

Banerjee, A. V. y Duflo, E. (2005), "Growth Theory through the Lens of Development Economics", en Aghion, P. y Durlauf, S.N. (comp), *Handbook of Economic Growth*, Volumen 1A, Amsterdam: Elsevier/North Holland: 473-552.

Barba Navaretti, G., Castellani, D. y Disdier, A. C. (2010), "How does investing in cheap labour countries affect performance at home? Firm-level evidence from France and Italy", *Oxford Economic Papers* 62(2): 234-260.

Bartelsman, E., Haltiwanger, J. y Scarpetta, S. (2013), "Cross-country differences in productivity: the role of allocation and selection", *American Economic Review* 103(1): 305-334.

Bas, M. (2012), "Input-trade liberalization and firm export decisions: evidence from Argentina", *Journal of Development Economics* 97(2): 481-493.

Bas, M. y Strauss-Kahn, V. (2012), "Trade liberalization and export prices: the case of China", documento de trabajo ESCP-Europe, París.

Bas, M. y Strauss-Kahn, V. (2014), "Does importing more inputs raise exports? Firm-level evidence from France", *Review of World Economics* 150(2): 241-275.

Basile, R. (2001), "Export behaviour of Italian manufacturing firms over the nineties: the role of innovation", *Research Policy* 30(8): 1185-1201.

Bausch, A. y Krist, M. (2007), "The effect of context-related moderators on the internationalization-performance relationship: evidence from meta-analysis", *Management International Review* 47(3): 319-347.

Beamish, P. W. (1999), "The role of alliances in international entrepreneurship", *Research in Global Strategic Management* 7(1): 43-61.

Beaudry, C. y Swann, P. (2001), "Growth in industrial clusters: a bird's eye view of the United Kingdom", documento de trabajo n° 00-38, Stanford Institute for Economic Policy Research, Stanford.

Beck, T. (2002), "Financial development and international trade: is there a link?", *Journal of International Economics* 57(1): 107-131.

Beck, T., Demirgüç-Kunt, A. y Soledad Martínez Peria, M. (2008), "Bank Financing for SMEs around the World: Drivers, Obstacles, Business Models, and Lending Practices", documento de trabajo n° 4785, Banco Mundial, Washington DC.

Beck, T. y Demirgüç-Kunt, A. (2006), "Small and Medium-Size Enterprises: Access to Finance as a Growth Constraint", *Journal of Banking and Finance* 30(11): 2931-2943.

- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A. y Levine, R. (2005), "SMEs, growth, and poverty: cross-country evidence", *Journal of Economic Growth* 10(3): 199-229.
- Bellone, F., Musso, P., Nestaz, L. y Schiavo, S. (2010), "Financial Constraints and Firm Export Behaviour", *The World Economy* 33(3): 347-373.
- Benguria, F. (2015), "The matching and sorting of exporting and importing firms: theory and evidence", consultado en SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2638925>.
- Benito-Orsio, D., Colino, A., Guerras-Martin, L. A. y Zuniga-Vicente, J. A. (2016), "The international diversification-performance link in Spain: does firm size really matter?", *International Business Review* 25(2): 548-558.
- Berman, N., Berthou, A. y Héricourt, J. (2015a), "Export dynamics and sales at home", *Journal of International Economics* 96(2): 298-310.
- Berman, N. y Héricourt, J. (2010), "Financial Factors and the Margins of Trade: Evidence from Cross-Country Firm-Level Data", *Journal of Development Economics* 93(2): 206-217.
- Berman, N., Martin, P. y Mayer, T. (2012), "How do Different Exporters React to Exchange Rate Changes?", *Quarterly Journal of Economics* 127(1): 437-492.
- Berman, N., Rebeyrol, V. y Vicard, V. (2015b), "Demand learning and firm dynamics: evidence from exporters", documento de trabajo n° 551, Banque de France, París.
- Bernard, A. B. y Jensen, J. B. (1999), "Exceptional exporter performance: cause, effect, or both?", *Journal of International Economics* 47(1): 1-25.
- Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J. y Schott, P. K. (2011), "The Empirics of Firm Heterogeneity and International Trade", *Annual Review of Economics* 4: 283-313.
- Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J. y Schott, P. K. (2007), "Firms in International Trade", *Journal of Economic Perspectives* 21(3): 105-130.
- Bernard, A. B., Massari, R., Reyes, J.-D. y Taglioni, D. (2014), "Exporter Dynamics, Firm Size and Growth, and Partial Year Effects", documento de trabajo NBER n° 19865, National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.
- Bernard, A. B., Redding, S. J. y Schott, P. K. (2006), "Multi-Product Firms and Trade Liberalization", documento de trabajo NBER n° 12782, National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.
- Bernard, A. B. y Wagner, J. (1997), "Exports and success in German manufacturing", *Weltwirtschaftliches Archiv* 133(1): 134-157.
- Berthou, A. y Vicard, V. (2015), "Firms' Export Dynamics: Experience Versus Size", *The World Economy* 38(7): 1130-1158.
- Biesebroeck, V. (2005), "Exporting raises productivity in Sub-Saharan African manufacturing firms", *Journal of International Economics* 67(2): 373-391.
- Bigsten, A., Collier, P., Dercon, S., Fafchamps, M., Gauthier, B., Gunning, J. W., Oduro, A., Oostendorp, R., Pattilo, C., Söderbom, M., Teal, F. y Zeufack, A. (2004), "Do African Manufacturing Firms Learn from Exporting?", *Journal of Development Studies* 40(3): 115-141.
- Blalock, G. y Gertler, P. J. (2008), "Welfare gains from foreign direct investment through technology transfer to local suppliers", *Journal of International Economics* 74(2): 402-421.
- Boermans, M. A. y Roelfsema, H. (2015), "The effects of internationalization on innovation: firm-level evidence for transition economies", *Open Economies Review* 26(2): 333-350.
- Bombardini, M. (2008), "Firm heterogeneity and lobby participation", *Journal of International Economics* 75(2): 329-348.
- Brambilla, I., Depetris-Chauvin, N. y Porto, G. G. (2014), "Wage and Employment Gains from Exports: Evidence from Developing Countries", documento de trabajo n° 2015-28, CEPIL, París.
- Bratti, M. y Felice, G. (2012), "Buyer-Supplier Relationships, Internationalization and Product Innovation", documento de trabajo EFIGE n° 54, European Firms in a Global Economy, Bruselas.
- Bresnahan, T. y Gambardella, A. (2004), *Building High-Tech Clusters: Silicon Valley and Beyond*, Londres: Cambridge University Press.
- Bricongne, J.-C., Fontagné, L., Gaulier, G., Taglioni, D. y Vicard, V. (2012), "Firms and the global crisis: French exports in the turmoil", *Journal of International Economics* 87(1): 134-146.
- Brouthers, L. E. y Nakos, G. (2005), "The role of systematic international market selection on small firms' export performance", *Journal of Small Business Management* 43(4): 363-381.
- Buono, I. y Fadinger, H. (2012), "The micro dynamics of exporting: evidence from French firms", Temi di Discussione No. 880, Banca d'Italia, Roma.
- Burstein, A. y Melitz, M. J. (2011), "Trade liberalization and firm dynamics", documento de trabajo NBER n° 16960, National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.
- Bustos, P. (2011), "Trade liberalization, exports, and technology upgrading: Evidence on the impact of MERCOSUR on Argentinian firms", *American Economic Review* 101(1): 304-340.
- Butani, S. J., Clayton, R. L., Kapani, V., Spletzer, J. R., Talan, D. M. y Werking, G. S. Jr. (2006), "Business employment dynamics: tabulations by employer size", *Monthly Labor Review* 129(1): 3-22.
- Cabral, L. M. B. y Mata, J. (2003), "On the evolution of the firm size distribution: facts and theory", *American Economic Review* 93(4): 1075-1090.
- Caldera, A. (2010), "Innovation and exporting: evidence from Spanish manufacturing firms", *Review of World Economics* 146(4): 657-689.
- Cámara de Comercio Internacional (CCI) (2010) *ICC BASIS Submission to Enhanced Cooperation Consultation*, París: CCI.
- Cámara de Comercio Internacional (CCI) (2014) *Rethinking Trade and Finance, ICC Global Survey on Trade and Finance*, París: CCI.
- Cámara de Comercio Internacional (CCI) (2015) *ICC Anti-Corruption Third Party Due Diligence: A Guide for Small and Medium Size Enterprises*, París: CCI.
- Cassiman, B. y Golovko, E. (2011), "Innovation and internationalization through exports", *Journal of International Business Studies* 42(1): 56-75.
- Cassiman, B., Golovko, E. y Martínez-Ros, E. (2010), "Innovation, exports and productivity", *International Journal of Industrial Organization* 28(4): 372-376.
- Castellani, D., Serti, F. y Tomasi, C. (2010), "Firms in international trade: importers and exporters heterogeneity in Italian manufacturing industry", *The World Economy* 33(3): 424-457.

- Castellani, D. y Zanzi, A. (2007), "Internationalisation, Innovation and Productivity: How do firms differ in Italy?", *The World Economy* 30(1): 156-176.
- Cebeci, T. (2014), "Impact of export destinations on firm performance", documento de trabajo n° 6743, Banco Mundial, Washington DC.
- Cebeci, T., Fernandes, A. M., Freund, C. y Pierola, M. D. (2012), "Exporter Dynamics Database", documento de trabajo n° 6229, Banco Mundial, Washington DC.
- Centro de Comercio Internacional (CCI) (2015a) *50 Years of Unlocking SME Competitiveness: Lessons for the Future*, Ginebra: CCI.
- Centro de Comercio Internacional (CCI) (2015b) *International E-Commerce in Africa: The Way Forward*, Ginebra: CCI.
- Centro de Comercio Internacional (CCI) (2015c) *SME Competitiveness Outlook 2015: Connect, Compete and Change for Inclusive Growth*, Ginebra: CCI.
- Centro de Comercio Internacional (CCI) (2015d) *The Invisible Barriers to Trade – How Businesses Experience Non-tariff Measures*, Ginebra: CCI.
- Centro de Comercio Internacional (CCI) (2016) *Bringing SMEs onto the e-Commerce Highway*, Ginebra: CCI.
- Centro de Comercio Internacional (CCI) y Organización Mundial del Comercio (OMC) (2014) *SME Competitiveness and Aid for Trade: Connecting Developing Country SMEs to Global Value Chains*, Ginebra: CCI y OMC.
- Cernat, L. y Loderer, M. (2016), "SME Provisions in Trade Agreements and the Case of TTIP", en Rensmann, T. (comp), *SMEs in International Economic Law*, Oxford University Press (próxima publicación).
- Chiao, Y.-C., Yang, K.-P. y Yu, C.-M. J. (2006), "Performance, internationalization, and firm-specific advantages of SMEs in a newly-industrialized economy", *Small Business Economics* 26(5): 475-492.
- Chiru, R. (2007), "Innovativeness and Export Orientation among Establishments in Knowledge-Intensive Business Services (KIBS), 2003", documento de trabajo, Science and Innovation Surveys Section, Statistics Canada.
- Cieslik, J., Kaciak, E. y Welsh, D. (2012), "The impact of geographic diversification on export performance of small and medium-sized enterprises (SMEs)", *Journal of International entrepreneurship* 10(1): 70-93.
- CIMB ASEAN Research Institute (CARI) (2015) *Lifting the Barriers to E-commerce in ASEAN*, Chicago: AT Kearney.
- Ciravegna, L., Majano, S. B. y Zhan, G. (2014), "The inception of internationalization of small and medium enterprises: the role of activeness and networks", *Journal of Business Research* 67(6): 1081-1089.
- Ciuriak, D. (2013), "Learning by exporting: a working hypothesis", documento de trabajo, Ciuriak Consulting Inc., Ottawa.
- Clerides, S. K., Lach, S. y Tybout, J. R. (1998), "Is learning by exporting important? Micro-dynamic evidence from Colombia, Mexico, and Morocco", *Quarterly Journal of Economics* 113(3): 903-947.
- Coad, A. y Rao, R. (2008), "Innovation and firm growth in high-tech sectors: a quantile regression approach", *Research Policy* 37(4): 633-648.
- Coad, A., Segarra, A. y Teruel, M. (2016), "Innovation and firm growth: does firm age play a role?", *Research Policy* 45(2): 387-400.
- Colombelli, A., Krafft, J. y Vivarelli, M. (2016), "To be born is not enough: the key role of innovative start-ups", *Small Business Economics* : 1-15.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (2004) *Promoting the Export Competitiveness of SMEs*, Ginebra: UNCTAD.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (2007) *Enhancing the Participation of Small and Medium-sized Enterprises in Global Value Chains*, Ginebra: UNCTAD.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (2013) *Expert Meeting on Assessing the Impact of Public-Private Partnerships on Trade and Development in Developing Countries: Public-Private Sector Partnerships to Promote SME Participation in Global Value Chains*, Ginebra: UNCTAD.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (2015) *Information Economy Report 2015. Unlocking the Potential of E-commerce for Developing Countries*, Ginebra: UNCTAD.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (2005) *Business Process Offshore Outsourcing: Untapped Opportunities for SMEs*, Ginebra: UNCTAD.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (2015) *Information Economy Report 2015. Unlocking the Potential of E-commerce for Developing Countries*, Ginebra: UNCTAD.
- Contractor, F. J. (2007), "Is international business good for companies? The evolutionary or multi-stage theory of internationalization vs. the transaction cost perspective", *Management International Review* 47(3): 453-475.
- Costantini, J. y Melitz, M. (2008), "The Dynamics of Firm-Level Adjustment to Trade Liberalization", en Helpman, E., Marin, D., and Verdier, T. (comp), *The Organization of Firms in a Global Economy*, Cambridge MA y Londres: Harvard University Press: 107-141.
- Costinot, A., Rodríguez-Clare, A. y Werning, I. (2015), "Micro to macro: optimal trade policy with firm heterogeneity", documento de trabajo NBER n° 21989, National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.
- Crespi, G., Criscuolo, C., Haskel, J. E. y Slaughter, M. (2008), "Productivity growth, knowledge flows, and spillovers", documento de trabajo NBER n° 13959, National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.
- Criscuolo, C., Gal, P. N. y Menon, C. (2014), "The dynamics of employment growth: new evidence from 18 countries", documento de trabajo OCDE n° 14, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, París.
- Criscuolo, C., Haskel, J. E. y Slaughter, M. J. (2010), "Global Engagement and the Innovation activities of firms", *International Journal of Industrial Organization* 28(2): 191-202.
- Criscuolo, P., Nicolaou, N. y Salter, A. (2012), "The elixir (or burden) of youth? Exploring differences in innovation between start-ups and established firms", *Research Policy* 41(2): 319-333.
- Damijan, J. P., Kostevc, C. y Polanec, S. (2010), "From innovation to exporting or vice versa?", *The World Economy* 33(3): 374-398.

- Daunfeldt, S. O., Lang, Å., Macuchova, Z. y Rudholm, N. (2013), "Firm growth in the Swedish retail and wholesale industries", *The Service Industries Journal* 33(12): 1193-1205.
- De Clerq, D., Sapienza, P. y Crijns, H. (2005), "The Internationalization of Small and Medium Sized Firms: The Role of Organizational Learning Effort and Entrepreneurial Orientation", *Small Business Economics* 24(4): 409-419.
- de Kok, J., Deijl, C. y Veldhuis-Van Essen, C. (2013), "Is Small Still Beautiful? Literature Review of Recent Empirical Evidence on the Contribution of SMEs to Employment Creation", informe preparado para la Oficina Internacional del Trabajo (OIT), Ginebra.
- de Kok, J., Vroonhof, P., Verhoeven, W., Timmermans, N., Kwaak, T., Snijders, J. y Westhof, F. (2011), "Do SMEs create more and better jobs?", informe preparado por EIM para la Comisión Europea.
- De Loecker, J. (2007), "Do exports generate higher productivity? Evidence from Slovenia", *Journal of International Economics* 73(1): 69-98.
- Deardorff, A. V. y Stern, R. M. (2008), "Empirical Analysis of Barriers to International Services Transactions and the Consequences of Liberalization", en Mattoo, A., Stern, R.M. y Zanini, G. (comp), *A Handbook of International Trade in Services*, Oxford Scholarship Online.
- Debaere, P., Lee, H. y Lee, J. (2010), "It matters where you go: outward foreign direct investment and multinational employment growth at home", *Journal of Development Economics* 91(2): 301-309.
- Demidova, S. y Rodriguez-Clare, A. (2009), "Trade policy under firm-level heterogeneity in a small economy", *Journal of International Economics* 78(1): 100-112.
- DiCaprio, A., Beck, S. y Daquis, J. C. (2015), "Trade Finance Gap, Growth, and Jobs Survey", Sumario No. 45, Banco Asiático de Desarrollo, Manila.
- Donner, J. y Escobari, M. X. (2010), "A review of evidence on mobile use by micro and small enterprises in developing countries", *Journal of International Development* 22(5): 641-658.
- Dumais, G., Ellison, G. y Glaeser, E. L. (2002), "Geographic concentration as a dynamic process", *Review of Economics and Statistics* 84(2): 193-204.
- Durmugoglu, S. S., Apfelthaler, G., Nayir, D. Z., Alvarez, R. y Mughan, T. (2012), "The effect of government-designed export promotion service use on small and medium-sized enterprise goal achievement: a multidimensional view of export performance", *Industrial Marketing Management* 41(4): 680-691.
- Dusoye, I., Mahadeo, J. D. y Aujayeb-Rogbeer, A. (2013), "Small firm internationalisation and export barriers: the case of Mauritius", documento de trabajo, Universidad de Mauricio, Moka.
- Eaton, J., Eslava, M., Kugler, M. y Tybout, J. (2007), "Export dynamics in Colombia: Firm-level evidence", documento de trabajo NBER n° 13531, National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.
- eBay (2012) *Small Online Business Growth Report 2012*, San Jose CA: eBay Inc.
- eBay (2014) *Small Online Business Growth Report 2014*, San Jose CA: eBay Inc.
- eBay (2016) *Small Online Business Growth Report 2016*, San Jose CA: eBay Inc.
- Ebling, G. y Janz, N. (1999), "Export and innovation activities in the German service sector: empirical evidence at the firm level", documento de discusión ZEW n° 99-53, Centre for European Economic Research, Mannheim.
- ECommerce Europe (2015) *Analysis of the Survey "Barriers to Growth"*, Bruselas: Comisión Europea.
- Economist Intelligent Unit (EIU) (2010) *SMEs in Japan. A new growth driver?*, Londres: EIU.
- Edinburgh Group (2013) *Growing the Global Economy through SMEs*, Glasgow: Edinburgh Group.
- Edler, J., Kuhlmann, S. y Behrens, M. (2003), *Changing Governance of Research and Technology Policy: The European Research Area*, Cheltenham (Reino Unido): Edward Elgar.
- Egbetokun, A. A., Adeniyi, A. A., Siyanbola, W. O. y Olamide, O. O. (2012), "The types and intensity of innovation in developing country SMEs: evidences from a Nigerian subsectoral study", *International Journal of Learning and Intellectual Capital* 9(1-2): 98-112.
- Eliasson, K., Hansson, P. y Lindvert, M. (2012), "Do firms learn by exporting or learn to export? evidence from small and medium-sized enterprises", *Small Business Economics* 39(2): 453-472.
- Engel, D., Procher, V. y Schmidt, C. M. (2013), "Does firm heterogeneity affect foreign market entry and exit symmetrically? Empirical evidence for French firms", *Journal of Economic Behavior & Organization* 85: 35-47.
- Engel, D., Rothgang, M. y Trettin, L. (2004), "Innovation and their impact on growth of SME. Empirical evidence from craft dominated industries in Germany", trabajo presentado en la Conferencia ERIE 2004, 2-5 de septiembre, Berlín.
- Ericson, R. y Pakes, A. (1995), "Markov-perfect industry dynamics: a framework for empirical work", *Review of Economic Studies* 62(1): 53-82.
- Eslava, M., Tybout, J. R., Jinkins, D., Krizan, C. J. y Eaton, J. (2015), "A search and learning model of export dynamics", documento de reuniones n° 1535, Society for Economic Dynamics, Stonybrook NY.
- Esteve-Perez, S. and Rodriguez, D. (2013), "The dynamics of exports and R&D in SMEs", *Small Business Economics* 41(1): 219-240.
- Estrin, S., Mickiewicz, T. y Stephan, U. (2013), "Entrepreneurship, Social Capital, and Institutions: Social and Commercial Entrepreneurship Across Nations", *Entrepreneurship Theory and Practice* 37(3): 479-504.
- Comisión Europea (2010) *Internationalisation of European SMEs*, Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea (2013) *A Recovery on the Horizon? Annual Report on European SMEs*, Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea (2014a) *European Competitiveness Report 2014: Helping Firms Grow*, Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea (2014b) *Small and Medium Sized Enterprises and the Transatlantic Trade and Investment Partnership SMEs*, Bruselas: Comisión Europea.
- Eurostat y Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). (2007), *Eurostat-OECD Manual on Business Demography Statistics*. Luxemburgo, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.
- Ezell, S. J. y Atkinson, R. D. (2011) *International Benchmarking of Countries' Policies and Programs Supporting SME Manufacturers*, The Information Technology and Innovation Foundation.

- Falco, P., Kerr, A., Rankin, N., Sandefur, J. y Teal, F. (2011), "The returns to formality and informality in urban Africa", *Labour Economics* 18(S1): S23-S31.
- Falk, M. y Hagsten, E. (2015), "Exporter productivity premium for European SMEs", *Applied Economics Letters* 22(12): 930-933.
- Feenstra, R. C., Luck, P., Obstfeld, M. y Russ, K. (2014), "In Search of the Armington Elasticity", documento de trabajo NBER n° 0063, National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.
- Feenstra, R. C. y Weinstein, D. (2010), "Globalization, Markups and U.S. Welfare", documento de trabajo NBER n° 15749, National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.
- Felbermayr, G. J., Jung, B. y Larch, M. (2013), "Optimal tariffs, retaliation, and the welfare loss from tariff wars in the Melitz model", *Journal of International Economics* 89(1): 13-25.
- Fernandes, A. M., Ferro, E. y Wilson, J. S. (2015), "Product standards and firms' export decisions", documento de trabajo n° 7315, Banco Mundial, Washington DC.
- Fernandes, A. M., Freund, C. y Pierola, M. D. (2016), "Exporter behavior, country size and stage of development: evidence from the exporter dynamics database", *Journal of Development Economics* 119: 121-137.
- Fernandez, Z. y Nieto, M. J. (2005), "Internationalization Strategy of Small and Medium Sized Family Businesses: Some Influential Factors", *Family Business Review* 18(1): 77-89.
- Fernandez-Ribas, A. (2010), "International patent strategies of small and large firms: an empirical study of nanotechnology", *Review of Policy Research* 27(4): 457-473.
- Fisch, J.-H. (2012), "Information costs and internationalization performance", *Global Strategy Journal* 2(4): 296-312.
- Fitzgerald, D. y Haller, S. (2014), "Pricing-to-market: evidence from plant-level prices", *Review of Economic Studies* 81(2): 761-786.
- Flam, H. y Helpman, E. (1987), "Industrial policy under monopolistic competition", *Journal of International Economics* 22(1): 79-102.
- Fliess, B. y Busquets, C. (2006), "The role of trade barriers in SME internationalisation", documento de trabajo n° 45, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, París.
- Folta, T. B., Cooper, A. C. y Baik, Y. S. (2006), "Geographic cluster size and firm performance", *Journal of Business Venturing* 21(2): 217-242.
- Fontagné, L., Orefice, G. y Piermartini, R. (2016), "Making (Small) Firms Happy: The Heterogeneous Effect of Trade Facilitation", documento de trabajo n° ERSD-2016-03, OMC, Ginebra.
- Fontagné, L., Orefice, G., Piermartini, R. y Rocha, N. (2015), "Product standards and margins of trade: firm-level evidence", *Journal of International Economics* 97(1): 29-44.
- Fox, L. y Sohnesen, T. P. (2012), "Household enterprises in Sub-Saharan Africa: why they matter for growth, jobs, and livelihoods", documento de trabajo n° 6184, Banco Mundial, Washington DC.
- Frenz, M. y Ietto-Gillies, G. (2007), "Does multinationality affect the propensity to innovate? An analysis of the third UK Community Innovation Survey", *International Review of Applied Economics* 21(1): 99-117.
- Freund, C. y Pierola, M. D. (2010), "Export Entrepreneurs: Evidence from Peru", documento de trabajo n° 5407, Banco Mundial, Washington DC.
- Freund, C. y Pierola, M. D. (2015), "Export Superstars", *Review of Economics and Statistics* 97(5): 1023-1032.
- Gengatharen, D. E. (2006), "Assessing the success and evaluating the benefits of government-sponsored regional internet-trading platforms for small and medium enterprises: a Western Australian perspective", tesis doctoral, School of Management Information Systems, Edith Cowan University, Joondalup, Australia.
- German Development Institute (2015) *Financing Global Development: The Potential of Trade Finance*, Bonn: DIE.
- Gibson, T. y van der Vaart, H. J. (2008), "Defining SMEs: A Less Imperfect Way of Defining Small and Medium Enterprises in Developing Countries", Brookings Global Economy and Development, Washington DC.
- Golovko, E. y Valentini, G. (2011), "Exploring the complementarity between innovation and export for SMEs growth", *Journal of International Business Studies* 42(3): 362-380.
- Gopinath, G. y Neiman, B. (2014), "Trade Adjustment and Productivity in Large Crises", *American Economic Review* 104(3): 793-831.
- Gourlay, A., Seaton, J. y Suppakitjarak, J. (2005), "The determinants of export behaviour in UK service firms", *The Service Industries Journal* (25): 879-888.
- Greenaway, D. y Kneller, R. (2008), "Exporting, productivity and agglomeration", *European Economic Review* 52(5): 919-939.
- Grossman, G. M. y Helpman, E. (1991), "Quality ladders in the theory of growth", *Review of Economic Studies* 58(1): 43-61.
- Gumede, V. (2004), "Export Propensities and Intensities of Small and Medium Manufacturing Enterprises in South Africa", *Small Business Economics* 22(5): 379-389.
- Gunaratne, K. A. (2009), "Barriers to internationalisation of SMEs in a developing country", consultado en <http://www.duplication.net.au/ANZMAC09/papers/ANZMAC2009-336.pdf>
- Hall, B. H., Lotti, F. y Mairesse, J. (2009), "Innovation and productivity in SMEs: empirical evidence for Italy", *Small Business Economics* 33(1): 13-33.
- Hallak, J. C. (2010), "A product-quality view of the linder hypothesis", *Review of Economics and Statistics* 92(3): 453-466.
- Halpern, L., Koren, M. y Szeidl, A. (2005), "Imports and productivity", documento de trabajo CEPR n° 5139, Center for Economic Policy Research, Londres.
- Haltiwanger, J., Jarmin, R. S. y Miranda, J. (2013), "Who creates jobs? Small versus large versus young", *Review of Economics and Statistics* 95(2): 347-361.
- Haltiwanger, J., Scarpetta, S. y Schweiger, H. (2010), "Cross country differences in job reallocation: the role of industry, firm size and regulations", documento de trabajo n° 116, Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo, Londres.
- Han, H. y Piermartini, R. (2016), "Trade facilitation does benefit SMEs", documento de trabajo de próxima publicación, OMC, Ginebra.
- Head, K., Mayer, T. y Thoenig, M. (2014), "Welfare and Trade Without Pareto", *American Economic Review* 104(5): 310-316.
- Helpman, E. y Krugman, P. R. (1985), *Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*, Cambridge MA: MIT Press.

- Helpman, E. y Krugman, P. R. (1989), *Trade Policy and Market Structure*, Cambridge MA: The MIT Press.
- Henn, C. y Gnutzman-Mkrtchyan, A. (2015), "The Layers of the IT Agreement's Trade Impact", documento de trabajo n° ERSD-2015-01, OMC, Ginebra.
- Henten, A. y Vad, T. (2001), *Services Internationalisation – Characteristics, Potentials and Barriers*, Copenhagen: Technical University of Denmark, Center for Tele-Information.
- Herman, L. (2010), "Multilateralising Regionalism: The Case of E-Commerce", documento de trabajo n° 99, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, París.
- Hessels, J. y Terjesen, S. (2010), "Resource dependency and institutional theory perspectives on direct and indirect export choices", *Small Business Economics* 34(2): 203-220.
- Hijzen, A., Pisu, M., Upward, R. y Wright, P. W. (2011), "Employment, job turnover, and trade in producer services: UK firm-level evidence", *Canadian Journal of Economics* 44(3): 1020-1043.
- Hitt, M. A., Hoskisson, R. E. y Kim, H. (1997), "International diversification: effects on innovation and firm performance in product-diversified firms", *Academy of management Journal* 40(4): 767-798.
- Hoekman, B. (2014), "The Bali Trade Facilitation Agreement and rulemaking in the WTO: milestone, mirage, or mistake?", documento de trabajo RSCAS N° 2014/102, Instituto Universitario Europeo, Florencia.
- Hoekman, B. y Shepherd, B. (2015), "Services Productivity, Trade Policy, and Manufacturing Exports", Working Paper RSCAS 2015/07, Instituto Universitario Europeo, Florencia.
- Hoffman, K., Parejo, M., Bessant, J. y Perren, L. (1998), "Small firms, R&D, technology and innovation in the UK: a literature review", *Technovation* 18(1): 39-55.
- Hollenstein, H. (2005), "Determinants of International Activities: Are SMEs Different?", *Small Business Economics* 24(5): 431-450.
- Hopenhayn, H. A. (1992), "Entry, exit, and firm dynamics in long run equilibrium", *Econometrica* 60(5): 1127-1150.
- Hsieh, C. T. y Olken, B. A. (2014), "The Missing 'Missing Middle'", *Journal of Economic Perspectives* 28(3): 89-108.
- Hsu, W.-T., Chen, H.-L. y Cheng, C.-Y. (2013), "Internationalization and firm performance of SMEs: the moderating effects of CEO attributes", *Journal of World Business* 48(1): 1-12.
- Hummels, D. L. y Klenow, P. J. (2005), "The variety and quality of a nation's exports", *American Economic Review* 95(3): 704-723.
- Hurst, E. y Pugsley, B. W. (2011), "What do small businesses do?", documento de trabajo NBER n° 17041, National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.
- Imbs, J. y Mejean, I. (2015), "Elasticity Optimism", *American Economic Journal: Macroeconomics* 7(3): 43-83.
- Independent Film & Television Alliance (2010), Written testimony to the USITC, 26 de Marzo de 2010.
- Industry Canada (2011) *Canadian Small Business Exporters, Special edition: Key small business statistics*, Ottawa: Industry Canada.
- International Finance Corporation (IFC) (2011) *Strengthening Access to Finance for Women-Owned SMEs in Developing Countries*, Washington DC: IFC.
- International Finance Corporation (IFC) (2016), "MSME Country Indicators", consultado en www.ifc.org/msmecountryindicators
- Irrazabal, A., Moxnes, A. y Opmolla, L. D. (2015), "The Tip of the Iceberg: A Quantitative Framework for Estimating Trade Costs", *Review of Economics and Statistics* 97(4): 777-792.
- Javorcik, B. S. (2004), "Does Foreign Direct Investment Increase the Productivity of Domestic Firms? In Search of Spillovers Through Backward Linkages", *American Economic Review* 94(3): 605-627.
- Javorcik, B. S. y Spatareanu, M. (2008), "To Share or Not to Share: Does Local Participation Matter for Spillovers from Foreign Direct Investment?", *Journal of Development Economics* 85(1): 194-217.
- Johanson, J. y Vahlne, J. E. (1977), "The internationalization process of the firm-a model of knowledge development and increasing foreign market commitments", *Journal of International Business Studies* 8(1): 23-32.
- Johnson, H. G. (1953), "Optimum tariffs and retaliation", *Review of Economic Studies* 21(2): 142-153.
- Jovanovic, B. (1982), "Selection and the Evolution of Industry", *Econometrica* 50(3): 649-670.
- Jung, A., Plottier, C. y Francia, H. (2011), "Firm growth: regional, industry & strategy effects in a Latin American economy", consultado en <http://www.sre.wu.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa11/e110830aFinal01502.pdf>
- Kabiri, F. y Mokshapathy, S. (2012), "A Survey of Export Barriers Faced by Small and Medium Sized Enterprises in Iran", *Indian Journal of Innovation and Developments* 1(7): 549-553.
- Kamel, S. y El Sherif, A. (2001), "The Role of SMEs in Developing Egypt's Tourism Industry using e-commerce", *Management of Engineering and Technology* 2: 60-68.
- Karlsen, T., Silseth, P. R., Benito, G. RG. y Lawrence, S. W. (2003), "Knowledge, Internationalization of the Firm, and Inward-outward Connections", *Industrial Marketing Management* 32(5): 385-396.
- Kasahara, H. y Lapham, B. J. (2006), "Import protection as export destruction", documento de trabajo n° 20062, University of Western Ontario.
- Kasahara, H. y Rodrigue, J. (2008), "Does the use of imported intermediates increase productivity? Plant-level evidence", *Journal of Development Economics* 87(1): 106-118.
- Kelle, M., Kleinert, J., Raff, H. y Toubal, F. (2013), "Cross-border and foreign-affiliate sales of services: evidence from German micro-data", *The World Economy* 36(11): 1373-1392.
- Korhonen, H., Luostarinen, R. y Welch, L. (1996), "Internationalization of SMEs: inward-outward patterns and government policy", *Management International Review* 36(4): 315-329.
- Korinek, J. (2005), "Trade and Gender: Issues and Interactions", documento de trabajo n° 24, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, París.
- Kox, H. y Nordås, H. K. (2007), "Services Trade and Domestic Regulation", documento de trabajo n° 49, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, París.
- Krugman, P. R. (1979), "Increasing returns, monopolistic competition, and international trade", *Journal of International Economics* 9(4): 469-479.
- Krugman, P. R. (1980), "Scale economies, product differentiation and pattern of trade", *American Economic Review* 70(5): 950-959.

- Kugler, M. y Verhoogen, E. (2008), "The quality-complementarity hypothesis: theory and evidence from Colombia", documento de trabajo IZA n° 3932, Institute for the Study of Labor, Bonn.
- Kushnir, K., Mirmulstein, M. L. y Ramalh, R. (2010), "Micro, Small, and Medium Enterprises Around the World: How Many Are There, and What Affects the Count?", MSME Country Indicators Analysis Note, consultado en www.ifc.org/msmecountryindicators
- Kyvik, O., Saris, W., Bonet, E. y Felicio, J. (2013), "The internationalization of small firms: The relationship between the global mindset and firms' internationalization behavior", *Journal of International Entrepreneurship* 11(2): 172-195.
- La Porta, R. y Shleifer, A. (2014), "The Unofficial Economy in Africa", en Edwards, S., Johnson, S., and Weil, D.N. (comp), *African Successes: Government and Institutions*, Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Lachenmaier, S. y Woessmann, L. (2006), "Does innovation cause exports? Evidence from exogenous innovation impulses and obstacles using German micro data", *Oxford Economic Papers* 58(2): 317-350.
- Lages, L. F., Lages, C. y Lages, C. R. (2006), "Main consequences of prior export performance results: an exploratory study of European exporters", *Journal of Euromarketing* 15(4): 57-75.
- Lages, L. F. y Montgomery, D. B. (2005), "The relationship between export assistance and performance improvement in Portuguese export ventures. An empirical test of the mediating role of pricing strategy adaptation", *European Journal of Marketing* 39(7-8): 755-784.
- Lakew, Y. D. y Chiloane-Tsoka, G. (2015), "Internationalisation Barriers of Small and Medium-sized Manufacturing Enterprises in Ethiopia: Leather and Leather Products Industry in Focus", *International Journal of Business and Development* 3(3): 68-80.
- Lanz, R. y Piermartini, R. (2016), "Comparative advantage in supply chains", documento de trabajo de próxima publicación, OMC, Ginebra.
- Lashkaripour, A. (2013), "Remodeling Trade Elasticities: Price and Quality in the Global Economy", documento de trabajo, The Pennsylvania State University, consultado en <http://www.econ.psu.edu/classes-seminars/seminar-documents/Ahmad%20Lashkaripour%20-%20Remodeling%20Trade%20Elasticities%20Price%20and%20Quality%20in%20the%20Global%20Economy.pdf/view>
- Lejárraga, I. y Oberhofer, H. (2013), "Internationalisation of services SMEs: evidence from France", consultado en <http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2013/12982a07.pdf>
- Lejárraga, I. y Oberhofer, H. (2015), "Performance of small- and medium-sized enterprises in services trade: evidence from French firms", *Small Business Economics* 45(3): 673-702.
- Lejárraga, I., Rizzo, H. L., Oberhofer, H., Stone, S. y Shepherd, B. (2014), "Small and Medium-Sized Enterprises in Global Markets: A Differential Approach for Services?", documento de trabajo n° 165, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, París.
- Lendle, A. and Olarreaga, M. (2014), "Can Online Markets Make Trade More Inclusive?", documento de discusión n° 349, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington DC.
- Lendle, A., Olarreaga, M., Schropp, S. y Vézina, P.-L. (2013), "eBay's anatomy", *Economic Letters* 121(1): 115-120.
- Lendle, A., Olarreaga, M., Schropp, S. y Vézina, P.-L. (2016), "There goes gravity: eBay and the death of distance", *Economic Journal* 126(591): 406-441.
- Lenzson, G., Gasparski, W., Rok, B., Lacy, P., Lerberg Jorgensen, A. y Steen Knudsen, J. (2006), "Sustainable competitiveness in global value chains: how do small Danish firms behave?", *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society* 6(4): 449-462.
- Leonidou, L. C. (2004), "An Analysis of the Barriers Hindering Small Business Export Development", *Journal of Small Business Management* 42(3): 279-302.
- Leonidou, L. C., Katsikeas, D., Paliawadana, D. y Spyropoulou, S. (2007), "An Analytical Review of the Factors Stimulating Smaller Firms to Export", *International Marketing Review* 24(6): 753-770.
- Leung, D., Meh, C. y Terajima, Y. (2008), "Firm size and productivity", documento de trabajo n° 2008-45, Bank of Canada, Ottawa.
- Levy, P. I. (1994), "Lobbying and international cooperation in tariff setting", documento de discusión n° 717, Yale University.
- Lileeva, A. y Trefler, D. (2010), "Improved access to foreign markets raises plant-level productivity... for some plants", *Quarterly Journal of Economics* 125(3): 1051-1099.
- Lim, H. y Kimura, F. (2010), "The internationalization of small and medium enterprises in regional and global value chains", documento de trabajo n° 231, Instituto del Banco Asiático de Desarrollo, Tokio.
- López González, J., Kowalski, P. y Achard, P. (2015), "Trade, global value chains and wage-income inequality", documento de trabajo n° 182, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, París.
- Love, J. H. y Ganotakis, P. (2013), "Learning by exporting: Lessons from high-technology SMEs", *International Business Review* 22(1): 1-17.
- Love, J. H. y Mansury, M. A. (2009), "Exporting and productivity in business services: Evidence from the United States", *International Business Review* 18: 630-642.
- Love, J. H. y Roper, S. (2015), "SME innovation, exporting and growth: a review of existing evidence", *International Small Business Journal* 33(1): 28-48.
- Love, J. H., Roper, S. y Zhou, Y. (2015), "Experience, Age and Exporting Performance in UK SMEs", *International Business Review*, de próxima publicación.
- Lu, J. W. y Beamish, P. W. (2001), "The internationalization and performance of SMEs", *Strategic Management Journal* 22(6-7): 565-586.
- Lu, J. W. y Beamish, P. W. (2004), "International diversification and firm performance: the S-curve hypothesis", *Academy of management Journal* 47(4): 598-609.
- Lu, J. W. y Beamish, P. W. (2006), "SME internationalization and performance: growth vs. profitability", *Journal of International entrepreneurship* 4(1): 27-48.
- Lucas, R. E. (1988), "On the mechanics of economic development", *Journal of Monetary Economics* 22(1): 3-42.
- Lucas, R. E. (1993), "Making a miracle", *Econometrica* 61(2): 251-272.
- Lumiste, R., Lumiste, R. y Kilvits, K. (2004), "Estonian manufacturing SMEs innovation strategies and development of

- innovation networks", Proceedings of 13th Nordic Conference on Small Business Research.
- Luttmer, E. G. J. (2007), "Selection, growth, and the size distribution of firms", *Quarterly Journal of Economics* 122(3): 1103-1144.
- Maertens, M., Colen, L. y Swinnen, J. F. M. (2011), "Globalisation and poverty in Senegal: a worst case scenario?", *European Review of Agricultural Economics* 38(1): 31-54.
- Maertens, M. y Swinnen, J. (2009), "Trade, Standards and Poverty: Evidence from Senegal", *World Development* 37(1): 161-178.
- Maertens, M. y Swinnen, J. (2015), "Agricultural Trade and Development: A Value Chain Perspective", documento de trabajo n° ERSD-2015-14, OMC, Ginebra.
- Maggi, G. y Rodriguez-Clare, A. (1998), "The value of trade agreements in the presence of political pressures", *Journal of Political Economy* 106(3): 829-857.
- Majocchi, A., Bacchiocchi, E. y Mayrhofer, U. (2005), "Firm size, business experience and export intensity in SMEs: A longitudinal approach to complex relationships", *International Business Review* 14(6): 719-738.
- Majocchi, A. y Zucchella, A. (2003), "Internationalization and performance findings from a set of Italian SMEs", *International Small Business Journal* 21(3): 249-268.
- Maksimovic, V. y Phillips, G. (2002), "Do conglomerate firms allocate resources inefficiently across industries? Theory and evidence", *Journal of Finance* 57(2): 721-767.
- Manez-Castillejo, J. A., Rochina-Barrachina, M. E. y Sanchis-Llopis, J. A. (2010), "Does Firm Size Affect Self-selection and Learning-by-exporting?", *The World Economy* 33(3): 315-346.
- Manova, K. (2013), "Credit Constraints, Heterogeneous Firms, and International Trade", *Review of Economic Studies* 80(2): 711-744.
- Mayer, T., Melitz, M. J. y Ottaviano, G. I. P. (2011), "Market Size, Competition, and the Product Mix of Exporters", documento de trabajo NBER n° 16959, National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.
- Mazzucato, M. (2013), "Financing innovation: creative destruction vs. destructive creation", *Industrial and Corporate Change* 22(4): 851-867.
- McKinsey Global Institute (2013a) *Disruptive technologies: Advances that will transform life, business, and the global economy*, San Francisco: McKinsey Global Institute.
- McKinsey Global Institute (2013b) *Disruptive technologies: Advances that will transform life, business, and the global economy*, San Francisco: McKinsey Global Institute.
- McKinsey Global Institute (2015) *Digital America: A tale of the Haves and Have-Mores*, San Francisco: McKinsey Global Institute.
- McKinsey Global Institute (2016) *Digital Globalization: The New Era of Global Flows*, San Francisco: McKinsey Global Institute.
- Melitz, M. J. (2003), "The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity", *Econometrica* 71(6): 1695-1725.
- Melitz, M. J. y Ottaviano, G. I. (2008), "Market size, trade, and productivity", *Review of Economic Studies* 75(1): 295-316.
- Melitz, M. J. y Redding, S. J. (2015), "New Trade Models, New Welfare Implications", *American Economic Review* 105(3): 1105-1146.
- Moen, Ø. (1999), "The Relationship Between Firm Size, Competitive Advantages and Export Performance Revisited", *International Small Business Journal* 18(1): 53-72.
- Molina, A. C. y Khoroshavina, V. (2015), "TBT provisions in Regional Trade Agreements: To what extent do they go beyond the WTO TBT Agreement?", documento de trabajo n° ERSD-2015-09, OMC, Ginebra.
- Musteen, M., Francis, J. y Datta, D. K. (2010), "The influence of international networks on internationalization speed and performance: A study of Czech SMEs", *Journal of World Business* 45(3): 197-205.
- Muûls, M. y Pisu, M. (2009), "Imports and Exports at the Level of the Firm: Evidence from Belgium", *The World Economy* 32(5): 692-734.
- Nakos, G. y Brouthers, K. D. (2002), "Entry Mode Choice of SMEs in Central and Eastern Europe", *Entrepreneurship Theory and Practice* 27(1): 47-63.
- Narayanan, V. (2015), "Export Barriers for Small and Medium-sized Enterprises: A Literature Review based on Leonidou's Mode", *Entrepreneurial Business and Economics Review* 3(2): 105-123.
- National Knowledge Commission (NKC) (2007) *Innovation in India*, Nueva Delhi: Gobierno de la India.
- Nazar, M. S. y Saleem, H. M. N. (2009), "Firm-Level Determinants of Export Performance", *International Business & Economics Research Journal* 8(2): 105-112.
- Nelson, R. R. y Winter, S. G. (1978), "Forces generating and limiting concentration under Schumpeterian competition", *Bell Journal of Economics* 9(2): 524-548.
- Nelson, R. R. y Winter, S. G. (1982), "The Schumpeterian tradeoff revisited", *American Economic Review* 72(1): 114-132.
- Neumark, D., Wall, B. y Zhang, J. (2011), "Do small businesses create more jobs? New evidence for the United States from the National Establishment Time Series", *Review of Economics and Statistics* 93(1): 16-29.
- Neupert, K. E., Baughn, C. C. y Lam Dao, T. T. (2006), "SME exporting challenges in transitional and developed economies", *Journal of Small Business and Enterprise Development* 13(4): 535-545.
- Newman, C., Rand, J., Talbot, T. y Tarp, F. (2015), "Technology transfers, foreign investment and productivity spillovers", *European Economic Review* 76: 168-187.
- Nguyen, D. C., Nguyen, N. A., Li, H. A. y Nguyen, T. P. M. (2012), "Innovation and Choice of Exporting Modes under Globalization", en Hahn, C. H. and Narjoko, D.A. (comp), *Dynamics of Firm Selection Process in Globalized Economies*, ERIA Research Project Report 2011, No. 3.
- Nieto, M. J. y Rodriguez, A. (2011), "Offshoring of R&D: looking abroad to improve innovation performance", *Journal of International Business Studies* 42(3): 345-361.
- Nordås, H. K. (2015) *Services SMEs in International Trade: Opportunities and Constraints*, Ginebra: The E15 Initiative.
- Oehme, M. y Bort, S. (2015), "SME internationalization modes in the German biotechnology industry: the influence of imitation, network position, and international experience", *Journal of International Business Studies* 46(6): 629-655.
- Oficina Internacional del Trabajo (OIT) (2015) *Small and medium-sized enterprises and decent and productive employment creation*, Ginebra: OIT.

- Okpara, J. O. (2009), "Strategic choices, export orientation and export performance of SMEs in Nigeria", *Management Decision* 47(8): 1281-1299.
- Olson, M. (1965), *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*, Cambridge MA: Harvard University Press.
- Onkelinx, J. y Sleuwaegen, L. E. (2010), "Internationalization strategy and performance of small and medium sized enterprises", documento de trabajo n° 197, Banco Nacional de Bélgica, Bruselas.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) (2005) *SME and Entrepreneurship Outlook*, París: OCDE.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) (2008) *Removing Barriers to SME Access to International Markets*, París: OCDE.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) (2013) *Fostering SMEs' Participation in Global Markets: Final Report*, París: OCDE.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) (2014) *Latin American Economic Outlook*, París: OCDE.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) (2015a) *Data-Driven Innovation: Big data for growth and well-being*, París: OCDE.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) (2015b), "Firm Heterogeneity and Trade in Value Added", STD/CSSP/WPTGS(2015)23, París: OCDE.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) y Banco Mundial (2015) *Inclusive Global Value Chains: Policy options in trade and complementary areas for GVC Integration by small and medium enterprises and low-income developing countries*, París y Washington DC: OCDE y Banco Mundial.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) y Organización Mundial del Comercio (OMC) (2013) *La ayuda para el Comercio en síntesis 2013: Conectarse a las cadenas de valor*, París y Ginebra: OCDE y OMC.
- Organización Mundial del Comercio (OMC) (2011) *Informe sobre el Comercio Mundial 2011: La OMC y los acuerdos comerciales preferenciales: de la coexistencia a la coherencia*, Ginebra: OMC.
- Organización Mundial del Comercio (OMC) (2012) *Informe sobre el Comercio Mundial 2012: Comercio y políticas públicas: Análisis de las medidas no arancelarias en el siglo XXI*, Ginebra: OMC.
- Organización Mundial del Comercio (OMC) (2014) *Informe sobre el Comercio Mundial 2014. Comercio y desarrollo: tendencias recientes y función de la OMC*, Ginebra: OMC.
- Organización Mundial del Comercio (OMC) (2015) *Informe sobre el Comercio Mundial 2015: Acelerar el comercio: ventajas y desafíos de la aplicación del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC*, Ginebra: OMC.
- Organización Mundial del Comercio (OMC) (2016) *Examen estadístico del comercio mundial*, Ginebra: OMC.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) (2010) *Intellectual Property (IP) Rights and Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises*, Ginebra: OMPI.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2015) *Visa Openness Report 2015*, Madrid: OMT.
- Orlando, M. J. (2000), "On the importance of geographic and technological proximity for R&D spillovers: an empirical investigation", documento de trabajo n° 00-02, Federal Reserve Bank of Kansas City.
- Osnago, A., Piermartini, R. y Rocha, N. (2015), "Trade policy uncertainty as barrier to trade", documento de trabajo n° ERSD-2015-05, OMC, Ginebra.
- Ossa, R. (2011), "A 'New Trade' Theory of GATT/WTO Negotiations", *Journal of Political Economy* 119(1): 122-152.
- Pagano, P. y Schivardi, F. (2003), "Firm Size Distribution and Growth", *Scandinavian Journal of Economics* 105(2): 255-274.
- Pangarkar, N. (2008), "Internationalization and performance of small-and medium-sized enterprises", *Journal of World Business* 43(4): 475-485.
- Paunov, C. y Rollo, V. (2016), "Has the Internet fostered inclusive innovation in the developing world?", *World Development* 78: 587-609.
- Pe'er, A. y Vertinsky, I. (2006), "Determinants of Survival of De Novo Entrants in Clusters and Dispersal", consultado en SSRN: <http://ssrn.com/abstract=940477>.
- Persin, D. (2011), "Market Access for Small versus Large Service Enterprises: The Preferential and Multilateral Trade Liberalization Tracks Compared", *Journal of World Trade* 45(4): 785-819.
- Piermartini, R. y Rubínová, S. (2014), "Knowledge spillovers through international supply chains", documento de trabajo n° ERSD-2014-11, OMC, Ginebra.
- Pietrobelli, C. y Rabellotti, R. (2011), "Global value chains meet innovation systems: are there learning opportunities for developing countries?", *World Development* 39(7): 1261-1269.
- Plouffe, M. (2012), "Liberalization for Sale: Heterogeneous Firms and Lobbying over FTAs", consultado en SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2105262>
- Porter, M. E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, Nueva York, NY: Basic Books Publishing.
- Qian, G. (2002), "Multinationality, product diversification, and profitability of emerging US small- and medium-sized enterprises", *Journal of Business Venturing* 17(6): 611-633.
- Rasheed, H. S. (2005), "Foreign Entry Mode and Performance: The Moderating Effects of Environment", *Journal of Small Business Management* 43(1): 41-54.
- Rauch, J. E. y Trindade, V. (2002), "Ethnic Chinese networks in international trade", *Review of Economics and Statistics* 84(1): 116-130.
- Reuber, A. R. y Fischer, E. (1997), "The Influence of the Management Team's International Experience on the Internationalization Behaviors of SMEs", *Journal of International Business Studies* 28(4): 807-825.
- Reyes, J.-D. (2011), "International Harmonization of Product Standards and Firm Heterogeneity in International Trade", documento de trabajo n° 5677, Banco Mundial, Washington DC.
- Riddle, L., Eusebio, R., Andreu, J. L. y Pilar López Belbeze, M. (2007), "Internal Key Factors in Export Performance. A Comparative Analysis in the Italian and Spanish Textile-Clothing Sector", *Journal of Fashion Marketing and Management* 11(1): 9-23.
- Rijkers, B. M. J., Arouri, H., Freund, C. y Nucifora, A. (2014), "Which firms create the most jobs in developing countries? Evidence from Tunisia", *Labour Economics* 31: 84-102.

- Riker, D. (2014), "Internet Use and Openness to Trade", documento de trabajo n° 2014-12C, US International Trade Commission, Washington DC.
- Roberts, M. J. y Tybout, J. R. (1997), "The decision to export in Colombia: an empirical model of entry with sunk costs", *American Economic Review* 87(4): 545-564.
- Rogers, M. (2004), "Networks, firm size and innovation", *Small Business Economics* 22(2): 141-153.
- Romer, P. M. (1986), "Increasing returns and long-run growth", *Journal of Political Economy* 94(5): 1002-1037.
- Roper, S. y Love, J. H. (2002), "Innovation and export performance: evidence from the UK and German manufacturing plants", *Research Policy* 31(7): 1087-1102.
- Rosenthal, S. S. y Strange, W. C. (2005), "The geography of entrepreneurship in the New York metropolitan area", *Economic Policy Review* 11(2): 29-53.
- Rubini, L. (2011), "Innovation and the Elasticity of Trade Volumes to Tariff Reductions", documento de trabajo EFIGE n° 31, European Firms in a Global Economy, Bruselas.
- Salomon, R. M. y Shaver, J. M. (2005), "Learning by exporting: new insights from examining firm innovation", *Journal of Economics & Management Strategy* 14(2): 431-460.
- Sandberg, K. W. y Hakansson, F. (2014), "Barriers to adapt eCommerce by rural microenterprises in Sweden: a case study", *International Journal of Knowledge and Research in Management and E-Commerce* 4(1): 1-7.
- Sapienza, H. J., Autio, E., George, G. y Zahra, S. A. (2006), "A capabilities perspective on the effects of early internationalization on firm survival and growth", *Academy of Management Review* 31(4): 914-933.
- Schaap, F. y Hekking, J. (2016), "SMEs in international trade: perspectives from developing country SMEs export success in global markets", estudios para el Informe sobre el Comercio Mundial 2016, Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI), La Haya, Países Bajos.
- Serti, F. y Tomasi, C. (2008), "Self-selection and post-entry effects of exports: evidence from Italian manufacturing firms", *Review of World Economics* 144(4): 660-694.
- Siedschlag, I. y Zhang, X. (2015), "Internationalisation of firms and their innovation and productivity", *Economics of Innovation and New Technology* 24(3): 183-203.
- Silva, A., Afonso, O. y Africano, A. P. (2012), "Learning-by-exporting: what we know and what we would like to know", *The International Trade Journal* 26(3): 255-288.
- Slaughter, M. J. (2013) *American Companies and Global Supply Networks: Driving US Economic Growth and Jobs by Connecting with the World*, Washington DC: Business Roundtable with the United States Council for International Business and the United States Council Foundation.
- Sleuwaegen, L. y Goedhuys, M. (2002), "Growth of firms in developing countries, evidence from Côte d'Ivoire", *Journal of Development Economics* 68(1): 117-135.
- Smolarski, J. M. y Wilner, N. (2005), "Internationalisation of SMEs: a micro-economic approach", *Journal of Business Chemistry* 2(2): 55-70.
- Sorenson, O. y Audia, P. G. (2000), "The social structure of entrepreneurial activity: geographic concentration of footwear production in the United States, 1940-1989", *American Journal of Sociology* 106(2): 424-462.
- Spearot, A. C. (2013), "Variable demand elasticities and tariff liberalization", *Journal of International Economics* 89(1): 26-41.
- Staritz, C. y Reis, J. G. (2013) *Global Value Chains, Economic Upgrading, and Gender: Case Studies of the Horticulture, Tourism, and Call Center*, Washington DC: Banco Mundial.
- Stephan, U., Hart, M., Mickiewicz, T. y Drews, C.-C. (2015), "Understanding Motivations for Entrepreneurship: A Review of Recent Research Evidence", trabajo de investigación BIS n° 212, UK Department for Business, Innovation & Skills, Londres.
- Sterlacchini, A. (1999), "Do innovative activities matter to small firms in non-R&D-intensive industries? An application to export performance", *Research Policy* 28(8): 819-832.
- Stiglitz, J. E. y Weiss, A. (1981), "Credit Rationing in Markets with Imperfect Information", *American Economic Review* 71(3): 393-410.
- Stoner, C. y Fry, F. (2016), "The Entrepreneurial Decision: Dissatisfaction or Opportunity?", *Journal of Small Business Management* 20(2): 39-44.
- Straube, F., Handfield, R., Pfohl, H.-C. y Wieland, A. (2013), *Trends und Strategien in Logistik und Supply Chain Management*, Hamburgo, Alemania: Deutscher Verkehrs-Verlag.
- Sutton, J. (2012), *Competing in Capabilities: The Globalization Process*, Oxford: Oxford University Press.
- Swann, P., Temple, P. y Shumer, M. (1996), "Standards and Trade Performance: the UK Experience", *Economic Journal* 106(438): 1297-1313.
- Taymaz, E. (2005), "Are small firms really less productive?", *Small Business Economics* 25(5): 429-445.
- Temple, P. y Urga, G. (1997), "The competitiveness of UK manufacturing: evidence from imports", *Oxford Economic Papers* 49(2): 207-227.
- Terjesen, S., O'Gorman, C. y Acs, Z. J. (2008), "Intermediated mode of internationalization: new software ventures in Ireland and India", *Entrepreneurship and Regional Development* 20(1): 89-109.
- Tybout, J. R. (2003), "Plant and Firm-level Evidence on New Trade Theories", en Choi, E. K. y Harrigan, J. (comp), *Handbook of International Trade*, Malden, MA: Blackwell Publishing: 388-415.
- Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) (2015) *Measuring the Information Society*, Ginebra: UIT.
- United Parcel Service (UPS) (2014) *European SME Export Insights*, Feltham (Reino Unido): UPS.
- United States International Trade Commission (2014) *Digital Trade in the U.S. and Global Economies*, Washington DC: USITC.
- United States International Trade Commission (USITC) (2010) *Small and Medium-Sized Enterprises: Characteristics and Performance*, Washington DC: USITC, Publicación n° 4189.
- United States International Trade Commission (USITC) (2014) *Trade Barriers That U.S. Small and Medium-Sized Enterprises Perceive As Affecting Exports to the European Union*, Washington: USITC.
- Valdès, R. y McCann, M. (2014), "Intellectual Property Provisions in Regional Trade Agreements: Revision and Update", documento de trabajo n° ERSD-2014-14, OMC, Ginebra.
- Van Beveren, I. y Vandenbussche, H. (2010), "Product and Process Innovation and Firms' Decision to Export", *Journal of Economic Policy Reform* 13(1): 3-24.

- Van Biesebroeck, J. (2005), "Exporting raises productivity in sub-Saharan African manufacturing firms", *Journal of International Economics* 67(2): 373-391.
- Van Bommel, E., Edelman, D. y Ungerman, K. (2014), "Digitizing the consumer decision journey", McKinsey.com Insights & Publications.
- van der Schans, D. (2012), "SME access to external finance", BIS Economics Paper No. 16 BIS Economics Paper No. 212, UK Department for Business, Innovation & Skills, Londres.
- Vanzetti, D. y Peters, R. (2012), "Nothing to declare: duty-free access to imports from LDCs", presentado en la 56a Australian Agricultural and Resource Economics Society Annual Conference, 7-10 de Febrero de 2012, Freemantle, Australia.
- Venables, A. J. (1987), "Trade and trade policy with differentiated products: a Chamberlinian-Ricardian model", *Economic Journal* 97(387): 700-717.
- Verhoogen, E. (2004), "Trade, quality upgrading and wage inequality in the Mexican manufacturing sector: theory and evidence from an exchange rate shock", documento de trabajo n° 67, Center for Labor Economics, University of California, Berkeley.
- Verwaal, E. y Donkers, B. (2002), "Firm Size and Export Intensity: Solving an Empirical Puzzle", *Journal of International Business Studies* 33(3): 603-613.
- Vogel, A. y Wagner, J. (2010), "Export und Import im Verarbeitenden Gewerbe", *Wirtschaftsdienst* 90(12): 848-850.
- Vonk, J., Haar, S. v. d. y Jong, P. d. (2015), "Evaluation of five Export Coaching Programmes (2008 – 2013)", Ape Project no. 1297, La Haya.
- Vossen, R. W. (1998), *Combining Small and Large Firm Advantages in Innovation: Theory and Examples*, Groningen: Universidad de Groningen.
- Wagner, J. (2002), "The causal effects of exports on firm size and labor productivity: first evidence from a matching approach", *Economic Letters* 77(2): 287-292.
- Wagner, J. (2007), "Exports and Productivity: A Survey of the Evidence from Firm-level Data", *The World Economy* 30(1): 60-82.
- Wagner, J. (2011), "International trade and firm performance: a survey of empirical studies since 2006", *Review of World Economics* 148(2): 235-267.
- Wagner, J. (2012), "International trade and firm performance: a survey of empirical studies since 2006", *Review of World Economics* 148(2): 235-267.
- Wagner, J. (2015), "A Note on Firm Age and the Margins of Exports: First Evidence from Germany", *The International Trade Journal* 29(2): 93-102.
- Welch, L. S. y Luostarinen, R. K. (1993), "Inward-Outward Connections in Internationalization", *Journal of International Marketing* 1(1): 44-56.
- Westhead, P. (2008), "International Opportunity Exploitation Behaviour Reported by "Types" of Firms Relating to Exporting Experience", *Journal of Small Business and Enterprise Development* 15(3): 431-456.
- Westhead, P., Wright, M. y Ucbasaran, D. (2001), "The internationalization of new and small firms: A resource-based view", *Journal of Business Venturing* 16(4): 333-358.
- Wilkinson, T. J. y Brouthers, L. E. (2006), "Trade promotion and SME export performance", *International Business Review* 15(3): 233-252.
- Williams, D. A. (2011), "Impact of firm size and age on the export behaviour of small locally owned firms: fresh insights", *Journal of International Entrepreneurship* 9(2): 152-174.
- Wood, A., Logar, C. M. y Riley, W. B. (2015), "Initiating Exporting: The Role of Managerial Motivation in Small to Medium Enterprises", *Journal of Business Research* 68(11): 2358-2365.
- Wright, M., Westhead, P. y Ucbasaran, D. (2007), "Internationalization of small and medium-sized enterprises (SMEs) and international entrepreneurship: a critique and policy implications", *Regional Studies* 41(7): 1013-1030.
- Yang, C. H., Chen, J. R. y Chuang, W. B. (2004), "Technology and export decision", *Small Business Economics* 22(5): 349-364.
- Yang, C. H. y Chen, K. H. (2009), "Are small firms less efficient?", *Small Business Economics* 32(4): 375-395.
- Zanella, G., Fu, X., Mohnen, P. y Ventresca, M. (2015), "The creation and diffusion of innovation in developing countries: a systematic literature review", *Journal of Economic Surveys* : 1-29.
- Zeng, S. X., Xie, X. M., Tam, C. M. y Wan T.W. (2008), "Competitive Priorities of Manufacturing Firms for Internationalization: an Empirical Research", *Measuring Business Excellence* 12(3): 44-55.

Notas técnicas

Composición de los grupos geográficos y de otro tipo Regiones

América del Norte

Bermudas	Canadá*	Estados Unidos de América*	México*	
----------	---------	----------------------------	---------	--

Otros territorios de la región no especificados en otra parte (n.e.p.)

América del Sur y Central y el Caribe

Antigua y Barbuda*	Chile*	Granada*	Paraguay*	Trinidad y Tabago*
Argentina*	Colombia*	Guatemala*	Perú*	Uruguay*
Aruba (Países Bajos para)	Costa Rica*	Guyana*	República Dominicana*	Venezuela, República Bolivariana de*
Bahamas**	Cuba*	Haití*	Saint Kitts y Nevis*	
Barbados*	Curazao	Honduras*	San Vicente y las Granadinas*	
Belice*	Dominica*	Jamaica*	Santa Lucía*	
Bolivia, Estado Plurinacional de*	Ecuador*	Nicaragua*	Sint Maarten	
Brasil*	El Salvador*	Panamá*	Suriname*	

Otros territorios de la región n.e.p.

Europa

Albania*	Croacia*	Grecia*	Luxemburgo*	República Checa*
Alemania*	Dinamarca*	Hungría*	Malta*	República Eslovaca*
Andorra**	Eslovenia*	Irlanda*	Montenegro*	Rumania*
Austria*	España*	Islandia*	Noruega*	Serbia**
Bélgica*	Estonia*	Italia*	Países Bajos*	Suecia*
Bosnia y Herzegovina**	ex República Yugoslava de Macedonia*	Letonia*	Polonia*	Suiza*
Bulgaria*	Finlandia*	Liechtenstein*	Portugal*	Turquía*
Chipre*	Francia*	Lituania*	Reino Unido*	

Otros territorios de la región n.e.p.

Comunidad de Estados Independientes (CEI)***

Armenia*	Federación de Rusia*	Moldova, República de*	Turkmenistán	
Azerbaiyán**	Georgia***	República Kirguisa*	Ucrania*	
Belarús**	Kazajistán*	Tayikistán*	Uzbekistán**	

Otros territorios de la región n.e.p.

África

Angola*	Côte d'Ivoire*	Kenya*	Namibia*	Sudáfrica*
Argelia**	Djibouti*	Lesotho*	Níger*	Sudán**
Benin*	Egipto*	Liberia*	Nigeria*	Sudán del Sur
Botswana*	Eritrea	Libia**	República Centroafricana*	Swazilandia*
Burkina Faso*	Etiopía**	Madagascar*	República Democrática del Congo*	Tanzanía*
Burundi*	Gabón*	Malawi*	Rwanda*	Togo*
Cabo Verde*	Gambia*	Malí*	Santo Tomé y Príncipe**	Túnez*
Camerún*	Ghana*	Marruecos*	Senegal*	Uganda*
Chad*	Guinea*	Mauricio*	Seychelles*	Zambia*
Comoras**	Guinea-Bissau*	Mauritania*	Sierra Leona*	Zimbabwe*
Congo*	Guinea Ecuatorial**	Mozambique*	Somalia	

Otros territorios de la región n.e.p.

* Miembros de la OMC

** Gobiernos observadores

*** Georgia no es miembro de la Comunidad de Estados Independientes, pero se incluye en este grupo por motivos geográficos y similitudes en la estructura económica.

Oriente medio				
Arabia Saudita, Reino de la*	Irán**	Jordania*	Omán*	Yemen*
Bahrein, Reino de*	Iraq**	Kuwait, Estado de*	Qatar*	
Emiratos Árabes Unidos*	Israel*	República Libanesa**	República Árabe Siria**	
Otros territorios de la región n.e.p.				
Asia				
Afganistán*	Fiji*	Macao, China*	Palau	Tonga*
Australia*	Filipinas*	Malasia*	Papua Nueva Guinea*	Tuvalu
Bangladesh*	Hong Kong, China*	Maldivas*	República Democrática Popular Lao*	Vanuatu*
Bhután**	India*	Mongolia*	Samoa*	Viet Nam*
Brunei Darussalam*	Indonesia*	Myanmar*	Singapur*	
Camboya*	Islas Salomón*	Nepal*	Sri Lanka*	
China*	Japón*	Nueva Zelandia*	Tailandia*	
Corea, República de*	Kiribati	Pakistán*	Taipei Chino*	
Otros territorios de la región n.e.p.				
Acuerdos de integración regional				
Comunidad Andina (CAN)				
Bolivia, Estado Plurinacional de	Colombia	Ecuador	Perú	
ASEAN (Asociación de Naciones del Asia Sudoriental)/Asociación de Libre Comercio de la ASEAN				
Brunei Darussalam	Filipinas	Malasia	República Democrática Popular Lao	Tailandia
Camboya	Indonesia	Myanmar	Singapur	Viet Nam
MCCA (Mercado Común Centroamericano)				
Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua
CARICOM (Comunidad y Mercado Común del Caribe)				
Antigua y Barbuda	Belice	Guyana	Montserrat	San Vicente y las Granadinas
Bahamas	Dominica	Haití	Saint Kitts y Nevis	Suriname
Barbados	Granada	Jamaica	Santa Lucía	Trinidad y Tabago
CEMAC (Comunidad Económica y Monetaria del África Central)				
Cameroon	Chad	Congo	Equatorial Guinea	Gabon
Central African Republic				
COMESA (Mercado Común para el África Oriental y Meridional)				
Burundi	Eritrea	Madagascar	Rwanda	Swazilandia
Comoras	Etiopía	Malawi	Seychelles	Uganda
Djibouti	Kenya	Mauricio	Sudán	Zambia
Egipto	Libia	República Democrática del Congo	Sudán del Sur	Zimbabwe
CEEAC (Comunidad Económica de los Estados de África Central)				
Angola	Chad	Guinea Ecuatorial	República Democrática del Congo	Santo Tomé y Príncipe
Burundi	Congo	República Centroafricana	Rwanda	
Camerún	Gabón			
CEDEAO (Comunidad Económica de los Estados de África Occidental)				
Benin	Côte d'Ivoire	Guinea	Malí	Senegal
Burkina Faso	Gambia	Guinea-Bissau	Níger	Sierra Leona
Cabo Verde	Ghana	Liberia	Nigeria	Togo

AELC (Asociación Europea de Libre Comercio)				
Islandia	Liechtenstein	Noruega	Suiza	
Unión Europea (28)				
Alemania	Dinamarca	Grecia	Luxemburgo	República Checa
Austria	Eslovenia	Hungría	Malta	República Eslovaca
Bélgica	España	Irlanda	Países Bajos	Rumania
Bulgaria	Estonia	Italia	Polonia	Suecia
Chipre	Finlandia	Letonia	Portugal	
Croacia	Francia	Lituania	Reino Unido	
CCG (Consejo de Cooperación del Golfo)				
Arabia Saudita, Reino de la	Emiratos Árabes Unidos	Kuwait, Estado de	Omán	Qatar
Bahrein, Reino de				
MERCOSUR (Mercado Común del Sur)				
Argentina	Brasil	Paraguay	Uruguay	Venezuela, República Bolivariana de
TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte)				
Canadá	Estados Unidos	México		
SAPTA (Acuerdo de Comercio Preferencial del Asia Meridional)				
Afganistán	Bhután	Maldivas	Pakistán	Sri Lanka
Bangladesh	India	Nepal		
SADC (Comunidad de África Meridional para el Desarrollo)				
Angola	Madagascar	Mozambique	Seychelles	Tanzanía
Botswana	Malawi	Namibia	Sudáfrica	Zambia
Lesotho	Mauricio	República Democrática del Congo	Swazilandia	Zimbabwe
Unión Económica y Monetaria del África Occidental				
Benin	Côte d'Ivoire	Malí	Senegal	Togo
Burkina Faso	Guinea-Bissau	Níger		
Otros grupos				
ACP (países de África, el Caribe y el Pacífico)				
Angola	Djibouti	Islas Salomón	Nigeria	Somalia
Antigua y Barbuda	Dominica	Jamaica	Niue	Sudáfrica
Bahamas	Eritrea	Kenya	Palau	Sudán
Barbados	Etiopía	Kiribati	Papua Nueva Guinea	Suriname
Belice	Fiji	Lesotho	República Centroafricana	Swazilandia
Benin	Gabón	Liberia	República Democrática del Congo	Tanzanía
Botswana	Gambia	Madagascar	República Dominicana	Timor-Leste
Burkina Faso	Ghana	Malawi	Rwanda	Togo
Burundi	Granada	Malí	Saint Kitts y Nevis	Tonga
Cabo Verde	Guinea	Mauricio	Samoa	Trinidad y Tabago
Camerún	Guinea-Bissau	Mauritania	San Vicente y las Granadinas	Tuvalu
Chad	Guinea Ecuatorial	Micronesia	Santa Lucía	Uganda
Comoras	Guyana	Mozambique	Santo Tomé y Príncipe	Vanuatu
Congo	Haití	Namibia	Senegal	Zambia
Côte d'Ivoire	Islas Cook	Nauru	Seychelles	Zimbabwe
Cuba	Islas Marshall	Níger	Sierra Leona	

África				
<i>África Septentrional</i>				
Argelia	Egipto	Libia	Marruecos	Túnez
África Subsahariana				
<i>África Occidental</i>				
Benin	Gambia	Guinea-Bissau	Mauritania	Senegal
Burkina Faso	Ghana	Liberia	Níger	Sierra Leona
Cabo Verde	Guinea	Malí	Nigeria	Togo
Côte d'Ivoire				
<i>África Central</i>				
Burundi	Chad	Gabón	República Centroafricana	Rwanda
Camerún	Congo	Guinea Ecuatorial	República Democrática del Congo	Santo Tomé y Príncipe
<i>África Oriental</i>				
Comoras	Etiopía	Mauricio	Sudán	Tanzanía
Djibouti	Kenya	Seychelles	Sudán del Sur	Uganda
Eritrea	Madagascar	Somalia		
<i>África Meridional</i>				
Angola	Lesotho	Mozambique	Sudáfrica	Zambia
Botswana	Malawi	Namibia	Swazilandia	Zimbabwe
Territorios de África n.e.p.				
Asia				
<i>Asia Oriental (incluida Oceanía)</i>				
Australia	Filipinas	Macao, China	República Democrática Popular Lao	Tuvalu
Brunei Darussalam	Hong Kong, China	Malasia	Samoa	Vanuatu
Camboya	Indonesia	Mongolia	Singapur	Viet Nam
China	Islas Salomón	Myanmar	Tailandia	
Corea, República de	Japón	Nueva Zelandia	Taipei Chino	
Fiji	Kiribati	Papua Nueva Guinea	Tonga	
<i>Asia Occidental</i>				
Afganistán	Bhután	Maldivas	Pakistán	Sri Lanka
Bangladesh	India	Nepal		
Otros países y territorios de Asia y el Pacífico n.e.p.				
APEC (Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico)				
Australia	Corea, República de	Indonesia	Papua Nueva Guinea	Taipei Chino
Brunei Darussalam	Estados Unidos	Japón	Peru	Tailandia
Canadá	Federación de Rusia	Malasia	Singapur	Viet Nam
Chile	Filipinas	México		
China	Hong Kong, China	Nueva Zelandia		
BRIC				
Brasil	Federación de Rusia	India	China	
Economías desarrolladas				
América del Norte (excepto México)	Unión Europea (28)	AELC (Islandia, Liechtenstein, Noruega, Suiza)	Australia, Japón y Nueva Zelandia	
Economías en desarrollo				
África	América del Sur y Central y el Caribe, México	Europa except la Unión Europea (28) y la AELC; Oriente medio	Asia excepto Australia, Japón y Nueva Zelandia	

PMA (países menos adelantados)				
Afganistán	Djibouti	Lesotho	República Centroafricana	Tanzanía
Angola	Eritrea	Liberia	República Democrática del Congo	Timor-Leste
Bangladesh	Etiopía	Madagascar	República Democrática Popular Lao	Togo
Benin	Gambia	Malawi	Rwanda	Tuvalu
Bhután	Guinea	Malí	Santo Tomé y Príncipe	Uganda
Burkina Faso	Guinea-Bissau	Mauritania	Senegal	Vanuatu
Burundi	Guinea Ecuatorial	Mozambique	Sierra Leona	Yemen
Camboya	Haití	Myanmar	Somalia	Zambia
Chad	Islas Salomón	Nepal	Sudán	
Comoras	Kiribati	Níger	Sudán del Sur	
Seis países comerciantes del Asia Oriental				
Corea, República de	Malasia	Singapur	Tailandia	Taipei Chino
Hong Kong, China				

El término "países" se utiliza con frecuencia para hacer referencia a los Miembros de la OMC, a pesar de que algunos Miembros no son países en el sentido usual del término, sino que se trata oficialmente de "territorios aduaneros". La definición de grupos geográficos y de otro tipo empleada en el presente informe no implica la expresión de opinión alguna por parte de la Secretaría sobre la condición jurídica de ningún país o territorio, sobre la delimitación de sus fronteras ni sobre los derechos y obligaciones de ningún Miembro de la OMC respecto de los Acuerdos de la OMC. Los colores, fronteras, denominaciones y clasificaciones que figuran en los mapas de la publicación no implican, por parte de la OMC, ningún juicio sobre la condición jurídica o de otra índole de ningún territorio, ni constituyen una aprobación o aceptación de ninguna frontera.

En el presente informe, se denomina "América del Sur y Central" a América del Sur y Central y el Caribe; "Aruba (Países Bajos para)" a Aruba; "Rep. Bolivariana de Venezuela" a la República Bolivariana de Venezuela; "Hong Kong, China" a la Región Administrativa Especial de Hong Kong, China; "Corea, República de" a Corea, y "Taipei Chino" al Territorio Aduanero Distinto de Taiwán, Penghu, Kinmen y Matsu.

La fecha de cierre para los datos utilizados en el presente informe es el 31 de julio de 2016. Las estadísticas que figuran en la presente publicación han sido facilitadas bajo su responsabilidad por las autoridades estadísticas pertinentes. La utilización de estas estadísticas por parte de la OMC no prejuzga la situación jurídica o la soberanía de ningún territorio ni la delimitación de las fronteras o límites internacionales.

Abreviaturas y símbolos

ACCA	Asociación de Contadores Colegiados Habilitados
ACP	Acuerdo sobre Contratación Pública
ACR	Acuerdos comerciales regionales
ADPIC	Aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio
AFTA	Zona de Libre Comercio de la ASEAN
AGCS	Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios
ALADI	Asociación Latinoamericana de Integración
APEC	Foro de Cooperación Económica de Asia y el Pacífico
ASEAN	Asociación de Naciones del Sudeste Asiático
BAfD	Banco Africano de Desarrollo
BAfD	Banco Asiático de Desarrollo
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CARI	CIMB ASEAN Research Institute
CARIFORUM	Foro del Caribe
CBI	Centro para la promoción de las importaciones provenientes de los países en desarrollo
CCD	Comité de Comercio y Desarrollo
CCI	Cámara de Comercio Internacional
CEI	Comunidad de Estados Independientes
CESPAP	Comisión Económica y Social para Asia y el Pacífico de las Naciones Unidas
CFI	Corporación Financiera Internacional
COMESA	Mercado Común del África Oriental y Meridional
CPCCAF	Conférence Permanente des Chambres Consulaires Africaines et Francophones
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
FMI	Fondo Monetario Internacional
GATT	Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio
I+D	Investigación y desarrollo
IED	Inversión extranjera directa
IMESUN	Inicie y mejore su negocio
INB	Ingreso nacional bruto
ITC	Centro de Comercio Internacional
IVA	Impuesto sobre el valor añadido
MIM	Marco Integrado mejorado
Mipymes	Microempresas y pequeñas y medianas empresas
MSF	Medidas sanitarias y fitosanitarias
NKC	National Knowledge Commission (India)
NMF	Nación más favorecida
OCDE	Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
OIE	Organización Mundial de Sanidad Animal
OIT	Oficina Internacional del Trabajo
OMC	Organización Mundial del Comercio
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
OMS	Organización Mundial de la Salud
OMT	Organización Mundial del Turismo

OTC	Obstáculos técnicos al comercio
PIB	Producto interior bruto
PMA	Países menos adelantados
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
Pymes	Pequeñas y medianas empresa
REACH	Registro, evaluación, autorización y restricción de sustancias y preparados químicos
SMC	Subvenciones y medidas compensatorias
SOMACA	Société marocaine de constructions automobiles
SPARTECA	Acuerdo Regional de Cooperación Comercial y Económica en el Pacífico Sur
STDF	Fondo para la Aplicación de Normas y el Fomento del Comercio
TEC	Trade by Enterprise Characteristics (base de datos de la OCDE)
TIC	Tecnología de la información y las comunicaciones
TLCAN	Tratado de Libre Comercio de América del Norte
TPP	Acuerdo de Asociación Transpacífico
UE	Unión Europea
UIT	Unión Internacional de Telecomunicaciones
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
USITC	Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos
WSF	Foro Mundial de las Pymes

En la presente publicación se han utilizado los siguientes símbolos:

...	no disponible
0	cantidad nula o anulada por redondeo
-	no procede
\$EE.UU.	dólares de los Estados Unidos
£	libra esterlina

Lista de gráficos, cuadros y recuadros

A Introducción

Cuadros

Cuadro A.1:	Porcentaje de microempresas y pequeñas y medianas empresas en el conjunto total de mipymes	18
Cuadro A.2:	Distribución sectorial de las mipymes	19
Cuadro A.3:	Estadísticas sobre la productividad total de los factores (PTF) en las empresas de los países en desarrollo	22

Apéndice – cuadros

Apéndice – Cuadro A.1:	Regresiones de la productividad total de los factores sobre a intervalos de tamaños de empresas, por grupos de ingresos	33
------------------------	---	----

B Las pymes en el comercio internacional: hechos estilizados

Gráficos

Gráfico B.1:	Participación de las pymes y las mipymes en el valor en dólares de las exportaciones e importaciones de determinados países desarrollados, 2013 o el año más reciente	39
Gráfico B.2:	Porcentaje de empresas exportadoras e importadoras que son pymes en determinadas economías desarrolladas, por tamaños de las empresas, en 2013 o el año más reciente	40
Gráfico B.3:	Porcentaje de empresas industriales que exportan e importan, por tamaños de las empresas, 2013 o año más reciente	41
Gráfico B.4:	Valores del comercio por sectores, exportaciones e importaciones, 2012	42
Gráfico B.5:	Exportaciones e importaciones de las mipymes, por categorías generales de productos, 2012	43
Gráfico B.6:	Exportaciones e importaciones de las pymes de los países desarrollados, por países asociados, 2012	43
Gráfico B.7:	Exportaciones e importaciones de las pymes de los países desarrollados por países asociados (excluido el comercio interno de la UE), 2012	44
Gráfico B.8:	Proporción de las exportaciones directas en las ventas totales de las pymes del sector manufacturero, por regiones en desarrollo, y en los PMA	45
Gráfico B.9:	Exportaciones directas por sectores manufactureros y tamaños de las empresas en las economías en desarrollo	46
Gráfico B.10:	Proporción de las exportaciones directas de servicios, por tamaños de las empresas y grupos de economías en desarrollo	46
Gráfico B.11:	Exposición esquemática de los flujos comerciales en las cadenas de valor mundiales	47
Gráfico B.12:	Hacia el comercio en términos de valor agregado y la participación en las cadenas de valor mundiales, por características de las empresas	49
Gráfico B.13:	Proporción correspondiente a las pymes del valor agregado nacional total de las exportaciones de vehículos automóviles, 2009	50
Gráfico B.14:	Proporción correspondiente a las pymes del valor agregado nacional total de las exportaciones de servicios prestados a las empresas, 2009	51

Gráfico B.15:	Proporción de las exportaciones directas e indirectas de productos manufacturados, por tamaños de las empresas, en las economías en desarrollo	51
Gráfico B.16:	Proporción de las exportaciones indirectas en las ventas totales de las pymes del sector manufacturero, por regiones en desarrollo, y en los PMA	51
Gráfico B.17:	Exportaciones indirectas por sectores manufactureros y tamaños de las empresas en las economías en desarrollo	52
Gráfico B.18:	Proporción de las exportaciones directas e indirectas de servicios por tamaños de las empresas en las economías en desarrollo	52
Gráfico B.19:	Pymes de las economías en desarrollo: participación regresiva y progresiva en las cadenas de valor mundiales	53
Gráfico B.20:	Pymes y grandes empresas: participación regresiva y progresiva en las cadenas de valor mundiales por regiones, tipos de propiedad y sectores manufactureros	55
Gráfico B.21:	Utilización de insumos extranjeros y nacionales en la producción de las pymes, por regiones en desarrollo	56
Gráfico B.22:	Proporción de las pymes dependientes de eBay y tradicionales	57
Gráfico B.23:	Número de destinos de exportación de las pymes dependientes de eBay	57
Gráfico B.24:	Índice relativo al número de paquetes ordinarios en todo el mundo, servicio nacional e internacional, 2000-2014	58
Gráfico B.25:	Participación de las mipymes en las exportaciones de determinadas economías desarrolladas, 2005 y 2013	62
Gráfico B.26:	Empresas de PMA que exportan directa e indirectamente por lo menos el 1% de sus ventas totales, por tamaños de las empresas	62
Gráfico B.27:	Lapso entre el inicio de actividades de las empresas y su participación en la exportación, por tamaños de las empresas, en las economías en desarrollo	63

Cuadros

Cuadro B.1:	Proporción de empresas del Reino Unido que tienen un sitio Web, por tamaños de las empresas, 2007-2013	59
Cuadro B.2:	Proporción de las empresas de las economías en desarrollo que tienen un sitio Web, por tamaños de las empresas	60
Cuadro B.3:	Proporción de empresas que reciben pedidos por Internet	60

Recuadros

Recuadro B.1:	Participación de las microempresas de determinados PMA en las exportaciones	45
---------------	---	----

C Dinámica de internacionalización de las pymes**Gráficos**

Gráfico C.1:	Relación entre internacionalización y rendimiento económico de las empresas	77
Gráfico C.2:	Distribución del volumen de negocio de Tuyauto por fuentes principales de ingresos, 1995-2015	85
Gráfico C.3:	Presentación esquemática de la cadena de producción de Tuyauto	86

Cuadros

Cuadro C.1:	Principales indicadores de Tuyauto, 1995-2015	85
-------------	---	----

Recuadros

Recuadro C.1:	Capacidad empresarial	70
Recuadro C.2:	Costos de acceso a los mercados	74
Recuadro C.3:	Capacidad exportadora	78
Recuadro C.4:	Estudio de un caso práctico – Beneficios de la participación en el comercio internacional para una pyme de Uganda	81
Recuadro C.5:	Estudio de un caso práctico – Una pyme marroquí integrada en cadenas de valor mundiales	84

D Obstáculos comerciales a la participación de las pymes en el comercio

Gráficos

Gráfico D.1:	Principales obstáculos a la participación en el comercio mundial de manufacturas (encuesta a empresas estadounidenses)	95
Gráfico D.2:	Principales obstáculos a la participación en el comercio mundial de servicios (encuesta a empresas estadounidenses)	96
Gráfico D.3:	Obstáculos comerciales para acceder a los mercados de mercancías estadounidenses comunicados por empresas de la UE, por tamaños de las empresas	97
Gráfico D.4:	Distribución de las empresas francesas por tamaños y por el nivel de los aranceles en el país de exportación	99
Gráfico D.5:	Aranceles medios aplicados, por tamaños de las empresas (excluido el comercio interno de la UE), 2011	100
Gráfico D.6:	Relación entre las ventas mínimas de exportación (por país) y el plazo necesario para exportar	103
Gráfico D.7:	Grado de restricción de la política comercial de servicios, por sectores (2009)	105
Gráfico D.8:	Promedios del Índice de restricción del comercio de servicios de la OCDE, por tipos de medidas y por sectores (2015)	106
Gráfico D.9:	Empresas con préstamos y líneas de crédito bancarios	112
Gráfico D.10:	Factores que afectan a la participación de las pymes en las cadenas de valor mundiales	123

Cuadros

Cuadro D.1:	Visión general de los obstáculos a la exportación identificados en algunos estudios sobre los países en desarrollo	93
Cuadro D.2:	Cinco mayores dificultades de las pymes para ingresar, establecerse o avanzar en las cadenas de valor	94
Cuadro D.3:	Principales obstáculos a la información a los que se enfrentan las pymes en África	109
Cuadro D.4:	Principales indicadores sobre las TIC, 2015	116
Cuadro D.5:	Precios de los servicios de banda ancha fija como porcentaje del INB per cápita, por regiones (2014)	117
Cuadro D.6:	Precios medios de los servicios de banda ancha móvil, como porcentaje del INB per cápita (2014)	118
Cuadro D.7:	Obstáculos que dificultan o impiden a las empresas la venta a través de un sitio Web, 2013	119
Cuadro D.8:	Obstáculos que dificultan o impiden a las empresas la venta a través de un sitio Web, 2013	120

Cuadro D.9:	Cinco principales dificultades percibidas por las empresas para incorporar a nuevos proveedores de los países en desarrollo o de los PMA a sus cadenas de suministro	124
-------------	--	-----

Recuadros

Recuadro D.1:	Respuesta de las empresas al aumento de los aranceles	98
Recuadro D.2:	Pymes y obstáculos no arancelarios: la importancia de la transparencia y de la previsibilidad	101
Recuadro D.3:	Obstáculos a la internacionalización de las pymes: el caso de los pagos en línea	112
Recuadro D.4:	La falta de financiación del comercio como obstáculo al comercio en Myanmar	115
Recuadro D.5:	Factores que afectan a la participación de las pymes en las cadenas de valor mundiales	123

Gráficos del Apéndice

Gráfico D.1 del Apéndice:	Dificultades para ingresar, establecerse o avanzar en las cadenas de valor agroalimentarias	128
Gráfico D.2 del Apéndice:	Dificultades para ingresar, establecerse o avanzar en las cadenas de valor de las tecnologías de la información y las comunicaciones	128
Gráfico D.3 del Apéndice:	Dificultades para ingresar, establecerse o avanzar en las cadenas de valor del sector de los textiles y las prendas de vestir	129
Gráfico D.4 del Apéndice:	Dificultades para incorporar a nuevos proveedores de los países en desarrollo o los PMA a las cadenas de suministro del sector agropecuario	129
Gráfico D.5 del Apéndice:	Dificultades para incorporar a nuevos proveedores de los países en desarrollo o los PMA a las cadenas de suministro del sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones	130
Gráfico D.6 del Apéndice:	Dificultades para incorporar a nuevos proveedores de los países en desarrollo o los PMA a las cadenas de suministro del sector de los textiles	130
Gráfico D.7 del Apéndice:	Dificultades para incorporar a nuevos proveedores de los países en desarrollo o los PMA a las cadenas de valor del sector turístico	131

E Cooperación para promover la participación de las pymes en el comercio

Gráficos

Gráfico E.1:	Evolución de los ACR con disposiciones en las que se hace referencia explícita a las pymes	137
Gráfico E.2:	Porcentaje de ACR con disposiciones en las que se hace referencia explícita a las pymes	138
Gráfico E.3:	Evolución del número de disposiciones relacionadas con las pymes en los ACR	139
Gráfico E.4:	Número de ACR con disposiciones en las que se hace referencia a las pymes, por países	139
Gráfico E.5:	Terminología relativa a las pymes empleada en los ACR	140
Gráfico E.6:	Principales tipos de disposiciones relacionadas con las pymes de los ACR	141
Gráfico E.7:	Principales esferas abarcadas por las disposiciones de los ACR relacionadas con las pymes	142
Gráfico E.8:	Exportaciones y aranceles NMF aplicables a los PMA, 2010	153
Gráfico E.9:	Notificaciones nuevas al Comité OTC por nivel de desarrollo (1995-2015)	157

Cuadros

Cuadro E.1:	Aranceles NMF aplicados y consolidados	153
Cuadro E.2:	Iniciativas en materia de propiedad intelectual destinadas a apoyar a las pymes	161
Cuadro E.3:	Derechos especiales de solicitud de patente para las pymes de determinados Miembros de la OMC	162
Cuadro E.4:	Esquema de los principales programas de facilitación del comercio de los bancos multilaterales de desarrollo	165

Recuadros

Recuadro E.1:	Heterogeneidad empresarial, política comercial óptima y acuerdos comerciales	135
Recuadro E.2:	Soluciones de comercio electrónico del ITC para las pymes	149
Recuadro E.3:	Sistema de alerta para las notificaciones MSF y OTC de la OMC	157
Recuadro E.4:	Las subvenciones a la pesca y las pymes	160
Recuadro E.5:	Integración productiva de las microempresas de los sectores de la artesanía y la agroindustria de Jamaica	169
Recuadro E.6:	La cadena de valor del sésamo en pequeña escala en Burkina Faso, y la miel y los apicultores en Zambia	170
Recuadro E.7:	CocoaSafe: creación de capacidad e intercambio de conocimientos sanitarios y fitosanitarios sobre el cacao en el sudeste asiático	171

Miembros de la OMC

(Al 1 de agosto de 2016)

Afganistán	Francia	Noruega
Albania	Gabón	Nueva Zelanda
Alemania	Gambia	Omán
Angola	Georgia	Países Bajos
Antigua y Barbuda	Ghana	Pakistán
Arabia Saudita, Reino de la	Granada	Panamá
Argentina	Grecia	Papua Nueva Guinea
Armenia	Guatemala	Paraguay
Australia	Guinea	Perú
Austria	Guinea-Bissau	Polonia
Bahrein, Reino de	Guyana	Portugal
Bangladesh	Haití	Qatar
Barbados	Honduras	Reino Unido
Bélgica	Hong Kong, China	República Centroafricana
Belice	Hungría	República Checa
Benin	India	República Democrática del Congo
Bolivia, Estado Plurinacional de	Indonesia	República Democrática Popular Lao
Botswana	Irlanda	República Dominicana
Brasil	Islandia	República Eslovaca
Brunei Darussalam	Islas Salomón	República Kirguisa
Bulgaria	Israel	Rumania
Burkina Faso	Italia	Rwanda
Burundi	Jamaica	Saint Kitts y Nevis
Cabo Verde	Japón	Samoa
Camboya	Jordania	San Vicente y las Granadinas
Camerún	Kazajistán	Santa Lucía
Canadá	Kenya	Senegal
Chad	Kuwait, Estado de	Seychelles
Chile	Lesotho	Sierra Leona
China	Letonia	Singapur
Chipre	Liberia	Sri Lanka
Colombia	Liechtenstein	Sudáfrica
Congo	Lituania	Suecia
Corea, República de	Luxemburgo	Suiza
Costa Rica	Macao, China	Suriname
Côte d'Ivoire	Madagascar	Swazilandia
Croacia	Malasia	Tailandia
Cuba	Malawi	Taipei Chino
Dinamarca	Maldivas	Tanzanía
Djibouti	Malí	Tayikistán
Dominica	Malta	Togo
Ecuador	Marruecos	Tonga
Egipto	Mauricio	Trinidad y Tabago
El Salvador	Mauritania	Túnez
Emiratos Árabes Unidos	México	Turquía
Eslovenia	Moldova, República de	Ucrania
España	Mongolia	Uganda
Estados Unidos de América	Montenegro	Unión Europea
Estonia	Mozambique	Uruguay
Ex República Yugoslava de	Myanmar	Vanuatu
Macedonia (ERYM)	Namibia	Venezuela, República Bolivariana de
Federación de Rusia	Nepal	Viet Nam
Fiji	Nicaragua	Yemen
Filipinas	Níger	Zambia
Finlandia	Nigeria	Zimbabwe

Informes sobre el Comercio Mundial de años anteriores

Acelerar el comercio: ventajas y desafíos de la aplicación del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC

2015



El Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) de la OMC, adoptado por los Miembros de la OMC en la Conferencia Ministerial de Bali en diciembre de 2013, es el primer acuerdo comercial multilateral concertado desde el establecimiento de la Organización Mundial del Comercio en 1995. El *Informe sobre el Comercio Mundial 2015* es el primer estudio detallado de los efectos potenciales del AFC que se basa en un análisis completo del texto del acuerdo definitivo.

Comercio y desarrollo: tendencias recientes y función de la OMC

2014



En el *Informe sobre el Comercio Mundial 2014* se examinan cuatro importantes tendencias que han modificado la relación entre el comercio y el desarrollo desde que comenzó el milenio: el auge económico de las economías en desarrollo, la creciente integración de la producción mundial a través de las cadenas de suministro, el aumento de los precios de los productos agrícolas y los recursos naturales, y la interdependencia cada vez mayor de la economía mundial.

Factores que determinan el futuro del comercio

2013



En el *Informe sobre el Comercio Mundial 2013* se analizan los factores que han configurado el comercio mundial en el pasado y se examina la forma en que los cambios demográficos, la inversión, los avances tecnológicos, la evolución de los sectores del transporte y la energía y los recursos naturales y las políticas e instituciones relacionadas con el comercio afectan a los intercambios internacionales.

Comercio y políticas públicas: análisis de las medidas no arancelarias en el siglo XXI

2012



Las medidas de reglamentación en el ámbito del comercio de mercancías y servicios plantean retos nuevos y urgentes para la cooperación internacional en el siglo XXI. En el *Informe sobre el Comercio Mundial 2012* se examinan las razones por las que los gobiernos recurren a las medidas no arancelarias (MNA) y a las medidas relativas a los servicios, y el grado en que estas medidas pueden distorsionar el comercio internacional.

La OMC y los acuerdos comerciales preferenciales: de la coexistencia a la coherencia

2011



El aumento constante de acuerdos comerciales preferenciales (ACPR) sigue siendo una característica destacada de las políticas comerciales internacionales. En el Informe se describe la evolución histórica de los ACPR y el panorama actual de los acuerdos. Se examinan las razones por las que se establecen ACPR, sus efectos económicos y su contenido, así como la interacción entre los ACPR y el sistema multilateral de comercio.

El comercio de recursos naturales

2010



El *Informe sobre el Comercio Mundial 2010* se centra en el comercio de recursos naturales como los combustibles y los productos forestales, mineros y pesqueros. En él se examinan las características del comercio de recursos naturales, las políticas por las que pueden optar los gobiernos y el papel de la cooperación internacional, en particular de la OMC, en la buena gestión del comercio en este sector.

Compromisos de política comercial y medidas de contingencia

2009



En el Informe de 2009 se examinan las diversas medidas de contingencia previstas en los acuerdos comerciales, así como la función que pueden desempeñar esas medidas. Uno de los principales objetivos de este Informe es analizar si las disposiciones de la OMC establecen un equilibrio entre la flexibilidad que es necesario proporcionar a los gobiernos para afrontar situaciones económicas difíciles y la definición adecuada de las medidas para limitar su utilización con fines proteccionistas.

El comercio en un mundo en proceso de globalización

2008



El Informe de 2008 nos recuerda lo que sabemos sobre los beneficios del comercio internacional y pone de relieve los retos que plantea un nivel mayor de integración. Examina la cuestión de la esencia de la globalización, los elementos que la impulsan, los beneficios que ofrece, los retos que plantea y el papel del comercio en este mundo cada vez más interdependiente.

Seis decenios de cooperación comercial multilateral: ¿Qué hemos aprendido?

2007



El 1º de enero de 2008 el sistema multilateral de comercio cumplió 60 años. El *Informe sobre el Comercio Mundial 2007* celebra este acontecimiento con un examen en profundidad del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) y su sucesora, la Organización Mundial del Comercio: sus orígenes, sus logros, los desafíos con que se ha enfrentado y lo que puede depararle el futuro.

Análisis de los vínculos entre las subvenciones, el comercio y la OMC

2006



El *Informe sobre el Comercio Mundial 2006* se centra en la manera en que se definen las subvenciones, qué es lo que puede decir la teoría económica acerca de ellas, por qué los gobiernos las utilizan, cuáles son los principales sectores en que se aplican las subvenciones y la función del Acuerdo sobre la OMC en la regulación de las subvenciones en el contexto del comercio internacional. El Informe contiene asimismo breves comentarios analíticos sobre algunos temas comerciales de actualidad.

El comercio, las normas y la OMC

2005



El *Informe sobre el Comercio Mundial 2005* trata de arrojar luz sobre las distintas funciones y consecuencias de las normas, concentrando la atención en los aspectos económicos de las normas en relación con el comercio internacional, el marco institucional de la elaboración de normas y la evaluación de la conformidad, y el papel de los Acuerdos de la OMC como medio para conciliar los usos legítimos de las normas con un sistema comercial abierto y no discriminatorio.

Coherencia

2004



El *Informe sobre el Comercio Mundial 2004* se centra en el concepto de coherencia en el análisis de políticas interdependientes: la interacción entre comercio y política macroeconómica, la importancia de la infraestructura para el comercio y el desarrollo económico, las estructuras del mercado interno, el buen gobierno y las instituciones, y el papel de la cooperación internacional para promover la coherencia de las políticas.

Comercio y desarrollo

2003



El *Informe sobre el Comercio Mundial 2003* se centra en el desarrollo. Al explicar el origen de esta cuestión y ofrecer un marco analítico para abordar la relación entre comercio y desarrollo, pretende contribuir a un debate más informado.

Organización Mundial del Comercio
154, rue de Lausanne
CH-1211 Ginebra 21
Suiza
Tel: +41 (0)22 739 51 11
www.wto.org/sp

Publicaciones de la OMC
Correo electrónico: publications@wto.org

Librería en línea de la OMC
<http://onlinebookshop.wto.org>

Diseño gráfico de la portada por Audrey Janvier.
Maquetación del Informe por Services Concept.
Impreso por la Organización Mundial del Comercio.

Autores de las imágenes:
Portada: © Lynn Gail/Getty Images.
Páginas 14-15: © Ami Vitale/Panos.
Páginas 34-5: © Kris Pannecoucke/Panos.
Páginas 66-7: © Tim Bewer/Getty Images.
Páginas 90-1: © Kelvin Murray/Getty Images.
Páginas 132-3: © MickyWiswedel/Shutterstock.com

© Organización Mundial del Comercio 2016
ISBN 978-92-870-4078-7
Publicación de la Organización Mundial del Comercio.

Informe sobre el Comercio Mundial 2016

La creciente interconexión de la economía mundial actual hace que el contenido y los agentes del comercio empiecen a ser distintos. Durante mucho tiempo, las grandes empresas han dominado el comercio internacional. Pero gracias a la drástica reducción de los obstáculos al comercio, la mejora de las redes de transporte, la tecnología de la información y el surgimiento de las cadenas de valor mundiales, las pequeñas y medianas empresas (pymes) pueden ya participar con éxito en el comercio mundial. Es decir, la participación en el comercio internacional, en otro tiempo exclusiva, puede hacerse cada vez más inclusiva.

En el *Informe sobre el Comercio Mundial 2016* se examina la participación de las pymes en el comercio internacional. Más en concreto, se analiza la forma en que la situación comercial internacional está cambiando para las pymes, en qué ámbitos surgen nuevas oportunidades y dónde siguen en pie los desafíos de siempre, y lo que el sistema multilateral de comercio hace y puede hacer para promover una participación más amplia e inclusiva de las pymes en los mercados mundiales.

En el informe se señala que las pequeñas empresas siguen enfrentándose a obstáculos al comercio desproporcionados y se destaca la posibilidad de adoptar medidas coherentes de política nacional e internacional que potencien la capacidad de las pymes de participar en los mercados mundiales de manera más eficaz. Se destaca que la participación en el comercio es decisiva para ayudar a las pymes a ser más productivas y a crecer. Para que la apertura del comercio y la integración mundial beneficien plenamente a todos, es esencial que todas las empresas -y no solo las grandes corporaciones- puedan triunfar en el mercado mundial actual.

ISBN 978-92-870-4078-7

