



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 Trachsel 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 Ayrál, 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 Lejárraja, 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

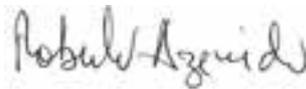
llegar a los clientes con un costo mucho más reducido. Las cadenas de valor mundiales ofrecen a las pymes la posibilidad de acceder a las redes de distribución extranjeras y explotar las economías de escala. Sin embargo, las pymes se enfrentan a obstáculos específicos al tratar de aprovechar esas oportunidades. 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 regulatoria 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