

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.