
**PARTICIPACIÓN DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y
MEDIANAS EMPRESAS EN LAS RELACIONES
COMERCIALES DE LOS PAÍSES DEL MERCADO
COMÚN DEL SUR**

**Participation of micro, small and medium enterprises
in the commercial relations of the countries of the
Mercado Común del Sur**

Lic. Ana María Guadis Abalo
Centro de Investigación de Economía Internacional
anamguadis@gmail.com

.....

Recibido: Septiembre 2019
Aceptado: Octubre 2019

.....

Resumen

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME's) son entidades económicas de gran relevancia en la actualidad. De ellas es más conocida su importancia a lo interno de las economías nacionales. Existen pocas investigaciones que aborden la temática de su desempeño en la economía internacional, siendo aún más escasas las dedicadas a su inserción en las relaciones comerciales externas. El objetivo de este artículo es evaluar la participación de las micro, pequeñas y medianas empresas en las relaciones comerciales de los países del Mercado Común del Sur. Para cumplir este objetivo y realizar una valoración más profunda, el análisis se divide en relaciones comerciales intra-bloque y extra-bloque.

Palabras Clave: MIPYME's, relaciones comerciales, MERCOSUR.

Abstract

Micro, small and medium enterprises (MSME's) are economic entities of great relevance at the present. Of these, its importance is better known internally in national economies. There is little research that addresses the issue of their performance in the international economy, being even more scarce those dedicated to their insertion in external commercial relations. The objective of

this article is to evaluate the participation of micro, small and medium enterprises in the commercial relations of the countries of the Mercado Común del Sur. To accomplish this goal and make a deeper assessment, the analysis is divided into intra-block and extra-block business relationships.

Keywords: MSMEs, commercial relations, MERCOSUR.

Introducción

La investigación que se presenta aborda el tema de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME's) en las relaciones comerciales externas. A raíz de la realización de foros internacionales sobre Administración de Empresas, se descubrió que el tema de las micro, pequeñas y medianas empresas era recurrente, siendo demandado para un análisis profundo. Como consecuencia, las MIPYME's se encuentran en el foco de instituciones internacionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y muy recientemente la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). El hecho de que las MIPYME's hayan cautivado la atención de las Agendas de Trabajo de los organismos anteriormente mencionados, demuestra su relevancia para la ciencia económica.

En la realidad económica actual, donde la Globalización impera, las MIPYME's están labrando su camino para alcanzar mayor protagonismo en las relaciones comerciales externas de las diversas economías del mundo. Este tipo de empresas generan más del 70% del empleo en las economías nacionales, y representan, como promedio, más del 90% de la cantidad total de empresas existentes. Sin embargo, muy pocos estudios tratan sobre su participación en el comercio exterior y las vías de internacionalización que utilizan para hacer llegar su producción más allá de sus fronteras.

Para entender aún más el mundo del emprendimiento se escogieron como casos de estudio las MIPYME's pertenecientes a los Estados Miembros del Mercado Común del Sur (MERCOSUR). Este bloque comercial representa uno de los actores con mayor protagonismo en el comercio latinoamericano.

Desempeño de las MIPYME's en las relaciones comerciales del MERCOSUR

El MERCOSUR está conformado por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. Surge como una respuesta conjunta a las solicitudes de apertura e inserción competitiva en el Sistema Internacional. Como bloque regional busca

contribuir a mejorar el desempeño de los agentes económicos y posibilitar un marco de desarrollo regional sostenible.

Este bloque representa más de la mitad del PIB generado en América Latina y el Caribe, pero constituye menos de un tercio de su comercio exterior. La diferencia se debe fundamentalmente al grado de apertura relativa de sus miembros. No obstante, el MERCOSUR juega un papel clave en el comercio intrarregional de mercancías. Genera el 49% de las exportaciones y el 43% de las importaciones intrarregionales, y le imprime un perfil más diversificado al aportar un 56% de las exportaciones manufactureras no agropecuarias realizadas entre países de la región (CEPAL, 2018).

La estructura del comercio al interior del bloque explica el impacto positivo que el MERCOSUR ejerce en el comercio intrarregional. Un 59% del total de las exportaciones realizadas por los países del MERCOSUR hacia América Latina y el Caribe se dirige al propio bloque y un 66% de lo que el MERCOSUR importa de la región en su conjunto se origina en él (CEPAL, 2018). En el segundo semestre de 2018, las exportaciones intrazona del MERCOSUR fueron de 19.939 millones de dólares y las importaciones 22.937 millones de dólares (CEPAL, 2019).

El intercambio comercial del MERCOSUR, correspondiente al 2º semestre de 2018, fue de aproximadamente 303 mil millones de dólares, con un incremento del 11% respecto al igual periodo del año anterior. Las exportaciones totales correspondientes a este segundo semestre alcanzaron un valor de 165.446 millones de dólares y las importaciones, 137.390 millones de dólares. El 21% de las importaciones corresponde a productos clasificados en posiciones con arancel externo común del 0%; mientras que el 18% eran productos con AEC del 14% (CEPAL, 2019). En la siguiente tabla se muestra el comportamiento del intercambio comercial del MERCOSUR al interior y exterior del bloque.

Tabla No.1: Intercambio Comercial del MERCOSUR, segundo semestre de 2018 (millones de dólares y porcentajes)

Países	Intrazona		Extrazona	
	Export.	Import.	Export.	Import.
	Valor y % de Participación	Valor y % de Participación	Valor y % de Participación	Valor y % de Participación
Argentina	7.282 36,5%	7.270 31,7%	24.243 16,7%	21.900 19,1%
Brasil	9.365 47,0%	12.056 52,6%	116.651 80,2%	85.374 74,6%
Paraguay	2.411 12,1%	2.209 9,6%	1.742 1,2%	4.362 3,8%
Uruguay	881 4,4%	1.402 6,1%	2.872 2,0%	2.874 2,5%
MERCOSUR	19.939	22.937	145.507	114.510

Fuente: Elaboración propia a partir de CEPAL, 2019.

El principal destino de las exportaciones e importaciones del MERCOSUR, en el año 2018, fue China con una participación del 24% de las exportaciones totales y 21% de las importaciones totales. Como destinos de las exportaciones le siguen la Unión Europea (UE) con el 16% y Estados Unidos con el 14%. Para el caso de las importaciones, se repiten estos países como orígenes, con el 17% y 15% respectivamente (CEPAL, 2019).

Entre los principales productos intrazona se encuentran automóviles y tractores, barcos y otras embarcaciones, maquinarias, cereales, plásticos, oleaginosas, artículos metálicos, máquinas eléctricas, combustibles minerales y productos químicos varios. El comercio entre los más grandes del bloque, Argentina y Brasil, tiene una composición más diversificada que la de Uruguay y Paraguay, en la que predominan las exportaciones manufactureras.

Un 67% de las exportaciones del bloque a los países de América Latina y el Caribe, sin contar a los países miembros, se compone de manufacturas no agropecuarias. En contraste, sus exportaciones al resto del mundo se componen principalmente de bienes de base primaria, entre los que se destacan la soja y sus derivados, el mineral de hierro, el petróleo, las carnes y también algunas manufacturas de origen industrial (como vehículos automotores). La preponderancia de productos de base primaria en la canasta exportadora de los países del MERCOSUR se explica, en lo fundamental, por la demanda de estos bienes en el mercado extrarregional (CEPAL, 2018).

Los Estados Partes del MERCOSUR promueven la participación de las MIPYME's, pero son las grandes empresas las que dominan en los intercambios comerciales. De las modalidades de internacionalización de las

MIPYME's¹ las más empleadas son las exportaciones, las importaciones y las alianzas estratégicas, en ese orden. Por lo general, las MIPYME's que más exportan son aquellas pertenecientes al sector de extracción, transformación y comercialización (ETC)² de materias primas vegetales, animales, forestales y mineras; y las de mayor volumen de importación son las pertenecientes al sector de energías, reciclado y tecnologías ambientales³. Resulta curioso que las que más emplean las alianzas estratégicas también pertenezcan al sector ETC, esto se explica porque el mayor número de MIPYME's formalmente registradas integran dicho sector (CERALE, 2017).

Los programas de apoyo a las MIPYME's implementados por los gobiernos nacionales y por el MERCOSUR han sido muy diversos a lo largo de estos años. Incluyen proyectos de capacitación a los empresarios, sustento financiero, disminución de las barreras arancelarias. En algunos casos han resultado satisfactorios, como por ejemplo, El Programa Estatal del año 2012 financiado por el BID y desarrollado en Uruguay, donde empresas jóvenes lograron internacionalizarse, lanzando varias líneas de productos y consiguiendo nuevos y numerosos clientes.

Otras empresas no corrieron la misma suerte y alegan que existen muchos programas pero es difícil conocer la información acerca de estas políticas de apoyo (CERALE, 2017). Un problema que enfrentan las instituciones encargadas de crear estas políticas de apoyo es la falta de credibilidad, por parte de la dirección de las MIPYME's, en los beneficios reales que puedan generar dichas políticas.

La relevancia de los acuerdos bilaterales de fomento a las MIPYME's, entre los países miembros, va ganando importancia. Tal es el caso de una MIPYME argentina productora de equipos industriales, cuyo factor determinante para su primera operación internacional, en Venezuela, fue un acuerdo bilateral firmado por los gobiernos argentino y venezolano (CERALE, 2017).

Las MIPYME's en las relaciones comerciales INTRA-MERCOSUR

Una de las dificultades para un estudio profundo de las MIPYME's pertenecientes al MERCOSUR es la carencia de información sobre ellas. La

¹ Modalidades de Internacionalización de las MIPYME's: Importación; Exportación; Alianza Estratégica; Cooperación tecnológica con empresas de otros países; Unidades subcontratista de algún contratista extranjero principal; subcontratista extranjero; IED.

² Incluye el sector cafetalero, el cacao y pesquero, aserraderos y la fabricación de muebles industriales.

³ Comprende la producción de bienes (equipos, software) y de servicios (consultoría, soluciones ambientales).

mayoría de las investigaciones tratan la importancia que ha tenido el MERCOSUR para el crecimiento y desarrollo de estos tipos de empresas. Díganse los programas de integración productiva, el fondo MERCOSUR de garantías para micro, pequeñas y medianas empresas, los proyectos del FOCEM4, la integración productiva de las PYME's del sector autopartista, el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN)⁵, como ejemplos.

Las MIPYME's han proporcionado históricamente una de las mejores alternativas para la independencia económica. Su importancia no sólo debe medirse por el número de establecimientos sino también por el capital invertido que representan, el valor de su producción, las materias primas que consumen, la formación de capital, y la capacidad de compra que dan a la población trabajadora mediante los salarios. Contribuyen a elevar el nivel de ingresos de la población, al crear un mecanismo redistributivo de la propiedad entre parientes y amigos, que son quienes forjan una idea e inician una actividad económica/industrial en pequeña escala.

Todo lo anterior demuestra que el sector MIPYME es relevante para el MERCOSUR y las economías nacionales. Sin embargo, una limitación que se ha encontrado es la falta de información acerca del desempeño de las MIPYME's en los intercambios comerciales intra-bloque. Los informes comerciales del MERCOSUR poseen información insuficiente y en muchas ocasiones desactualizada, acerca de la participación de las MIPYME's en el comercio exterior.

En el año 2013, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) publicó que la cantidad de pequeñas y medianas empresas exportadoras en MERCOSUR representaban más del 80% de todas las firmas que exportaban y su peso relativo en el valor de las ventas externas totales era muy poco significativo. La menor orientación exportadora de las MIPYME's se relaciona con el tipo de actividades que realizan, muchas de ellas orientadas al mercado interno, así como también a otros condicionantes de su competitividad (Martínez, 2016).

Para el caso de Paraguay, las MIPYME's son el motor impulsor de la economía local. Representan el 93% de las unidades productivas del país y generan el 61% de la mano de obra nacional. Entre las MIPYMEX⁶ paraguayas se destacan las pertenecientes al sector manufacturero. Los registros del Ministerio de Industria y Comercio (MIC) destacan que el 86% de

⁴ Proyectos del FOCEM: orientados al financiamiento de Pymes de biotecnología, electrónica y software, bienes de capital, plantas llave en mano y servicios de ingeniería.

⁵ FOMIN: financia actividades para promover al sector privado, aumentar la capacidad de la fuerza laboral y fortalecer la pequeña y micro empresa.

⁶ En algunos artículos de la bibliografía consultada (como Frohmann, Mulder, Olmos, y Urmeneta, 2016) las MIPYME's exportadoras aparecen con estas siglas.

las exportaciones paraguayas por maquila, durante el mes de diciembre de 2017, fueron destinadas al MERCOSUR, en su mayor proporción a Brasil y a Argentina. Otra característica de estas empresas para Paraguay es la capacidad de proporcionar una gran cantidad de empleo, cifras que ascienden cada año (ADN PARAGUAYO, 2019).

Paraguay está dando pasos agigantados en la formalización de las MIPYME's. Al cierre del año 2017 la cifra ascendió de 220 a 2020 MIPYME's registradas, aunque el Ministerio de Industria y Comercio (MIC) advierte la necesidad de continuar trabajando en esa vertiente, porque se estima que existen 250 mil microempresas de las que no se tienen registros (MIC, 2017).

Argentina enfrenta un período de contracción del producto potencial y las industrias MIPYME's no han quedado exentas de esta recesión. El poder adquisitivo de las exportaciones de las MIPYME's industriales disminuyó durante el año 2017 un 3% y acumula desde 2011 una caída del 20%. Es decir, que en el año 2018 una unidad de producto exportado por las MIPYME's compraba 20% menos de insumos importados que en 2011. A su vez, la rentabilidad de estas exportaciones disminuyó un 9% (Observatorio Pyme, 2018).

Las exportaciones de las MIPYME's argentinas llegaron a caer en febrero del año 2019 un 6,1% respecto al mismo mes del año 2018, y un 4,2% en comparación con enero del año en curso. Ante esta situación la CAME⁷ expresó que si bien los niveles de actividad eran muy bajos, esas leves mejorías podrían indicar que el fondo de la caída se encontró. Sin embargo, estas últimas no son suficientes para marcar un cambio de tendencia (CAME, 2019).

Las bajas más acentuadas en comparación anual se dieron en calzado y marroquinería -20%; productos de madera y muebles -14,1%; productos textiles y prendas de vestir -11,4%; productos eléctrico-mecánicos e informática -10,3%; material de transporte -10,2%; productos minerales no metálicos -6,1%. Luego siguieron alimentos y bebidas -3,8%; productos de caucho y plástico -3,3%; productos de metal, maquinaria y equipo -3,4% (CAME, 2019). Otro grave problema que enfrenta el MERCOSUR con Argentina es que las importaciones provenientes de China alcanzan el 25% del total de importaciones que realizan las MIPYME's industriales y las provenientes de Brasil, solo el 10% (Observatorio Pyme, 2018).

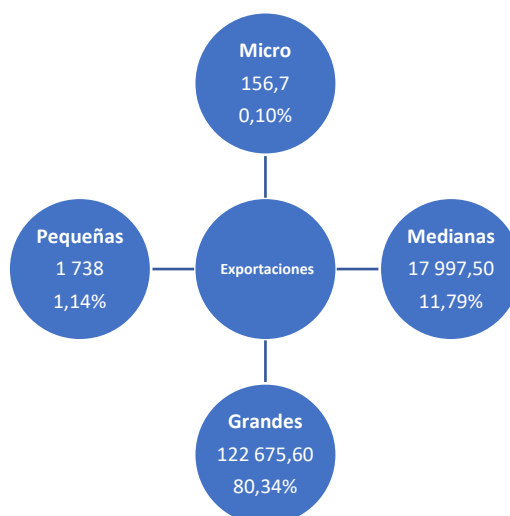
Brasil ha aumentado en 60% el número de empresas exportadoras en las últimas dos décadas. El aumento del número de empresas brasileñas exportadoras ha supuesto un impacto positivo en la economía del país. En las

⁷ CAME: Confederación Argentina de la Mediana Empresa.

recesiones económicas recientes (2001-2002, 2008-2009 y de 2014 a 2017), mientras que todos los indicadores macroeconómicos de Brasil cayeron, las exportaciones subieron (Xinhua, 2018). En 2009, el 99,2% de las empresas eran MIPYME's y generaban el 52,6% del empleo (Pessoa & Arroio, 2011). En 2017 existían 14,8 millones de micro y pequeñas empresas (4,5 millones formales y más de 10,3 millones informales) que representaban 28,7 millones de empleos y el 99,23% de los negocios del país (SEBRAE, 2018).

En el caso de las exportaciones, en el año 2009, las micro y pequeñas empresas registraron ventas al exterior del orden de los 10.000 millones y las medianas de 18.000 millones. El valor exportado por el conjunto de micro, pequeñas y medianas empresas constituye solo el 19,6% del total exportado en 2009. En el esquema No.1 se muestran las exportaciones de empresas brasileñas, desagregadas en micro, pequeñas, medianas y grandes, con el objetivo de visualizar las diferencias porcentuales que existen entre ellas (Pessoa & Arroio, 2011).

Esquema No.1: Exportaciones de las empresas brasileñas según su tamaño, 2009 (millones de dólares)



Fuente: Elaboración propia a partir de Pessoa & Arroio, 2011.

Como muestran los datos de este esquema, la representación de las MIPYME's en las exportaciones de Brasil es muy reducida, sobre todo, la de las micro y pequeñas empresas. Las cerca de 12 mil empresas exportadoras representaban solo el 0,17% del universo de más de 7 millones de MIPYME's en Brasil en 2009. Desde 2004 el número de MIPYME's en la economía brasileña ha disminuido. Hasta 2011, la variación acumulada en relación con 2004 era de -13,6% (Pessoa & Arroio, 2011). Otro contratiempo para la investigación, asociado a la economía brasileña, es que se caracteriza por una alta informalidad y resulta difícil obtener estadísticas precisas sobre la

real dimensión de este fenómeno MIPYME. Además, la información a la que se pudo acceder no está lo suficientemente actualizada.

El caso uruguayo, ostenta una situación favorable, pues la cantidad de emprendimientos de micro, pequeñas y medianas empresas del país se ha incrementado un 11% en los últimos cinco años. Las exportaciones de Uruguay al MERCOSUR fluctúan anualmente (CEPAL, 2018). La mayor parte de estas exportaciones son productos agropecuarios, pero en los últimos años, Uruguay busca diversificar sus exportaciones. Esto no significa dejar de lado la exportación de los productos primarios que hasta el momento son muy demandados, se trata de colocar en el exterior otras actividades que logren complementar y modernizar la oferta exportable. Posiblemente, si se logra incrementar la cantidad de empresas exportadoras, diversificando el producto ofrecido, se conseguirá una dinámica mayor de todo el sector exportador.

Las MIPYME's uruguayas tienen como principal receptor de sus exportaciones al MERCOSUR. Representa un mercado mucho más fácil de satisfacer porque disminuyen los obstáculos asociados a características culturales de sus países miembros, no supone un problema la ubicación geográfica y las exigencias a los productos suelen ser similares a las de los consumidores nacionales. Las importaciones de las MIPYME's uruguayas tienen como origen al MERCOSUR, principalmente a Brasil y Argentina.

La mayoría de las MIPYME's uruguayas encuentran en el MERCOSUR un mercado más accesible para iniciar su experiencia exportadora, por lo que será este el primer cliente al que buscarán satisfacer. Por esta razón, a nivel de MERCOSUR, deberían estar creadas las condiciones para el desarrollo del comercio de estas empresas, de manera que el MERCOSUR pudiera aprovechar todas las ventajas asociadas a ellas, como la diversificación de las exportaciones y la innovación.

Otro aporte significativo de las MIPYME's uruguayas al MERCOSUR es la venta de productos y servicios de Software, en los que se presenta como el de mayor potencial entre el resto de los países miembros e inclusive de América Latina. Estos productos representan una variante para la diversificación de las exportaciones del MERCOSUR y una forma de apoyar la disminución del proceso exportador "*commoditizado*".

El comercio electrónico entre Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay será fomentado a partir de la iniciativa denominada "Mercosur Digital"⁸, que impulsan la Secretaría de la Gestión Pública y las empresas de "e-commerce"

⁸ El proyecto es una iniciativa de cooperación entre la Unión Europea y el MERCOSUR, tendiente a promover políticas y estrategias comunes en el área sociedad de la información para los cuatro países miembros del bloque.

(El Cronista Comercial, 2010). Esto no es suficiente pues deben existir decisiones específicas, claras y efectivas para implementar con fuerza el intercambio comercial vía medios electrónicos. Se debe pensar en alternativas de desarrollo de este canal de facilitación del comercio. Acuerdos con importantes plataformas internacionales e impulso desde el MERCOSUR, podrían ser medidas alcanzables y efectivas en el corto plazo (Soto, 2018).

Papel que desempeñan las MIPYME's en las relaciones comerciales EXTRA-MERCOSUR

El MERCOSUR como bloque representa solo un 1,8% de las exportaciones mundiales y un 1,4% de las importaciones, pero se ubica entre los principales oferentes globales de una serie de insumos clave, en especial en el rubro de productos primarios (11%) y manufacturas agropecuarias (7%). Por ejemplo, el MERCOSUR es un importante proveedor mundial de: productos vegetales (13%), de alimentos y bebidas (8%), de grasas y aceites (7%) y de animales y sus productos (7%); y se destaca por su peso en las exportaciones mundiales de soja y sus derivados (60%), azúcar (más de la mitad), cueros curtidos (35%), taninos (un tercio), tubos flexibles de hierro o acero (un tercio), maíz en grano (30%), carnes (en torno al 30% en aviar y más del 20% en bovina), tabaco (25%), pasta de madera (20%), café (17%), entre otros bienes (CEPAL, 2018).

Los datos que hasta ahora se han expuesto demuestran la alta demanda de los *commodities* para el resto del mundo y la importancia que tienen para la buena salud de la balanza comercial del MERCOSUR. En el logro de estas producciones intervienen un gran número de empresas, entre ellas, las MIPYME's. Comparado con el aporte de las grandes empresas, el de las MIPYME's es un valor muy pequeño, pues la mayoría de ellas tienen una orientación hacia sus respectivas economías nacionales y sus volúmenes de producción no les permiten hacer frente a estas demandas. Por esta razón, una solución que implementan es asociarse entre ellas o a grandes empresas, que especializadas en un área productiva logran que sus productos se inserten en el mercado exterior. Aún asociadas, el volumen de exportación es reducido. Aquellas que logran exportar lo hacen, por lo general, a través de acuerdos comerciales bilaterales y no del MERCOSUR.

De las MIPYME's paraguayas, sólo unas 400 aproximadamente, predominantes pequeñas y medianas, exportan a destinos internacionales. Entre ellos, China, Alemania y Japón, con productos de los rubros alimenticios, granos y confecciones (ADN PARAGUAYO, 2019). Sobre cuántas de ellas exportan con el sello MERCOSUR, no se encontraron datos en la bibliografía consultada.

En Argentina, para el año 2017, la proporción de MIPYMEX fue un 27% menor al año 2009. Las ventas al exterior sufrieron una caída del 41% respecto a los valores registrados en 2010, disminuyendo a su vez, la rentabilidad de estas exportaciones un 9%. Otro parámetro con tendencia negativa es el poder adquisitivo de las exportaciones de las MIPYME's industriales. En los primeros meses de 2018, una unidad de producto exportado compraba un 20% menos de insumos importados que el año 2011. Un fenómeno que afecta mucho a las MIPYMEX argentinas es la subida del dólar, ya que aumenta los costos de los insumos importados, que en comparación con las MIPYME's que venden al mercado interno, el requerimiento de insumos importados es un 50% mayor para las exportadoras (El Cronista, 2018).

Sobre las MIPYMEX brasileñas los datos disponibles consultados están muy desactualizados. Existen registros sobre las exportaciones extra bloque del año 2009, pero ya no explican el panorama exportador actual de este tipo de empresas. Otra barrera es que no aparece información de su comportamiento en las relaciones comerciales externas del MERCOSUR. Ahora bien, sí aparecen referencias a acciones que desarrolla el MERCOSUR para fomentar este sector en Brasil, entre ellos, el acuerdo con el BID para el desarrollo de un programa de financiamiento.

Según una encuesta a las MIPYME's del MERCOSUR sobre sus experiencias, realizada por la Fundación EU-LAC, ellas enfrentan muchos obstáculos para penetrar en el mercado internacional. Algunas empresas alegan que: Es un mercado de muy difícil acceso (PYME uruguaya, industrias creativas, diseño de muebles); La principal causa de fracaso es no conocer bien el mercado en el que buscan insertarse (PYME uruguaya, servicios y soluciones para empresas); La distancia geográfica, ya que en el sector de los servicios el contacto personal es fundamental (PYME argentina/equipos industriales especializada en repuestos para maquinarias agrícolas); Mercados que son muy estrictos en cuanto a normas ambientales (PYME argentina, ETC, sector maderero); El idioma, los contactos y la cuantiosa inversión necesaria para establecerse (PYME argentina, farmacia/salud /cuidado) (CERALE, 2017).

La investigación sobre las MIPYME's pertenecientes a los países miembros del MERCOSUR revela que su participación más preponderante es en el sector terciario. Desafortunadamente, la información sobre la dinámica de este último es insuficiente.

Una curiosa conclusión es que a pesar de la poca referencia que existe sobre el desempeño de las MIPYME's en las relaciones comerciales extra-bloque del MERCOSUR, si existe mucho interés del bloque en el fomento de estas empresas. Las inversiones que realiza, los contratos con empresas extranjeras especializadas en capacitar a emprendedores, los programas de financiamiento, las medidas institucionales para favorecer su inserción internacional y la búsqueda de nuevos mercados donde puedan insertarse en condiciones ventajosas. Todo ello demuestra, que aunque no existan valores numéricos que revelen el quehacer de las MIPYMEX en el comercio exterior del bloque, se encuentran entre los principales objetivos de la Agenda MERCOSUR.

Conclusiones

- El porcentaje de micro, pequeñas y medianas empresas que venden al exterior, pertenecientes a los Estados Miembros del MERCOSUR, es pequeño y la mayoría no tiene una cartera diversificada de productos ni mercados.
- Las MIPYME's de mayor volumen de exportación en el MERCOSUR se encuentran en el sector de extracción, transformación y comercialización de materias primas vegetales, animales, forestales y mineras. El principal socio comercial de dichas empresas son el propio bloque y países de la región latinoamericana. Por su parte, las manufacturas son demandadas principalmente por la Unión Europea.
- A pesar de las intenciones del MERCOSUR con sus programas de fomento a las MIPYME's y sus resultados satisfactorios, estos carecen de credibilidad entre los emprendimientos. Entre las iniciativas para favorecer a las MIPYME's una de las más efectivas son los acuerdos firmados entre los países miembros para la comercialización de sus producciones.
- La información sobre las MIPYMEX del MERCOSUR es muy escasa y desactualizada, y apenas se encontraron datos que expliquen cuánto representan las exportaciones de las MIPYME's de las exportaciones totales del MERCOSUR. Sin embargo, se concluye que por los esfuerzos que realiza el MERCOSUR para favorecer el desempeño de las MIPYMEX pertenecientes a los países que lo conforman, es un eslabón relevante en sus relaciones comerciales externas, fundamentalmente en las intrarregionales.

Referencias Bibliográficas

- El Cronista Comercial. (29 de julio de 2010). *El Gobierno y PyMEs de "e-commerce" impulsan el Mercosur Digital*. Obtenido de Actualidad pymes: <http://www.actualidadpymes.com>
- ADN PARAGUAYO. (28 de Marzo de 2019). Crecimiento Pymes en Paraguay despierta interés en el Mercosur. *ADN PARAGUAYO*.
- CAME. (25 de marzo de 2019). *Indicadores coyunturales de Argentina*.
- CEPAL. (2018). El rol del MERCOSUR en la integración regional. *Boletín de Comercio Exterior del MERCOSUR*.
- CEPAL. (2019). *Informe Semestral de la Secretaría del MERCOSUR 26ª Edición*. Montevideo, Uruguay.
- Frohmann, A., Mulder, N., Olmos, X., & Urmeneta, R. (noviembre 2016). *Internacionalización de las pymes. Innovación para exportar*.
- Fundación EU-LAC / CERALE / Institut des Amériques. (2017). *La Internacionalización de las PyMEs Latinoamericanas y su Proyección en Europa*. Hamburgo, Alemania.
- Martínez, L. B., Vigier, H. P., Guercio, M. B., Corzo, L., & F. Bariviera, A. (2016). *El financiamiento externo de las PyMEs del MERCOSUR*.
- MIC. (2017). *Promoviendo la Formalización y Desarrollo Empresarial*.
- Observatorio Pyme. (2018). *Informe Especial: Inserción internacional y competencia en el mercado interno*. Buenos Aires, Argentina.
- Pessoa, M., & Arroio, A. (diciembre de 2011). Políticas de apoyo a micro y pequeñas empresas en Brasil: avances recientes y perspectivas. *Apoyando a las pymes: Políticas de fomento en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile, Santiago de Chile, Chile: Publicación de las Naciones Unidas.
- SEBRAE. (2018). Brasilia, Brasil.
- Soto, M. (2018). *Exportaciones en Uruguay: aportes para su desconcentración*.
- Xinhua. (22 de agosto de 2018). Informe de la Confederación Nacional de la Industria (CNI). Rio de Janeiro, Brasil.