
**LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS
(MIPYME´S) EN LAS RELACIONES COMERCIALES DE
LA COMUNIDAD ANDINA (CAN)**

**Micro, small and medium enterprises (MIPYME´S) in
the commercial relations of the Andean Community
(CAN)**

Lic. Karla Lorenzo González
Centro de Investigaciones de Economía Internacional
lorenzogonzalezkarla@gmail.com

.....
Recibido: Junio 2019
Aceptado: Julio 2019
.....

Resumen

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME´s), son actores económicos que han tenido cada vez mayor relevancia y participación en las relaciones comerciales internacionales. Son muestra de superación y avance, demostrando que con esfuerzo e ímpetu se conquistan clientes y mercados. Han generado grandes debates e intereses políticos, siendo empresas que indiscutiblemente son consideradas componente central en las economías. Representan un porcentaje elevado del tejido empresarial, constituyendo un eje importante para el desarrollo de los países y bloques económicos. Su aporte al sector exportador va siendo cada vez mayor, ofertando sus productos no sólo a escala nacional, sino en mercados internacionales. Su expansión es muestra del espacio que han ganado en las relaciones comerciales externas.

Palabras Clave: MIPYME´s, Comercio, CAN

Abstract

Micro, small and medium enterprises are economic actors that have had increasing relevance and participation in international commercial relations. They are a sign of improvement and progress, demonstrating that with effort and impetus, customers and markets are conquered. They have generated

great debates and political interests, being companies that are indisputably considered a central component in the economies. They represent a high percentage of the business fabric, constituting an important axis for the development of countries and economics blocs. Its contribution to the export sector is growing, offering its products not only nationally but in international markets. Their expansion is a sign of the space they have gained in external business relations.

Keywords: MIPYME's, commerce, CAN

Introducción

La Comunidad Andina de Naciones (CAN) es un bloque de integración, que reconoce a las MIPYME's como actores de gran importancia para la dinámica económica. Presenta dentro de sus objetivos, el apoyo y fomento de las MIPYME's, principalmente en las relaciones comerciales externas. En sus informes, se dedica un espacio para conocer la importancia que tienen estas entidades dentro de la economía de cada país y la conveniencia de insertarlas en los procesos productivos y comerciales, en el contexto de integración profunda andina.

Asimismo, es una plataforma que permite el intercambio comercial entre los países miembros, donde el 100% de los productos de origen andino circulan sin pagar aranceles dentro de la CAN. Por tanto, benefician a las MIPYME's, reduciendo costos y trámites para comercializar, pues se adoptan mecanismos y normas para facilitar el comercio. Igualmente, busca el apoyo para el fortalecimiento de la administración de sus procesos productivos, en aras de no sólo desarrollarse en el mercado, sino crecer y expandirse. Promueve la asociatividad de las firmas mediante el intercambio de experiencias, como aspecto importante para llegar a los mercados e inclusive para la capacidad de exportar. Además, impulsa estrategias conjuntas para fomentar la generación de cadenas productivas andinas para MIPYME's, mediante el eslabonamiento y complementariedad.

Debido a las políticas que se plantean en la agenda económica del bloque para un mejor desempeño de las entidades, así como la importancia que se le atañe a estas empresas y por ser un mercado de oportunidades para la exportación de productos a terceros países, se tomó como estudio de investigación a la Comunidad Andina.

La Comunidad Andina de las Naciones: Rasgos generales

La Comunidad Andina de Naciones (CAN) surge de la integración voluntaria de varios países: Ecuador, Colombia, Perú y Bolivia. Tienen como objetivo común evolucionar en desarrollo, en la economía y la sociedad de manera equilibrada, armónica y autónoma. Esta unión tiene como finalidad, el apoyo mutuo de sus integrantes, según las dificultades particulares de cada país. Este sistema de integración busca una coordinación efectiva entre ellos, para profundizar la unificación subregional andina. Además, debe promover su proyección externa y consolidar y fortalecer las acciones relacionadas con el proceso de integración (Morales & Payán, 2014).

La fecha de suscripción del acuerdo de Cartagena fue el 26 de mayo de 1969 y puesto en vigencia el 16 de octubre de 1969. Con este tratado, se puso en marcha en julio de 1997 el proceso andino de integración conocido, en ese entonces, como Pacto Andino, hoy Comunidad Andina (CAN) (Morales & Payán, 2014). De manera general, es una composición muy variada con una gran diversidad cultural y natural y una integración andina, suramericana y latinoamericana, dispuestos a colaborar para el crecimiento de su país.

La cooperación entre los países miembros, brinda la oportunidad de eliminar los gravámenes y restricciones de todo orden que incida sobre la importación de productos originarios del territorio de cualquier país miembro, hasta programas de liberación intrasubregional de servicios, entre otros. Debido a estas facilidades, los países en su conjunto han logrado alcanzar metas importantes para la economía, como haber conseguido que todos los productos elaborados dentro de esta integración transiten sin pagar aranceles dentro de la CAN. Además, permitir que la compra-venta esté compuesta prácticamente por productos manufacturados, que son los que mayor empleo generan. También, se cuenta con un marco regulatorio para la interconexión subregional de sistemas eléctricos e intercambio intracomunitario de electricidad. Se canalizan recursos de cooperación internacional y se promueven proyectos de desarrollo social y económico en las zonas de integración fronteriza (Secretaría General de la CAN, 2018 b).

Las micro, pequeñas y medianas empresas forman parte de la élite del motor para alcanzar un crecimiento pleno de la economía. De esta manera, impulsa la misma alcanzando la cúspide en productividad, eficacia y rendimiento en el proceso productivo y la actividad económica. Su fortalecimiento constituye una prioridad para la Comunidad Andina, por su gran capacidad de generación de empleo y su aporte al entramado productivo. Debido a su importancia se ha logrado la aprobación de una serie de normas comunitarias dirigidas a promoverlas.

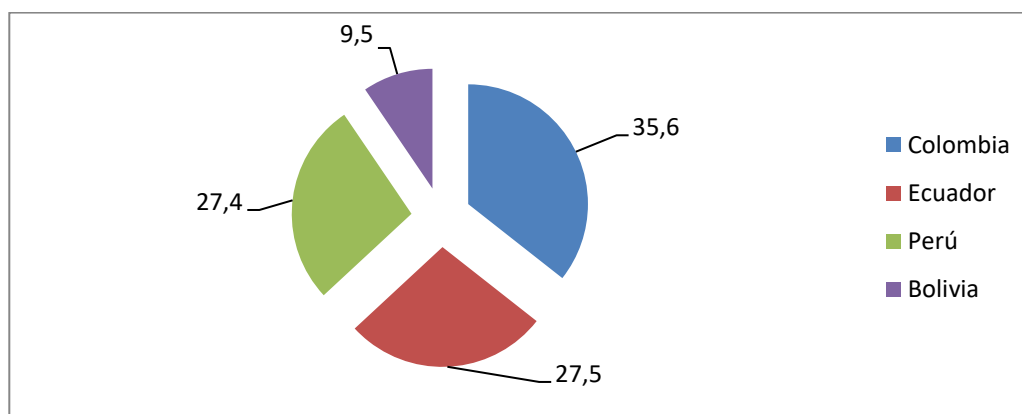
Las micro, pequeñas y medianas empresas en las relaciones comerciales de la Comunidad Andina de Naciones

Las MIPYME's desempeñan un rol fundamental para la exportación e importación de productos, tanto entre países miembros como a terceros países. Gracias a su flexibilidad para adaptarse a los nuevos tiempos, el comercio se ve favorecido mostrando una cara competitiva al resto del mundo. No todos los miembros de la Comunidad Andina colaboran por igual, sin embargo, como bloque, demuestran un buen rendimiento y salud de la integración.

De manera general, las MIPYME's presentan relaciones comerciales más dinámicas a lo interno del bloque, principalmente Colombia y Ecuador. En menor medida Perú y Bolivia. La comercialización con el resto del mundo es menos activa, aunque también genera beneficios. El país que predomina como destino para los productos exportados por el bloque es Estados Unidos.

El siguiente gráfico resalta la alta participación de Colombia en el comercio interno del bloque andino, siendo Bolivia el de menor impacto. El comercio bilateral que tuvo mayor fuerza fue entre los países de Colombia y Ecuador con 1.462 millones de dólares y luego, de Ecuador a Perú, con 1.283 millones de dólares y por último, las exportaciones de Colombia a Perú, con 1.077 millones de dólares (Secretaría General de la CAN, 2018a)

Gráfico 1
Colaboración de los países miembros de la CAN en el comercio interno andino en el 2017 (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de Secretaría General de la CAN, 2018a

En la estructura de las importaciones intra-andinas, la mayor parte corresponde a materias primas y productos intermedios, además de bienes de consumo. En el transcurso del período del 2008-2017 estas sufrieron altibajos. Hasta el 2013 las importaciones de todos los países miembros tuvieron una trayectoria ascendente; sin embargo, hasta el 2016 en la

mayoría hubo un descenso que se recuperó en 2017, a excepción de Colombia, que desde 2014 mostró una reducción de las mismas (Secretaría General de la CAN, 2018 a).

Por otro lado, el Comercio Exterior dentro de la CAN lo manejan más de 5.000 micro, pequeñas y medianas empresas. Estas exportan dinámicamente productos con valor agregado y en especial manufacturas que constituyeron el 80% del total exportado por el bloque. Este por ciento representa 7.840 millones de dólares (Industry, 2015).

Sin embargo, la contribución de las MIPYMES a la economía difiere por países, aunque de manera general puede decirse que han evolucionado de manera positiva en los últimos años.

En Colombia, en 2014 existía un total de 8.058 PYMEX, que representaban el 85,4% del total de empresas exportadoras. El principal sector de estas firmas era la industria y sus destinos eran América Latina y Estados Unidos (Galán & Arive, 2014). En 2015 estas aportaron entre 8.000 y 10.000 millones de dólares a la economía, representando el 89% del total de empresas exportadoras (Urmeneta, 2016).

Como se muestra en la tabla siguiente, las microempresas se concentran principalmente en el sector de comercio, seguido por el sector de los servicios y la industria y por último, el sector de la construcción. Además, la pequeña empresa se agrupa con un mayor por ciento en la construcción y los servicios. Luego el sector de la industria y por último, el sector del comercio. Igualmente, la mediana empresa se distribuye de la siguiente manera: construcción, industria, servicios y comercio respectivamente (Dini y Stumpo, 2018)

Tabla 1
Distribución de las empresas por tamaño y sector. Colombia, 2018
(Porcentajes)

Sector	Microempresa	Pequeña	Mediana
Industria	90,7	6,6	1,8
Servicios	91,1	6,7	1,7
Construcción	82,6	12,5	3,8
Comercio	95,1	3,8	0,8

Fuente: Dini y Stumpo, 2018

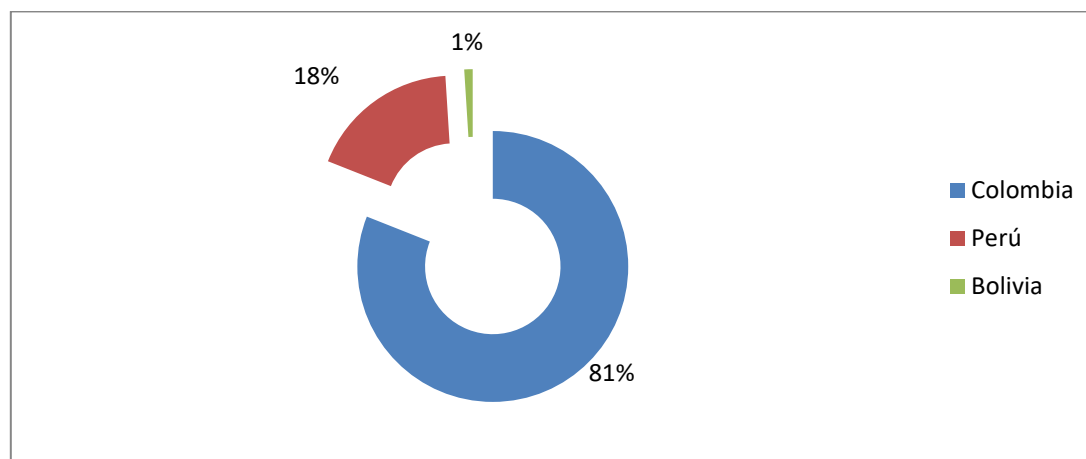
Por otra parte en Ecuador predominan las empresas MIPYME's, que representan el 99,5% del total; sin embargo, son las que menor por ciento aportan del producto de la actividad económica. Con las exportaciones sucede lo mismo. Esta actividad se encuentra ligada principalmente con las

grandes empresas y sólo una pequeña porción le corresponde a las MIPYME'S. Dichas empresas representaban para el 2014 tan sólo el 2% del total de exportaciones (Ministerio del Comercio Exterior, 2016).

Ecuador le exporta a la CAN 15 productos principales, que representan el 15% del total de exportaciones ecuatorianas. Entre ellos se encuentran los productos del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Estos son el aceite de palma, las sardinas en salsa de tomate, las conservas de pescado, el café sin tostar, los extractos de café, los frijoles y la leche en polvo, entre otros.

Como se muestra en el gráfico siguiente, Colombia es el principal mercado para este sector, seguido por Perú, pues demandan el mayor número de productos ofertados por Ecuador, además son los países que tienen una mayor participación en las relaciones comerciales con Ecuador. Bolivia recibe muy poco y los únicos productos que exporta son atunes y conservas de pescado. La CAN es un socio importante, sobre todo para el sector pesquero porque, aunque parte de su producción se destina a otros países como Estados Unidos y la Unión Europea, este bloque complementa la producción con productos intermedios imprescindibles para la actividad exportadora (Lima, Cracau, & Saeteros, 2018).

Gráfico 2
Destino de exportaciones para la CAN, 2014

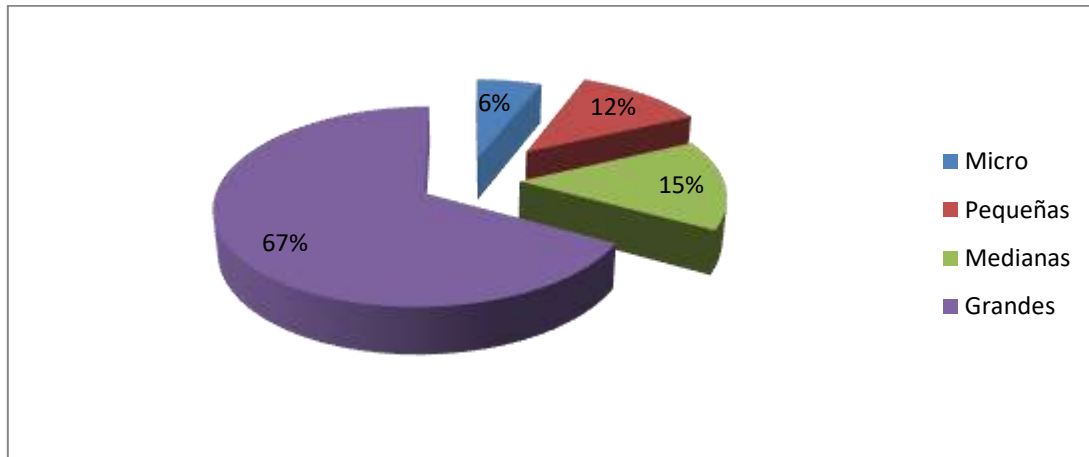


Fuente: Lima, Cracau, & Saeteros, 2018

Tomando en consideración a las MIPYME'S, estas representan el 33% del total de las empresas del sector pesquero y participan con el 8% de las exportaciones. De manera general, en el sector de alimentos, bebidas y tabaco habita el 67% de grandes empresas del total de empresas; el 15% de medianas empresas; 12% de pequeñas empresas y sólo el 6% de microempresas. (Gráfico 3) De estas empresas, las grandes son las que mayor aporte realizan con un 92% del total de exportaciones. Le siguen las

medianas empresas (6,2%), las pequeñas empresas (1,6%) y por último las microempresas (0,1%) (Lima, Cracau, & Saeteros, 2018).

Gráfico 3
Número de empresas ecuatorianas en los sectores: alimentos bebidas y tabaco, 2014



Fuente: Lima, Cracau, & Saeteros, 2018.

Por otro lado, en Perú, más del 70% de las empresas exportadoras son MIPYME's, aunque, como el resto de los países del bloque, su aporte al valor exportado no está en equilibrio con el número de empresas que representa. El valor exportado por estas firmas no llega al 4% de las exportaciones totales, en contraposición con las grandes empresas que concentran el 96,2% del monto total exportado (Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, 2018).

Entre el 2002 y 2012, creció fuertemente el número de empresas exportadoras, aunque en los últimos tres años se ha estancado un poco. Además, el valor aportado al total de exportaciones también disminuyó. Esta situación se debió en lo fundamental al aumento de los precios de los productos básicos que predominan en la canasta exportadora de Perú (Urmeneta, 2016).

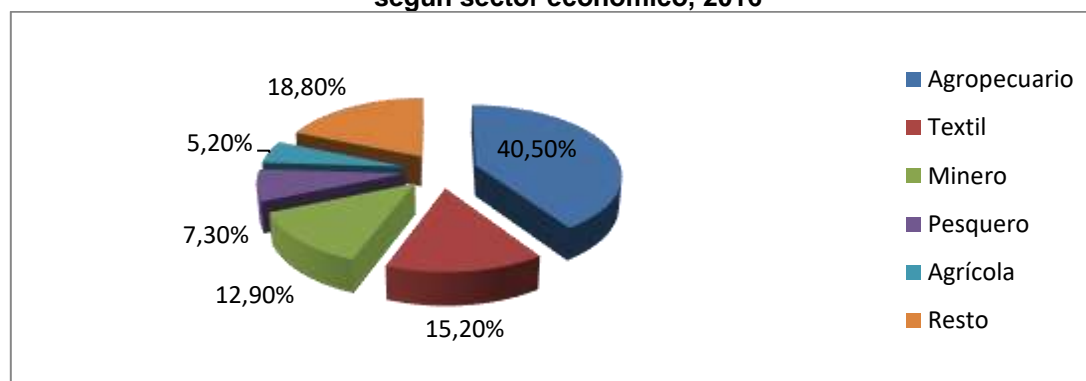
Las MIPYME's en Perú están volcadas principalmente a sectores considerados no transables, pues estas empresas se dedican en su mayoría a la actividad de comercio y servicios. Además, están orientadas esencialmente al mercado interno, aunque como se mencionó anteriormente, algunas de estas empresas se dedican a la exportación de sus productos.

Para el 2014 existían en Perú 7.036 empresas exportadoras. De ellas, 6.192 eran PYME's. Estas representaban el 88% del total de empresas exportadoras y representaban el 3,3% de las exportaciones totales (Galán & Arive, 2014). El mercado de destino más importante para las MIPYME's es Estados Unidos. Este aglutina el 18,8% de todas las exportaciones de las

microempresas exportadoras, el 27,1% de las pequeñas empresas y el 33,1% de las medianas empresas (Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, 2018).

El siguiente gráfico muestra la composición sectorial de las exportaciones de las MIPYME's peruanas, en la que predominan las del sector agropecuario (Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, 2018).

Gráfico 4
Exportaciones de las MIPYME's de Perú a Estados Unidos
según sector económico, 2016

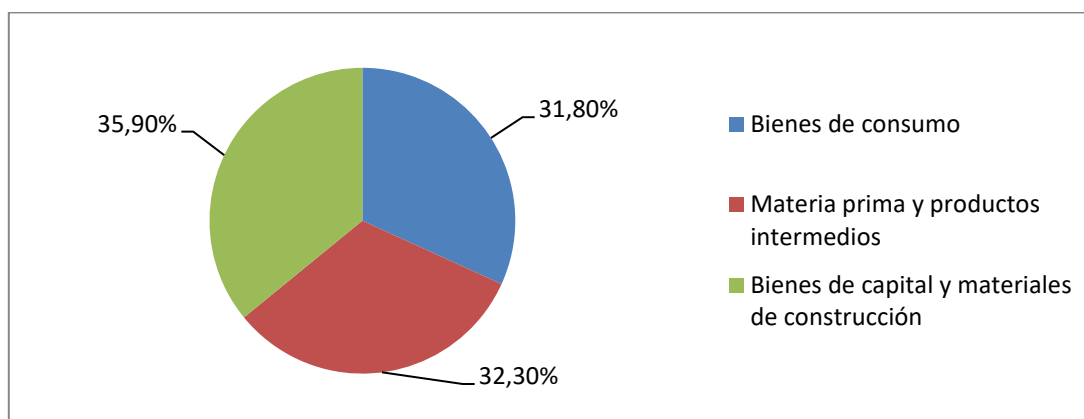


Fuente: Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, 2018.

En 2017, Estados Unidos fue el principal destino para las exportaciones de las microempresas de Perú, representando el 18,8%, el 21,7% de las empresas pequeñas y el 33,1% de las medianas empresas (Gráfico N°6). Por otro lado, el 85% de las empresas que importan en el país son MIPYME's. Estas se concentran en los sectores de comercio, servicios y manufactura. En el 2014, el 14% de las empresas peruanas realizaron pedidos a proveedores extranjeros. Las empresas medianas y grandes son las más propensas a realizar pedidos a proveedores internacionales y sólo el 9% de las microempresas efectúan estos pedidos (Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, 2018).

El siguiente gráfico muestra como en el 2016, las MIPYME's importaron un valor de 3.258 millones de dólares. La mayoría fueron bienes de capital y materiales de la construcción y en menor medida bienes de consumo tanto duraderos como no duraderos (Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, 2018).

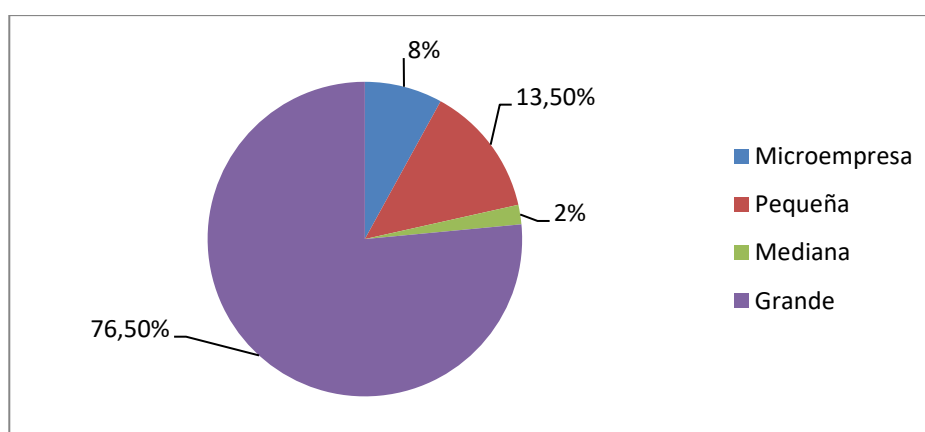
Gráfico 5
Importaciones de las MIPYME's en Perú según uso o destino, 2016



Fuente: (Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, 2018)

En el 2016, las microempresas generaron un 8% de las ventas totales, la pequeña empresa un 13,5%, la mediana empresa un 2% y la gran empresa un 76,5% del total de ventas a nivel nacional. Están ubicadas en Lima en su mayoría (47%), Arequipa (6%), Cusco (4%), La Libertad (5%) y Piura (4%). En esas regiones se concentra el 66% del total de MIPYME's peruanas (Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, 2018).

Gráfico 6
Participación de las MIPYME's y las grandes empresas en las ventas totales en Perú, 2016 (porcentajes)

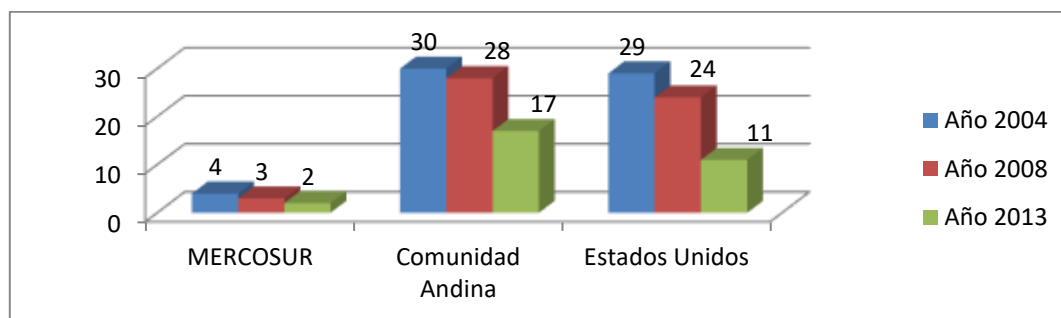


Fuente: Elaboración propia, a partir de Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, 2018

Por su parte, las exportaciones de Bolivia a la CAN crecieron en 10% durante el período de 2012-2014. En el 2012, exportó 1.194 millones de dólares, fundamentalmente productos no tradicionales; en 2013, el valor de las exportaciones fue de 1.259 millones de dólares y en 2014, 1.320 millones de dólares (Industry, 2015). La canasta exportadora de Bolivia en el 2013 estaba

fuertemente concentrada para el MERCOSUR, pues exportaba un solo producto: gas natural. Sin embargo, para la Comunidad Andina y los Estados Unidos presentaba mayor diversificación (Gráfico 7).

Gráfico 7
Diversificación de las Exportaciones de Bolivia
(Número de subpartidas que abarca el 90% de las exportaciones)



Fuente: Secretaría General de la CAN, 2014.

Aunque Promueve Bolivia, entidad encargada de brindar información sobre las exportaciones del país, no ha actualizado los datos estadísticos de las MIPYME's, según una presentación de la entidad en noviembre del 2010, las exportaciones de estas empresas llegaron al 3% del total del monto exportado. Además, estas firmas tienen como mercados de destino, a los países vecinos (Ferraro, 2011).

Las exportaciones se centran en el sector de manufacturas de textiles y confecciones, madera, cuero y alimentos. Asimismo, están muy concentradas en términos geográficos, pues la mayoría se agrupan en los municipios de Santa Cruz, La Paz, El Alto y Cochabamba. Sin embargo, en una entrevista a esta entidad, se destacaba que el desempeño exportador de las MIPYME's destinadas a la exportación de prendas de vestir de alpaca, alimentos y manufacturas de madera, ha mejorado en los últimos años (Ferraro, 2011).

Para el 2009, según datos de Promueve Bolivia, los productos exportados se diversificaron. Algunos de estos fueron la quinua procesada en su variedad roja, que en el 2018 se sigue exportando y en grandes cantidades, aportándole grandes valores a las exportaciones. Asimismo, los cueros curtidos, los artículos de ortopedia, tejidos de terciopelo y felpa, arroz semiblanqueado, variedades de tejidos de poliéster, camisetas y blusas de algodón para hombres y mujeres, entre otros (Ferraro, 2011).

Para el 2017, las exportaciones de Bolivia por grado tecnológico demuestran que al interior de la CAN lo que más se exporta son bienes primarios. En menor cuantía manufacturas de recursos naturales y de baja tecnología, por último manufacturas de media y alta tecnología. Lo mismo ocurre con las

exportaciones fuera del bloque, en las que predominan los bienes primarios, acorde al modelo primario exportador que prevalece en el país (Secretaría General de la CAN, 2018 a).

Aunque no existan datos actualizados sobre las MIPYME's exportadoras y su aporte al total de exportaciones, así como el por ciento exportado a los países miembros de la CAN y al resto del mundo, ni los productos más destacados; si se toma en cuenta las políticas encaminadas al fomento de estas empresas, se deduce que las exportaciones de las MIPYME's han evolucionado dinámicamente no sólo a la CAN, sino al resto de los países del mundo.

Conclusiones

La CAN es una plataforma que le permite a las MIPYME's exportar sus productos a terceros países. Además, sirve como base para que las MIPYME's obtengan productos intermedios del resto de los países miembros.

A partir de los objetivos que se plantean en el programa de la CAN, las economías de los países miembros se favorecen debido a la eliminación de gravámenes y restricciones, que impedirían el buen funcionamiento de la actividad comercial, tanto a lo interno del bloque como a lo externo.

En la Comunidad Andina de Naciones (CAN), las MIPYME's muestran una mayor participación en el mercado doméstico y al interior del bloque que en las relaciones comerciales extra-CAN. Su aporte a las exportaciones totales del bloque no representan un por ciento elevado, en comparación con las grandes empresas. Del total de empresas que comercializan en el bloque, las microempresas son las que menos contribuyen con el valor exportado.

Entre las MIPYME's de los países miembros de la CAN, las colombianas son las que más contribuyen al comercio interno andino. En segundo lugar se encuentra Ecuador, que aporta un valor importante al total del monto exportado. En menor cuantía Perú, que comercializa a lo interno, pero sin una cooperación relevante. Como último Bolivia, que comercializa muy poco con el bloque. Su actividad está dirigida principalmente al MERCOSUR.

Las MIPYME's colombianas participan activamente en las relaciones comerciales de la CAN, principalmente las medianas empresas. Comercializan esencialmente con los productos exportados por Ecuador, siendo el principal destino de las exportaciones de alimentos, bebidas y tabaco del mismo. En menor medida mantiene relaciones comerciales con Perú y Bolivia.

Las MIPYME's en Ecuador, también tienen un desempeño relevante en las relaciones comerciales del bloque. Le exporta a la CAN diversos productos como madera, alimentos, bebidas, entre otros. El principal destino de sus productos es Colombia, Perú y con un por ciento ínfimo Bolivia.

A lo externo de la CAN, los dos principales destinos de exportación para las MIPYME's colombianas son Estados Unidos y la Unión Europea. Las de Ecuador tienen como principales mercados para sus productos a la Unión Europea, el MERCOSUR y Estados Unidos. También para Perú un importante destino para las exportaciones de las MIPYME's son los Estados Unidos. Bolivia, comercia esencialmente con Brasil y Argentina, además de los Estados Unidos.

Referencias Bibliográficas

- Cámara de Comercio e Industria de Arequipa. (2018). *Informe de coyuntura. MIPYMES en el Perú.*
- Dini, M., & Stumpo, G. (2018). *MIPYMES en América Latina. Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento.* Santiago, Naciones Unidas.
- Ferraro, C. (2011). *Apoyando a las pymes: Políticas de fomento en América Latina y el Caribe.*
- Galán, L., & Arive, V. (2014). *PYMES EXPORTADORAS. ¿CUÁLES SON LAS VARIABLES DETERMINANTES?*
- Industry. (2015). *MYPES, PYME'S y emprendedores en Bolivia.*
- Lima, J. D., Cracau, D., & Saeteros, M. (2018). *Integración productiva en la Comunidad Andina. Cadenas de valor entre Colombia y el Ecuador.*
- Ministerio del Comercio Exterior. (2016). *Proyecto de Internacionalización de MIPYME.*
- Morales, M. A., & Payán, S. M. (2014). LA COMUNIDAD ANDINA: UN PARADIGMA DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA. *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas. Abriendo Camino al Conocimiento .*
- Secretaría General de la CAN. (2014). *Dimensión económico comercial de la Comunidad Andina.* Lima.
- Secretaría General de la CAN. (2018) a. *Comercio Exterior de Bienes entre la Comunidad Andina y la Unión Europea. 2008-2017.*

- Secretaría General de la CAN. (2018) b. *Dimensión Económico-social de la Comunidad Andina*. Lima.
- Urmeneta, R. (2016). *Dinámica de las empresas exportadoras en América Latina. El aporte de las pymes*. Santiago.