

## indicadores.

**9,8 %** De enero a julio de 2016, la llegada de turistas internacionales al Perú creció 6,8 % en comparación del mismo periodo del año anterior, lo que significó un flujo positivo de 136.609 turistas internacionales, informó el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

# La internacionalización para pymes ofrece oportunidades

Economista Francisco Huerta, sostiene algunos lineamientos a considerar como análisis del comercio mundial de las pequeñas y medianas empresas.

**FRANCISCO HUERTA BENITES**  
Instituto de Economía y  
Empresa  
www.iee.edu.pe

● En una muestra de empresas de 99 países emergentes y en desarrollo, las pymes representaban dos tercios del empleo en sector privado estructurado no agrícola (Banco Mundial). La contribución media de las pymes al PIB (45 %), es inferior a su contribución al empleo, explicado en gran parte por su baja productividad. (Acaba de publicarse 'La encuesta nacional de empresas 2015', Inei-Produce, se recomienda revisar).

### La economía mundial

Tanto en lo que respecta a las empresas como a los bienes y servicios que producen. En los siglos 19 y 20, la escala solía ser decisiva para triunfar en el comercio internacional. Las empresas tenían que ser grandes para crear sistemas de producción integrados, crear redes de distribución mundiales y cubrir los costos relativamente elevados de transporte, comunicaciones y aranceles relacionados con el comercio internacional.

### Menos difícil comerciar

A medida que la economía mundial se adentra en el siglo 21, diversos e importantes cambios reducen las ventajas de la escala en el comercio internacional, con el resultado de que las 'micromultinationales' más pequeñas y ágiles están



empezando también a tener éxito en un mercado mundial en el que antaño era abrumador el dominio de las grandes multinacionales. Un cambio importante es la espectacular reducción de los costos comerciales. Otro importante cambio es relacionado a la desagregación o 'fragmentación' de la producción mundial (WorldTradeReport 2016, WTO).

Modelo no hay uno solo. Son muchas las investigaciones en esferas de comercialización, la gestión empresarial y la economía internacional que se han dedicado a estudiar la internacionalización de las pymes, pero siguen ofreciendo un aspecto fragmentado. En primer lugar, no hay una respuesta unificada que pueda explicar por qué y, sobre todo, cómo participan las pymes en actividades de internacionalización.

### AL DETALLE

#### Pautas para pequeñas empresas

● Aunque es frecuente que se haga referencia a las pymes como entidades uniformes, lo cierto es que son muy heterogéneas. Para explicar las pautas de internacionalización de las pymes, se han elaborado diferentes modelos teóricos y tipologías de gestión empresarial. Entre esas pautas cabe mencionar las siguientes (WTO 2016):  
-El enfoque gradual tradicional;  
-La orientación internacional desde que se crea la empresa ('born global');  
-La orientación internacional adquirida ulteriormente ('born-again global'); y  
-La participación en las cadenas de valor mundiales.

### ALGO MÁS

#### El mercado se expande a todos los países

● El comercio es la forma más común de internacionalización elegida por empresas, incluidas pymes. La internacionalización puede adoptar diversas formas: exportaciones directas; exportaciones indirectas; acuerdos contractuales no accionariales; inversión extranjera directa (IED) y otros tipos de acuerdos accionariales. El comercio (directo o indirecto) normalmente se considera el primer paso para ingresar en 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.

#### Exportar para crecer y sobrevivir

● Aunque las pequeñas empresas tienden en principio a tener menor probabilidad de sobrevivir, cuando lo consiguen crecen más rápidamente que las grandes. Si bien las pymes que participan en 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.

## exportaciones.

### Danper. Perú listo para posicionar el comercio de quinua en China

Así lo revela expectativa de agroindustria local. Sostiene que exportaciones irán en incremento.



**REDACCIÓN CASH**  
cash@laindustria.pe

● Luego del ingreso en abril pasado de los espárragos frescos a China, donde se comercializan en supermercados exclusivos de Shanghai y el inminente levantamiento de las barreras sanitarias que permitirá la exportación del arándano, ahora los agroexportadores peruanos confían en el próximo acceso de la quinua al 'gigante asiático', manifestó el director ejecutivo de Danper, Jorge Arangurí.

Recordó que fue precisamente Danper la primera agroindustrial peruana en exportar espárrago verde fresco a Shanghai, China, luego de aprobar rigurosas auditorías por parte del Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa), así como también por parte de la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena (AQSIQ, por sus siglas en inglés) de la nación oriental.

"En la visita oficial que lideró el presidente de la república, Pedro Pablo Kuczynski, a ese país asiático,

Danper solicitó al ministro de comercio exterior, Eduardo Ferreyros, para que luego de lograr el ingreso del arándano, se trabaje por la quinua, pues los empresarios peruanos estamos listos para posicionarla en el gigante asiático", comentó.

### Nutritivo

Añadió que nuestro grano andino tiene inigualables propiedades nutricionales que garantizan su demanda tanto en el mercado local como en el internacional, por ello existen muy buenas oportunidades. Danper actualmente destaca a nivel mundial por liderar la producción de quinua con valor agregado, y por su capacidad de innovación.

### Recibe visita

De otro lado, Arangurí manifestó que en estos días, Danper está recibiendo a una delegación de cerca de 30 empresarios de diferentes provincias de China, quienes mostraron su interés en hortalizas y frutas como espárragos, paltas, arándanos, uvas, mangos y quinua.

**XXI**  
es el siglo donde se reducen las ventajas de la escala en el comercio mundial.