



## Impacto que generan las barreras comerciales en el crecimiento de las pymes y su ingreso al mercado internacional

*Sophie Terrin*<sup>1</sup>, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (ULACIT)

2020

### **Resumen**

El objetivo del estudio es aclarar cuál es el impacto que generan las barreras comerciales en las empresas pymes a la hora de ingresar al mercado internacional y desarrollarse en él. Se identificaron los problemas que dichas barreras generan a estas empresas, lo que, a su vez, respondió a la pregunta del problema ¿cuáles son los principales desafíos que producen las barreras comerciales a las pymes?

Para recolectar la información se realizó un estudio cualitativo con base en la obtención de datos no cuantificables y se aplicó la recolección por medio de un cuestionario a 51 empresas pymes.

Los principales hallazgos Identificados fueron la necesidad de disminuir las barreras comerciales para incentivar el desarrollo de las pymes y que las que más afectan son las no arancelarias, por lo tanto, es conveniente cambiar o disminuir los trámites que no incentivan el comercio, así como simplificar los sistemas y se pueda mejorar el panorama de las empresas sobre todo en la época complicada que se vive.

*Palabras clave:* Pymes, IED, barreras comerciales, barreras no arancelarias, crecimiento económico.

---

<sup>1</sup> Sophie Terrin, Bachiller en Relaciones Internacionales, opta por el grado de Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Finanzas en la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (ULACIT). Correo electrónico de contacto [sophie.terrin.wh@gmail.com](mailto:sophie.terrin.wh@gmail.com)

## **Abstract**

The justification of the investigation lies on the impact that trade barriers generates on SMEs when they attempt to enter the international market and how they developed. With the information gathered, it was possible to identify the main issues that trade barriers are causing to these businesses, and the question of the problem which is ¿Which are the main challenges that SMEs face because of trade barriers? was answered.

As for the data collection methodology, this is a quantitative research. The data gathering was applied through a survey, which 51 SMEs participated.

The main findings were that trade barriers are indeed affecting how these businesses developed, and that one of the main problems are the procedures that they have to make in order to start exporting or importing, the time all these procedures take discourages businesses to keep growing and extending their services or products. In order to encourage commerce and international trade, trade barriers need to be lowered and the system needs to be simplified.

*Keywords:* SMEs, FDI (Foreign Direct Investment), Trade barriers, non-tariff barriers, economic growth.

## **Introducción**

En la actualidad, las empresas que desean ingresar al mercado internacional o las que ya se encuentran insertas presentan grandes amenazas que si no son capaces de superar es posible que su permanencia sea muy corta. Los problemas más comunes para el primer ingreso es no tener claro los pasos que se deben realizar, normalmente no cuentan con un plan empresarial y logístico definidos, y los gobiernos no brindan un panorama preciso en cuanto a barreras comerciales y requisitos establecidos.

En cuanto a las barreras comerciales, es un tema que se abordará en la investigación para lograr entender el impacto que estas generan y si realmente son de utilidad. Se ha demostrado que causan más daños que beneficios, alzan los precios y reducen la disponibilidad de bienes y servicios, por lo que también se indagarán los efectos que provocan en el comercio internacional. Desde la Segunda Guerra Mundial, gran parte del mundo se ha movido de un sistema proteccionista a unas pólizas más abiertas que favorecen el mercado, sin embargo, algunas economías han retornado con sus medidas que no lo benefician.

Se procederá a analizar cuáles son el tipo de barreras comerciales que más están afectando a las empresas y el porqué. Por lo general, se cree que las barreras arancelarias son las más grandes y las que más perjudican. Si bien es una afirmación

cierta, no son las únicas, por lo tanto, se debe efectuar un análisis desde un panorama amplio.

Hoy en día, una de las grandes amenazas para el comercio es la pandemia que se vive en el mundo a causa del COVID-19, lamentablemente el virus se sigue expandiendo sin precedentes causando enormes daños económicos. Se calcula que el PIB mundial va a disminuir un 13 % y eso sería un escenario positivo. Sin embargo, pese a todos los esfuerzos, muchas economías entrarán en recesión y, en escenarios más serios, serán peor, que ha generado un gran impacto en el comercio internacional y en todo el entorno. No obstante, es muy importante que el comercio continúe fluyendo y así seguir suministrando; además, que en estos tiempos los países no establezcan restricciones a la exportación ni importación, lo cual es uno de los problemas principales, pues ya el comercio estaba sometido a una serie de impedimentos, por lo que debe fomentarse el diálogo para que exista un mayor entendimiento en todas las partes involucradas.

### **Pregunta de investigación**

¿Cuáles son los principales desafíos que producen las barreras comerciales a las pymes?

### **Objetivo General**

1. Analizar el impacto que tienen las barreras comerciales en las pymes

### **Objetivos específicos**

1. Analizar los diferentes impactos que generan las barreras comerciales y sus grados (intervención gubernamental).
2. Analizar el impacto de las barreras no arancelarias.
3. Investigar el efecto de la disminución de las barreras comerciales.
4. Identificar medidas que se pueden implementar para facilitar el comercio internacional de las empresas.

### **Revisión bibliográfica**

Según Figel y Maffioli (2018), en su artículo para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el desafío de las micro, pequeñas y medianas empresas son una parte fundamental de la economía y son las que presentan mayores competencias a la hora de exportar, sin embargo, se les debería brindar más apoyo, ya que ayudan a mantener un sistema económico saludable e impactan positivamente, aportando innovación y productividad.

Es muy importante dar un enfoque a las pymes, puesto que estas

constituyen alrededor del 90% de las empresas en un país típico de América Latina y el Caribe y emplean la mayor parte de la fuerza laboral (cerca del 70%). Y tienden a crear una gran porción de los nuevos empleos: a pesar de tener una elevada mortalidad, el efecto neto tiende a ser positivo. Sin embargo, las PYME en la región presentan un bajo nivel de internalización, en comparación con sus pares de países desarrollados u otras economías emergentes, o incluso con respecto a empresas grandes en su mismo sector y país (Figel y Maffioli, 2018, párr. 1).

Los países de América Latina se encuentran muy atrasados comparados con otros más desarrollados, esto se debe más que todo por la brecha en productividad. Para que un país prospere de manera correcta es indispensable que sea altamente productivo y una clave que puede ayudar a aumentarla es expender las exportaciones, incrementar las posibilidades del país y generar más empleo, además de esto se aprenden nuevas habilidades y se innova, tomando en cuenta que la constante innovación es sumamente significativa; además, el comercio genera una reasignación de recursos de los sectores menos productivos a los más productivos.

El problema se centra en los múltiples obstáculos que presentan las empresas para ingresar a mercados externos y cómo estos afectan y entorpecen la producción, ya que «tienen que contactar clientes en el exterior, identificar oportunidades de negocio, aprender sobre canales de distribución y procedimientos administrativos, entre otros aspectos» (Figel y Maffioli, 2018, párr. 3).

Adicionalmente, las empresas en América Latina suelen tener que resolver y entender muchas restricciones en diferentes áreas porque la coordinación del mercado es muy débil y limitan su internalización. Otro gran problema que afecta es el difícil acceso a los créditos, usualmente las instituciones financieras no cuentan con la información suficiente para monitorear todos sus proyectos que pueden causar situaciones de riesgo, debido a que los productos financieros no son los adecuados para sus necesidades, específicamente existen problemas relacionados con los costos fijos que genera el proceso crediticio y la falta de financiamiento a largo plazo, además hay que recalcar el hecho de que las pequeñas empresas no tienen suficiente colateral, mientras que las grandes si y pueden acceder a créditos más elevados.

La innovación es un elemento fundamental para el crecimiento económico de los países, las asimetrías de información y la falta de coordinación que se va generando en los procesos la limitan y afectan la competitividad. El Gobierno tiene que lograr minimizar los procesos y contribuir para que haya innovación.

El Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (2019) en su informe *Análisis sobre la evolución del comercio exterior y IED en Costa Rica: en 2019* señala que «de acuerdo con cifras de la Organización Mundial del Comercio (OMC), las exportaciones mundiales de bienes alcanzaron en 2019 un valor de US\$18,8 billones, lo cual representó un decrecimiento de 3% si se compara con las cifras de 2018» (p. 3).

Según la organización, esto se debe a que el año anterior mostró una desaceleración en los flujos de comercio mundiales, dado que las tensiones comerciales han crecido rápidamente alrededor del mundo y también a una ralentización del crecimiento económico. Además de esto, que ya venía agravando la situación comercial, se le suman los efectos negativos que ha causado la pandemia por el COVID-19 en la actividad económica como también en el estilo de vida normal. En consecuencia, la Organización Mundial del Comercio (OMC) ha pronosticado una caída entre el 13 % y el 32 % del flujo de comercio mundial en el 2020, este pronóstico dependerá del comportamiento sanitario y de las políticas de recuperación económica.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2018) en su informe *La Unión aduanera centroamericana: probables impactos económicos y sociales* afirma que a pesar de que Centroamérica cuenta con protección arancelaria relativamente baja, el problema se encuentra en las barreras administrativas para el comercio, esto se refleja en el tiempo requerido para exportar e importar y otras medidas no arancelarias que causan que en promedio todas las importaciones centroamericanas enfrentan un arancel adicional del 18 %, lo cual es bastante alto y cambia todo el panorama. Esto se aprecia de manera más elevada en productos textiles, agropecuarios, confecciones, agrícolas y calzado.

Las dificultades administrativas y problemas logísticos (información, comunicación, carencia de servicios, elevados costos de transporte) no son nuevos y afectan gravemente a toda Centroamérica. Todas estas barreras perjudican negativamente la competitividad de las empresas exportadoras y, cabe recalcar que, las más dañadas por este escenario son las pequeñas y las medianas, ya que estas representan alrededor del 75 % del total que operan en Centroamérica, «de igual forma, estos costos inciden negativamente en el precio final que pagan los consumidores, afectando el bienestar de los hogares (CEPAL, 2018, p. 14). Por lo tanto, se determina que una de las barreras comerciales que más aquejan la región son las administrativas.

Francois, van Meily y van Tongeren (2003, citados por CEPAL, 2018) analizaron modelos de competencia imperfecta con una versión GTAP en el sector de manufacturas, y «asumiendo una reducción de 1,5% en los costos de transacción, estiman beneficios globales cercanos a 72 mil millones de dólares» (p. 8). Estos modelos permiten cuantificar los beneficios de facilitar el comercio a nivel mundial, regional y nacional, por lo que realmente se comprueba las ventajas de las barreras comerciales.

La facilitación del comercio (medidas de menores tiempo de procesamiento y de costos) tiene un impacto significativo en la mejora de los flujos de comercio. Este efecto se puede observar mas pronunciado en exportaciones de alimentos y productos agrícolas. Según CEPAL (2018), en un estudio realizado por el Foro Económico Mundial se determinó que si se facilita el comercio y se mejora todo su entorno el Producto Interno

Bruto (PIB) aumentaría un 2,6 % y un incremento en las exportaciones mundiales de un 9,4 %.

En la página oficial de Fondo Monetario Internacional sobre temas económicos, se describe el efecto positivo de la liberalización del comercio y la inversión extranjera directa en la productividad y el producto, donde destaca que, debido a numerosos estudios, no se puede negar que la liberalización del comercio internacional y la inversión extranjera directa (IED) mejoran significativamente. Existen dos beneficios en concreto que realzan la productividad:

*Más competencia:* «El desmantelamiento de las barreras al comercio y la IED puede promover la competencia en el sector liberalizado. Eso puede ayudar a las empresas a aprovechar las economías de escala, mejorar la eficiencia, absorber tecnología extranjera e innovar» (Dabla-Norris y Duval, 2016, párr. 6). Lo primero que se necesita para poder empezar todo este proceso es liberalizar el comercio, para lo cual se requiere contar con una atmósfera saludable y disminuir los tipos de barreras comerciales en general, simplificando todos los trámites y trabas que lo desmotiven.

*Mayor variedad y calidad de insumos:* «La liberalización del comercio internacional también puede fomentar la productividad incrementando la calidad y la variedad de los insumos intermedios empleados en la producción de bienes finales» (Dabla-Norris y Duval, 2016, párr. 7).

Está demostrado que una reducción de solo el 1 % de los aranceles sobre los insumos incrementan la productividad total de los factores. Además, los efectos se sienten en la economía relativamente rápido, esto según el Fondo Monetario Internacional con base en un estudio que analiza los aranceles vigentes en 18 sectores de 18 países durante más de dos décadas. En consecuencia, se determinó que todos los aumentos de la productividad se deben a recortes de los aranceles.

Según el Fondo Monetario Internacional (2002), en su estudio *Mejorar el acceso a los mercados*, «La integración a los mercados mundiales ofrece la posibilidad de acelerar el crecimiento económico, crear empleos mejor remunerados y reducir la pobreza» (párr. 1). Los países industriales han seguido aplicando barreras para el acceso a los mercados y políticas que ponen en desventaja la productividad de los países.

La verdadera razón de crecimiento se encuentra en las regulaciones, aproximadamente un 96 % del comercio es afectado por, al menos, una regulación; las barreras que más perjudican son las no arancelarias, las cuales son muy complejas de entender y normalmente no está claro cómo se deben aplicar, lo que significa que las pequeñas y más vulnerables compañías son las que tienen que pagar el precio mayor.

Los países con menos desarrollo obtienen pérdidas de 23 billones de dólares al año, lo que significa un 15 % de todas las exportaciones y se deben exclusivamente a las barreras no arancelarias. Estas medidas siguen fragmentando el comercio internacional

y hay que darle la importancia que merece para poder disminuir su impacto negativo. Un enfoque coherente de desarrollo para el comercio necesita políticas comerciales que generen oportunidad para los países en desarrollo como lo es Costa Rica y que les permita aprovecharlas y desarrollarse.

## **Metodología**

El tipo de metodología empleado en esta investigación es explicativo, ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2010) «su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta» (p. 84). En este caso, se pretendió aclarar cuáles son las amenazas que comúnmente presentan las empresas a la hora de ingresar al mercado internacional, es decir, el porqué, el cómo y las consecuencias que se generan.

Primero se explicó qué son las barreras comerciales y sus tipos, ya que son las principales amenazas que enfrentan las empresas a la hora de querer exportar sus productos, además de otras problemáticas que permitieron llevar a cabo el objetivo de identificar estos problemas y también de explicar sus posibles soluciones.

Posterior al análisis de las amenazas, se realizó un estudio cualitativo, ya que se basó en obtener datos no cuantificables, puesto que este tipo de enfoque «utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación» (Hernández et al., 2010, p. 7). El estudio ofrece mucha información, sin embargo, los datos que se obtienen son subjetivos y se centran en aspectos más descriptivos.

Para la recolección de los datos se seleccionó el cuestionario como el instrumento de medición mediante la técnica de la encuesta y a través de la plataforma de Google Forms para su elaboración. Las encuestas pretendieron realizar preguntas a empresarios que estén en constante exportación e importación de productos y poder obtener más número de respuestas acerca de cuáles son los problemas que normalmente enfrentan, si conocen exactamente cuáles son las barreras comerciales o los procesos administrativos requeridos, además de conocer si se sienten en desventaja al ser una empresa de un país en vías de desarrollo o por pertenecer a América Latina.

La encuesta se efectuó a un grupo aproximado de 50 personas sin distinción del sexo o edad, con el fin de determinar si necesitan contar con experiencia para realizar trámites de exportación o importación, así como identificar las amenazas que se les presentan y hasta qué punto reciben apoyo por parte del Gobierno o si con sus procesos burocráticos les atrasan la productividad. Además, un dato importante que se debe comprender es si están anuentes a las barreras comerciales que presentan en su industria, ya sean arancelarias o no arancelarias.

Las estadísticas económicas de la Cámara de Comercio de Costa Rica, exponen que

Según datos de la Caja Costarricense del Seguro Social, a diciembre del 2012 el Sector Comercial estaba compuesto por 65.538 empresas formales, de las cuales el 72,7% son microempresas, el 21,4% son pequeñas empresas, el 4,1% son medianas empresas y el 1,9% son grandes empresas. En total el 98,1% del total de empresas son PYMES» (Cámara de Comercio, s. f., párr. 1).

Las pymes son micro, pequeñas y medianas empresas que cuentan con de 1-5 trabajadores, las pequeñas de 6-30 y las medianas de 31-100 trabajadores.

Utilizando el modelo matemático para realizar el cálculo de la muestra se estableció lo siguiente:

- Población: 64 293
- Nivel de confianza: 85 %
- Margen de error: 15 %
- % supuesto de varianza: 50

Con la información anterior se llevó a cabo el estudio que arrojó un resultado de 51 pymes nacionales.

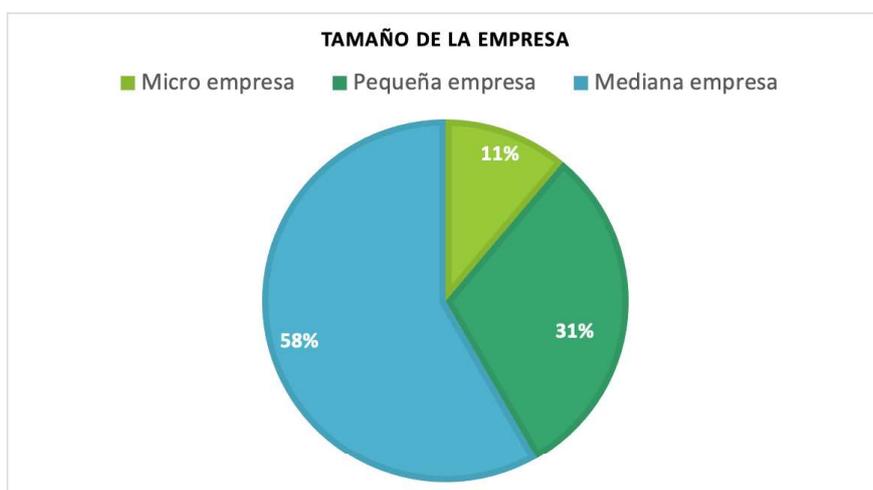
Asimismo, se aplicó un cuestionario de 23 preguntas con preguntas abiertas y cerradas, el cual permitió recopilar la información detallada en los objetivos y contar con la opinión de exportadores y importadores sobre cuáles son las principales amenazas que atraviesan, debido principalmente a las barreras comerciales.

### **Análisis de resultados**

Posterior al estudio que se realizó por medio de la recolección de datos para esta investigación y a través de un cuestionario, se logró recopilar numerosa información valiosa que se utilizará para plantear las estrategias y recomendaciones que contribuyan a reducir las amenazas que normalmente presentan las pymes y entender el impacto de las barreras comerciales, además de analizar el papel que cumple el Gobierno y cómo puede mejorar el panorama que presentan las pymes.

La muestra se aplicó en 51 empresas costarricenses, entre las cuales existen micro, pequeñas y medianas empresas y todas han pasado por el proceso de importación o exportación, por lo que han tenido que lidiar con el mercado internacional.

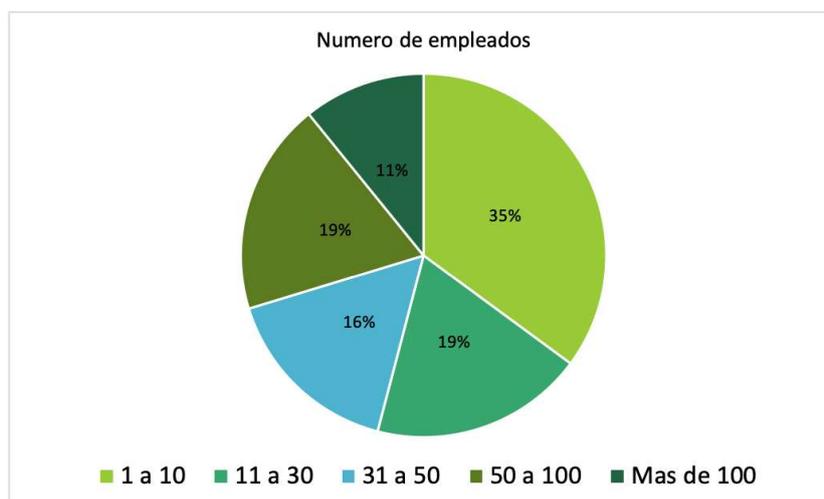
A continuación, en la Figura 1 se puede observar que el 11 % de las personas encuestadas poseen una microempresa, el 31 % una pequeña y el 58 % una mediana.



**Figura 1. Tamaño de la empresa**

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En la Figura 2 se muestra que el 35 % de las empresas en estudio tiene de 1 a 10 empleados, el 19 % entre 11 y 30 empleados, el 16 % entre 31 y 50, el 19 % entre 50 y 100 y el 11 % cuenta con más de 100 empleados.

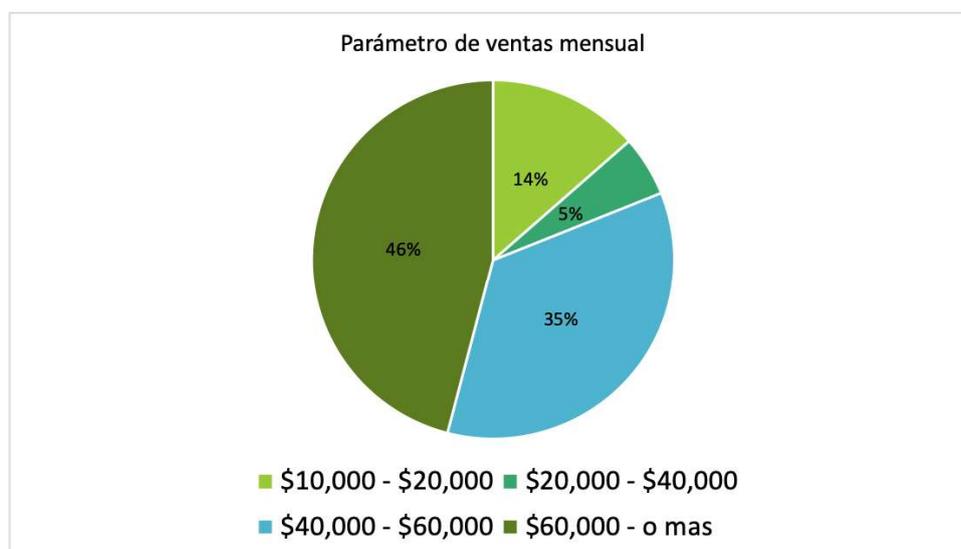


**Figura 2. Número de empleados**

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En cuanto al análisis sobre el parámetro de ventas de las empresas encuestadas, el 14 % obtiene ventas entre \$10 000 y \$20 000 mensuales, el 5 % de \$20 000 a \$40 000, el 35 % entre \$40 000 y \$60 000 y el 46 % consigue ventas de \$60 000 mensuales o más (Figura 3).

Se puede apreciar que la mayoría de las empresas encuestadas son medianas, por lo que obtienen ventas mensuales elevadas por más de \$60 000 al mes.

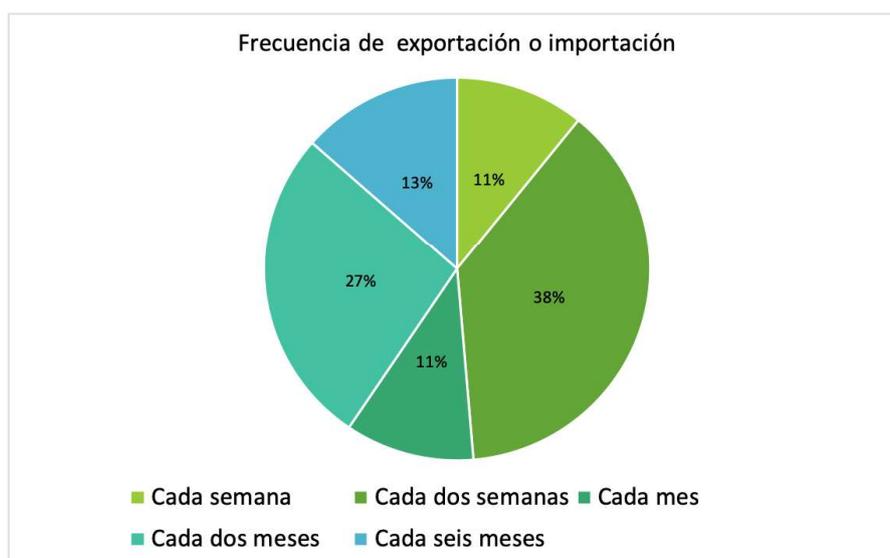


**Figura 3. Parámetro de ventas mensuales**

Fuente: Elaboración propia, 2020.

La frecuencia de exportación o importación de las empresas encuestadas, según la Figura 4, la realiza semanalmente un 11 %, el 38 % cada dos semanas, el 11 % de forma mensual, el 27 % cada dos meses y el 13 % semestralmente.

Con esta información se puede comprobar que la mayoría exporta o importa con frecuencia, lo que quiere decir que realizan un proceso constante y eso le otorga veracidad a la información recabada, ya que son personas que conocen las amenazas y las identifican con más facilidad.

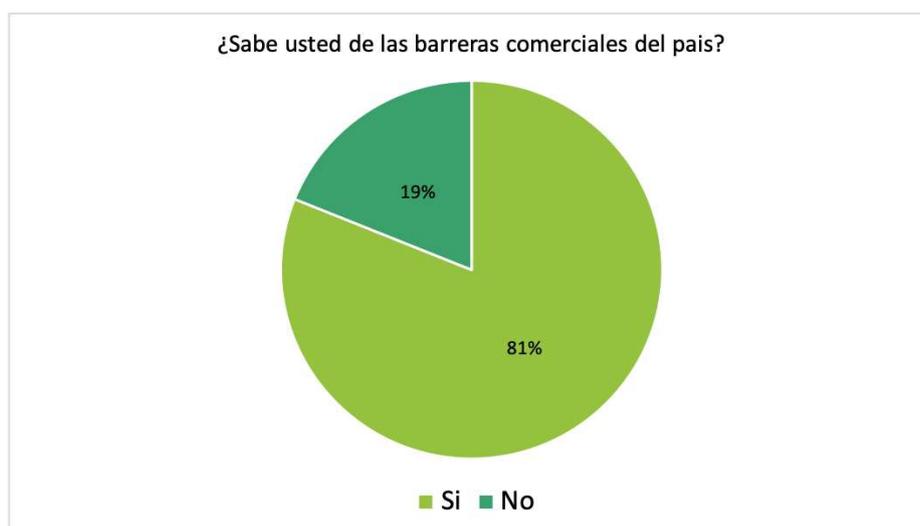


**Figura 4. Frecuencia de exportación o importación**

Fuente: Elaboración propia, 2020.

Referente a si los comerciantes conocen las barreras comerciales del país, la Figura 5 demuestra que un 81 % si las conoce frente a un 19 % que no.

A pesar de que el primer porcentaje es alto, el segundo también lo es, dado que no existe suficiente información disponible sobre las barreras comerciales en Costa Rica. A lo largo de la investigación, se trató de recopilar la mayor cantidad de información relacionada con el tema, sin embargo, los datos disponibles no aclaran ni mencionan exactamente las barreras comerciales que se tienen, siendo esta una de los principales obstáculos que enfrentan las personas a la hora de tratar de importar o exportar algún producto. Si un 19 % de individuos o empresas que con frecuencia exporta o importa no tiene claros las barreras comerciales, es un signo que esto se debe mejorar.

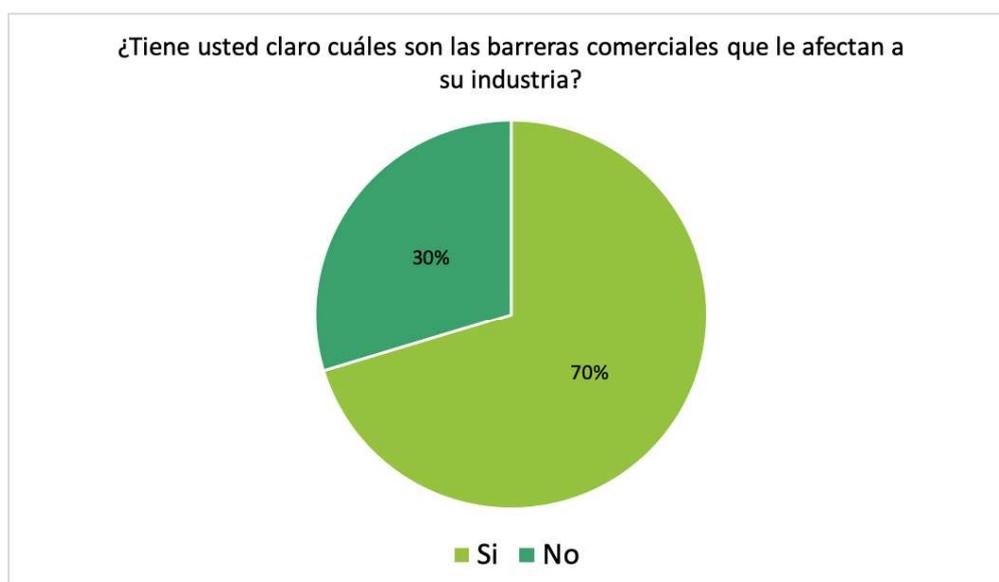


**Figura 5. Barreras comerciales del país**

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En la Figura 6 se muestra el porcentaje de los que tienen claro cuáles barreras comerciales afectan a la industria y cuáles no. El 70 % de los encuestados si las conoce contra un 30 % que no sabe. Esto es aún más preocupante que la Figura 5, debido a que son, precisamente, las barreras comerciales de la industria a la que se dedican sus empresas y un 30 % es un porcentaje elevado.

Para poder mejorar su proceso de internalización se necesita comprender cuáles barreras se deben enfrentar, ya que de lo contrario se vuelve aún más complicado, enmascarando cobros y trámites que no se tenían previamente pensados. Esta información permite notar la gran amenaza que enfrentan las pymes en el país, no se cuenta con información exacta y concisa para poder ingresar al mercado internacional.

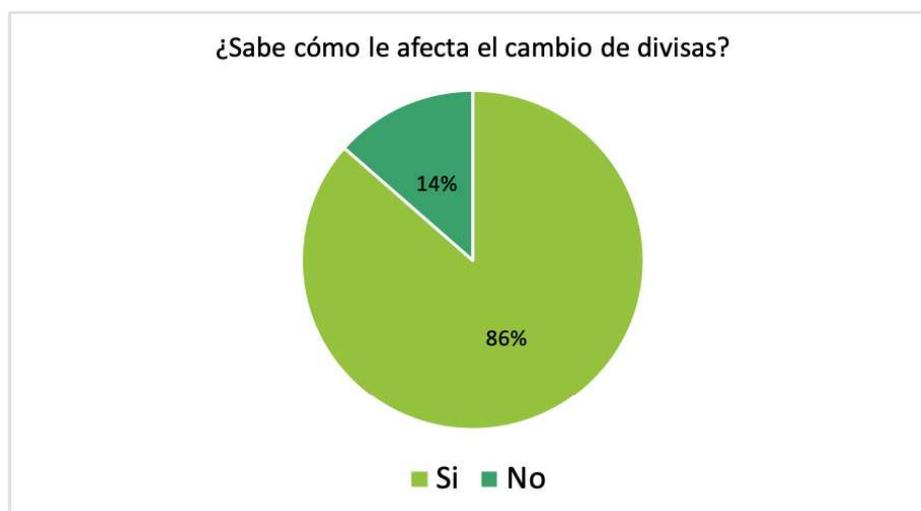


**Figura 6. Barreras comerciales según la industria**

Fuente: Elaboración propia, 2020.

De acuerdo con la Figura 7, el 86 % de los encuestados si tiene claro cómo le afecta el cambio de divisas a la hora de exportar o importar, contra un 14 % que no sabe.

Entender el cambio de divisas es vital, ya que permite conocer si el negocio va a traer grandes beneficios o pérdidas. Siempre hay que tener en cuenta que en la cadena de suministro van haber dos monedas involucradas, por lo que se debe evaluar esta información previa a realizar el negocio. Además, es importante considerar que si es una materia prima va a resultar mas afectado/beneficiado por el cambio de divisas, a diferencia de si es un producto terminado.

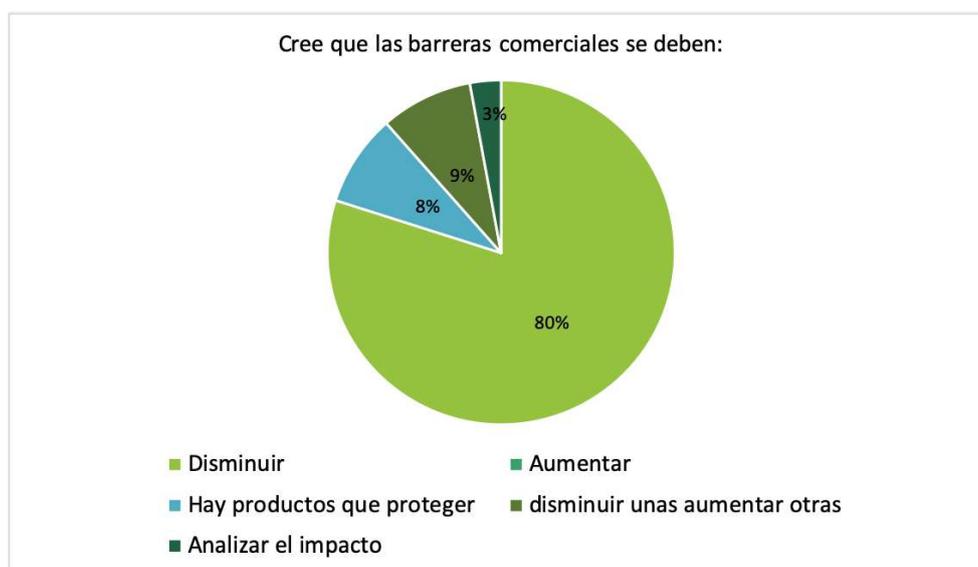


**Figura 7. Afectación por el cambio de divisas**

Fuente: Elaboración propia 2020.

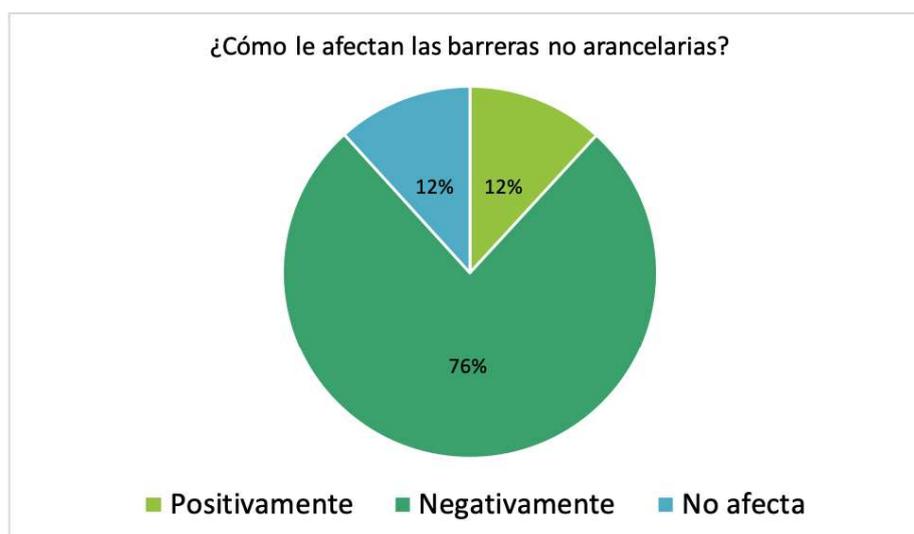
En la Figura 8 se observa que el 80 % de los encuestados creen que se deberían minimizar las barreras comerciales existentes en Costa Rica, un 9 % que se deben disminuir unas y aumentar otras, un 8 % piensa que hay productos que se deben proteger y un 3 % analizar el impacto que generan.

Si bien se aprecia que la gran mayoría (80 %) piensa que se deben disminuir las barreras comerciales, es ciertamente porque lo ven como un problema para sus negocios.



**Figura 8. Barreras comerciales**  
Fuente: Elaboración propia, 2020.

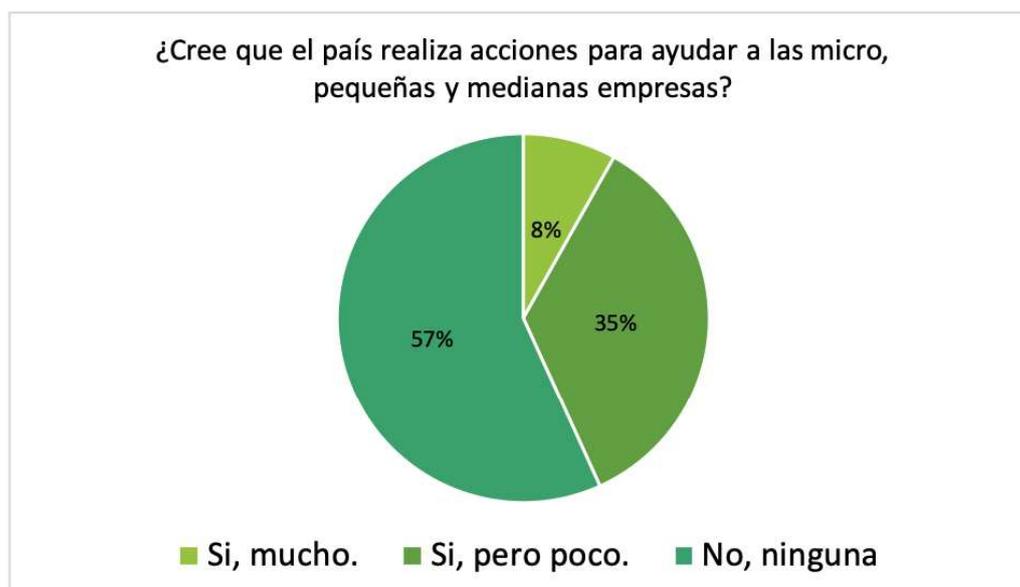
En cuanto a cómo afectan las barreras no arancelarias, la Figura 9 muestra que un 76 % de los encuestados cree que negativamente, a un 12 % no les afecta y un 12 % considera que les afecta positivamente. Esto va a depender de la industria en las que se desarrollan, dado que existen ciertos productos e industrias que están realmente perjudicadas por las medidas no arancelarias y otras a las que no les repercute porque no se están protegiendo.



**Figura 9. Impacto de barreras no arancelarias**

Fuente: Elaboración propia, 2020.

Al preguntar a los encuestados si creen que el país toma acciones para ayudar a las micro, pequeñas y medianas empresas, el 57 % considera que no realiza ninguna acción de ayuda, el 35 % que sí, pero pocas y el 8 % que sí de forma frecuente. Esta información demuestra que la mayoría de los empresarios no siente apoyo por parte del Gobierno. Un 57 % es un porcentaje bastante alto y, por ende, se debe cambiar. Debe existir apoyo del Estado, sobre todo para las pymes que son las principales responsables de mantener la economía saludable.

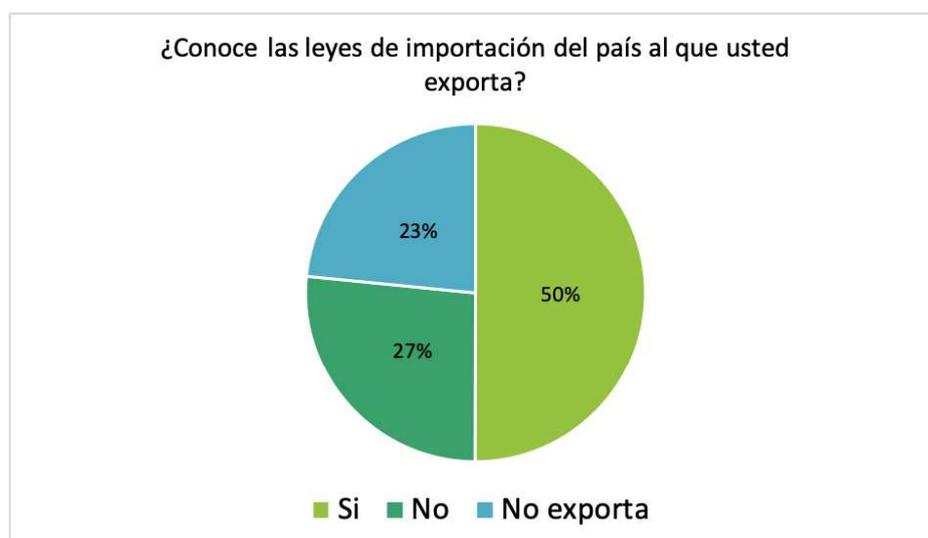


**Figura 10. Impacto de barreras no arancelarias**

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En relación con la pregunta de si conocían las leyes de importación del país al cual exportan, un 50 % opina que, si las conoce, un 27 % que no y el 23 % no exportan (Figura 11).

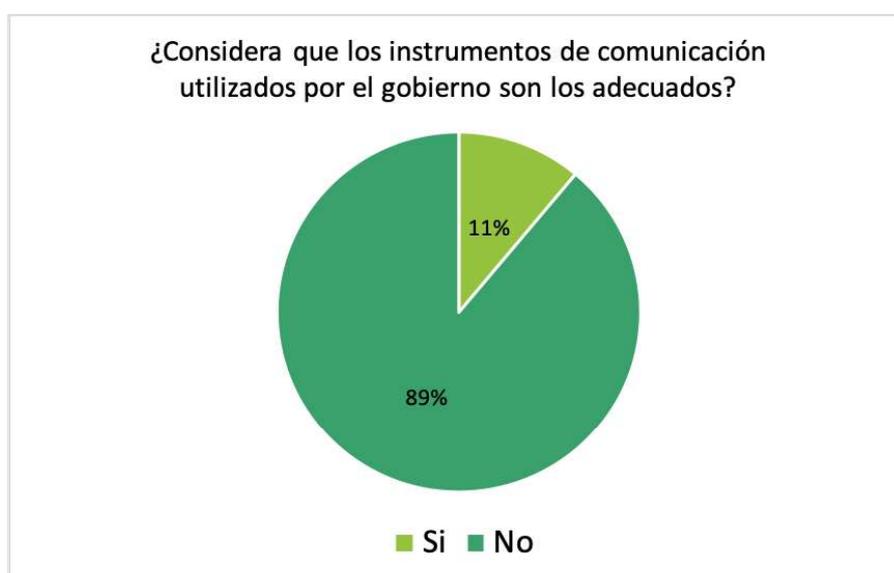
Un 50 % es un dato elevado, pero refleja una problemática que se ha podido comprobar con el presente estudio. Cuanta más información acerca de ingresar al mercado internacional se tenga, más fácil va a ser el proceso, además que se debe tener claro cuáles son los costos reales antes de ingresar al mercado para que el individuo o la empresa pueda analizar a fondo si le es rentable exportar o importar cierto producto y que no haya que pagar demás por trámites con los que no contaban. La información se debe comprender y estar siempre disponible para mejor repercusión. Un 27 % de los encuestados que exporta no conoce las leyes con exactitud, lo que quiere decir que se va a enfrentar con situaciones difíciles que debería entender anticipadamente.



**Figura 11. Conocimiento de las leyes de importación del país que al que se exporta**  
Fuente: Elaboración propia, 2020.

La Figura 12 muestra el porcentaje de los entrevistados que piensan que los instrumentos de comunicación que utiliza el Gobierno son los adecuados, un 11 % considera que si contra un 89 % que opina que no.

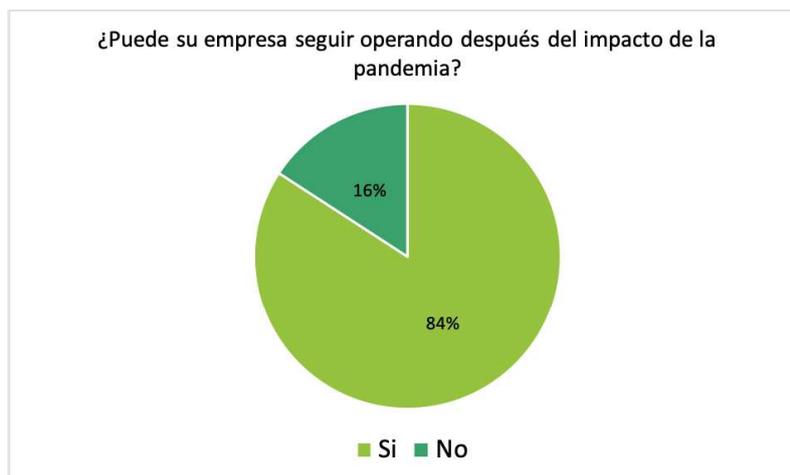
Los instrumentos que posee el Gobierno de Costa Rica definitivamente no son los adecuados, ya que no cuentan con la suficiente información disponible acerca de los procedimientos por realizar ni los costos. Gracias al estudio se pudo comprobar esta información y acerca de que un 89 % de los emprendedores encuestados no sienten que sean los canales de comunicación apropiados, refleja mucho sobre la falta de información y sus métodos.



**Figura 12. Instrumentos de comunicación utilizados por el Gobierno**

Fuente: Elaboración propia, 2020.

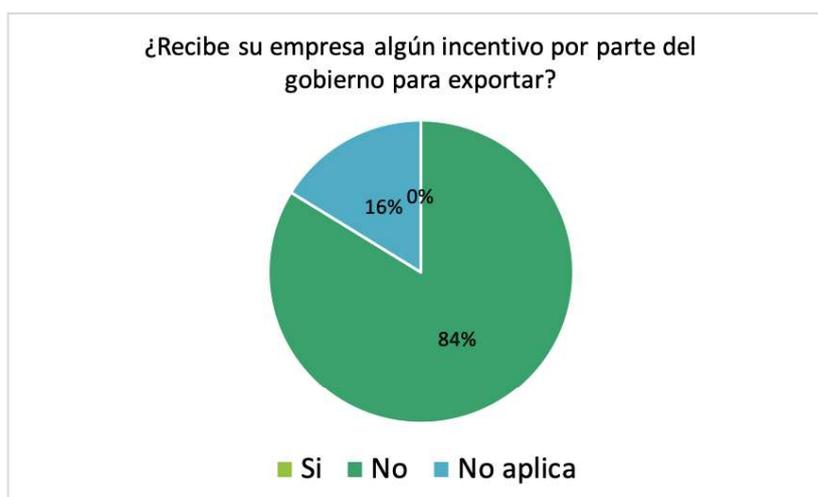
La pandemia ha impactado gravemente la economía mundial, por lo que se deben tomar las precauciones y analizar la situación para poder otorgarle la mayor oportunidad a las empresas para sobrevivir, sin embargo, en la Figura 13 se aprecia que un 84 % de las empresas si pueden seguir operando después del impacto del COVID-19 y un 16 % que no podrán continuar.



**Figura 13. Impacto del COVID-19**

Fuente: Elaboración propia, 2020.

La Figura 14 expone si las empresas encuestadas recibieron algún incentivo por parte del Gobierno. El 84 % no han recibido ninguno, al 16 % de los encuestados no le aplica la pregunta y no hubo ningún sí como respuesta. Esto refleja la falencia de incentivos que existe por parte del Estado.

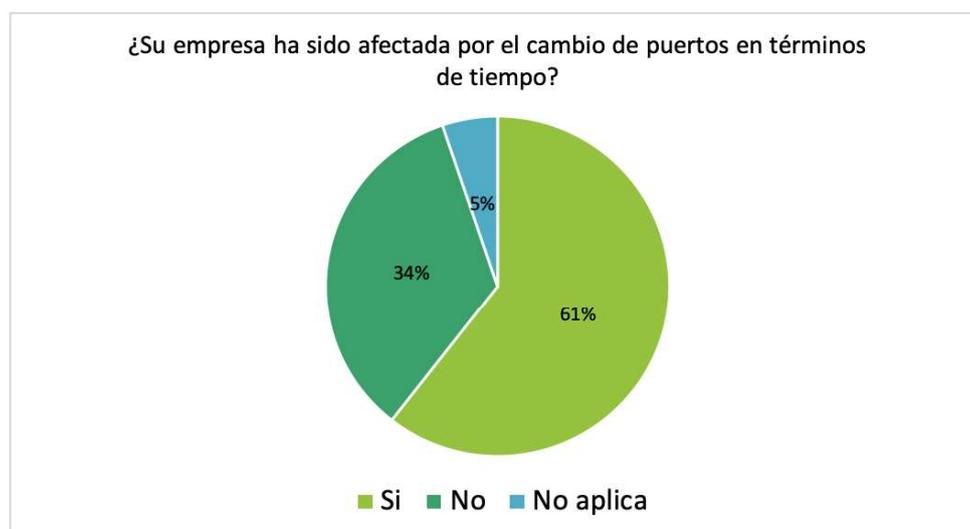


**Figura 14. Incentivo gubernamental**

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En la Figura 15 se presenta el resultado de si las empresas han sido afectadas por el cambio de puertos en Costa Rica en términos de tiempo. Un 61 % de los encuestados opina que sí, un 34 % que no y un 5 % no aplica para esta pregunta.

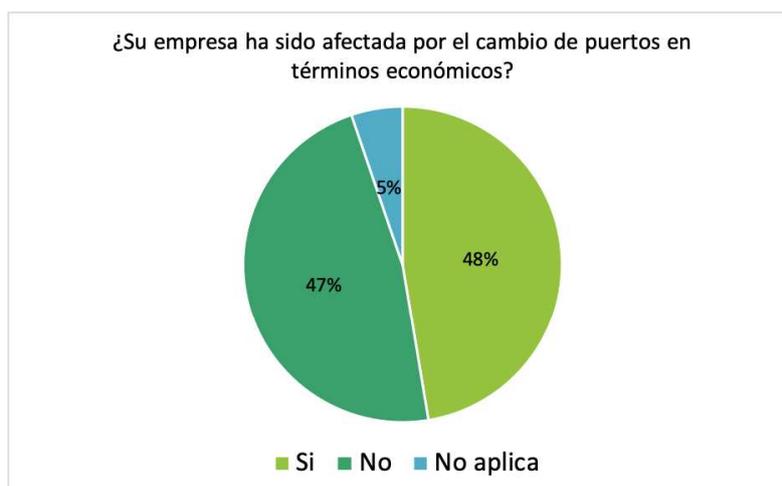
Un 64 % afectado por los puertos en temas de tiempo es excesivamente alto. Se deben analizar los problemas y agilizar completamente la logística, dado que esto representa una barrera comercial.



**Figura 15. Cambio de puertos en términos de tiempo**

Fuente: Elaboración propia, 2020.

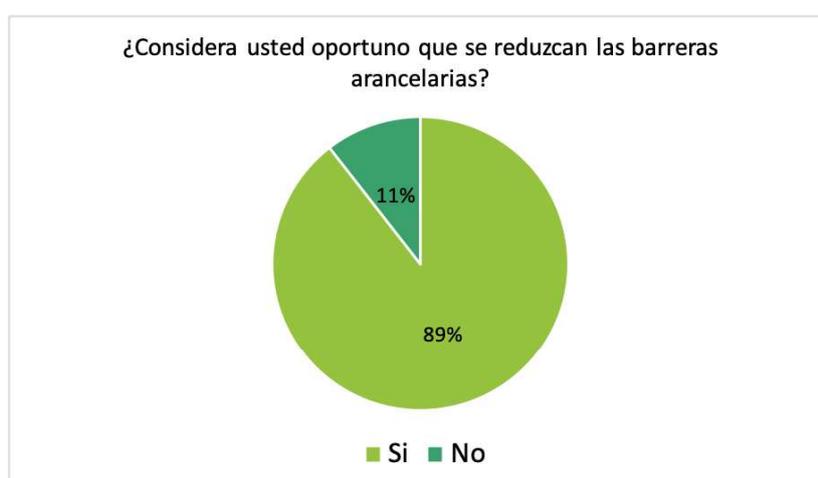
En la Figura 16 se muestra si las empresas han sido afectadas en el cambio de puertos en términos económicos, a lo cual un 48 % considera que sí, un 47 % que no y a un 5 % de los encuestados no les aplica la pregunta. Respecto a esta interrogante, cabe destacar que los cambios de puertos deberían significar un avance económico.



**Figura 16. Cambio de puertos en términos económicos**

Fuente: Elaboración propia, 2020.

Según los datos de la Figura 17, se puede analizar que un 89 % de los encuestados considera oportuno que se reduzcan las barreras arancelarias y un 11 % que no se deben reducir. Esta información comprueba la teoría de que las barreras arancelarias en Costa Rica se deben reducir, ya que, si el 89 % de los encuestados cree que es oportuno, demuestra la gran problemática que representa.

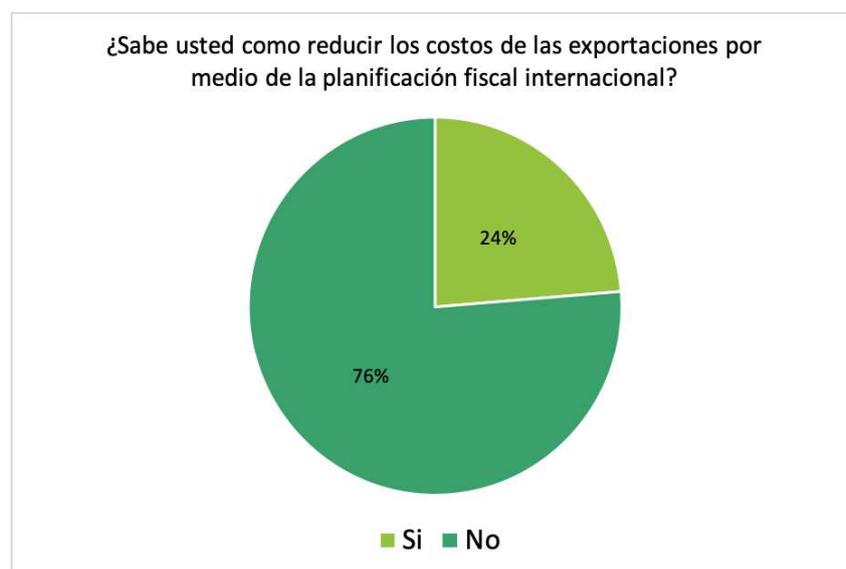


**Figura 17. Barreras arancelarias**

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En relación con la pregunta ¿sabe cómo reducir los costos de las exportaciones por medio de la planificación fiscal internacional?, el 76 % de los encuestados indican que no, frente a un 24 % que sí, tal como se percibe en la Figura 18.

El 75 % es un porcentaje bastante alto para una situación que podría reducir costos a las empresas, ya que consiste en desarrollar políticas de negocios de acuerdo con cada una para lograr el mayor equilibrio posible entre obtener mayores rendimientos y menos carga fiscal, lo que les permitiría realizar una adecuada planificación fiscal internacional.



**Figura 18. Planificación fiscal internacional**

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En la Figura 19 se detalla que un 61 % de los encuestados utilizan acuerdos comerciales para reducir las barreras comerciales y un 39 % no las usa, lo cual es indispensable reducir este último porcentaje se debe con el fin de obtener más beneficios.



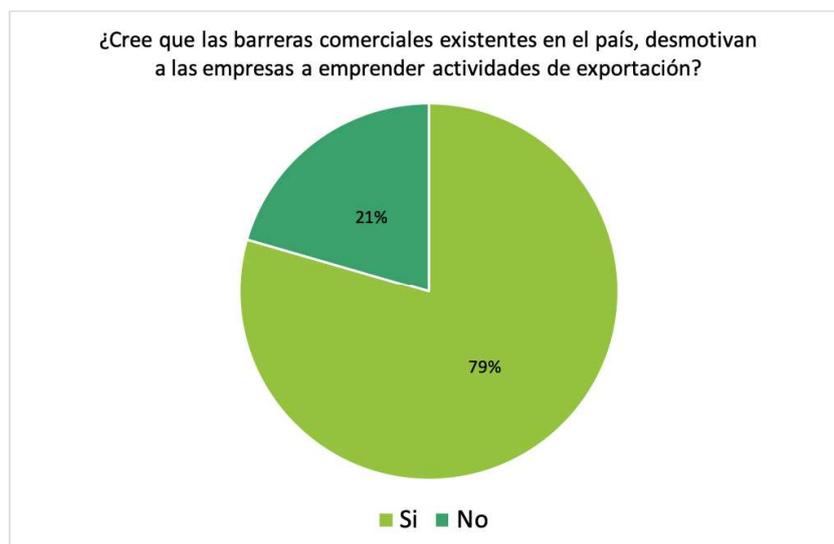
**Figura 19. Mecanismos de los tratados de libre comercio y acuerdos internacionales**  
Fuente: Elaboración propia, 2020.

Innumerables estudios a lo largo de los años han demostrado que efectivamente las barreras comerciales afectan la productividad del país y de las empresas. Respecto a esto, en la Figura 20 se observa que un 82 % de los encuestados afirman que las barreras comerciales tienen un efecto en su productividad y limitan su operación y un 18 % no lo creen así.



**Figura 20. Barreras comerciales y productividad**  
Fuente: Elaboración propia, 2020.

Según lo muestra la Figura 21, un 79 % de los encuestados creen que las barreras comerciales existentes en el país, desmotivan a las empresas a emprender actividades de exportación. Esto comprueba la teoría descrita anteriormente relacionada con el análisis de la relación de las barreras y la productividad de un país.



**Figura 21. Barreras comerciales y emprendimiento**

Fuente: Elaboración propia, 2020.

## Conclusiones y Recomendaciones

Con el estudio de investigación se concluye que

- Efectivamente, las barreras comerciales, ya sean arancelarias o no arancelarias, tienen un efecto sumamente negativo en las pymes del país. Si bien es cierto nunca se van a eliminar en su totalidad, algunas deberían reformar las ya existentes para que haya una disminución notable que incentive el comercio. Más del 80 % de los empresarios encuestados concuerdan que se deberían disminuir y un 79 % concordó en que estas desmotivan a emprender actividades de exportación.
- No se cuenta con información suficiente disponible con el fin de expandir la investigación lo más posible e informar sobre las barreras arancelarias y no arancelarias del país, dado que con el análisis de los porcentajes y de la información disponible se concluyó que no existen suficientes datos acerca de las barreras comerciales en Costa Rica ni en las páginas oficiales del Gobierno como, por ejemplo, el Ministerio de Hacienda, en la que plantea que los porcentajes de importación de las diferentes industrias no se encuentran a disposición.
- El problema de la información insuficiente es grave, ya que es el primer paso para que una empresa o individuo conozca para exportar o importar, siendo esta la primera barrera por eliminar. Se debe contar con la mayor información posible de todas las industrias que ayude a evacuar dudas y que el emprendedor comprenda cómo es el porcentaje que debe pagar, dónde y cómo efectuar los trámites y todos los costos adicionales.
- Los innumerables trámites que solicita el Gobierno de Costa Rica para el ingreso al mercado internacional son muy burocráticos y, además, conllevan cobros escondidos que no se explican con anterioridad, creando un impacto negativo.
- El puerto nuevo significa una barrera no arancelaria debido a los atrasos que están surgiendo con el tiempo y los procesos de logística. Es un tema que se debe resolver rápidamente porque su inversión se hizo para mejorar este proceso no para entorpecerlo.

A partir de esta investigación y por lo expuesto anteriormente se recomienda:

- Crear un programa de comunicación más amplio e informativo entre los comerciantes y el Gobierno, además, invertir en dar seguimiento a las pymes de Costa Rica para que puedan realizar su proceso de la mejor manera. En este programa se debe incluir el facilitar créditos para las empresas y brindar información detallada sobre estos para que les permita adquirir o continuar su internalización.
- Crear un país que sea atractivo para la inversión extranjera directa. Todos los países con casos de éxito en sus economías optaron por abrir el mercado ampliamente e instaurar medidas liberales, lo que significa menos aranceles y barreras. Lamentablemente, Costa Rica se encuentra lejos de alcanzar este modelo, cada vez imponen nuevos aranceles y más trabas, y se debe hacer totalmente lo contrario y apoyar al empresario.
- Atraer multinacionales y otras empresas para que se desarrollen en el país. La inversión extranjera directa (IED) tiene una relación muy grande con la productividad nacional, si se quiere ser productivo y mejorar, se debe mantener una agradable atmósfera comercial.
- Simplificar el proceso al mínimo, ya que los innumerables trámites que solicita el Gobierno de Costa Rica son muy burocráticos y conllevan a cobros escondidos que no se explican con anterioridad, creando un impacto negativo.

## Referencias

- Cámara de Comercio de Costa Rica. (s. f.). El comercio: número de empresas. Recuperado de [http://camara-comercio.com/camara2/wp-content/uploads/2015/11/17\\_docestadisticasempresas.pdf](http://camara-comercio.com/camara2/wp-content/uploads/2015/11/17_docestadisticasempresas.pdf)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2018). *La Unión aduanera centroamericana: probables impactos económicos y sociales*. Unidad de Integración Regional de la División de Comercio Internacional e Integración (DCII) de la CEPAL. Recuperado de [https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/la\\_union\\_aduanera\\_centroamericana\\_probables\\_impactos\\_economicos\\_y\\_sociales\\_1.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/la_union_aduanera_centroamericana_probables_impactos_economicos_y_sociales_1.pdf)
- Dabla-Norris, E., Duval, R. (2016). *La reducción de las barreras comerciales puede reactivar la productividad y el crecimiento mundial*. Recuperado de <https://blog-dialogoafondo.imf.org/?p=6620>
- Figel, L., Maffioli, A. (2018). *Las PYME y el desafío de exportar*. Recuperado de <https://blogs.iadb.org/bidinvest/es/el-desafio-de-las-pyme-a-la-hora-de-exportar/>
- Fondo Monetario Internacional [FMI]. (2002). *Mejorar el acceso a los mercados: Mayor coherencia entre la ayuda y el comercio exterior*. Recuperado de <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2002/esl/032102s.htm>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5.ª ed.). México D. F.: McGraw-Hill.
- Ministerio de Comercio Exterior. (2019). *Análisis sobre la evolución del comercio exterior y IED en Costa Rica: en 2019*. Recuperado de <http://www.comex.go.cr/media/8088/ana-lisis-sobre-la-evolucio-n-del-comercio-exterior-e-ied-en-costa-rica-2019final.pdf>