

Reforma del estado, reforma política, y mercado

Contenido:

Reforma del estado y política	1
La creatividad y el trabajo	2
El poder de la cooperación	2
La acuicultura y pesca	3
El trigo y el TLC	3
El IEE	4
La MYPE en el Perú.	4

El reciente discurso del presidente Alan García, enfatizó en necesidad de efectuar una reforma del estado y reforma política, además dejó entrever una mayor importancia al mercado como asignador de recursos. La dirección es correcta, aunque es necesaria una coherencia en el tiempo entre el pensar, decir y hacer.

Hemos argumentado en diversas publicaciones del IEE, sobre la imperiosa necesidad de que el Estado sea más "amigo" del mercado y del ciudadano. Reiteramos lo señalado por su pertinencia.

Economía de mercado (EdM). Es clave un:

A) Uso preferente del mercado para asignar recursos, dado que las personas (productor, consumidor), responden a incentivos que enfrentan.

B) Rol subsidiario del gobierno. Los gobiernos deben

canalizar sus esfuerzos hacia a aquellas tareas que el mercado no puede resolver. El papel de incentivos es clave en una EdM.

Incluso en lógica de la EdM, una labor primordial de **políticas públicas** consiste en reproducir la estructura de incentivos de esquema de competencia (en áreas como educación y salud, por ejemplo). Una EdM se sustenta en principios de libertad, responsabilidad, solidaridad, competencia, e individualismo. Hasta ahora el Perú se ha caracterizado por fenómenos de autoritarismo, clientelismo, populismo, corrupción, captura de instituciones y políticas públicas por intereses particulares. Ello implicó intervenciones estatales, abiertas y/o disimuladas, que desincentivaron el funcionamiento eficiente del **mercado** y promovió el rentismo.

Es pues hora de hacer del Estado un amigo del mercado y también del ciudadano

Reforma del estado (REFE)

La reforma del estado no sólo implica lograr ser amigo del mercado, sino también amigo del ciudadano. En efecto, la actuación del estado ha impedido que las políticas públicas puedan procesar, agregar y responder a demandas de **ciudadanos**, contribuyendo a la exclusión de amplios sectores de población de beneficios del crecimiento. Una REFE supone:

1. Concebir la reforma y modernización del Estado como proceso de reforma política orientado a consolidar el estado de derecho y gobernabilidad democrática y subordinar, por ende, los diseños organizacionales, de gestión y de procesos a ese objetivo.
2. Considerar que hay relación de reciprocidad y complementariedad entre reforma Estado, y fortalecimiento de sociedad civil y expansión mercado.

Estado, mercado y reforma política

Como lo señalado en "A-Z" # 02, en el debate sobre rol del Estado y mercado, ha habido una omisión del papel de la **política** ello ha conducido a atribuir a fallas del mercado lo que en verdad han sido fallas de la política, y se ha atribuido a fallas del Estado lo que también han sido fallas de la política. La única forma de asegurar que el Estado intervenga en

beneficio del interés público y no de intereses particulares, o de sí mismo, es vía un efectivo **sistema democrático** de gobierno. La eficiencia de intervenciones del Estado no depende tanto de su racionalidad técnica-instrumental como de su autonomía política en relación a intereses particulares. Va más allá de simplificaciones!

La **política (P)** juega rol clave en determinación de tamaño y distribución de servicios del Estado. Tiene mucho que ver con creación y funcionamiento de instituciones públicas (afectan eficiencia del gobierno y sector privado). Determina en

Del PP 2006 (= S/. 51 m.m.): del gob. Central (75%) el 61% va a gasto corriente, 10% a gasto de capital, y 29% a pagar deuda. De Gobs. Regionales (17%) el 87% va a gasto corriente y 13% a gasto de capital. Gob. Locales (8%) destinan el 35% a gasto corriente, 59% a gasto de capital, y 6% a deuda.

buena medida capacidad de **democracia (D)** para traducir preferencias de ciudadanos en políticas efectivas y justas. La **P** es particularmente importante para creación y mantenimiento de **instituciones (I)**, y como éstas son claves para el desarrollo, entonces la P es clave.

Una **D** se institucionaliza si pueblo, líderes y autoridades valoran las **I** como parte de su vidas, se someten a sus normas y procedimientos, comparten principios de comunidad política, creen

que sistema es legítimo, respetan las discrepancias, tienen una visión común del interés público, superan diferencias vía acuerdos, y contribuyen al logro de objetivos colectivos. La real **D** va más allá de simples elecciones!

Aquí las **I** políticas son sólidas, coherentes, estables y honestas, los partidos están bien organizados, la justicia es independiente, los órganos de control cumplen sus tareas y la burocracia es competente. Un gobierno con un bajo nivel de institucionalización, no sólo es débil sino también es malo para el país.

Las **I** políticas democráticas son una "meta instituciones", destacadas en el universo más extenso de I que apoyan a una economía de mercado. La existencia de **instituciones democráticas** firmes tiene un valor mucho más amplio para el desarrollo. Alcanzar el nivel adecuado en la composición y eficiencia en la prestación de servicios públicos y la capacidad de fiscalizar dependen inevitablemente del funcionamiento de I representativas que toman las decisiones en este sentido. La **D** es condición para el crecimiento, la equidad y sostenibilidad del crecimiento, y no al revés. La **conexión** esporádica de ciudadanos con la política y los políticos son las elecciones; la conexión cotidiana, aquella a partir de las cuales se forma las convicciones más profundas y duraderas, son a partir del Estado (gobierno nacional o local). La reforma del sistema político es inseparable de reforma del Estado, y de la reforma económica. **Hay que reconstruir la institucionalidad en el Perú!**

La creatividad (CR) y el trabajo. Hay que decidirse !

Sin duda la creatividad crea valor. Hay pasos (procesuales, sistémicos y ambientales) para mejorar nuestro potencial creativo en el trabajo. Una vez que usted haya desestimado los **mitos** sobre la creatividad (ver recuadro), emergerán dos perspectivas fundamentales:

- i. La creatividad no existe en la mente de una persona de manera independiente; siempre depende de un contexto particular.
- ii. El principio de ausencia de ideas preconcebidas, indica que es imposible saber, de antemano, quién estará involucrado en un acto creativo, cuál será ese acto, ni cuándo o cómo ocurrirá.

Decidirse a ser creativo

Si combina estas dos perspectivas, usted descubrirá algo importante. En lugar de creer que uno debe tener ciertos talentos creativos para poder hacer lo que hace la gente creativa y, por lo tanto, ser creativo, hay que invertir la secuencia. Lo primero es decidirse a ser creativo, y después hacer las cosas que hace la gente creativa. Con el tiempo, advertirá que tiene las cualidades de las personas creativas. Específicamente, los expertos recomiendan concentrarse en los siguientes impulsores de la creatividad: Refuerce los mecanismos de generación de ideas.

El brainstorming (BR)

El BR nos acompaña desde 1930. Originariamente diseñado para mejorar la toma de decisión y la comunicación, aumenta la fluidez (es decir, la capacidad de producir muchas ideas originales con facilidad) y la flexibilidad, que es la habilidad para generar muchas clases diferentes de ideas. En la actualidad, los ejercicios de brainstorming se realizan, habitualmente, como sesiones especiales de entrenamiento, fuera del lugar de trabajo. Esos ejercicios se basan en dos principios: mientras se generan ideas no hay que emitir juicios, y la cantidad de ideas afecta la calidad de la decisión final. Se identifican cuatro categorías de brainstorming, cada una de las cuales exige un proceso de pensamiento levemente diferente: **1. Visiónario**, exige que usted imagine, detalladamente, una solución ideal a largo

plazo, así como los medios para alcanzarla. **2. Modificador**, a partir de una técnica mucho más autoexplicativa, usted generará nuevas ideas mediante la expansión o adaptación de las que ya existen. **3. Experimentador**, lo ayuda a identificar y a probar varias combinaciones sistemáticamente. **4. Explorador**, este enfoque apela al uso de imágenes -símbolos, analogías y metáforas- para desafiar las presunciones.

Los 05 mitos sobre la CR: La CR existe fuera del tiempo y circunstancias. A mayor inteligencia mayor CR. Los jóvenes son más creativos que los viejos. Las personas creativas están demasiado a la vanguardia. El acto creativo está esencialmente desprovisto de esfuerzo.

Cree incentivos y recompensas

Según la sabiduría convencional, los incentivos y recompensas debilitan la motivación intrínseca, condición esencial para un trabajo creativo Sin embargo, a juicio de

Teresa M. Amabile, profesora de la Harvard Business School, los incentivos y las recompensas pueden mejorar la motivación intrínseca porque aumentan la autoestima. Y contribuyen a que las personas se sientan libres de intentar experimentos para los que, de otra manera,

carecerían de medios.

Enriquezca el contexto

Si puede fertilizar el ambiente laboral, es probable que usted no necesite importar técnicas de pensamiento creativo o mejorarlas a través de incentivos. Entre un 60 y un 70 por ciento de la creatividad emana del entorno laboral. Lo inesperado le da vida al lugar de trabajo; cuando los empleados interactúan con ese ambiente, pueden provocar resultados inimaginables. Pero antes de fertilizar el terreno es necesario prepararlo. La mayor parte de las innovaciones exitosas, escribe Peter Drucker, son el resultado de una búsqueda consciente y con un propósito determinado. Hay que impulsar la creatividad de un modo sistémico, da mejores resultados.

El poder de la cooperación. Sumas que multiplican

Cuando se habla del tema de alianzas en las escuelas de negocios, por lo general se parte de que la cooperación entre empresas implica definir qué es lo que queremos y qué es lo que tenemos que pagar a cambio de ello.

Una alianza efectiva

Existe una manera mejor de hacer las cosas: el tipo de cooperación en la cual todos los involucrados participan de manera entusiasta, una cooperación en donde los problemas son resueltos de forma creativa y donde los resultados que se obtienen son superiores. Lo que se denomina una alianza efectiva (**J. Lewis**), es una relación que se establece entre dos organizaciones que producen resultados en términos de costes, ingresos y participación de mercado, sustancialmente mejores a resultados que podrían obtenerse en una relación distante.

Casos de alianzas

Ejemplos corporativos son el de Motorola que estableció una relación con sus proveedores (empresas que le proporcionan componentes y medios para sus dispositivos) que le permitió reducir en algunos años los costes totales de adquisición en un 12%. Por el contrario, Philips, que compra la misma clase de componentes que Motorola, no logró beneficiarse de tales vínculos. Los costes de suministro de Philips están cercanos a la caída media de precios de mercado para los componentes que ambas firmas adquieren. Los resultados de un

buen equipo de trabajo van más allá de grandes reducciones en costes. El grupo de productos Motorola para radiollamadas, que ha ganado el 60 por ciento de participación en el mercado mundial, no podría haberlo logrado sin los costes, calidad, tiempo de ciclo, tecnología y otros innumerables progresos que fueron posibles gracias a la colaboración con sus proveedores.

Otro ejemplo es Canon, líder mundial en tecnología láser, y Hewlett Packard, líder mundial en mercado de impresoras. Canon combina su tecnología láser con compresión que tiene HP del mercado y del software. Hay un equipo de ingenieros de ambas empresas que continuamente están combinando sus áreas de conocimiento y experiencia para sacar nuevos productos. Como resultado, Canon es la empresa que tiene la mayor participación de mercado de

impresoras láser en el mundo.

¿Qué hacer entonces? ¿Cómo estas empresas han logrado buenos resultados? Vía la generación de confianza, que permita el compartir información y crear equipos interdisciplinarios con personal de empresas en cuestión. Al planear una alianza, tenemos que decidir quiénes serán las personas que participen; cómo se van a interrelacionar las organizaciones; quién va a tomar las decisiones; y, cómo traducir esos objetivos en términos de medidas de rendimiento y progreso, coherente con incentivos.

Explotación sostenible del mar peruano. La acuicultura

Se conoce que la demanda del filete de Paiche se ha incrementado en Alemania y Francia, exigiendo grandes cantidades de este producto para su abastecimiento. El IIAP y otros están trabajando en Pucallpa y Loreto, pero los esfuerzos son aún insuficientes. Veamos la acuicultura y pesca.

En materia de la deseable **explotación sostenible** del mar peruano, se puede sostener lo siguiente (Revista PR # 38, Feb 06-SNP, pág 23):

i. La sobrepesca de grandes mamíferos marinos y grandes peces, debe sustituirse por pesca racional para conservar los recursos oceánicos.

ii. Debe regularse la pesca más allá de las 200 millas (CP del pacífico sur).

iii. La caza indiscriminada de ballenas, tiburones, cachalotes, perico, delfines y atunes, debe suprimirse, incluso fuera de las 200 millas.

iv. Una pesca responsable requiere una flota diversificada y un apoyo decidido al desarrollo de la acuicultura. Se requiere una flota harinera exclusivamente para sardina/anchoveta; una flota arrastrera de media agua para los bancos de jurel/caballa (100-200 mts profundidad); una flota potera; otra de alta mar dentro, y flota multipropósito.

Fomento de la pesca con valor agregado

a. debe fomentarse el desarrollo de nuevas pesquerías para aprovechar ingentes recursos no explotados, como el del falso volador y langostino de profundidad; acuicultura de túnidos, y también acuicultura de bonito, merluza, algas marinas, conchas, etc, además de la acuicultura de agua dulce.

b. Fomentar fábricas/factoría de procesamiento moderno para adecuadas transformación de las pesquerías; corregir errores de autoridades pesqueras en cuanto a manejo y control; superar los enfoques cortoplacistas y mercantilistas (ver recuadro).

La acuicultura (AC)

La AC en el Perú viene mostrando un proceso dinámico que requiere que la normatividad se adecúe (ver Revista PR # 36, Oct 05, pág 16-17). Los productos bandera de la acuicultura (langostinos, conchas de abanico, trucha y tilapia), duplicaron sus exportaciones en los últimos 02 años. Tenemos las condiciones necesarias para el desarrollo de la AC, pero se requiere reforzar los núcleos productivos actuales, pues si bien los langostinos y conchas de abanico muestran una dinámica, se debe lograr lo mismo con peces tropicales y otras especies de la costa.

La AC puede transformarse en actividad altamente productiva si se promueve la investigación en campos como la biotecnología y genética, nutrición y sanidad acuícola, y se promueve la inversión a escala.

Países amazónicos (PA) y acuicultura amazónica

Los PA se hallan en competencia por ser los primeros en ingresar al mercado internacional de filetes de peces amazónicos (se estima demanda de 150 mil TM anuales). Se hallan abocados a experimentar con especies de gran potencial comercial, como son los grandes bagres (dorada, doncella, y zúngaro), y la estrella el paiche. Y el Perú?

Cadena productiva del trigo y el TLC (APC)

Se conoce que la negociación del TLC no fue fácil para los países involucrados, pues habían resistencias en sectores sensibles en materia de agricultura y propiedad intelectual. Dentro de EE.UU. hay importantes sectores que se oponen la TLC, por ejemplo los esparragueros del Estado de Washington se sienten amenazados por el ingreso del espárrago peruano, que goza de gran prestigio en mercado estadounidense por su calidad y precio.

Agricultura y TLC

Dentro de las negociaciones en el marco del TLC, el sector privado (vía CENI) participó activamente (reuniones internas y "cuarto adjunto"). Dentro de las reuniones internas, por ejemplo en materia agrícola, se desarrolló un importante trabajo con el apoyo del IICA y de la CAF, al estudiarse cada uno de los **productos** considerados **sensibles** por los subsidios que otorga el gobierno estadounidense, y en los cuales se formularon conclusiones y recomendaciones.

El trigo y mercado nacional

En el caso del trigo el estudio concluyó (Revista Trigo # 01, Mayo-Junio 06, CM-SIN), que la demanda de trigo para la industria molinera bordea 1'400,000 TM/año, y que de la producción nacional, alrededor de 160,000 TM/año, más del 90 % va al consumo directo a precios mayores que el precio internacional, y que menos del 10% se destina a la industria molinera. Ciertamente, más del 90% del trigo nacional es de las variedades mote y morón, que no son de las características que requiere la industria.

El estudio concluye que no es mediante la protección en frontera o vía aranceles elevados que se va a aumentar la producción nacional de trigo; todo lo

contrario, en un escenario internacional como el actual aumentar los aranceles beneficiaría el valor agregado en los países vecinos, y también el enorme contrabando que viene ocurriendo.

Cadena productiva del trigo

El estudio recomienda continuar con los convenios que viene celebrando la industria molinera con los agricultores de trigo, para garantizarles la compra del cereal, y el apoyo a la investigación a través de la universidad nacional agraria la molina.

Por ello el comité de molinos de la SIN ha firmado convenios con organizaciones de productores de trigo de Arequipa, Cajamarca, Abancay, Andahuaylas y Caraz, a quienes se les garantiza el pago de un precio equivalente al precio internacional del trigo importado puesto en el país. Dicho comité contribuye económicamente con la universidad agraria la molina, para apoyar a los agricultores a mejorar las variedades de trigo.

Un "primer informe sobre la calidad del trigo nacional", en donde a juicio de dicha universidad hay claras señales de que se podría cubrir entre el 15% y 20% de la demanda nacional.

TLC y productos sensibles

Es conocido que dentro del TLC para los productos sensibles se establecerán plazos de desgravación de hasta 17 años, y se aplicarán compensaciones. En el caso del trigo, hay tiempo (compensación incluida) para que los agricultores que lo cultivan desarrollen una reconversión adecuada hacia la variedad que requiere la industria.



Instituto de Economía y Empresa S.A.C.

Dirección

Pomarrosas 329-333 Urb. el Golf - Trujillo
Arias Aragüez 1347, Residencial Río Sur, Lima

Telefax : 044- 280932 – Trujillo

Teléfono : 01- 4259148 - Lima

Celular : 01- 97660791

Correo: institutoeconomia@yahoo.com,
fhuertabenites@gmail.com

www.iee.edu.pe

A-Z

Director : **Francisco Huerta Benites**

Las Mypes en el Perú. Qué hacer?

Un factor que explica los efectos del crecimiento económico no compartido en el Perú, es la dualidad de la estructura productiva peruana. Se tiene un sector moderno y dinámico, compuesto por medianas y grandes empresas, intensivo en capital y de alta productividad, pero con poca capacidad de generación de empleo; y otro sector marginal y de baja productividad, compuesto por muchas pequeñas y microempresas, pero con rápida generación de empleo. Esta dualidad se reproduce por la débil relación entre las grandes empresas y las pequeñas y microempresas.

Políticas y acciones para MYPEs

La experiencia internacional, conceptual y aplicada, sugiere que para elevar competitividad de las MYPEs (tener mayor participación relativa en mercado de bienes nacional e internacional) se debería trabajar en **06 políticas**:

A. Entorno empresarial. Hacer cumplir Ley 28015 (en 07 días se entrega licencia provisional a Mype y con los 03 requisitos). Integrar diferentes iniciativas de SDE pro MYPE.

Crear la “ventanilla única”, (trámites de toda la MYPE en un solo lugar), no sólo para la MYPE exportadora. Implementar un régimen especial tributario para las MYPEs que sea optativo, en base a un análisis costo-beneficio.

B. Desarrollo de mercados financieros. Reforzar en forma asociada al banco de la nación como ventanilla de microfinanzas (e información y difusión pro-MYPE) en donde no llega banca privada. Crear mayor demanda de fondos a niveles de mercado: que la MYPE vía SDE se acerque a sistema financiero, además de fomentar más competencia para que IMF's desarrollen productos en función a demanda. Ampliar fondos de garantías (vía Fogapi, etc). Crear multifondos (vía AFPs, etc). Creación mecanismos de reafianzamiento con instituciones multilaterales (bajar riesgo de Mype). Optimizar el empleo de fondos de cooperación internacional (ejemplo, el PES del BID).

C. Desarrollo de mercados de servicio empresarial (SDE). Impulsar, en general, formas asociativas empresariales de MYPEs, identificando los aspectos críticos de los negocios - marketing?, organización?, producción/tecnología?, o, financiamiento? - y realizar una intervención concreta en base a problema identificado, con productos y resultados prácticos y rápidos. Implementar un programa de “vinculación entre la MYPE y los centros de formación superior”, pues existe un divorcio entre el tejido empresarial y la educación formal. Fomentar un programa de “Incubadoras de empresas”, Reformular los programas y proyectos existentes, se puede hacer mucho más con lo mismo.

D. Apoyo a la innovación y difusión tecnológica.

Contribuir a establecer formas de cooperación entre las MYPEs con instituciones empresariales de distinto segmento, con proveedores e instituciones de investigación como las universidades e institutos, para desarrollar formas adecuadas redes de innovación y de difusión y transferencia de tecnología, empleando mecanismo de mercado. Implementar un fondo de capital semilla que apoye la creación de empresas innovadoras y competitivas, así como la innovación de empresas en marcha; ello permitirá a aquellos proyectos que no llegan a acceder a financiamiento privado, la opción de consolidarse como empresa productiva, desarrollando lo establecido en su plan de negocio.

Todo ello se refiere tanto a la de innovación de procesos como a la innovación de productos.

E. Fortalecimiento de cadenas productivas y redes de empresas.

Generar incentivos para estimular desarrollo de conductas colectivas de trabajo entre empresas competidoras, vinculadas vía relación cliente-proveedor o aglomeradas en un contexto geográfico acotado. En términos de competitividad: identificación y selección de grupos de empresas con potencial de cooperación; puesta en marcha de procesos de interlocución público-privada para identificación y priorización de políticas de competitividad; realización o utilización de diagnósticos existentes para identificar problemas comunes y formulación e implementación de planes de negocios y planes estratégicos grupales.

Número de Empresas Formales e Informales a Nivel Nacional, 2004
(En valor absoluto)

Tipo de Empresa	Número de empresas FORMALES ^{1/}	Número de empresas INFORMALES ^{5/}	Número de empresas TOTALES ^{6/} (%)
Micro	622 209 ^{2/}	1 855 075	2 477 284 ^{7/} (97,9%)
Pequeña	25 938 ^{3/}	15 395	41 333 ^{8/} (1,6%)
Mediana y Grande	10 899 ^{4/ 9/}		10 899 (0,4%)
Total	648 147	1 870 470	2 518 617 (100%)

Notas:

1/ Estimado a partir del número de contribuyentes que declaran rentas de tercera categoría ante SUNAT a Noviembre del 2004. Incluye rentas provenientes de todo tipo de negocio.

2/ Ventas brutas anuales menores a 150 UIT.

3/ Ventas brutas anuales entre 150UIT y 850 UIT.

4/ Ventas brutas anuales mayores a 850 UIT.

Fuente: Lévano (2005)

5/ Estimación del número de empresas informales como residuo del número de empresas totales menos el número de empresas formales.

6/ Estimación del número de empresas totales a partir de las ENAHO-INEI 2002.

7/ Empresas que emplean entre 2 a 9 trabajadores.

8/ Empresas que emplean entre 10 y 49 trabajadores.

9/ Empresas que emplean más de 50 trabajadores.

iniciativas de negocios, pues estos implican competencia sana y no representan intervenciones del Estado que generen gastos recurrentes. Implementar un programa que promueva la práctica de conductas emprendedoras, en empresarios de distritos, provincias y regiones, en el contexto de acuerdos de libre comercio, y apoye la generación de proyectos innovadores en la MYPE. Viabilizar y reforzar la inserción curricular de capacidades emprendedoras y empresariales; hay avances de un trabajo conjunto entre el MTPE y ministerio de educación: se ha modificado la estructura curricular nacional de educación secundaria, incorporándose temas de gestión empresarial y emprendimiento. Mejoraremos