

Informalidad, Competitividad y MyPEs, ¿hasta cuándo?

Contenido:

Competitividad y MyPEs	1
Ideas, economía y acción	2
Ideas, economía y acción	2
PyMEs y articulación (I)	3
PyMEs y articulación (II)	3
El IEE	4
TLC (APC) con EE. UU.	4

Reciente trabajo del Banco Mundial: Informality: Exit and Exclusion (2007), <http://www.worldbank.org/reference/>, señala que la **informalidad** refleja **subdesarrollo**. La evidencia existente indica que, en parte, la informalidad es simplemente una etapa del proceso de desarrollo: la microempresa que se encuentra en todas partes refleja las opciones no atractivas en un sector moderno pequeño y la dependencia tradicional de la familia y la comunidad. Sin embargo, también hay evidencia que sugiere que, en parte, la informalidad es una voz de alerta, el síntoma de **políticas inadecuadas** y, más profundamente, una falta de confianza en el **Estado** y quizás en nuestros conciudadanos.

Perú, país de la informalidad

Se estima que de las aprox. 2.50 millones de empresas que existen en el Perú, el 98% son microempresas (2.45 millones). De acuerdo a la Sunat, del total de contribu-

yentes con RUC (3.85 millones, de los cuales 2.9 son trabajadores independientes), 116 mil están en régimen RER y 436 mil en el RUS (N.T. N° 10, pág 59 y 60, Oct 07). Es decir, aprox. el **75%** de las MyPEs serían **informales** para la SUNAT. Similar se observa en registros laborales, del seguro de salud, y de autoridades locales.

Leyes de la informalidad

Bajo la aplicación de la Ley MyPES vigente, se registraron y formalizaron (sólo) 16 mil microempresas entre el 2003 y fines del 2006. Se debe entender que la microempresa sólo se formalizará cuando ventajas de hacerlo superen a desventajas, ¡son racionales y responden a incentivos!

Heterogeneidad productiva. Un interesante trabajo: “Auge y heterogeneidad productiva” de

Perú: empleo, por segmentos, 2002-2006^a
(Porcentajes)

	Crecimiento medio anual	Composición porcentual
1. Sector público	3,4	7,5
2. Mediana y gran empresa (50 y más ocupados)	0,4	9,4
3. Pequeña empresa (10 a 49)	6,4	7,8
4. Microempresa (2 a 9)	5,3	53,4
– 6 a 9 ocupados	10,4	15,7
– 2 a 5 ocupados	4,2	37,7
5. Independientes calificados ^b	-0,4	0,9
6. Independientes no calificados	1,1	17,1
Urbanos	1,9	12,8
Rurales	-0,8	4,3
7. Servicio doméstico	5,4	3,8
8. Empleo total	3,8	100
9. Desempleados	-2,1	4,5
10. Tasa de ocupación	–	95,5
11. Población económicamente activa (PEA) total	3,4	100

Norberto García (Rev. Cepal 93, Dic 07, pág 143-155), argumenta que la economía peruana es una de mayor heterogeneidad productiva en AL, ello genera segmentación de los mercados de productos y factores. Tal segmentación no implica que haya 2 economías aisladas dentro de, por ejemplo, el mercado laboral, sino obstáculos, carencias y barreras que mediatizan impacto de políticas generales.

Empleo e ingreso laboral

Hacia el 2006 a pesar del muy elevado crecimiento del empleo formal, un **53%** del empleo correspondía a microempresas y **17%** a empleo independiente no calificado (empleo informal principalmente). En el 2006, (ver cuadro previo) luego de un período de rápido crecimiento, el empleo en pequeña, mediana y gran empresa representó el **17.2%** del empleo total (Ob. cit pág 146). Los salarios son muy diferentes entre la gran empresa (1603 soles), mediana (1271 soles), pequeña (792 soles), mi-

croempresa (561 soles) e independientes no calificados (438 soles urbano y 239 soles rural). Es claro que una porción mayoritaria del empleo en el Perú se halla en puestos de muy **escasa productividad**, que no ha mejorado significativamente en período de auge. (Ob.cit. pág 147). El siguiente cuadro es elocuente.

Muerte y nacimiento de microempresas

La heterogeneidad se manifiesta en marcadas diferencias de productividad e ingresos laborales. Tales diferencias son explicadas por el muy desigual acceso a recursos.

Un **80%** de las microempresas cierra sus puertas antes de completar su tercer año, y un 43%

Las políticas para elevar la productividad deben incluir las que den a microempresas con potencial competitivo un mayor acceso a recursos necesarios. Es indispensable establecer un régimen laboral especial, régimen especial transitorio de tributación, e impulsar con más fuerza políticas de acceso al crédito, a mercados, capacitación laboral y de gestión, a la innovación y formas de agrupación (Ob.cit. pág. 154).

de microempresas que exportan no supera los dos primeros años de vida. La elevada tasa de mortalidad es compensada por una muy alta tasa de nuevas microempresas.

Productividad y microempresas.

Aún suponiendo un crecimiento futuro muy alto de empleo en la pequeña, mediana y gran empresa (8% anual) y aumento de la PEA de

2.4% anual, llevaría **14 años** duplicar al proporción del empleo (de 17.2% el 2006 a 34.9% el 2020). Asimismo, la brecha de productividad e ingresos entre la microempresa y demás segmentos continuaría ampliándose (Ob. cit pág 149). Esto hace considerar **indispensable** formular y aplicar políticas productivas para acelerar el incremento de la productividad y la competitividad de la microempresa.

Microempresas con potencial competitivo

En el 2006 aprox. **700 mil** microempresas poseían potencial competitivo, hacia éstas deberían orientarse las políticas de promoción y aumento de la competitividad. El primer paso sería dar una **“Ley Mype”** que incentive a la microempresa a formalizarse, cuyos costos deben ser los mínimos posibles.

El gobierno ha anunciado que a mediados de Enero 08, se retomará el debate de la “Ley Mype”, y el ministro Mario Pasco (Gestión, 27.12.07), señaló que las micro y pequeñas empresas deben ser consideradas por el N° de **trabajadores** y por monto de **ventas**, y si es posible considerar otro factor como los **activos**. Ello nos parece apropiado pues, por ejemplo, el factor sólo de ventas nos parece insuficiente, ¿un indicador compuesto?

Perú: indicadores laborales por ámbito
geográfico, 2004
(Porcentajes)

	Lima Urbano	Resto Metro- ámbito político urbano	Rural	Total
1. Tasa de desempleo	7,6	8,5	7,0	5,4
2. Empleo total	65,5	27,0	38,5	34,5
3. Trabajo asalariado	49,9	56,6	45,1	20,7
4. Independientes	40,2	35,2	43,8	52,3
5. Familiares no remunerados	6,3	3,5	8,3	25,5
6. Ingreso laboral ^a	788	1 062	597	233
				594

Ideas económicas . (Aún) prisioneros de nuestras ideas (I)

En anteriores ediciones de “A-Z” y otros escritos, hemos sostenido que es positivo que el gobierno actual evidencie una orientación pro-mercado, una expresión de ello son los dos conocidos artículos del presidente AGP, los cuales hemos comentado. Sin embargo la realidad muestra que aún estamos nada cerca de llegar a lo deseable. Es urgente e importante aplicar efectivas reglas de mercado al agua, tierras, educación, salud, APFs, etc, y en general, para la intervención del Estado, sólo así se verá coherencia y sostenibilidad, y avanzaremos firmemente al desarrollo.

Economía de mercado en Perú

En “A-Z” # 31, se señalaba que para que en el Perú se aplique una efectiva economía de mercado era necesario que: uso preferente del mercado para asignar recursos, dado que los agentes responden a incentivos que enfrentan; y, debe haber un rol subsidiario del Estado, hacer lo que el mercado no puede resolver. Igualmente, es clave que políticas públicas reproduzcan la estructura de incentivos de esquema de competencia. Si ello no se da, el camino será largo y contrastable para nuestro país.

Ideas pro-mercado, más allá de lo económico

El asunto pro-mercado no sólo es económico sino que toca a todas las formas en que el individuo se plantea frente al Estado, la sociedad, la política, las instituciones y la cultura. Sin embargo para hacer práctico el análisis, aquí nos restringimos a lo económico.

¿Qué pensamos, qué decimos y qué hacemos?.

Suponga existencia de agentes pro-mercado conservadores (CONS), de pro-mercado progresistas (PROG), y de pro-

mercado solidarios (SOLID). Un CONS y PROG comparten como principio que el mercado es el mejor asignador de recursos, pero disienten respecto de hasta dónde puede el mercado quitarle terreno al Estado en la provisión de servicios públicos. Los CONS siempre buscarán “soluciones privadas a problemas públicos”, en cambio los PROG optarán por guardar para el estado servicios que consideran indispensables para disminuir las inequidades como la educación y la salud.

Los CONS y SOLID. Educación y salud

Un SOLID se acerca a un CONS en cuanto a expandir los mecanismos de mercado a la provisión de servicios públicos, pero de la mano de un apoyo solidario del Estado tan intenso como exigiría un PROG. Por ejemplo, en el caso peruano se trataría de (iniciar y) extender masivamente los subsidios a la demanda para que los más pobres accedan a los servicios de salud y educación provistos indistintamente por entidades privadas o públicas, eliminado los actuales subsidios a la oferta (en salud y educación), al tiempo que el monto per cápita de esos subsidios se incrementa sustancialmente. En el caso de la educación, ello podría materializarse en una duplicación de la subvención escolar para familias del quintil más pobre, así como la instauración de un subsidio portable a las madres de menores ingresos para que dejen a sus hijos menores en jardines infantiles y guarderías, mientras trabajan y luchan por salir de la pobreza.

El SOLID y el PROG. Igual fondo pero diferente forma.

El SOLID comparte con el PROG su interés por la equidad, mani-

Ideas económicas . (Aún) prisioneros de nuestras ideas (II)

festada en la igualdad de oportunidades, pero está dispuesto a buscar los mecanismos más eficientes para conseguir ese propósito, que más de las veces se circunscribe a introducir la lógica de la competencia y el mercado en áreas que para un PROG es un tabú

El PROG, tiene buenas intenciones pero nada más eso.

El PROG se desenvuelve en el llamado mundo progresista a secas, donde se respira una sospecha casi visceral a respecto al sector privado. De ahí que palabras como regulación, fiscalización e intervención son prioritarias en el léxico progresista, mucho más que otras como eficiencia, productividad o crecimiento. Y los más moderados d progresistas, que querían salirse de estas casillas, terminan aceptándolas en aras de la unidad, para ganar espacio al interior de su agrupación, o por disfrutar el poder.

El CONS, algo atrapado en la telaraña

El CONS, por su parte, probablemente se siente parte de una red de intereses privados (a veces también lazos familiares y sociales), , que le quita grados de autonomía a la hora de llevar a cabo políticas públicas. El SOLID, en cambio, ve en empresario privado al mejor aliado para traer progreso al país en un marco de plena competencia y de fuerte

innovación sin prebendas, y puede ser aliado a nivel gobierno.

El SOLID, precisiones necesarias

Para un SOLID el crecimiento económico es casi un bien absoluto, pues es a la larga que trae más empleo y mejores salarios, y permite recaudar más fondos al Estado para hacer su labor solidaria.

El SOLID puede ser más audaz y apostar incluso a medidas menos ortodoxas que apoyen la innovación tecnológica e inciten un espíritu shumpeteriano en sector privado, algo que un CONS mirará con sospecha. A diferencia de un PROG, sin embargo, una política como ésta la hará vía una exención tributaria y no creando una entidad estatal que administre burocráticamente el gasto destinado a innovación. ¿ Esto le es familiar en Perú de hoy y ayer ?

Un SOLID es un espíritu libre, dispuesto a entender y aceptar la globalización de la cultura, prescindiendo de anteojeas moralistas pero ferozmente atado a la declaración universal de los derechos humanos, buscador de la eficiencia y la transparencia a todo nivel, y a la vez, comprometido con la creación de la riqueza como la única manera de apuntar a que todos tengamos una vida digna.

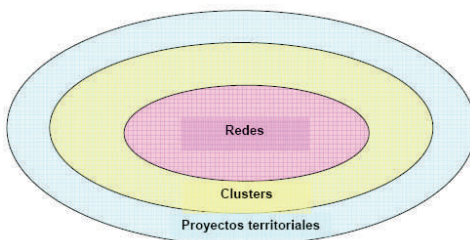
Un Perú con agentes tipo SOLID sin duda sería (mucho) mejor.

PyMEs y articulación productiva. Lecciones (I)

Sin duda la articulación productiva busca mejorar la competitividad de las pequeñas empresas mediante la asociatividad y distintas formas de integración productiva. Un reciente trabajo ("Pymes y articulación productiva, experiencias en AL", CEPAL/GTZ, Nov 07, de M Dini, C Ferraro, y C Gasaly), trata de experiencias con características distintas relacionadas con diversos sectores de actividad en 11 países, que abarcan desde la producción primaria y la agroindustria, a sectores manufactureros tradicionales, industrias extractivas, curtiembres, artesanía e inclusive tecnologías de información y comunicación. Por su relevancia, a continuación hacemos una reseña. Algunos conceptos:

a. Red empresarial

Conjunto de empresas independientes de un mismo sector y de una misma localidad que deciden colaborar de forma voluntaria, sin perder su independencia, para alcanzar objetivos comunes que no podrían lograr actuando de manera aislada (Ob. cit pág 15)



b. Cluster productivo

Una masa crítica de empresas, generalmente pequeñas y medianas, especializadas en un mismo sector o en actividades productivas relacionadas, localizadas en un área geográfica determinada y relativamente reducida. Debe considerar también las instituciones que interactúan con las empresas e inciden en su desempeño competitivo, así como la existencia de relaciones de colaboración entre todos estos actores y se destaca la importancia de factores sociales,

históricos, políticos o culturales que estimulan u obstaculizan la propensión de las personas a dialogar o colaborar.

c. Sistema productivo local

Conjunto de actores productivos e instituciones que pertenecen a una determinada localidad histórica y geográficamente determinada y participan en procesos de desarrollo económico de la misma. A diferencia del cluster, la dimensión sectorial no es relevante y la característica esencial que determina la pertenencia de un sujeto al sistema es su localización geográfica y su adhesión al sistema de tradiciones, valores y normas que conforman la comunidad considerada. Aunque el énfasis esté puesto en actores productivos, también resultan de extrema importancia los elementos sociales, culturales y políticos que determinan la capacidad de los miembros de la comunidad para dialogar y actuar de forma mancomunada.

Las redes empresariales

Y las iniciativas para el desarrollo de la competitividad del cluster o del territorio permiten desarrollar factores competitivos distintos y complementarios: las **redes** generan beneficios apropiables por un número limitado de empresas; las actividades asociativas impulsadas por los proyectos **cluster** o **territoriales** apuntan a generar bienes colectivos casi públicos. Las primeras, en la medida en que las estrategias se concreten, generan una modificación significativa

PyMEs y articulación productiva. Lecciones (II)

en las actitudes y comportamientos de las empresas que las han impulsado. Es un cambio real y profundo, entonces, pero de alcance limitado. Las segundas, al contrario, generan resultados que benefician a una cantidad mucho mayor de empresas, pero sólo de forma potencial; los bienes generados en estos casos, son una oportunidad importante para el desarrollo competitivo de las empresas, pero esa oportunidad se vuelve efectiva sólo cuando las empresas hacen uso efectivo introduciéndolos en sus estrategias competitivas (ver recuadro)

Conclusiones relevantes

1. Los proyectos de integración productiva (PIP) logran alcanzar resultados importantes en dos áreas de relevancia estratégica (ob.cit. Pág 37)

para el diseño de políticas: la promoción de la innovación y el acceso a mercados.

2. los PIP con estrategias diversas logran resultados diversos, tanto en innovación como en mercado. Es así que, por ejemplo, los PIP centrados en la creación de redes han logrado vínculos con nuevos clientes y la formación de canales de comercialización altamente apropiables, lo cual ha estimulado un proceso de innovación significativo enfocado en un intenso proceso de innovación de productos y procesos.

Por su parte, los PIP que apuntan al desarrollo de clusters o sistemas territoriales han logrado resultados significativos al establecer nuevas capacidades, tanto a nivel productivo como comercial,

aumentando el valor agregado de las respectivas cadenas, mediante la incorporación de bienes colectivos.

3. Las diferencias de estrategia no son excluyentes sino complementarias. Observando los resultados mencionados en el punto anterior, resulta claro que una estrategia que apunte al desarrollo de la competitividad de las empresas mediante la integración productiva, debería tener siempre presente las tres dimensiones estratégicas (red, cluster y territorio) porque cada una permite alcanzar resultados distintos.

4. La experiencia de los proyectos estudiados indica que la sostenibilidad no es un objetivo único sino un resultado compuesto que se articula en distintos planos y se persigue utilizando diferentes instrumentos. Aquí también resulta interesante la distinción según la estrategia dominante en los PIP, pues es evidente que donde predomina una lógica de negocio (y generalmente este es el caso de las redes empresariales) se adopta una estrategia de sostenibilidad centrada en los resultados económicos, mientras que si prevalece la lógica del desarrollo de las capacidades locales, se enfatiza mayormente la creación del consenso y del capital social.

5. Los recursos humanos involucrados en los PIPs son numerosos y muy variados. Entre todos los señalados, los hacedores de política y los articuladores de las acciones colectivas son los más relevantes. Su formación es crítica y extremadamente compleja debido a que no hay itinerarios formativos formales ya constituidos. Además, por no existir un mercado que garantice esta función, su desarrollo es una responsabilidad de las instituciones públicas o de fomento. Esto debería ser considerado por el Perú (TLCs, etc).

Por ejemplo, en creación de un centro tecnológico o en elaboración de la norma de un producto: para que estos recursos incidan efectivamente en competitividad de empresas, éstas deben tomar la decisión de contratar los servicios del centro o elaborar una estrategia comercial que valore la norma recién creada.


www.iee.edu.pe

Instituto de Economía y Empresa s.a.c.
Consultoría en negocios y desarrollo

Las 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@iee.edu.pe,
institutoeconomia@yahoo.com,
fhuertabenites@gmail.com

Se autoriza la reproducción del material, sólo citar la fuente

Un Acuerdo de Última Generación

El desempeño de **México** después de firma del TLCAN es experimento más pertinente del cual otros países (como Perú) pueden derivar lecciones, tanto del contenido deseable de tratados como de efectos económicos que podría tener un tratado comercial con EE.UU. ("*Lessons from NAFTA*" www.worldbank.org/laceconomist)

Dicho estudio del BM argumenta que el: "*NAFTA has had positive effects in Mexico but they could have been better,*" y el "Free trade definitely brings new economic opportunities, but the lessons from

NAFTA for other countries negotiating with the U.S. are that free trade alone is not enough without significant policy and institutional reforms"

La conclusión principal sobre el TLCAN es que ha acercado a México a niveles de desarrollo de sus socios comerciales. Adicionalmente, que la transferencia tecnológica desde los EE.UU. a México se aceleró a tal punto que el tiempo requerido para la adopción de nueva tecnología se redujo a la mitad del que tomaba antes del TLC. Probablemente también

COMPARATIVE DATA PERU- UNITED STATES/
DATOS COMPARADOS PERÚ- ESTADOS UNIDOS

Indicator / Indicador	Peru (2006)	Estados Unidos (2006)
Population / Población (hab.)	27,219,264	298,444,220
GDP / PBI (mill US\$)	93,268	13,244,550
GDP per capita/ PBI per cápita (US\$)	3,379	44,190
Exports/ Exportaciones (mill US\$)	23,800	1,037,142
Imports/ Importaciones (mill. US\$)	14,866	1,919,279

de acuerdos de libre comercio de última generación, dejando atrás el modelo de los acuerdos de complementación económica que fijaban preferencias arancelarias para un limitado grupo de productos y establecían compromisos generales únicamente en materia de reglas de origen, acceso a mercados y otras disciplinas elementales.

Un modelo de referencia: ProChile

Prochile basa su accionar en tres lineamientos estratégicos: la ampliación de la base exportadora, la consolidación de la misma y la profundización de los negocios, lo que le permite dedicar mayor atención a formación de nuevos exportadores que luego sean capaces de mantenerse en el mercado y ampliar su participación.

De esta forma, reducen la incidencia de exportadores golondrinos que realizan una operación y salen del mercado, dañando en muchos casos la imagen del país en el exterior.

A la fecha, ProChile mantiene 63 oficinas en 49 países del mundo y se nutre también de una red interna de oficinas que permiten descentralizar su labor en todas las regiones del país.

Al igual que ProChile, Austrade (Australia) apuesta por el acercamiento al mercado y hoy se apoya en 140 oficinas ubicadas en más de 60 países. Asimismo, Austrade posee el programa TradeStart que apoya a pequeñas y medianas empresas exclusivamente en la formación de capacidades para la exportación y los asiste hasta la realización de su primera venta internacional, y para ello, recurre a alianzas con agencias locales públicas y privadas que conforman una red de cooperación de alcance nacional.

Es pues necesario repensar y reestructurar el sistema actual de promoción de exportaciones peruano, con el objetivo de ofrecer a las empresas servicios y productos que les permitan insertarse efectivamente o consolidar su presencia en el mercado internacional.

Necesitamos que cada vez más empresas y más peruanos se beneficien del comercio exterior, y para ello, necesitamos un cambio de mentalidad y una estructura institucional diferente. Analizar los modelos utilizados por países que han logrado insertar con éxito a sus empresas en el comercio global (ProChile: www.prochile.cl)

contribuyó a moderada reducción de pobreza y a generación de empleos y mejora de calidad.

Chile y TLC

En México, por ejemplo, la entrada en vigencia del NAFTA y la implementación de los compromisos en él asumidos le reportaron enormes beneficios, permitiendo entre otras cosas, multiplicar por cuatro el stock de inversión directa extranjera en sólo ocho años.

En el caso chileno, a pesar de contar sólo con tres años para la evaluación de los efectos sobre la inversión desde la entrada en vigencia del acuerdo, se observa que la evolución ha sido también positiva (Contact, Dic 07, pág 09 - Amcham)

De acuerdo con Direcon, desde que entró en vigencia el TLC, se han registrado inversiones estadounidenses en sectores seguros, industria química, comunicaciones, electricidad, gas, agua, servicios empresariales, servicios financieros, silvicultura, construcción, entre otros, sumando al 2006 más de US\$ 445 millones.

Acuerdo de promoción comercial (APC)

La negociación del TLC con Estados Unidos, hoy conocido como el APC Perú- Estados Unidos marcó sin duda un hito importante en la historia del Perú (Ver cuadro). Y es que éste fue el primer acuerdo comercial negociado por nuestro país que planteaba la desgravación de todo el universo arancelario e incluía compromisos en inversión, servicios, servicios financieros, compras estatales, comercio electrónico, políticas de competencia, entre otros. Así, nuestro país dio un salto hacia la suscripción

El gran desafío del APC

No pasa solamente por cambios de normas, sino también por un efectivo cambio cualitativo en la forma y efectividad de la prestación de servicios del gobierno y en la forma de hacer negocios por parte de los peruanos. Por ejemplo, en materia de normas de origen debemos aplicar un sistema de autocertificación e implementar procedimientos de verificación de origen inéditos para el sector público y privado nacional. (Ob.cit. pág 14)

La búsqueda de creación de capacidades es un gran desafío que se podrá concretar vía Acuerdos de Cooperación ya negociados en el APC o recurriendo a la flexibilidad propia del instrumento. Esto resalta la necesidad de crear distintos comités intergubernamentales que podrán canalizar la cooperación respectiva.

Nueva estrategia de exportaciones y APC

Nuevas herramientas de promoción del comercio exterior deben apoyar efectivamente la inserción de más empresas en mercados internacionales y asistir a aquellas ya presentes pero que requieren consolidar su posición o ampliar su participación a nuevos mercados.

Asimismo, resulta imprescindible que esta nueva estrategia promueva el desarrollo de una oferta exportable de alto valor agregado capaz de atender a mercados más exigentes del mundo y generar encadenamientos productivos que tengan un efecto multiplicador sobre la producción y el empleo.