

# LAS PEQUEÑAS Y MICRO EMPRESAS INDUSTRIALES DE LIMA METROPOLITANA Y SU PARTICIPACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

JUAN CASTILLO MAZA  
E-mail: d18008@unmsm.edu.pe

*El potencial exportador de las PYMES como las posibilidades de importación de insumos y bienes de capital para participar con éxito en el comercio internacional, es materia de la presente investigación; del mismo modo se analiza las características particulares de un sector empresarial más dinámico en el país y el mundo entero, generador de empleo, representan el 99.5% del universo de 535,171 empresas registradas. De ese total, el 6.5% corresponden a las PYMES del sector industrial en el ámbito nacional y se encuentran localizadas en Lima Metropolitana el 35.8%.*

## INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y micro empresas industriales de Lima Metropolitana y su participación en el comercio internacional, es un tema sugerente de investigación, por constituir las pequeñas y micro empresas -PYMES en adelante- un sector muy importante de la actividad empresarial en el país, considerando sólo las 535,171 empresas registradas según el último Censo Nacional de 1993 y el III Censo Económico Nacional de 1994, el 99.5% corresponde a este sector frente al 0.5% de las medianas y grandes empresas.

Las PYMES industriales de Lima Metropolitana representan el 35.8% del total nacional, seguido de lejos por Arequipa con un 7.8%.

El comercio internacional, es una de las actividades más antiguas de los negocios internacionales, y es clave para lograr el desarrollo económico y social del país dentro del contexto de la modernización y la globalización.

La participación de las Pequeñas y Micro

Empresas (PYMES) industriales de Lima Metropolitana en el comercio internacional es muy escasa, por la poca capacidad de producción, sólo estarán en posibilidades de integración a este sector en forma organizada, no existe un gremio similar a ADEX u otra institución que promueve al sector exportador de las medianas y grandes empresas.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el contexto de la globalización económica y de la modernización, las Pequeñas y Micro Empresas (PYMES), constituyen las unidades económicas empresariales predominantes en el país.

La participación en las diferentes actividades, principalmente en el sector industrial y las posibilidades de su incorporación exitosa en el comercio internacional, es materia de estudio del presente trabajo de investigación.

El ámbito que abarca el presente estudio es Lima metropolitana, por concentrar aproximadamente el 35% de las Pequeñas y Micro Empresas Industriales del país.

## OBJETIVOS

- Establecer la capacidad instalada de las Pequeñas y Micro Empresas Industriales de Lima metropolitana, por ramas.
- Establecer el número de Pequeñas y Micro Empresas Industriales de Lima Metropolitana que participan en el comercio internacional.
- Determinar el potencial de las Pequeñas y Micro Empresas Industriales de Lima Metropolitana en el comercio internacional.

## HIPÓTESIS

Considerando la situación actual de globalización y de modernización las Pequeñas y Micro Empresas Industriales de Lima Metropolitana, estarán en condiciones de participar exitosamente en el mercado internacional.

## IMPORTANCIA DEL ESTUDIO

La importancia del presente trabajo de las Pequeñas y Micro Empresas Industriales de Lima Metropolitana y su participación en el Comercio Internacional, radica en la incidencia que tiene este sector empresarial dentro del conjunto de la economía y sus potenciales posibilidades de constituirse en un modelo empresarial capaz de enfrentar con éxito el reto de la globalización y la modernización, ofreciendo productos de calidad y consiguientemente impulsores del desarrollo Económico y Social del país.

## PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO E INSTRUMENTOS

La metodología a seguir en el desarrollo del presente trabajo de investigación será descriptiva y analítica.

La información será obtenida de fuentes secundarias y primarias; dentro de las fuentes secundarias se consideran las estadísticas oficiales; y como fuente primaria se consideran las informaciones tomadas directamente de las Pequeñas y Micro Empresas Industriales y de los gremios representativos por cada rama industrial.

Se considera como período de estudio el quinquenio 1990-1995.

## EL UNIVERSO EMPRESARIAL EN EL PERÚ

Para realizar un buen diagnóstico empresarial en el país, se toman en consideración las empresas que están registradas como tales; el universo total de empresas a escala nacional de acuerdo al último Censo Nacional de 1993 y el III Censo Económico Nacional de 1994 ascienden a 3'080,100 empresas, de las cuales

- Empresas registradas 535,171
- Empresas no registradas 2'544,929

Para realizar el diagnóstico empresarial del país, se requiere cuantificar el número de empresas que permitirá medir su rendimiento y ver el impacto de las políticas que llevan a cabo.

La formalización de las empresas, parte de la decisión de ser reconocidos como empresas ante la Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT), los Ministerios de Industria, Pesquería, Agricultura, Minería, así como de las Municipalidades.

El reconocimiento tributario es un factor determinante tanto a nivel nacional como internacional. Las empresas reconocidas como tales, en su gran mayoría, sólo entregan la referencia de su existencia, no están obligadas a más.

A partir del Censo Nacional de 1993 y el III Censo Económico Nacional de 1994, la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE) y el Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales (MITINCI) coinciden en calcular un aproximado de 3'100,000 unidades económicas en todo el Perú.

A Mayo de 1995, en el registro unificado del MITINCI, se encuentran inscritas 504,281 empresas, que corresponden a los sectores de comercio y servicios, industria, artesanía, turismo, transportes y salud.

Para obtener este registro las empresas, previamente, deben haberse inscrito en la SUNAT. Con el registro de la SUNAT y el MITINCI posteriormente pueden registrarse en su Municipio.

Si al registro del MITINCI, se incluyen las 50,790 empresas de los sectores agricultura, pes-

quería y minería, se obtienen un total de 535,171 empresas registradas a escala nacional mencionados anteriormente.

De las 535,171 empresas registradas, el 95.5% corresponden a las PYMES y sólo el 0.5% son medianas y grandes empresas. La calificación más cercana a los estándares internacionales que hace la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE) se presenta en el Cuadro N° 1 y el Gráfico N° 1.

A Mayo de 1994, según la Comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores (CONASEV) 6,500 empresas presentaron balances auditados, en cumplimiento a una disposición que obliga presentar a las empresas con ventas anuales del orden de los US\$ 150,000 a precios de 1994. De éstas tenemos empresas medianas, grandes y pequeñas, no hay microempresas.

El grupo de las micro empresas se diferencian por la acumulación y sobrevivencia. Los primeros son aquellos que obtienen resultados que superan la inversión, mientras que los de sobrevivencia por su escasa productividad no acumulan.

El universo total de unidades económicas, 3'080,100 empresas entre las 535,171 registradas y los 2'544,929 no registradas, se observa en el Gráfico N° 2.

## LA PEQUEÑA Y MICRO EMPRESA

### DEFINICION Y CARACTERISTICAS

Las pequeñas y micro empresas, PYMES en adelante, son organizaciones que son operadas por una persona natural o jurídica bajo cualquier tipo de actividad de producción, o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios.

El crecimiento de las PYMES se produce como respuesta socio económica y tecnológica popular a una sociedad en crisis, que se manifiesta en el Perú a partir de la década del 70, que finalmente ha generado como producto final lo siguiente:

- La creación de auto-empleo y puestos de trabajo
  - La contribución al desarrollo local
- Además ha contribuido a consolidar:
- Una economía de subsistencia para la Micro Empresa y la Empresa Familiar
  - Una economía empresarial familiar para la pequeña empresa.

Las características generales de la PYMES, se presentan a continuación:

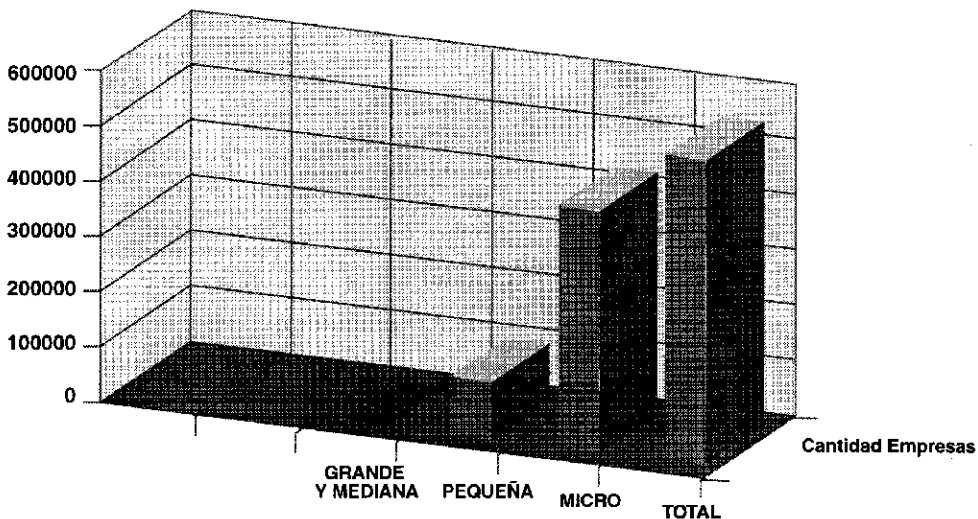
CUADRO N° 1

Tamaño	Cantidad Empresas	%	Venta Anual US \$	Activos US \$
GRANDE y MEDIANA	2,892	0.5	> 750,000	> 300,000
PEQUEÑA	103,27	19.3	40,000 a 750,000	de 20,000 a 300,000
* Superior	1,600	1.6	330,001 a 750,000	
* Medio	2,008	1.9	150,001 a 330,000	
* Inferior	99,663	96.5	40,001 a 150,000	
MICRO	429,008	80.2	< 40,000	<20,000
Acumulación	107,252	25.0		
Supervivencia	321,756	75.0		
<b>TOTAL</b>	<b>535,171</b>	<b>100.0</b>		

En el país no existen formas vigentes para diferenciar mediana y gran empresa.

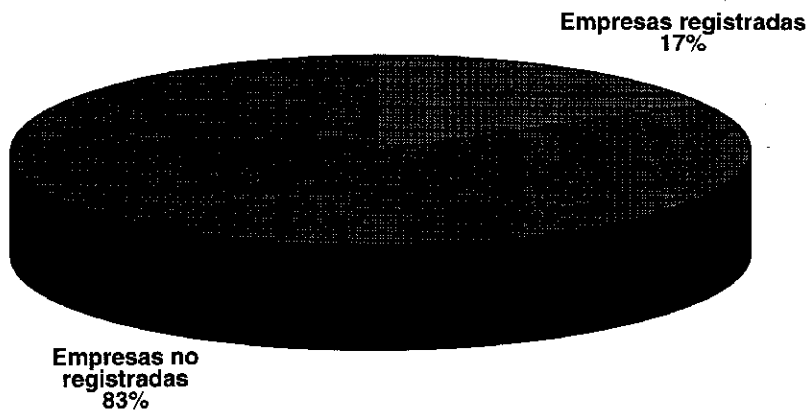
**GRAFICO N° 1**

**UNIVERSO DE EMPRESAS REGISTRADAS (535,171 UNIDADES)**



**GRAFICO N° 2**

**UNIVERSO TOTAL DE UNIDADES ECONÓMICAS (3'080,100 UNIDADES)**



- Producción de bienes de consumo simples, como: comida procesada, ropa, zapatos, utensilios domésticos, muebles de madera e implementos de granjas.
- Producción con intenso uso de mano de obra.
- Poca inversión en la generación de puestos de trabajo.
- Modesta instalación de la planta física, que no le permite producir a gran escala, por lo tanto margen de beneficio reducido.
- Uso intensivo de insumos y materia prima local, regional o nacional, lo que hace menos dependiente de las importaciones.
- Son más independientes que las medianas y grandes empresas de los servicios como software de computación, seguros, cuentas bancarias y servicios generales, por cuanto estos servicios en muchos casos sólo tienen las empresas localizadas en la zona urbana.
- Falta de disciplina económica para acumular, invertir y/o reinvertir.
- Relación laboral solidaria con sus trabajadores.
- El empresario de las PYMES es a la vez trabajador de la misma.
- Poco nivel de capacitación empresarial.
- Vínculo familiar o de lugar de los trabajadores con el empresario.
- Producción más creativa que técnica, hace uso de tradiciones artísticas.
- El valor total anual de las ventas de la Micro Empresa no excede de doce (12) Unidades Impositivas Tributarias (U.I.T.).
- El valor total anual de las ventas de la Pequeña Empresa no excede de veinticinco (25) Unidades Impositivas Tributarias (U.I.T.).
- Son escuelas donde se forman los trabajadores para la mediana y gran empresa.
- Son escuelas donde se forman los nuevos empresarios del sector formal e informal.

## TAMAÑO DE LAS PYMES

De acuerdo al número de trabajadores que laboran en las PYMES, tenemos:

EMPRESA	EN EL PERU	EN EL MUNDO
Micro Empresa	01-05	01-10
Pequeña Empresa	06-20	11-20
Total Sector	01-20	01-20

## SECTORIZACIÓN DE LAS PYMES

El sector de las PYMES se identifica más con el sector Comercio y Servicios, haciendo de la casa familiar:

- Vivienda - Empresa de Comercio y de Servicios
- Vivienda - Taller para producción

La estructura porcentual por sectores se presenta en el Cuadro N° 2 y Gráfico Nro. 3.

## RENTABILIDAD SOCIAL DE LAS PYMES

Las PYMES sin proponérselo, han alterado la conducta empresarial tradicional, haciéndola más horizontal y de trato directo con el empresario; es decir se privilegia la relación interpersonal antes que la impersonal.

Este sector ha sido promovido por los sectores populares del país, producto de la desocupación y la necesidad cada vez más creciente de la población de menores recursos.

A partir de las PYMES se ha generado un cambio social en el Perú, como es el ser de escasos recursos con dignidad, al crear su propio puesto de trabajo; es decir, se puede ser pobre pero productivo.

La rentabilidad social de las PYMES está en la creación de una nueva sociedad productiva que se inicia en el hogar, y sus principales trabajadores es el grupo familiar, aportando a la ciencia social una cultura para el trabajo y la solidaridad en la relación laboral.

## RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LAS PYMES

Las PYMES, son organizaciones dinámicas, promotoras y distribuidoras en la economía salarial, que le caracteriza por ser más extensiva que grupoelitista; es decir, no acumulan para sí misma.

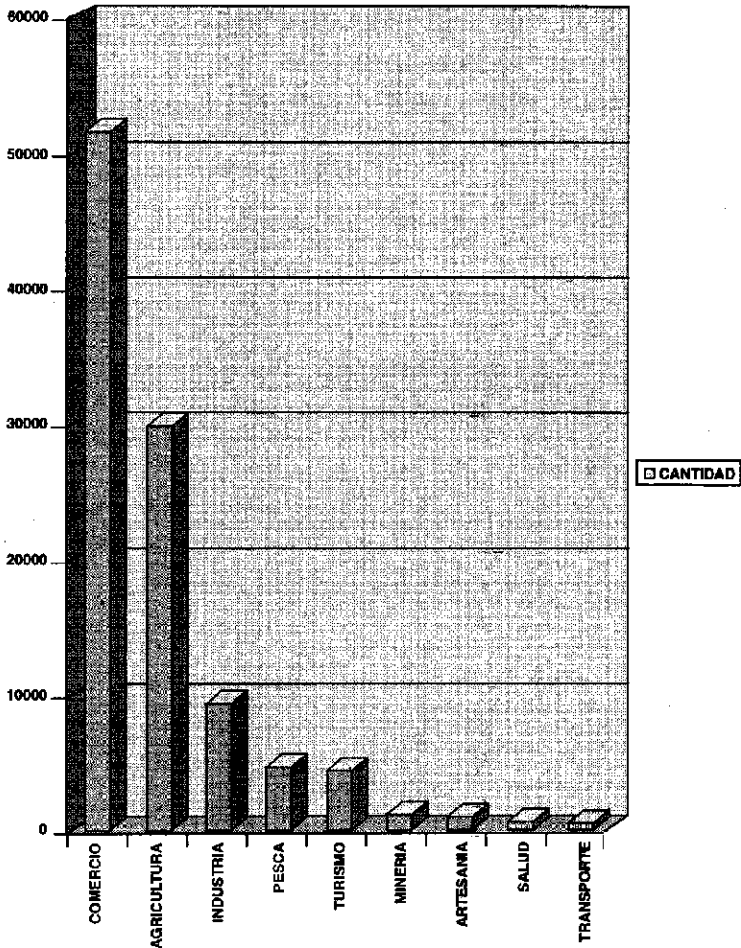
Considerando el corto tiempo de existencia de las PYMES, apenas 3 décadas, está contribuyendo con mucha eficiencia a:

CUADRO N° 2

SECTOR ECONÓMICO	PORCENTAJE
Comercio	49.93%
Agricultura	28.97%
Industria	9.08%
Pesca	4.50%
Turismo	4.25%
Minería	1.16%
Artesanía	0.96%
Salud	0.64%
Transporte	0.50%

GRAFICO N° 3

PEQUEÑA EMPRESA POR SECTORES (103,271 Unidades)



- Crear empleo
- Generar riqueza
- Ampliar la base tributaria
- Contribuir al desarrollo local y regional.

Las PYMES económicamente se caracterizan por generar más fuentes de trabajo que la Mediana y la Gran Industria, aún cuando su contribución al Producto Bruto Interno (PBI) sea menor, como se puede apreciar:

SECTOR EMPRESARIAL	PEA	PBI
Micro y Pequeña Empresa	75%	40%
Mediana y Gran Empresa	25%	60%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## EL COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio internacional es una rama de la economía que se ocupa del intercambio de bienes y servicios con otros países, es decir de las exportaciones y las importaciones, de la comparación de estas dos variables se obtiene una balanza comercial superavitaria cuando el volumen de las exportaciones es mayor que las importaciones, o deficitaria cuando los resultados se invierten.

Los intercambios comerciales se desarrollan desde tiempos muy remotos, es así, que el **mercantilismo**, una teoría que gozó de mucha aceptación en el siglo XVIII cuando el oro era la única moneda mundial, sostenía que un gobierno puede mejorar el bienestar económico del país estimulando las exportaciones y desalentando las importaciones<sup>1</sup>. El resultado de ello es una balanza comercial positiva que favorece el flujo de riqueza (oro) hacia el país.

Una segunda explicación más útil de por qué las naciones practican el comercio la encontramos en las teorías que se centran en la especialización del esfuerzo<sup>2</sup>. Las teorías de la ventaja absoluta y comparativa, serán incorporadas a nuestro análisis.

## LA TEORÍA DE LA VENTAJA ABSOLUTA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Esta teoría sostiene que los países, al especializarse en la producción de los bienes que pueden producir mas eficientemente que los demás, están en condiciones de aumentar su bienestar económico<sup>3</sup>. Por ejemplo, si dos naciones, Perú y Chile, pueden producir dos bienes: atún y vino. Suponemos asimismo que la mano de obra es el único factor escaso de producción y, por lo mismo, el único costo de producción

### Costo de la mano de obra (en horas) para producir una unidad

	Atún	Vino
Perú	5	10
Chile	10	5

Como la mano de obra es el único costo de producción, menos horas-hombre por unidad de producción significa costos más bajos y mayor productividad por hora-hombre. Perú tiene una **ventaja absoluta** en la producción de atún, sólo tiene un costo de 5 por unidad, frente al requerimiento de Chile de 10. Mientras Chile, tiene una **ventaja absoluta** en la producción de vino, que produce a un costo de 5 horas-hombre, mientras que Perú lo hace con un costo de 10 horas-hombre.

Ambas naciones se benefician con el intercambio comercial. Si se especializan e intercambian atún por vino a un precio relativo, de 1:1, pueden emplear sus recursos para producir una mayor cantidad de bienes. Chile puede importar una unidad de atún a cambio de una unidad de vino, con lo cual "paga" realmente sólo 5 horas-hombre por unidad de atún. Si el Perú hubiera producido el vino, habría utilizado 10 horas-hombre por unidad y ganaría 5 horas-hombre en el intercambio. El análisis es similar con el país del Sur.

La teoría de la ventaja absoluta, en su formulación original, no predice la razón de intercambio entre el atún y el vino una vez iniciado el

1 RUGMAN & HODGETTS: *Negocios Internacionales. Un Enfoque de Administración Estratégica*. p 173.

2 *Ibid.* p 173.

3 *Ibid.* p 173.

comercio ni tampoco resuelve la división de las ganancias que los dos países obtienen del intercambio. El ejemplo del análisis, supone una razón de precio internacional de 1:1, pero si la razón ( $P_{\text{atún}}$  a  $P_{\text{vino}}$ ) es de 2:1 (razón de precio antes del intercambio en Chile) y 1:2 (la razón antes del intercambio en el Perú). Para determinar la razón del precio relativo en el intercambio, se requiere conocer los recursos totales de cada país (las horas-hombre disponibles por año) y los gustos de ambos. Sólo de esta manera se puede calcular las ganancias relativas que cada uno obtiene del comercio.

La ventaja absoluta de producir un bien, le permite a un país obtener una ganancia con el comercio; como también si tiene una capacidad de especializarse en la producción de un bien con mayor eficiencia, mayores serán sus posibles ganancias respecto al bienestar nacional.

### TEORÍA DE LA VENTAJA COMPARATIVA

La teoría de la ventaja comparativa establece que las naciones deberían producir aquellos bienes que les producen mayores ventajas relativas<sup>4</sup>. Si analizamos el mismo ejemplo de los dos países (Chile y Perú) y los dos productos (atún y vino), de acuerdo a este modelo tenemos:

#### Costo de la mano de obra (en horas) para producir una unidad

	Atún	Vino
Perú	10	20
Chile	40	40

Si analizamos el cuadro, el Perú tiene una ventaja absoluta tanto en la producción de atún como de vino, por lo que a primera vista se tiene la impresión de que el comercio sería poco rentable o por lo menos de que ya no hay incentivos para el intercambio. Pero la situación no es así, el comercio puede seguir ventajoso para ambas naciones, siempre que los costos relativos de producción sean distintos en ellas.

Antes del intercambio, en el Perú una unidad de atún cuesta (10/20) horas de vino, de manera que una unidad de atún puede cambiarse por media unidad de vino. En el Perú, el precio del atún es la mitad del de vino. En Chile, una unidad de atún cuesta (40/40) horas de vino o una unidad de vino. En Chile el precio del atún es igual al del vino. Si el Perú puede importar más de una media unidad de vino por una unidad de atún, se beneficiará con el intercambio. De manera análoga, si Chile puede importar una unidad de atún por menos de una unidad de vino, también saldrá ganando con el intercambio. Las razones de precio son los que fijan los límites del comercio.

El Comercio aporta ganancias siempre que las razones de precio relativo de dos bienes difieren en el comercio internacional de lo que serían si no existiera el intercambio.

### TEORÍA DE LA DOTACIÓN DE FACTORES

Según esta teoría los países producirán y exportarán bienes que incluyan grandes cantidades de los factores de producción que posean en abundancia e importarán los que requieren grandes cantidades de los factores que escaseen en su territorio<sup>5</sup>. Es una teoría que amplía el concepto de la ventaja comparativa, por cuanto toma en cuenta la dotación y el costo de los factores de producción. También sirve para explicar porque las naciones con una fuerza de trabajo relativamente numerosa, China, por ejemplo, se concentran en producir bienes que requieren mucha mano de obra y otros como los Países Bajos, con relativamente más capital que mano de obra, se especializan en bienes que incluyen mucho capital.

Esta teoría tiene ciertas limitaciones, como aquel donde algunos países tienen leyes de salarios mínimos que generan precios altos de una fuerza de trabajo bastante numerosa, por lo que resultará más barato importar ciertos bienes que producirlos en territorio nacional. Otra limitación es que paí-

4 Ibid. p 175.

5 Ibid. p 177.



ses como Estados Unidos exportan más bienes que requieren mucha mano de obra e importan bienes que incluyen mucho capital, situación que se explica en función de la calidad de la mano de obra más que simplemente por las horas-hombre de trabajo.

## TEORÍA DEL CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS INTERNACIONALES

Esta teoría se refiere a las etapas de la producción con nuevas técnicas<sup>6</sup>. Primero la empresa matriz produce un bien, luego sus subsidiarias en el extranjero y, finalmente, se produce donde los costos sean más bajos. La teoría explica por qué un producto que comienza como exportación termina siendo importado. Se basa en dos principios centrales:

- 1) La tecnología es un factor decisivo para crear y desarrollar nuevos productos y
- 2) El tamaño y estructura del mercado contribuyen de manera importante a determinar los patrones comerciales.

La teoría propone tres etapas: producto nuevo (innovador o especial en algún aspecto), producto maduro y producto estandarizado.

## BARRERAS CONTRA EL COMERCIO

¿Por qué muchos países producen bienes y servicios que podrían comprar de otros a un costo menor? En parte, por las barreras comerciales que incrementan su costo. Una de las razones más comunes es estimular y promover la producción nacional. Otra razón es alentar las exportaciones preferentemente de productos no tradicionales, que generan mayor valor agregado para el país, y finalmente contribuir a crear mercados mundiales proporcionando a las empresas del país subsidios por medio de exenciones fiscales y financiamiento a bajas tasas de interés. Durante la década de 1990, las exportaciones siguieron siendo una fuente importantísima de la actividad económica mundial y cada vez se les irá prestando mayor importancia.

Algunas de las metas más comunes que se busca con las barreras comerciales son:

- Proteger el empleo, protegiendo las empresas nacionales en contra de la competencia extranjera.
- Estimular la protección nacional para sustituir las importaciones.
- Proteger a las industrias que apenas acaban de establecerse.
- Reducir la dependencia respecto a los proveedores extranjeros.
- Estimular la inversión directa tanto nacional como extranjera.
- Atenuar los problemas relacionados con la balanza de pagos.
- Promover la actividad exportadora.
- Evitar que las multinacionales sigan practicando el *dumping*, es decir, vender productos a bajo costo para obtener una participación en el mercado.
- Apoyar los objetivos políticos como negarse a comerciar con países que practican el *apartheid* o violación de derechos humanos.

## BARRERAS DE USO COMUN

Las barreras más frecuentes que obstaculizan el libre flujo de los bienes y servicios son: barreras basadas en el precio, límites de cantidad, fijación de precios internacionales, barreras no arancelarias, límites financieros y controles de la inversión extranjera.

Las **barreras basadas en el precio**, se refieren cuando se carga el arancel al precio de los bienes y servicios importados. A menudo el arancel se basa en el valor del producto. Con los aranceles aumentan los ingresos del gobierno, se desalientan las importaciones y se hacen más atractivos los productos nacionales.

Los **límites de cantidad**, conocido como cuotas, restringen el número de unidades que pueden importarse o bien la participación en el mercado que se permite. La cuota se convierte en **embargo**, cuando se fija en cero.

La **fijación de precios internacionales**,

6 Ibid. p 179.

cuando un grupo de empresas internacionales establece precios o volúmenes de ventas con el propósito de controlar el precio, que recibe el nombre de **cártel**, ejemplo, la OPEP.

Las **barreras no arancelarias**, son normas, regulaciones y trámites burocráticos que retrasan o impiden la compra de productos del extranjero, como el procesamiento lento de los permisos de importaciones, los establecimientos de normas de calidad que excluyen a los productos extranjeros, así como la política de "comprar lo que se produce en el país. Estas barreras restringen las importaciones y protegen las ventas nacionales.

Los **límites financieros**, como los controles del tipo de cambio que restringe el flujo de divisas, limitar las divisas que pueden sacarse del país, el empleo de tipos fijos de cambio que son muy favorables para el país.

Los **controles de la inversión extranjera**, son límites a la inversión directa extranjera, a las transferencias o envío de fondos, pueden adoptar varias formas:

- 1) Como exigir a los inversionistas que tengan una posición de propiedad minoritaria (49% o menos),
- 2) Limitar la transferencia de utilidades, (a 15% anual del capital acumulado),
- 3) Prohibir el pago de regalías a las compañías matrices para impedir la repatriación de capitales.

## LOS ARANCELES

El arancel es un impuesto a los productos que se exportan a escala mundial. El más común es el **arancel a la importación**, el cual se carga a los bienes que se importan a un país. El menos común es la **tarifa de exportación**, que se carga a los bienes que se exportan a otras naciones, o el **arancel de tránsito**, que se cobra a los bienes que pasan por un país. Estos impuestos se calculan basándose en varios criterios, como el *derecho específico* que es un arancel basado en unidades como \$1 por cada producto importado, el *derecho ad valorem* (al valor) es un arancel basado en un porcentaje del valor del producto como un impuesto del 10% sobre el valor del bien, y el *derecho compuesto* que es un arancel constituido

por un derecho específico y un derecho ad valorem como un derecho específico de \$3 y un derecho ad valorem de 5%.

Los gobiernos utilizan los aranceles para incrementar sus ingresos y proteger la industria nacional. Así como estos impuestos disminuyen la demanda del producto respectivo al elevar el precio para el comprador.

Los aranceles se imponen por varios motivos:

- Proteger las industrias o empresas nacionales
- Incrementar los ingresos del gobierno
- Reducir los gastos efectuados en el extranjero por los ciudadanos, a fin de mejorar la balanza de pagos.

## COMERCIO EN ESPECIE O TRUEQUE

Es un comercio donde las empresas exportadoras reciben el pago con productos del país importador, por ejemplo el intercambio de productos y tecnologías relacionados a los oleoductos a cambio del gas natural de los rusos que privilegia el comercio entre Oriente y Occidente. A principios de la década del 80 algunos países de bajos y medianos ingresos utilizaron esta modalidad para equilibrar sus cuentas comerciales. El comercio en especie representa entre el 10 y 20% del comercio mundial total.

El comercio en especie tiende a disminuir la eficiencia del comercio internacional, porque sustituye el intercambio de bienes mediante el sistema de precios con el trueque.

## COMERCIO DE SERVICIOS

El comercio internacional de servicios, como la banca, los ingresos para inversión, los seguros; los medios de comunicación masiva, el transporte, la publicación, la contabilidad, los viajes y las licencias de tecnología están sujetos a múltiples normas de carácter nacional e internacional por motivos económicos, sociales, políticos y culturales. A pesar de todo, este rubro sigue una tendencia cada vez más creciente.

## ZONAS DE LIBRE COMERCIO

Una zona de libre comercio es un área designada donde los importadores pueden pospo-

ner el pago de los aranceles aduaneros, mientras se procesan los productos. La zona sirve como "planta ensambladora mar adentro", que utiliza trabajadores locales y financiamiento también local para realizar actividades exoneradas de impuestos. Experiencias en nuestro país tenemos con las zonas francas, y ahora los CETICOS.

Una zona de libre comercio debe tener una ubicación estratégica como un puerto internacional, en grandes rutas de navegación o cerca de ello o en áreas de fácil acceso a los aeropuertos importantes. Debe contar con facilidades en servicios públicos, bancarios y de telecomunicaciones y una adecuada infraestructura comercial. En el mundo existen más de 400 zonas de libre comercio, las dos terceras partes de ellas se ubican en países en vías de desarrollo.

Las ventajas que ofrece una zona de libre comercio, son igualmente benéficas para todos los que participan en ella. Las empresas privadas se benefician de tres maneras: pagan los aranceles sólo cuando los bienes ya se encuentran en el mercado, los costos de producción son más bajos porque están exonerados de impuestos y finalmente puede reempacar los bienes, graduarlos y verificar si han sufrido deterioro alguno. Otros beneficios adicionales son la reducción de las pólizas de seguros, la disminución de las multas por mercancía marcada incorrectamente y una mayor seguridad contra robos.

En el ámbito estatal y municipal, pueden lograrse ventajas en los servicios comerciales. A un nivel más global, las zonas de libre comercio permiten a las compañías importadoras nacionales competir mejor con los fabricantes extranjeros o con las filiales de las multinacionales, aumentando así su participación en el comercio mundial. Los efectos favorables se reflejan en una balanza de pagos más dinámica, producto de una mayor actividad económica y la reducción de salida de capitales netos. Finalmente, mejora el ambiente de los negocios, porque en una zona de libre comercio disminuye la burocracia con grandes ahorros de capital de las empresas.

El Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Canadá y México (NAFTA) constituido en 1993, ha permitido que estos tres países apro-

vechen las ventajas que ofrece las facilidades que otorga cada uno de ellos en distintos aspectos, como el bajo costo de la mano de obra en México.

## **INGRESO DE LA PEQUEÑA Y MICRO EMPRESA AL MERCADO INTERNACIONAL**

Las pequeñas y micro empresas han ingresado al mercado internacional en dos modalidades: directamente y a través de terceros. Por consiguiente, se tiene alguna experiencia, sin embargo no es suficiente si quieren mantener el posicionamiento en un segmento del mercado en cualquiera de las regiones del mundo, el cual requiere una atención en forma permanente y creciente. Las empresas dedicadas a la exportación tienen sus propias características por su especialidad, y se ajustan a las variaciones o regulaciones que existe en uno u otro país, a las exigencias de carácter técnico y de calidad.

La micro empresa se enfrenta a una primera barrera, que es la formación y capacitación exportadora.

La pequeña empresa está de alguna manera en posibilidades de exportar, para lo cual requiere entre otros requisitos:

- Productividad
- Diseño y marca
- Cantidad
- Costo competitivo
- Continuidad productiva
- Capital de trabajo y respaldo financiero
- Conocimiento sobre exportación
- Información actualizada del mercado internacional.

La experiencia exportadora del Perú está en la Gran Empresa y Mediana Empresa, que tienen sus propias organizaciones como es ADEX, donde desarrollan actividades de capacitación y perfeccionamiento habiendo creado su Instituto Superior Tecnológico en exportaciones.

En una economía de libre mercado, como la peruana, el sector externo ha sido muy dinámico en los cinco años del último quinquenio, donde las importaciones han tenido un gran apogeo desde la apertura económica. Así en 1995 las importaciones alcanzaron un nivel cercano a los 7,700 millones de dólares, lo que representa un creci-

miento de 35.6% respecto a 1994. Este crecimiento, ha posibilitado que en el quinquenio 90-95 las importaciones se incrementaron en 162%. En este mismo período las exportaciones peruanas muestran un crecimiento pero en menor dimensión que las importaciones, en 1995 alcanzan un nivel aproximado a 5,600 millones de dólares que representan un crecimiento del 23% respecto al año anterior, y en el quinquenio 90-95 las exportaciones crecieron en 68.4%, cifra muy por debajo del nivel de crecimiento alcanzado por las importaciones. Las informaciones sobre el comportamiento del sector externo y global se presentan en cuadros 3, 4 y 5, como en los gráficos 4, 5 y 6.

La industria de confección textil de la Gran Empresa, exporta más del 50% de su producción total. Sólo 10 empresas del grupo, exportan el 90% de su producción, no obstante el sector cuenta con no menos de 300 empresas exportadoras.

La experiencia exportadora de la Pequeña y Micro Empresa está en función de la colaboración y relación existente con los Organismos No Gubernamentales (ONGs) de desarrollo.

Con el apoyo de la Unión Europea y Manos Unidas de España, se está ejecutando el Proyecto Truchas, dedicado a la crianza y comercialización de truchas del Lago Titicaca de Empresas Familiares Circunlacustres, que se exportan a los mer-

### CUADRO N° 3

#### EXPORTACIONES FOB, POR GRUPO DE PRODUCTOS: 1990 - 1995 (MILLONES DE US DÓLARES)

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995
<b>Productos Tradicionales</b>	<b>2.265</b>	<b>2.378</b>	<b>2.471</b>	<b>2.334</b>	<b>3.154</b>	<b>3.978</b>
Míneros	1.446	1.474	1.649	1.432	1.859	2.454
Petróleo y Derivados	258	169	196	181	165	231
Agrícolas	175	210	115	77	243	333
Pesqueros	336	467	440	542	710	704
Otros Tradicionales	49	57	72	102	178	256
<b>Productos No Tradicionales</b>	<b>985</b>	<b>959</b>	<b>930</b>	<b>998</b>	<b>1.198</b>	<b>1.464</b>
Agropecuarios	114	153	151	185	226	283
Textiles	365	353	324	324	392	455
Pesqueros	131	115	96	130	199	219
Metal-mecánicos	27	25	38	40	40	41
Químicos	71	74	77	74	95	122
Sidero-metalurgicos	163	142	134	118	114	145
Minerales No Metálicos	18	20	22	24	28	29
Otros	96	78	88	103	103	170
<b>Otros</b>	<b>74</b>	<b>53</b>	<b>132</b>	<b>182</b>	<b>202</b>	<b>155</b>
Permisos de Pesca	41	13	83	132	154	83
Resto	33	40	50	50	48	72
<b>Total Exportaciones FOB</b>	<b>3.323</b>	<b>3.391</b>	<b>3.534</b>	<b>3.515</b>	<b>4.555</b>	<b>5.596</b>

FUENTE: BCR

ELABORACION: EL AUTOR

**CUADRO N° 4**

**IMPORTACIONES FOB, SEGÚN USO O DESTINO ECONÓMICO (CUODE) Y  
SECTORES: 1990 -1995  
(MILLONES DE US DÓLARES)**

<b>CONCEPTO</b>	<b>1990</b>	<b>1991</b>	<b>1992</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>
Bienes de Consumo	338	639	841	907	1.383	742
Insumos	1.333	1.597	1.783	1.848	2.336	3.218
Bienes de Capital	886	934	1.120	1.136	1.706	2.374
Diversos y Ajuste	374	361	374	193	237	352
<b>Total Importaciones FOB</b>	<b>2.930</b>	<b>3.530</b>	<b>4.090</b>	<b>4.085</b>	<b>5.661</b>	<b>7.686</b>

**FUENTE: BCR**

**ELABORACION: EL AUTOR**

**CUADRO N° 5**

**PRODUCTO BRUTO INTERNO PER CAPITA: 1990 - 1995**

<b>AÑO</b>	<b>PBI GLOBAL (NUEVO S/ DE 1979)</b>	<b>POBLACION TOTAL (MILES)</b>	<b>PBI PER CAPITA (MILLONESIMA NVOS S/- DE 1979)</b>
1990	3.372,40	21.589,30	156,4
1991	3.469,30	21.986,40	157,9
1992	3.407,90	22.354,40	152,40
1993	3.597,20	22.740,20	158,20
1994	4.061,50	23.130,30	175,80
1995	4.342,50	23.527,10	184,60

**FUENTE: BCR**

**ELABORACION: EL AUTOR**

cados de Bolivia y Chile.

La Micro y Pequeña Empresa están constituyendo conglomerados productivos, consorcios o grupos de eficiencia en confecciones, artesanía y agroindustria, con la finalidad de atender a un mercado internacional que cada vez es más grande.

Se ha exportado con relativo éxito comercial, café, espárragos, vinagre, miel, mermelada, prendas de vestir, calzado y artesanía.

**CAPACIDAD INSTALADA DE LAS PYMES**

Un aspecto de suma importancia para analizar y evaluar el potencial exportador de las

PYMES es su capacidad instalada. En este rubro no se cuenta con estadísticas sobre la intensidad en el uso de la capacidad instalada, pero se cuenta con el número de turnos trabajados, horas promedio por turno y el número de días trabajados por semana.

La característica predominante en estas empresas, es el trabajo en promedio de 1.2 turnos de 8.33 horas durante 5.96 días por semana. Este indicador permite deducir que existe un alto porcentaje de capacidad ociosa, si consideramos el número ideal de tres turnos de ocho horas cada uno por siete días a la semana.

GRAFICO N°4

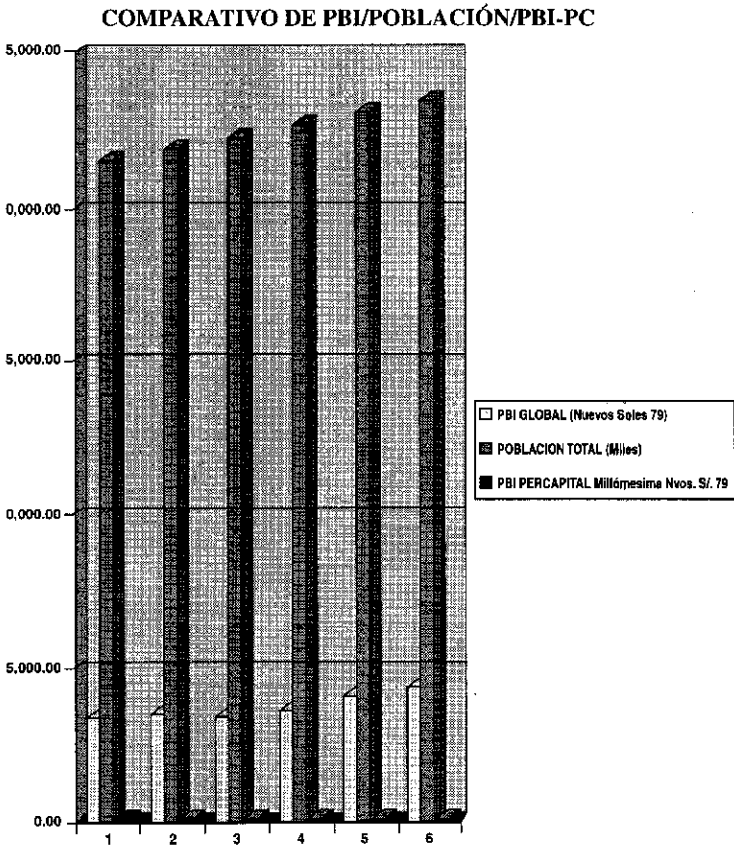
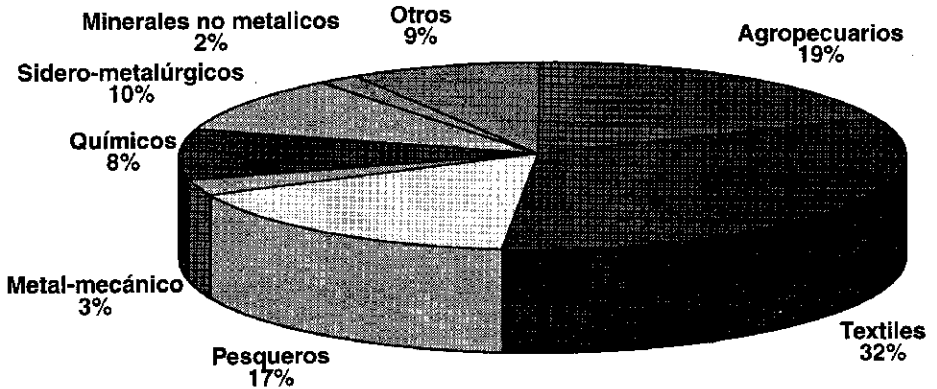


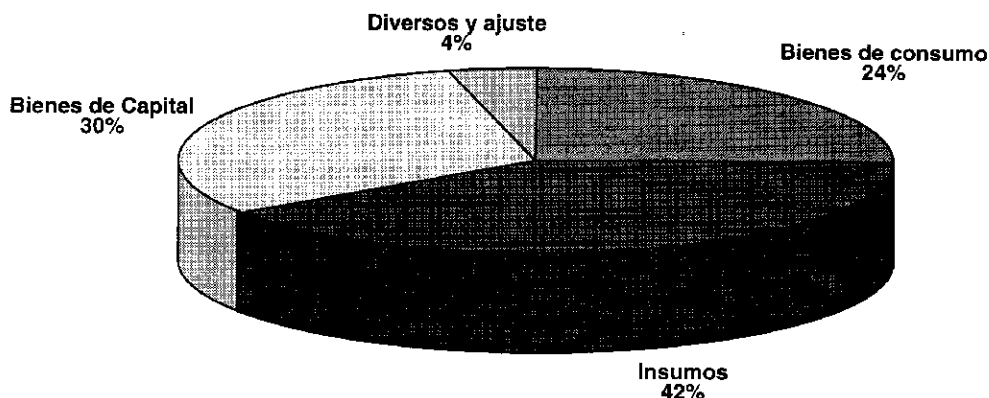
GRAFICO N° 5

EXPORTACIONES DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES - 1994



## GRAFICO N°6

### IMPORTACIONES FOB 1995



La diferencia con el sector industrial de mediana y gran empresa en este aspecto radica en el número de turnos trabajados diariamente, puesto que las empresas con más de 20 trabajadores, laboran en promedio 1.9 turnos, es decir un 50% de tiempo más que las PYMES.

En términos generales, el total del sector industrial tiene una capacidad ociosa; siendo las PYMES que presentan mayor margen en este aspecto, generado principalmente por problemas de financiamiento.

#### AÑOS DE EXISTENCIA DE LAS PYMES

El ciclo de vida promedio de las PYMES es de 7.3 años, la mayoría de ellas se han constituido en los últimos 8 años, en los períodos de mayor crisis económica.

Desde el punto de vista de la capacidad de participación en el comercio internacional, el promedio de años de existencia es un indicador importante, puesto que la idea de continuidad y la estabilidad de las empresas es un factor impor-

tante para que las PYMES pudieran iniciar, gradual y lentamente una diversificación en el mercado de destino de sus productos.

#### FACTORES DETERMINANTES EN LA ACTITUD DE LAS PYMES PARA EXPORTAR

La mayor parte de las PYMES le interesaría participar en el comercio internacional, pues consideran como una opción para lograr un mayor crecimiento y desarrollo de sus empresas.

La modalidad de participar en las exportaciones es diversa, directamente, por medio de intermediarios mediante agrupaciones o asociaciones tipo ADEX. Para aprovechar el potencial exportador de las PYMES será necesario impulsar la formación de asociaciones que se encarguen de la comercialización, de manera que los productores se beneficien de las economías que puede obtener esta modalidad.

Por el lado de los créditos para exportar, las PYMES no tienen las facilidades por las condiciones duras que exigen las instituciones financieras.

## APOYO GUBERNAMENTAL A LAS PYMES

Las PYMES requieren del gobierno, en primer lugar crédito y contactos con los compradores en segundo lugar, así como también les interesa la reducción de los impuestos

Desde 1993, el gobierno, a través del MITINCI, con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional y la Cooperación Técnica Suiza, desarrolla propuestas destinadas a fijar un campo de actuación en diversos segmentos empresariales, partiendo de una definición principal de impulsar la coordinación del sector público y privado destinado a actuar en campos básicos: bajar barreras al desarrollo de las empresas y promover el mercado de servicios para la pequeña y micro empresa. Está impulsando un programa de instalación de módulos de servicios para las PYMES, privilegiando la intervención en las aglomeraciones y conglomerados donde estas empresas son mayoritarias. Las estrategias y recursos para alcanzar el desarrollo de las PYMES en el país desde el MITINCI, se asientan en la definición de políticas, generar condiciones para la formación del Consejo de la pequeña empresa y la promoción de Centros de servicios empresariales.

El MITINCI está actualizando la estadística, procesando el reordenamiento de su información que mida el impacto de sus políticas, el esfuerzo del sector privado, sirva a las empresas y extienda la simplificación administrativa.

El MITINCI conjuntamente con la Unión Europea impulsa el programa de crédito FONDEMI, orientado a micro empresas. A la cartera inicial de más de 3,500 empresas atendidas, ha incorporado en 1995 una oferta de capacitación, a través de la calificación de los servicios existentes y el otorgamiento a la demanda de bonos de capacitación FONDEMI. Con la Asociación Nacional de Bancos se ha desarrollado un programa de formación de analistas de créditos, para mejorar la productividad y bajar los costos de intermediación financiera.

La oferta inicial de capacitación fue cubierta por SENATI, IPAE, Universidad del Pacífico y algunas ONGs. Cursos de capacitación, formación de formadores, de jóvenes y pequeños em-

presarios. Han seleccionado productos de capacitación, han pre-calificado la oferta y entregado bonos a los empresarios.

Los programas de promoción que se desarrollan actualmente, tanto por parte del Estado como por el sector privado, se concentran principalmente en la capacitación, acceso a tecnología, información y formalización, siendo necesario consolidar la comercialización de sus productos. El gobierno, atendiendo el sentir de las PYMES y reconociendo el alto porcentaje que representan en la actividad económica y que absorben a un sector importante de la población económicamente activa en los últimos años, por Decreto Supremo N° 059-97-PCM de fecha 24 de Noviembre del presente año, ha creado la Comisión de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa PROMPYME, que actuará como instancia de promoción, coordinación y concertación de las acciones sectoriales que contribuyan a la ampliación y dinamización de los mercados de las pequeñas y micro empresas.

PROMPYME tiene la misión de servir de enlace para facilitar el encuentro comercial entre la demanda y la oferta de bienes y servicios de la pequeña y micro empresa, a fin de contribuir a la ampliación y dinamización de sus mercados.

PROMPYME, tiene como objetivo general mejorar el acceso de la pequeña y micro empresa a los mercados en los que actualmente actúa o que potencialmente podría incursionar, tanto en el sector público como el privado. Asimismo, tiene los siguientes objetivos específicos:

- a) Diseñar, coordinar, concertar y ejecutar actividades para apoyar el desarrollo de mercados para las pequeñas y micro empresas a través de las siguientes acciones:
  - i. Mejorar el acceso de las pequeñas y micro empresas a los mercados de productos en los que actualmente actúa o que potencialmente podría incursionar, al nivel de mercados locales, regionales y nacionales.
  - ii. Estudiar y propiciar la demanda del Estado hacia las empresas del sector, proponiendo la adecuación de las normas y reglamentos a su realidad y característi-



cas en coordinación con la Presidencia del Consejo de Ministros.

- iii. Contribuir a ampliar y consolidar la articulación empresarial, en su versión horizontal, es decir con empresas del sector y vertical, es decir con empresas de mayor dimensión.
  - iv. Promocionar mecanismos que faciliten el acceso al financiamiento de parte de las pequeñas y micro empresas.
  - v. Fortalecer a las instituciones y empresas que brindan los servicios no financieros a las empresas del sector, de manera que se asegure una oferta estable y creciente de los mismos.
- b) Gestionar cooperación técnica y financiera internacional destinada a la promoción de mercados para las pequeñas y micro empresas.

De los objetivos señalados, el que posibilitará la mayor participación de las PYMES en el comercio internacional es el que se refiere a gestionar la cooperación técnica y financiera internacional, que les permitirá integrarse al mundo de la globalización e internacionalización, fenómenos característicos de los últimos tiempos.

El Estado, por intermedio de la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), desarrolla programas de apoyo a la pequeña empresa, canalizando fondos de la Corporación Andina de Fomento (CAF). En 1994 impulsó diversos esfuerzos de convergencia con organismos públicos y privados para crear las EDPYMES, la Ley está aprobada y COFIDE canaliza el financiamiento a través de nuevas instituciones de crédito. En Lima se instaló el Centro COFIDE, destinado a proporcionar información y asistencia a emprendedores y empresarios, habiendo proporcionado servicios a más de 10,000 empresarios en forma inmediata, dicho proyecto se amplió al territorio nacional, con la instalación de sedes en distintas regiones del país.

El Fondo Nacional de Compensación y Desarrollo Social (FONCODES), ha impulsado diversos programas de apoyo a la micro y pequeña empresa. Desde 1992 ha colocado 26,000 créditos, por un monto promedio de US\$1,100 dólares

por micro empresa y ha ejecutado importantes programas de compras estatales proveídos por las PYMES de artesanía, zapatos y buzos escolares, carpetas, lampas, mochilas, etc. Las micro empresas agropecuarias, también han sido acreedores de beneficios con obras de infraestructura rural, mejoramiento de caminos rurales, obras de riego y centros de acopio de insumos y productos.

La Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPMAC), con su red de 12 cajas a escala nacional y la asistencia de la GTZ de Alemania ha logrado crear una institucionalidad basada en 40,000 depositantes y ahorristas y 100,000 prestatarios, a Julio de 1994. La tendencia creciente a escala nacional en el otorgamiento de los créditos a la pequeña empresa. La Caja Municipal de Lima tiene una cartera inicial de 1,000 clientes del sector de las PYMES.

El Ministerio de Agricultura, también ha impulsado desde 1992 las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito como entidades de financiamiento del sector rural, a la vez que dinamiza el ahorro local; atendiendo a los sectores más activos de pequeñas y medianas unidades agropecuarias a través de la banca privada, ha creado 14 Cajas Rurales para agricultores y campesinos y las Empresas Comunales y Multicomunales para los campesinos y los pequeños productores más pobres, combinando actividades de ahorro y crédito, de comercialización y la administración de fondos rotatorios, constituidos con fondos del estado, sean en semillas, fertilizantes, pesticidas, herramientas, ganado, maquinaria, etc.

El Ministerio de Pesquería, en su sector desarrolla programas de apoyo a la pesca artesanal a escala nacional, en todas las caletas de pescadores, proporcionando apoyo en créditos y servicios. Esta actividad pesquera está constituida en su totalidad por micro y pequeñas empresas reconocidas.

El marco institucional y de política vigente, presta mucha atención en la línea de cooperación internacional con las PYMES.

## **POLÍTICAS DE LA UNIÓN EUROPEA (UE) CON LAS PYMES**

La Unión Europea, desarrolla una permanen-

te atención sobre la base de un crecimiento generalizado en la creación de empleo en el ámbito europeo y mundial de las pequeñas y medianas empresas, que se expresa en lo siguiente:

Las PYMES en la UE proveen el 70% de los empleos en el sector privado no primario, empleando 64 millones de personas en el año de 1992. En los últimos cuatro años se observa ratios impresionantes de creación de empleo por empresas recién establecidas, sobre todo micro firmas.

La atención a las PYMES reside en programas específicos de ayuda para salir de la recesión, promover el mercado interno y contribuir a la competitividad europea en el marco de la globalización, buscar la transparencia de los negocios, diseminar la información existente, fortalecer los instrumentos de cooperación y los centros de información.

La UE invierte en financiamiento de PYMES y en políticas para crear fondos de garantía, capital de riesgo y reducir morosidad.

Diseño de una ofensiva de aprovechamiento que cree condiciones para volver a empezar y nuevas oportunidades a la gente desempleada para empezar su propio negocio. Desarrollar un nuevo empresario y registrar el alto ratio de fracasos de pequeñas firmas existentes.

La Comisión Europea de PYMES propone seis iniciativas para la UE:

1. **Evaluación de impacto.**- Fortalecer procedimientos internos para evaluar impacto en pequeñas y medianas empresas de propuestas legislativas empresariales.
2. **Transferencia de empresas.**- Encarar tipos de transferencia con ambiente fiscal y legal favorable, reduciendo forma administrativa y costo de acceso de este status, la protección de socios e intereses de terceros, y que la empresa continúe operando.
3. **Ambiente fiscal.**- Destinado a reducir obstáculos y que permitan el potencial de creación de empleo. Recomendación de métodos de tasación impositiva para pequeñas y medianas empresas.
4. **Política de pagos.**- Matriz legal disuasiva para malos pagadores. Política específica de interés sobre pagos, no contestar demanda

de ayuda, disciplina de pagos por las autoridades públicas.

5. **Servicios locales.**- Actividades ofrecidas con sistemas de bonos, y eventualmente encargándose de su distribución. Se pone acento en servicios de atención personal y capacitación.
6. **Medidas de apoyo para las empresas.**- El refuerzo de servicios de apoyo a las PYMES está dirigidas a los siguientes objetivos:
  - Aumentar el acceso al financiamiento y al crédito.
  - Apoyo a proyectos piloto, bajo los programas existentes en la Comunidad. Estos proyectos ayudan a introducir nuevos instrumentos financieros o para hacer crecer el mercado financiero de la UE.
  - Apoyar la cooperación entre empresas, dando apoyo mas allá de la fase de búsqueda de la sociedad.
  - Acceder a resolver dificultades de barreras administrativas y la necesidad de encontrar socios adecuados en los Estados miembros de los compradores. Promover una cooperación cerrada entre principales y subcontratistas.
  - Aumentar la calidad de la gestión.
  - Promover las habilidades de los empresarios es un factor crucial para sostener la competitividad de las PYMES y su capacidad de retener empleo a largo plazo. La Comisión plantea desarrollar la Consultoría calificada para tratar los diversos aspectos de la gestión diaria. Los expertos son vitales por implicancias en la organización industrial y la gerencia financiera.
  - El Parlamento Europeo ha acordado darle mayor peso a estas políticas, tomado las siguientes medidas:
    - Una dirección general propia de la Administración Europea en la Comisión.
    - Estrategias de información, cooperación y formación de PYMES, evaluación y control de las consecuencias de una nueva Ley Europea.

## PROPUESTAS DE POLÍTICA DE CONVERGENCIA DE LA COOPERACIÓN EUROPEA EN EL APOYO A PYMES

La UE esta interesada en contribuir a establecer un programa marco de incidencia horizontal sobre la pequeña y micro empresa con el gobierno peruano y el sector privado, destinado a favorecer el desarrollo de la productividad de las empresas de pequeña escala, que permita establecer las prioridades de su accionar.

Se busca que este programa marco permita contribuir a desarrollar los programas con vocación de apoyo a la pequeña y micro empresa, orientado a generar condiciones para la acumulación y el desarrollo destinadas a encarar el subempleo y el desempleo en el Perú.

De acuerdo a las características del desarrollo empresarial en el Perú, el campo de acción está dirigida a la pequeña empresa y a la capa superior de la micro empresa.

Un aspecto que interesa encarar es la coordinación y evaluación del impacto de la acción de la UE en el Perú, sobre el apoyo a las empresas de pequeña escala, diferenciando pequeña y micro empresa. Para este fin se plantea siete acciones:

1) Favorecer el desarrollo de diseño de políticas públicas y privadas destinadas a disminuir obstáculos. Incluir en los proyectos financiados por la UE la necesidad de reconocerlos y proponer salidas, tanto desde las contrapartes, como desde los empresarios.

Es necesario contribuir a resolver el asunto si se traza una política para pequeña y micro empresa diferenciada y dependiente de los sectores primarios tales como agricultura, pesca y minería, y otra diferenciada para industria, turismo, comercio y servicios. O si se establece un tratamiento horizontal unificando para todos los sectores, normando diferentes realidades, propiciando un nuevo paradigma.

2) Apoyar el mercado de servicios empresariales. Considerando que la asistencia técnica de la UE está destinada a contribuir a dinamizar los procesos en marcha del país y que en la madurez de este mercado se concentra el desarrollo de la productividad de las empresas y es un objetivo principal de la intervención.

Desarrollar proyectos piloto destinados a generar respuestas del sector privado para hacerse cargo de los servicios.

3) Desarrollar una política integral de reducción de malas deudas, destinada a reforzar los programas de crédito y que proporcionen confianza en las empresas de pequeña escala, desarrollada con sus contrapartes y con inversión en el terreno educativo. En este aspecto se considera que una política con esta orientación no solo cultiva un tratamiento empresarial serio, sino que a su vez es el indicador más importante para promover inversiones en el sector.

4) Promover la cooperación entre empresas, particularmente la subcontrata, como primer escalón a la entrada de las empresas de pequeña escala en el mercado externo.

Establecer políticas diferenciadas para la pequeña y la micro empresa, considerando que para las pequeñas son mas importantes los esfuerzos por compartir costos y desarrollar estrategias corporativas, asistencia técnica y consultoría de desarrollo y que, las barreras se encuentran mas difíciles de pasar, sobre todo para el sector de la micro empresa que necesita básicamente asistencia técnica de ordenamiento.

Es de necesidad proponer políticas diferenciadas para dos sectores diferentes de la micro empresa. Política de ordenamiento y desarrollo para las micro empresas que se encuentran entre la acumulación y la sobrevivencia.

5) Promover el desarrollo empresarial rural como una de las tareas más importantes para contribuir a la integración del país, favorecer el proceso de descentralización y el desarrollo regional.

6) Favorecer la intervención de aglomeraciones y conglomerados empresariales, donde la presencia de las empresas de pequeña escala sea sustancial, con el objetivo de aumentar el impacto de la gestión.

7) Fortalecer el cambio de tratamiento de los empresarios, de beneficiarios a clientes, de sujeto de beneficios a sujeto de costos y responsabilidades.

## CONCLUSIONES

- Las PYMES constituyen el 99.5% de las empresas registradas en el país, según el último Censo Nacional de 1993 y el III Censo Económico Nacional de 1994.
- Las PYMES industriales de Lima Metropolitana, que concentran el 35.8% del total nacional, tienen escasa participación en el comercio internacional, utilizan en forma intensiva materiales locales y producen básicamente para el mercado nacional.
- El modelo preferencial de las PYMES para participar en el comercio internacional será el que privilegia la integración en asociaciones o agrupaciones por actividad o zonas geográficas.
- La permanencia de las PYMES, nos permite establecer que las empresas pueden persistir en el tiempo y no ser solamente fuentes estacionales de trabajo, según las condiciones en que lo permita la rama de actividad. Un ejemplo para ilustrar esta conclusión, es el caso de las empresas productoras de artículos textiles, actividad en la que predomina establecimientos de pequeña escala y que es la principal actividad que genera exportaciones al resto del mundo.

## RECOMENDACIONES

- Planteamiento de una estrategia nacional de desarrollo que considere a las PYMES como un sector clave, que genera empleo masivo de mano de obra, y permita su incorporación con éxito en el comercio internacional.
- Propiciar la creación de organismos gremiales de las PYMES, de manera que se aprovechen la capacidad ociosa del sector en beneficio de las mismas.
- Desarrollar un programa nacional de capacitación del sector de las PYMES, para permitir su incorporación con éxito a los negocios internacionales, que posibilitará recibir recursos económicos internacionales a través de la inversión directa.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Ball Donald A. & McCulloch Wendell H. **NEGOCIOS INTERNACIONALES**. Introducción y Aspectos Esenciales. Editorial IRWIN, Madrid, 1996.
2. Hal B. Picke. Royce L. Abrahamson; **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS**. Editorial LIMUSA, México, 1990.
3. O.I.T.; **DESARROLLO DE PEQUEÑAS EMPRESAS Políticas y Programas**. Editorial LIMUSA, México, 1995.
4. Rugman Alan M. & Hodgetts Richard M. **NEGOCIOS INTERNACIONALES**. Un Enfoque de Administración Estratégica. Editorial Mc Graw-Hill, México, 1996.
5. Sérvulo Ánzola Rojas; **ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS**. Editorial Mc Graw-Hill, México, 1993.