

ESTRATEGIAS DE PROMOCION Y DESARROLLO DEL SECTOR PYMES EN EL PERU

Lic. NEMESIO ESPINOZA HERRERA

*Profesor Asociado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la
Universidad Nacional Mayor de San Marcos*

INTRODUCCION

El mundo ha cambiado extraordinariamente en esta última década. La humanidad se apresura a ingresar -si no ha ingresado ya- a una nueva era que plantea nuevos retos para el desarrollo de las sociedades. El tercer milenio no es la mera continuidad inexorable de la historia humana sino que tiene una connotación y significado especial porque sobre la base de los niveles alcanzados de desarrollo económico-social así como del avance de la ciencia y tecnología, han empezado a configurarse nuevas expresiones e interrelaciones ideológicas, económicas, políticas, sociales y científicas y, consecuentemente, se avizoran nuevas y distintas formas de convivencia humana en el orbe.

El Perú de hoy, por consiguiente, es totalmente distinto al Perú de hace 5 ó 10 años. Globalización y competitividad han venido a llamarse las nuevas tendencias que se perfilan en los aspectos educacionales, económicos, políticos, sociales, científicos y tecnológicos. Empero, así como los pensamientos y la economía tienden a globalizarse, el país aún padece de problemas

igualmente grandes y globales: la pobreza, la ignorancia, el hambre y todas las secuelas de un país subdesarrollado. La inserción ventajosa -o cuando menos igualitaria- del país a un mundo globalizado y competitivo, requiere nuevos paradigmas educacionales, ideológicos, políticos y sociales distintos a los ensayados hasta el momento.

Sin embargo uno de los componentes de una nueva estrategia nacional de desarrollo económico y social -supeditada siempre a nuevos paradigmas y esquemas de política nacional- lo constituye la promoción y desarrollo del sector empresarial de las Pequeñas y Microempresas (PYMES). El emergente sector empresarial de las PYMES, no obstante a su repercusión económica y social, fue y es un sector al que se le dio y se da -paradójicamente- poca o ninguna importancia. El siglo XXI y el tercer milenio plantean al país nuevos retos de desarrollo económico, uno de los cuáles es el de promover el sector empresarial de las PYMES para que sea eje del desarrollo nacional en un contexto de globalización y competitividad.

Es en este marco de razonamientos que se halla inmersa la presente investigación y se pre-

tende explorar la situación actual de las PYMES y plantear algunos lineamientos para una estrategia nacional de promoción y desarrollo.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

a) Conceptos sobre las PYMES

Las pequeñas y microempresas constituyen unidades económicas cuyas estructuras

organizacionales así como sus sistemas administrativos son simples. Desde este punto de vista, no se hace distinción entre lo que es una microempresa y una pequeña empresa y más bien, generalizando, hablaremos del sector PYMES. Sólo a manera de ilustración hacemos referencia que el Decreto Legislativo N° 705 (Ley de Promoción de Micro y Pequeña Empresa - noviembre de 1991) y COFIDE (Corporación Financiera de Desarrollo) hacen precisiones respecto a las características de cada una de ellas. Véase el siguiente gráfico, en la siguiente página.

**Gráfico N° 1
CARACTERISTICAS DE LAS PYMES**

DECRETO	TRATAMIENTO FISCAL PROPIETARIO	MICROEMPRESAS			PEQUEÑAS EMPRESAS		
		ANUAL	MENSUAL	DIARIO	ANUAL	MENSUAL	DIARIO
LEG.705	VENTAS	12 UIT			25 UIT		
	(UIT- 98:2600)	31.200	2.600	119	65	5.417	246
		SOLES	SOLES	SOLES	SOLES	SOLES	SOLES
	ACTIVO	20,000 DOLARES (TC=2.87)			300,000 DOLARES (TC=2.87)		
COFIDE		57,400 SOLES			861,000 SOLES		
		ANUAL	MENSUAL	DIARIO	ANUAL	MENSUAL	DIARIO
	VENTA	40,000 US\$	3,334 US\$	152 US\$	750,000 US\$	62,500 US\$	2,841 US\$
		114,800	9,569	436	2'152,500	179,375	8,154
		SOLES	SOLES	SOLES	SOLES	SOLES	SOLES

b) Representación cuantitativa e importancia de las PYMES en el sector empresarial nacional

El sector de las pequeñas y microempresas constituyen la base y soporte de la economía nacional. Su importancia radica principalmente en su connotación económica (creación de la riqueza) y social (generación del empleo). Véase gráfico 2.

Según el Tercer Censo Económico (1995), dentro del sector empresarial nacional, las PYMES constituyen:

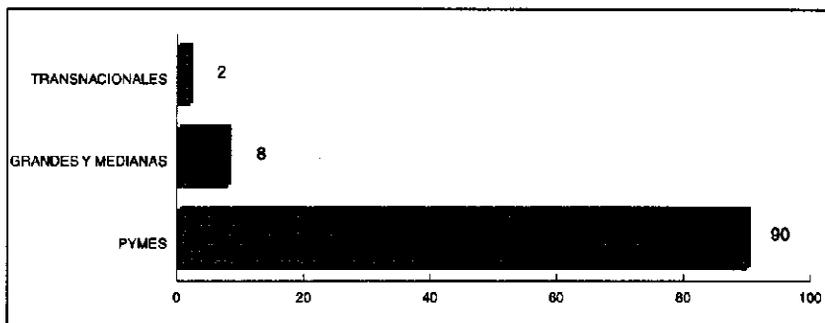
98 % de las empresas del país

75 % genera empleo

42 % contribuye al PBI

(Fuente: Perú actividad económica de la pequeña y Microempresa.- III Censo Económico Nacional.-INEI 1995).

Gráfico N° 2
LAS PYMES EN EL SECTOR EMPRESARIAL
(en porcentajes)



Fernando Villarán, estudioso e investigador de las PYMES en el Perú, sostiene que "La pequeña empresa es una realidad muy importante en el Perú: representa el 99% de todas las empresas, da empleo al 75% de la población económicamente activa y genera, aproximadamente, el 40% del Producto Bruto Interno. Estos porcentajes son los más altos en América Latina y, posiblemente, en el mundo". (Fernando Villarán.- Pequeña Empresa: retos y posibilidades.- Seminario en el Congreso de la República 13/04/98). La Sociedad Nacional de Industrias grafica la repercusión de las PYMES en nuestra economía Nacional en los siguientes términos: "En el Perú el 0.1% son las grandes empresas que suman cerca de 2,900 empresas. El 3.3% son las pequeñas empresas con 103 mil unidades, la microempresa 96.6%". Así mismo presenta los siguientes porcentajes de generación de riqueza y empleo:

	PEA	PBI
Mediana y gran empresa	25%	60%
Pequeña y Microempresa	75%	40%

(Revista de la Sociedad Nacional de Industrias.- Informe Congreso "La Pequeña y Mediana Empresa".- Expositor Román Miu.- Junio de 1996)

Las PYMES en otros países tienen, igualmente, una gran importancia económica y social. En los países desarrollados como Estados Uni-

dos y Japón, por citar ejemplos, las PYMES constituyen un sector palanca para el desarrollo de sus economías. El siguiente texto grafica con elocuencia lo manifestado: "Uno de los países que ha promovido con más éxito la participación de la pequeña y mediana empresa en su desarrollo es **Taiwan**. Son más de 900 mil pequeñas y medianas empresas que representan más del 96.5% del total de empresas registradas, del 54.77% de las aportaciones totales, del 55% de PBI y del 78.65 de la población empleada. De estas PYMES el sector manufacturero representa 31.58%, la industria de servicios el 8.85% y el comercio el 59.57%" (Revista SUBCONTRATA Ed. 25.- Junio 1995.- Gina Salas Meza)

c) Actividades de las PYMES

Las PYMES se dedican principalmente a las actividades de comercialización, industrialización y prestación de servicios y, en cada una de ellas, desarrollan todas las actividades empresariales imaginables.

Véase el siguiente cuadro.

El Programa de Autoempleo y Microempresa del Ministerio de Trabajo, por su parte, establece la siguiente composición de las actividades del sector empresarial PYMES en Lima Metropolitana: (Diario El Comercio: 12/09/97).



**Gráfico N° 3
ACTIVIDADES DE LAS PYMES**

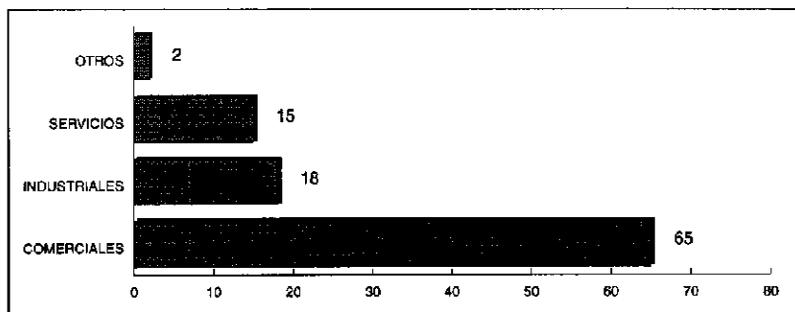
PYMES			
INDUSTRIALES	DE SERVICIOS	COMERCIALES	OTROS
*CALZADOS Y PRENDAS DE VESTIR (CONFECCIONES)	*REPARACIONES	*ABARROTES	A) PREPARACION DE ALIMENTO NATURALES - RESTAURANTES
*VAJILLAS DE PORCELANA	*LIMPIEZA	*FERRETERIA	BUFFETS - JUGUERIA - TORTAS/
*MUEBLES	*EDUCACION	*ACABADOS PARA CONSTRUCC.	DULCES - ESPECIALES - A EMPRE-
*PANADERIA Y DERIVADOS	*CAPACITACION	*REGALOS	SAS
*JUGUETES	*ASESORIA	*COMBUSTIBLE	B) TURISMO
*ELEVADORES DE SONIDO	*FIESTAS INFANTILES	*COSMETICOS	HOSPEDAJES - TRANSPORTES
*MAQUINARIA Y EQUIPOS	*FILMACIONES	*PRODUCTOS Y ARTICULOS DE LIMPIEZA	AGENCIAS DE VIAJES - GUIAS
*ACABADOS DE CONSTRUCCION	*JARDINERIA	*PLASTICOS	TURISMO DE AVENTURAS
*RECICLAJE	*MENSAJERIA	*ELECTRODOMESTICOS	C) ARTESANIAS
*CUEROS	*PELUQUERIA Y SALONES DE BELLEZA	*EQUIPOS Y ACCESORIOS DE COMPUTO	JOYAS - ANTIGUEDADES - ADOR-
*MADERAS	*GIMNASIOS	*LIBRERIA Y UTILES DE ESCRITORIO	PRENDAS DE VESTIR - TEJIDOS -
*PRODUCTOS QUIMICOS	*DISEÑOS Y SOFTWARE	*CALZADOS Y PRENDAS DE VESTIR	CERAMICAS -
	*ESPARCIMIENTOS Y DIVERSIONES	*FARMACIAS	D) AGROPECUARIA - DERIVADOS
		*FLORERIAS	LANGOSTINOS/CAMARONES -
		*LICORES	GRANIA
		*EQUIPOS Y ARTICULOS REPOTENC.	
		*PRODUCTOS AGROPECUARIOS	
		*IMPORTACIONES	

Al no existir investigaciones precisas acerca de las repercusiones del sector PYMES, principalmente en cuanto a las actividades que desarrollan, tanto a nivel de la Capital como nacio-

nal, existen opiniones diversas aunque coincidentes acerca de la realidad.

Véase, por ejemplo, el gráfico N° 4.

**Gráfico N° 4
ACTIVIDADES DE LAS PYMES
(en porcentajes)**



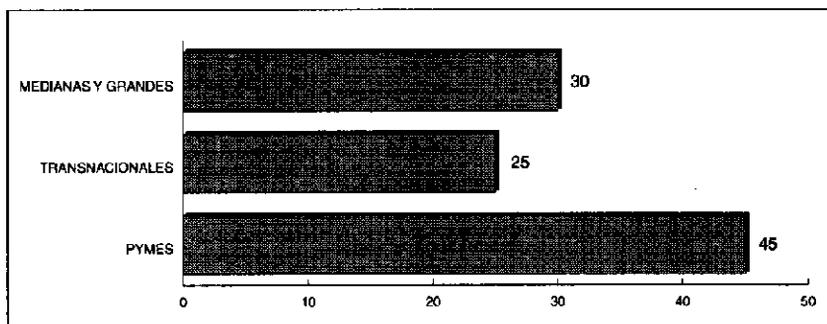
d) **Generación de la riqueza nacional por las PYMES**

La importancia económica del sector empre-

arial de las PYMES reside en su contribución al Producto Bruto Interno (PBI).

Véase el siguiente gráfico N° 5.

Gráfico N° 5
PYMES Y RIQUEZA NACIONAL
(porcentajes-PBI)



Para mayor ilustración respecto a la contribución de las PYMES al PBI nacional, véase también las páginas.....

e) La PYMES y el Empleo

El empleo no es uno de los grandes problemas del país, es el principal problema nacional. Ningún otro sector empresarial genera más empleo que el sector PYMES. En esto, precisamente, reside la importancia social de las PYMES. Fernando Villarán dice al respecto: "Cada año ingresan al mercado laboral más de 220,000 personas que no encuentran trabajo. Así para 1991, las cifras oficiales indican que en Lima Metropolitana cerca del 85% de la PEA (Población Económicamente Activa) estaba desempleada o subempleada. Entre 3 y 4 millones de peruanos

trabajan en más de un millón de micro y pequeñas empresas urbanas y si añadimos a los pequeños propietarios agrícolas tendremos que la pequeña producción en el Perú involucra a más del 75% de la PEA". (Artículo periodístico.- Diario El Peruano.- Fernando Villarán.- 30 de marzo de 1993).

El siguiente gráfico ilustra la generación de empleo por las PYMES. (Véase también algunas otras referencias al respecto en las páginas.....).

f) Modalidad jurídica de las PYMES

Las empresas del sector PYMES están constituidas legalmente bajo cuatro principales modalidades de constitución. Como persona natural: Pymes unipersonales; y como personas jurídicas: EIRL, SRL y SA. Véase el siguiente gráfico N° 7.

Gráfico N° 6
LAS PYMES Y EL EMPLEO
(porcentajes-PEA)

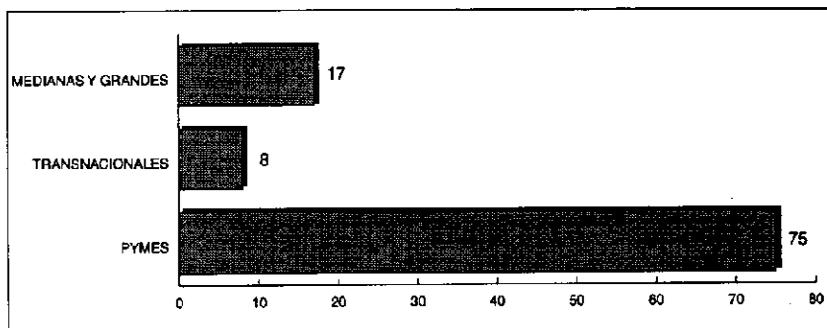
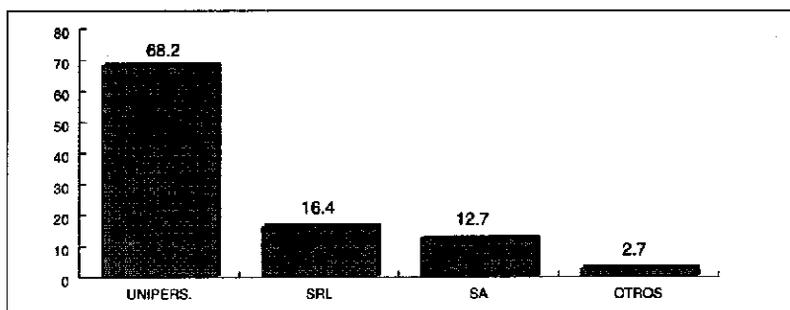


Gráfico N° 7
MODALIDAD JURIDICA DE LAS PYMES
(en porcentajes)



El Programa de Autoempleo y Microempresa del Ministerio de Trabajo, establece la siguiente composición de las modalidades jurídicas en cuanto a la constitución legal de las PYMES en Lima Metropolitana: (Diario El Comercio: 12/09/97).

SRL 44% EIRL 40% SA 16%

g) Capacidad empresarial y la formación de empresarios

Guido Sánchez Yabar -otro de los estudios sobre las PYMES en el medio- establece las siguientes razones por las que fracasan las empresas.

	%
Incompetencia	42.3
Experiencia inadecuada	23.0
Falta de experiencia en la línea	13.8
Falta de experiencia gerencial;	13.0
Otros	07.9

(Guido Sánchez Y.- Seminario "Cómo formar su empresa y gestionarla con éxito".- Dic. 1998).

La capacidad del empresario (pequeño o microempresario) es un factor fundamental para la creación, desarrollo y éxito de las empresas. El nivel de desarrollo alcanzado por el sector empresarial de las PYMES en el país -tanto en su aspecto cuantitativo como cualitativo- se debe a

la capacidad innata de los empresarios peruanos. La mayoría de ellos demuestran tener mucha capacidad empresarial aún sin tener niveles adecuados de educación.

Es importante, sin embargo, que a la capacidad y visión empresarial innata, se sume la capacidad adquirida a través de programas de capacitación y formación de empresarios jóvenes principalmente en las universidades. Respecto a la importancia de la capacidad empresarial, Fernando Villarán afirma: "Para mí el recurso principal es la **energía empresarial** en el sector de la pequeña empresa. No se trata sólo de gente que sabe hacer algo, sino de gente que tiene un empuje propio, que tiene iniciativa, que tiene creatividad". (Fernando Villarán.- Pequeña Empresa: retos y posibilidades.- Seminario en el Congreso de la República 13/04/98).

Respecto a la formación de profesionales, en las facultades de Administración de las universidades, por ejemplo, debe suscitarse cambios importantes. Lejos de formar profesionales en administración orientados hacia la gran empresa -que finalmente engrosarán las filas de los profesionales desempleados-, se deben formar, ante todo, empresarios profesionales.

Un pequeño sondeo hecho en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, revelan varios hechos. Primero: estudiantes del 7°, 8°, 9° y 10°; aún sin incursionar en la aventura de hacer empresa y probablemente nunca los hagan. Segundo: Caren-

cia de mentalización empresarial. Tercero: Considerar como principal barrera la carencia de capital. (Cuando hay ingenio, creatividad y capacidad empresarial; el dinero viene por sí mismo). Y cuarto: egresan inermes a una sociedad altamente competitiva.

¿PORQUE NO INCURSIONAS EN UN NEGOCIO?

(Encuesta a estudiantes de Administración de San Marcos, 7º y 8º ciclos.- Muestra: 60 alumnos.- Setiembre 1996)

- He intentado pero no logré..... 1%
- Creo no tener vocación de empresario 2.7%
- Estoy pensando, tengo proyectos..... 3.5%
- Constituir el negocio es costoso y complejo. 4.8%

- Lo haré cuando egrese 12%
- No tengo experiencia 16%
- No tengo capital. 60%

h) Las finanzas y las PYMES

Se calcula que aproximadamente 3 millones de microempresarios no tienen ningún acceso al crédito bancario. No existe aún una cultura crediticia expresada principalmente en la falta de credibilidad de los poseedores de capital (mercado bancario y financiero) en los pequeños y microempresarios y por parte de éstos en la falta de conciencia de la necesidad de hacer uso del capital para el crecimiento y rentabilidad de sus empresas.

Por otra parte, para el sector de las PYMES que son beneficiarios de los créditos de capital, resulta siendo una restricción el alto costo de capital.

COSTO DE CAPITAL 1997

	Depositos a plazo		Depositos a la vista	
Promedio general	MN 31%	ME 16.5%	MN 10.39%	ME 5.98%
Bancos mínimo	MN 17.37%	ME 13.0%	MN 7.85%	ME 4.50%
Máximo	MN 112.67%	ME 57.59%	MN 15.53%	ME 8.35%

Fuente: Informativo BCR.- Diario El Peruano (18/09/97)

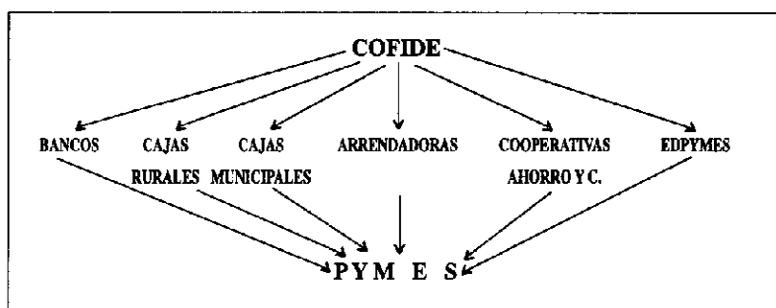
Las limitaciones para el acceso al financiamiento, se expresan también en la carencia de un sistema de mecanismos adecuados de garantías. Precisamente porque los micro y pequeños empresarios carecen de recursos garantizables es que ellos están cada vez más lejos de obtener créditos. Así mismo otra de las limitaciones, principalmente para aquellos empresarios que recién inician sus actividades, la constituye la exigencia de tener cuando menos un año funcionando.

Si bien en el futuro próximo, el sector de las PYMES será impulsado principalmente por empresarios jóvenes egresados de las universidades, se carece de mecanismos convenientes para que

estos jóvenes empresarios puedan acceder a algún tipo especial de crédito. Es el caso, por ejemplo, que las distintas promociones de estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de San Marcos que llevaron el curso de "Administración de PYMES" con el autor del presente informe, han presentado sus respectivos proyectos con todas las expectativas del caso; quedando trunca por falta de acceso a alguna fuente de financiamiento para el "capital semilla".

La Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), como banco de segundo piso, así como los distintos Organismos No Gubernamentales (ONGs) canalizan recursos financieros a través del otorgamiento de créditos al sector PYMES.

Gráfico N° 8
“COFIDE Y EMPRESAS BANCARIAS Y FINANCIERAS INTERMEDIARIAS”



i) Condiciones macroeconómicas

Es evidente que en esta última década, venimos presenciando nuevas condiciones macroeconómicas expresadas principalmente en la estabilización económica y en la reducción drástica de la inflación. No obstante, venimos aún presenciando también una evidente recesión y la dramática carencia de empleo.

Sin embargo, es indudable que las nuevas condiciones macroeconómicas existentes, avizoran nuevas posibilidades para el crecimiento sostenido de la economía nacional que, al final, está traducido - debe estar traducido - en la promoción, fomento y desarrollo precisamente de las PYMES.

A manera de ilustración, véase el siguiente gráfico.

Gráfico No 9
CONDICIONES MACROECONOMICAS Y LAS PYMES

CONDICIONES NECESARIAS	SITUACION ACTUAL
* ECONOMIA ESTABLE	ESTABILIZACION DE LOS DESEQUILIBRIOS MACROECONOMICOS
* INDICE INFLACIONARIO BAJO	INDICE INFLAC.1990= 7600 % ANUAL INDICE INFLAC.1997= 10.9 ANUAL
* COSTO DE CAPITAL BAJO	ALTO COSTO DEL DINERO 31% ANUAL MN / 16.5 ME
* NIVEL REAL DE PARIDAD CAMBIARIA	T.C. 2.87 TC REAL 4.25 PARIDAD CAMBIARIA REFERENCIAL
* NIVEL SALARIAL REAL	BAJOS Y CONGELADOS NIVELES SALARIALES QUE IMPIDE CRECIMIENTO DE LA ECONOMIA NACIONAL
* MARCO JURIDICO Y TRIBUTARIO SIMPLE Y EFICAZ	LEGISLACION CONFUSA Y COMPLEJA. -CARENCIA DE UN MARCO LEGAL MODERNO Y PROMOTOR. -PRESION Y PERSECUSION TRIBUTARIA

FORMULACION DEL PROBLEMA

No obstante a su gran importancia y a sus connotaciones económicas y sociales y a pesar de constituir el soporte y eje de la economía nacional ¿porqué el sector PYMES viene siendo relegada a planos de menor importancia?. ¿Qué instrumentos o mecanismos, tanto a nivel micro y macroeconómico, son necesarios para promover y desarrollar el sector empresarial de las PYMES?. ¿Qué factores deben tenerse en cuenta para la formulación de estrategias de promoción y desarrollo de las PYMES en el Perú?. ¿Puede una estrategia nacional de promoción y desarrollo de las PYMES contribuir al desarrollo económico y social del País?.

Estos planteamientos permiten formular las hipótesis central de que a partir del reconocimiento de la importancia económica y social del sector empresarial de las PYMES para el desarrollo nacional, se hace necesario una estrategia nacional de promoción y desarrollo de las PYMES.

De la hipótesis planteada se desprende como variable dependiente (efecto), el desarrollo económico y social del país, expresado principalmente en la generación de mayor riqueza (contribución al PBI) y en la generación de empleo. La variable independiente principal (causa), está constituida precisamente por la concepción de una estrategia nacional de promoción de las PYMES, inmersa a una política nacional de desarrollo.

LINEAMIENTOS GENERALES PARA UNA ESTRATEGIA NACIONAL DE PROMOCION Y DESARROLLO DEL SECTOR PYMES

Los elementos constitutivos referenciales de una estrategia nacional, entre otros, son:

a) La vigencia de una nueva política gubernamental propia del actual contexto de moder-

nidad y competitividad y, por consiguiente, con una nueva visión acerca del desarrollo nacional en el que las PYMES constituyan el eje central del desarrollo económico y social del país.

- b) Creación de un Consejo Nacional de Pequeña y Microempresa (CONAPYME), dependiente de la Presidencia de la República, como un ente de investigación científica y tecnológica, como un organismo rector normativo de las PYMES, así como un centro de información.
- c) Creación de un Banco Nacional de Micro y Pequeña Empresa paralela a la promoción del sector bancario privado nacional e internacional, que a través de programas especiales, canalicen el ahorro interno, financiamiento externo, fondos y donaciones internacionales para cubrir las necesidades financieras del sector.
- d) Fomento de la educación y cultura empresarial a partir de la educación secundaria. Formación de empresarios en todas las carreras profesionales en las universidades del país, con la finalidad de que los médicos, ingenieros, economistas, abogados, contadores, etc. ejerzan sus profesiones con mentalidad y formación empresarial, promoviendo principalmente las PYMES.
- e) Reconversión (reformulación de objetivos, perfiles, estructuras curriculares, estrategias educativas, etc.) de la formación de los profesionales en las facultades de administración de las universidades del país, con la finalidad de que en ellas se formen empresarios competentes, antes que meros profesionales buscadores de empleo.
- f) Creación de un Fondo Nacional Especial, administrado por el Banco Nacional de Pequeña y Microempresa, por los bancos privados que apoyan al sector PYMES, así como por las ONGs, para el financiamiento exclusivo del "capital semilla" orientados a nuevos proyectos e ideas empresariales, principalmente para egresados universitarios formados como empresarios, mediante mecanismos especiales de retorno de inversión.

- g) La creación (obligatoria) en las facultades de Administración de las universidades del país de centros de asesoría a la PYMES así como de programas de capacitación para empresarios en ejercicio.
- h) Dación de un nuevo marco jurídico promotor, especial, sencillo, claro, estable y flexible, exclusivamente para el sector PYMES.

Consecuentemente, diseño de un nuevo sistema tributario sencillo, claro, justo y promotor.

- i) Creación de condiciones contextuales que favorezcan y promuevan la vinculación de las PYMES con la gran empresa con mecanismos tales como franquicias, subcontratas, joint ventures, consorcios, etc.

BIBLIOGRAFIA

1. "Empleo y Pequeña Empresa en el Perú".- Fernando Villarán.- Fundación Friedrich Ebert.- 1993
2. "Cómo iniciar una empresa de éxito" / "Cómo organizar y gestionar una empresa con éxito" / "El marketing en las pequeñas empresa" / "Cómo preparar planes de negocios y perfiles de inversión".- 1996-97.-/ Guido Sánchez Yábar.- SYSA.
3. "Cómo dirigir una pequeña empresa".- Decálogo de la supervivencia y del éxito.- Paul Resnik.- McGraw Hill.-México 1994.
4. Normas Legales:
 - Nueva ley general de sociedades
 - Ley de promoción de la micro y pequeña empresa
 - Ley marco del sistema tributario nacional
 - Ley de la empresa individual de responsabilidad Ltda.
5. "¿Qué significa ser empresario?".- Jose de Cossío de Vivanco.- 1992.
6. "Pequeña empresa: retos y posibilidades".- Fernando Villarán de la Puente.- Conferencia en el Congreso de la República.- Abril de 1998.
7. Revistas y publicaciones periódicas sobre las PYMES.