

La PYME sí exporta

Las PYME y el entorno empresarial

Las pequeñas y medianas empresas (PYME) incorporan al 67.9% del personal ocupado, y representan el 99.7% del total de empresas formales (SUNAT 2001). Sin embargo, según un estudio publicado por el Banco Mundial, el aporte de la pequeña y mediana empresa al PNB es de solo 55.5%.

¿SE HA HECHO LO CORRECTO PARA PROMOVER A LAS PYME?

Uno de los problemas fundamentales que enfrenta la economía peruana es el alto nivel de informalidad, pues se estima que la economía informal alcanza el 59.9% del Ingreso Nacional Bruto (INB). Por ello, nuestro mayor problema no reside en la creación de empresas, sino en que las existentes se establezcan en el sector formal. Es por este motivo que los incentivos que brinda el Estado son a la formalización. Un ejemplo de política llevada a cabo para fomentar la legalización de las empresas fue el establecimiento de un marco laboral exclusivo para las MYPE, el cual contemplaba menores beneficios laborales.

Este tipo de medidas se encuentra especialmente justificado si consideramos que las PYME son intensivas en el uso de mano de obra poco calificada. Estudios del INEI indican que en el sector servicios de Lima Metropolitana, el



69% de los empleados de las MYPE no cuentan con estudios superiores, contra un 33% en las que no son MYPE. La mayor flexibilidad y los menores costos laborales ayudan a brindar empleo a un sector vulnerable de la economía, que no cuenta con educación superior. La baja productividad marginal de estos trabajadores no les permite acceder a un empleo en empresas grandes, ya que estas tienen mayores costos laborales por lo que exigen mayor productividad. En este tipo de políticas se olvida que las empresas grandes también necesitan contratar personal no calificado, y al no gozar de flexibilidad laboral, se ven desincentivadas a hacerlo.

Dado que existe un régimen laboral especial y otros incentivos como el acceder a garantías que respaldan sus financiamientos, exclusivos para las PYME, existen alicientes para quedarse en ese estado o fraccionar las empresas en lugar de crecer. Esto desvirtúa el objetivo del Estado. Si se brindaran incentivos al sector empresarial en su conjunto, se dejaría de crear este tipo de distorsiones.

¿QUÉ PUEDE HACER EL ESTADO?

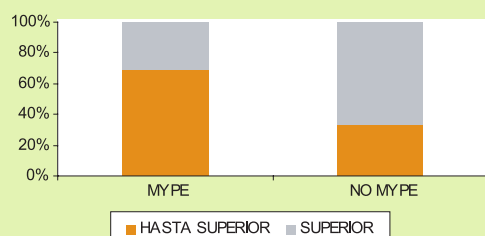
El estudio "Small and Medium Enterprises across the Globe: A New Database" publicado por el Banco Mundial en el 2003 indica que las políticas orientadas a fomentar el desarrollo institucional del Estado han demostrado ser mucho más efectivas en la generación de nuevas empresas, así como en su formalización. En este sentido, lo que se debe buscar es tener instituciones que logren agilizar los procesos burocráticos requeridos para la legalización de las empresas. Algo favorable que presentan estas medidas es que su efecto no se ve restringido a las empresas medianas y pequeñas, sino que beneficia a todas. El Perú presenta una situación similar a la del promedio de los países de la región en este sentido; los cuales se encuentran aún lejos de los estándares de los países miembros de la OECD (Organización para la Cooperación Económica y Desarrollo). ■

ENTORNO EMPRESARIAL DEL PERÚ 2004

Variable	Perú	Promedio regional	Promedio OECD
Economía informal (% INB, 2003)	59.9	41.5	16.8
Instalación de empresa			
Número de procedimientos	10	11	6
Tiempo (días)	98	70	25
Costo (% del ingreso per cápita)	36.4	60.4	8
Respeto de contratos			
Número de procedimientos	35	35	19
Tiempo (días)	441	462	229
Costo (% de deuda)	34.7	23.3	10.8

Fuente: Banco Mundial.

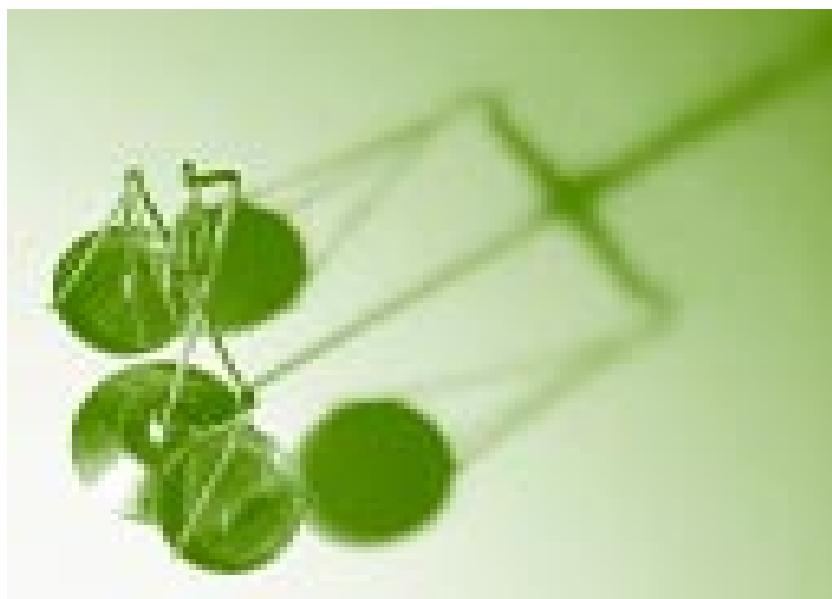
NIVEL DE EDUCACIÓN DE LA POBLACIÓN OCUPADA EN EL SECTOR SERVICIOS POR TAMAÑO DE EMPRESA (Lima Metropolitana)



Fuente: Prompyme. Elaboración: COMEXPERU.

Entre la fantasía, la realidad y la legislación laboral

¿Cómo crear más derechos para los peruanos que conforman la población económicamente activa? ¿Cómo garantizar que las condiciones de trabajo sean las adecuadas y que cuenten con la seguridad social, periodos de descanso, entre otros beneficios importantes para garantizar la dignidad y el bienestar de los trabajadores? Para algunos legisladores, la solución consiste en exigir cada vez más a los pocos empleadores formales, ya sea que formen parte del sector público o del privado, lo que no solo beneficia a pocos trabajadores sino también perjudica a otros dado que desincentiva a los empleadores a contratar. No parecen recordar que 75% del empleo en el Perú sigue siendo informal.



Recientemente hemos vuelto a ser testigos de un proyecto de ley que pretende ajustar el cinturón a los empleadores. Esta vez, aunque usted no lo crea, se trata de exigir más a las PYME. Se propone desarticular el régimen laboral de las MYPE regulado por la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, Ley N° 28015.

¿BENEFICIOS? LABORALES

Actualmente el régimen incluye, para los empleados de las PYME, los beneficios de remuneración, jornada de trabajo, horario de trabajo y trabajo en sobretiempo, descanso semanal, descanso vacacional, descanso por días feriados, despido injustificado, seguro social de salud y régimen pensionario; es decir, aquellos consagrados en la Constitución. Al no incluir beneficios adicionales busca incentivar a las PYME a incorporarse a la formalidad y así, que sus trabajadores sean sujeto por lo menos, de

los beneficios antes mencionados. El proyecto de ley agrega al régimen de la Ley N° 28015 beneficios laborales por concepto de CTS, gratificaciones y asignación familiar en montos que corresponden a la mitad de lo normado para el régimen de la actividad privada.

Así, la propuesta desincentiva el ingreso de nuevas PYME al régimen (lo que implica su formalización) y promueve a las PYME que ya se acogieron a volver a la informalidad. Además dificulta las posibilidades de mejores salarios para aquellos que laboran para una MYPE en la actualidad. Esto se debe a que por cada nuevo sol que se entregue por concepto remunerativo a dichos trabajadores, aproximadamente S/. 0.18 deberán ser abonados como beneficios sociales (S/. 80.5 mensuales adicionales por trabajador a sueldo mínimo). De esta manera, la propuesta desincentiva el aumento de los sueldos de sus supuestos beneficiarios.

¿CUÁL ES LA REALIDAD?

La legislación en materia laboral debería tener como objetivo primordial la creación de empleo formal. La Constitución señala los beneficios mínimos de los que debe gozar un trabajador, los cuales no se cumplen en la realidad debido a los altos índices de informalidad generados principalmente por la inflexible legislación laboral que genera sobrecostos importantes a los empleadores ya sean grandes, pequeños, públicos o privados, de capitales nacionales o extranjeros. En la medida en que más PYME ingresen al sector formal o que más empresas grandes se instalen en el país, habrá más peruanos con empleos dignos y seguridad social.



La PYME sí exporta

Acceso de la pequeña empresa a las cadenas de exportación



Por Hugo Lazo, Prompyme.

El desarrollo exportador ha tomado merecida importancia en los últimos años; el Estado realiza esfuerzos por concretar acuerdos comerciales que permitan al sector empresarial contar con un marco idóneo para ampliar sus mercados. El incremento de las exportaciones es una prioridad nacional y en este esfuerzo se encuentran involucrado el sector privado y el público. En el caso del ámbito privado no solo están inmersas las grandes empresas exportadoras, sino también pequeñas y micro empresas (MYPE) con potencial de exportación. Precisamente estas últimas participan en buen número de las exportaciones: cerca del 42% de los exportadores son pequeños empresarios, a pesar de que contribuyen ínfimamente al monto total exportado en aproximadamente 1.76%.

En este escenario cabe la pregunta: ¿qué opciones tiene la MYPE para integrarse en las cadenas de exportación?

La primera opción sería: *incursionar directamente en la actividad exportadora*, vale decir convertirse en exportador. Sin embargo, para ello se requiere de ciertas capacidades como el dominio de los procedimientos operativos propios de la actividad (logística internacional, medios de pago, términos de negociación, entre otros) y conocimientos sobre los mercados hacia los cuales se pretende exportar. Todo esto supone que la empresa cuenta con producción acorde con los estándares de calidad del mercado internacional y que, además, cuenta con acceso a financiamiento, lo que le permite atender grandes volúmenes de exportación.

La segunda opción sería: *conformar agrupaciones para la exportación*, considerando que el co-

mercio internacional implica transacciones de grandes volúmenes de productos. Esta opción comprende el establecimiento de alianzas con empresas de similares características, con miras a exportar conjuntamente y bajo los mismos estándares. Para la comercialización internacional se tiene dos caminos: i) contratar a un especialista en comercio exterior, quien se encargaría de efectuar las operaciones de la empresa; o ii) encargar esta tarea a la empresa con mayor experiencia en exportaciones. En ambos casos se reparten las utilidades proporcionalmente a la participación individual. Sin embargo, este tipo de relación empresarial demanda un alto nivel de confianza entre los participantes, lo que implica absoluta transparencia en los costos y procesos productivos. En suma, exige que las pequeñas empresas participantes se muestren anuentes a compartir su información.

La tercera opción, en caso de no reunir las condiciones antes mencionadas, sería *la exportación indirecta* o subcontratación; es decir que la pequeña empresa provea a una exportadora. Esta última se encarga, en muchos casos, de transferir las técnicas de producción necesarias para el acceso del producto al mercado externo. Asimismo, la empresa exportadora asume los riesgos propios de la operación con el exterior, como son ocurrencias de siniestros durante el movimiento internacional de la carga, falta de pago por parte del importador, entre otros. Tradicionalmente el pequeño empresario muestra resistencia a vender sus productos a una empresa exportadora, puesto que surgen en muchos casos apreciaciones de aparente inequidad. Sin embargo, se debe tener en consideración que la empresa exportadora obtiene mayor margen de utilidad porque arriesga en mayor medida y que, finalmente, lo que se busca es que el producto peruano llegue al mercado internacional.

En el marco de las tres opciones señaladas, diversas instituciones públicas y privadas, vienen desarrollando programas para favorecer las exportaciones. En el caso de las pequeñas empresas que pretendan integrarse a las cadenas de exportación, pueden acudir a PROMPYME. Dicha institución cuenta con las herramientas necesarias para apoyar a la pequeña empresa en su inserción en la cadena exportadora. En el caso de las empresas que actualmente exportan y tienen la necesidad de ampliar su base de oferta exportable, resultaría interesante que analicen la posibilidad de subcontratar a pequeñas empresas calificadas. Como se mencionó antes, se trata de incrementar la presencia de productos peruanos en el mercado internacional y para ello, definitivamente debemos desarrollar nuestras cadenas de exportación.

Asociatividad: Made in Perú

Entrevista a **Ángel Neyra** - Presidente de la Asociación de Talleres y Empresas de Metalmeccánica del Perú (ATEM PERÚ)

¿Qué es ATEM PERÚ?

ATEM PERÚ se fundó hace 4 años con la visión de que la competitividad era la clave para la exportación, con o sin tratados de libre comercio. Se trata de 36 empresas metalmeccánicas asociadas con el fin de exportar, ya que ello es muy difícil de lograr por una PYME por su cuenta. Con un esquema de asociatividad nos podíamos convertir inmediatamente, como respuesta productiva, en medianas y hasta grandes empresas. Tenemos la visión de exportar en cadenas productivas. Para ello participamos en procesos de calidad total e ISO 9000, por ejemplo.

¿Qué hace que estas 36 empresas decidan asociarse?

Nos asociamos teniendo en cuenta que era la única manera en que podíamos exportar. Uno de los aspectos importantes a considerar es el tecnológico. La capacidad instalada aprovechada era de 40%, porque utilizábamos tecnología que no sirve. Ese 40% se defiende en el mercado local, pero para la exportación no sirve. Brasil, México, Chile y Colombia están muy adelantados respecto al Perú. Asimismo, el parque industrial de tecnología ecuatoriano es superior al nuestro.

ATEM PERÚ ha venido promoviendo la tecnología de punta, con una inversión de cerca de US\$ 1 millón en estos 4 años, pero con el enfoque de asociatividad: que sirva a todo el grupo.

También hemos tenido problemas con las normas de estandarización y calidad. No tanto para adaptarlas, sino para cumplir con sus requisitos; por ejemplo, por la ausencia de laboratorios para hacer ciertas pruebas que estas normas requerían. Así, hemos participado en un proyecto de la CAF para construir una cámara de envejecimiento acelerado, cuya falta era un obstáculo técnico para vender nuestros productos a las grandes empresas.

¿Adónde exportan actualmente?

¿Cómo exportan?

Estamos exportando a Ecuador, Bolivia y Cuba, por ejemplo. Por ahora nos estamos enfocando en los países andinos, porque la exigencia en cuestión de normas no es tan elevada como la de otros países. Aún no podemos exportar a EE.UU. porque tenemos que normar el diseño de las matrices. También estamos haciendo muestras para España.

Exportamos a través de empresas grandes, bajo un esquema de subcontratación, y a través de asociadas nuestras, como Electroandina. Tras sus exportaciones se encuentran abasteciéndola entre 17 y 23 empresas de ATEM PERÚ. Cada empresa realiza su venta, pero todas se involucran en el proceso.

¿Qué espera ATEM PERÚ del TLC con Estados Unidos?

No tememos que EE.UU. nos inunde con transformadores, por ejemplo, porque su mano de obra no es tan competitiva como la nuestra. Nosotros, con la tecnología y la experiencia que tenemos, podemos competir; pero el tema es que ellos vienen con las normas aprobadas y nosotros no las tenemos.

Así, cuando intentamos exportar a EE.UU., tuvimos que ir a ese país para que nuestros competidores nos hagan las pruebas necesarias. Esto es una importante desventaja, pues es carísimo y para la pequeña empresa, aún más.

Para ello ATEM PERÚ cuenta con una agenda interna que está implementando desde su creación. Esta contempla programas de homologación de calidad, procesos de ISO 9000, alianzas con proveedores y prospección, entre otros aspectos. Pero esto es algo que se tiene que hacer por la supervivencia de las empresas, con o sin TLC.

Antes de que se hablara del TLC nosotros ya sabíamos que teníamos que exportar, pero para hacerlo hay ciertas condiciones y desde hace 4 años estamos trabajando en ello. La mayoría de las PYME no está agremiada y no tiene idea de todo esto. Hay gente irresponsable que dice que las PYME no se van a beneficiar con el TLC. Pero ya sin el TLC andan por mal camino. Más bien, con el TLC pueden tener la oportunidad de engancharse a una cadena y exportar.



Ángel Neyra - Presidente de ATEM PERÚ



La PYME sí exporta

Subcontratación: Made in Ecuador

Entrevista a **Juan Malo**, presidente de Cuerotex Confecciones S.A.

¿Qué es Cuerotex?

Cuerotex es una empresa ecuatoriana que se dedica a la confección de sacos (chaquetas) de cuero. La empresa se inició de manera artesanal en 1992 con tres máquinas, una producción bajísima de entre 35 y 40 sacos por mes, y con ventas del alrededor de US\$ 24,000 al año. Hoy en día, Cuerotex tiene activos por US\$ 680,000, tiene 70 trabajadores directos y 200 indirectos y ventas por US\$ 1.2 millones que esperamos se conviertan en US\$ 3 millones el próximo año.

¿Qué hizo que esta empresa creciera tanto?

Dejamos de pensar de manera doméstica. Cuerotex está en Cuenca, una ciudad con una población de 417,000 habitantes que se dedica principalmente a la manufactura. Un mercado tan pequeño con una gran oferta va a tener a muchos productores arañándose por él. Entonces decidimos apostar por buscar mercados más grandes y hacer alianzas con empresas de países del primer mundo y así tener la oportunidad de conseguir inversionistas. Es muy difícil poner una empresa primero para luego empezar a vender. La clave es básicamente vender primero y luego poner la empresa.

¿Cómo hace una empresa pequeña en un país en desarrollo para trabajar con una empresa grande de un país desarrollado?

No es tan complicado que una empresa pequeña establezca una relación con una empresa grande. La confianza se da con la calidad, con el precio adecuado en el mercado internacional, con el cumplimiento, con la facilidad que uno puede darle a los compradores internacionales y una actitud positiva que es algo importantísimo para poder desarrollar la relación y luego poder obtener el capital necesario. Nosotros trabajamos con el capital de nuestros clientes. Se desarrolla una relación de confianza.



¿Adónde exportan actualmente?

Actualmente exportamos a Estados Unidos, España y Chile bajo la modalidad de subcontratación de empresas extranjeras. Hacemos productos a pedido con las especificaciones y marca del cliente. Hace poco ingresamos con nuestro primer pedido a China. Hemos metido la mano a la boca del tigre para competir con productos de mayor calidad.

También hemos desarrollado nuestra propia marca (20% de nuestra producción) y la exportamos a Estados Unidos, Chile y Venezuela. Son ventas pequeñas.

¿Cuáles son las ventajas de la subcontratación?

Si uno pone otros objetivos adicionales a la compra-venta, entonces va a obtener beneficios. En el caso nuestro, obviamente el primer objetivo era vender. Nuestros compradores habían desarrollado marcas y modelos caros que nosotros no hubiésemos podido hacer. Calculamos que solo para empezar a pellizcar en publicidad hubiéramos tenido que invertir de US\$ 8 a US\$ 10 millones, lo cual era muy difícil para una empresa de nuestro tamaño. En cambio nos colamos a la de los grandes.

Mientras hacemos eso, vamos realizando otros negocios. Antes nuestros clientes nos mandaban el 100% de los modelos y patrones, pero luego nosotros empezamos a desarrollar los patrones y ahora solo nos envían la foto de lo que quieren. Entonces ellos dejan de gastar en enormes departamentos de desarrollo y simplemente empiezan a confiar en nosotros como sus aliados estratégicos.

¿Quiénes son sus principales clientes?

Vendemos principalmente a Nordstrom's, Barney's New York, Nascar, Cirque du Soleil y El Corte Inglés, entre otros. Una vez vestimos al staff de la película Air Force One.

¿Qué espera Cuerotex del TLC con Estados Unidos?

El TLC es importante, traerá beneficios con riesgos también, pero es una herramienta para crecer. Dado que EE.UU. es nuestro principal cliente, nos interesa mucho tener buenas condiciones comerciales con ellos para así poder competir mejor en su mercado.

Ello no significa necesariamente que sus productos van a inundar nuestro mercado. En nuestro caso en particular, inicialmente importábamos el 100% de la materia prima, luego trabajamos con curtiembres locales para obtener la misma calidad y precio internacional. Ahora compramos localmente el 40% de la materia prima y esperamos seguir incrementando este porcentaje.

Financiamiento a las PYME: Impulsando nuevos nichos de mercado

El financiamiento a las PYME constituye un segmento donde los bancos y las instituciones de microfinanzas están buscando nuevas oportunidades de crecimiento. El potencial es importante si consideramos que su participación con respecto al crédito del sistema financiero al sector privado ha pasado de 4.9% en el año 2000 a 11.6% a fines del año 2004.

De acuerdo a las proyecciones del Departamento de Estudios Económicos del BWS, tal ratio podría alcanzar el 14% hacia fines del 2006.

Las expectativas apuntan a que el mercado de microfinanzas crezca en el 2005 a un mayor ritmo al registrado en el año 2004 (26.5%), sobre la base de los siguientes factores:

- ▶ Constituyen un nicho de mercado aún poco explotado, pues entre el 60% y 70% de los microcréditos se orientan al comercio, y el resto a sectores como los servicios y la industria.

- ▶ Presentan una mayor competencia, debido a la participación de las cajas municipales y las cajas rurales.

- ▶ Su atractivo radica en la aparición de nuevos sujetos de crédito, principalmente aquellos vinculados al desarrollo de nuevos polos comerciales, tanto en Lima como en provincias. Ello se ha traducido en la apertura de nuevas agencias bancarias en la periferia de la capital. Asimismo, destacan aquellas PYME que vienen incursionando en la actividad exportadora, tomando ventaja del seguro de crédito a la exportación.

- ▶ Presentan un bajo grado de utilización de instrumentos bancarios vinculados al capital de trabajo como pagarés, letras y descuentos, utilizándose en cambio el sistema crédito-proveedor y crédito-campaña.

- ▶ Aparición de nuevos esquemas de financiamiento, como el desarrollado por Cofide, denominado Productos Financieros Estandarizados, el mismo que, basado en la consolidación de cadenas productivas, busca reducir la percepción de riesgo crediticio y utilizar la titulización de créditos como un proceso para mantener la liquidez de las empresas.

- ▶ Normas más proactivas, como las aprobadas por la SBS durante el año 2004, que amplían el espectro de las operaciones, otorgándoles la posibilidad de emitir tarjetas de débito, realizar operaciones de factoring, comercio exterior y asesorías. Asimismo, podrán diversificar sus fuentes de financiamiento emitiendo bonos y otros instrumentos financieros.

No obstante, persisten factores que podrían restringir un crecimiento mayor. Entre ellos:

- Los largos y complicados trámites para lograr la formalidad.
- Los elevados costos operativos de este tipo de créditos.
- Las prácticas de gobierno corporativo poco desarrolladas.
- De acuerdo a la SBS, sólo el 19% de las PYME cuenta con acceso al sistema financiero, debido a la escasez de garantías apropiadas, a la alta informalidad y a la baja productividad del sector.
- El posible sobreendeudamiento entre los sujetos de crédito ya existentes (advertida por la SBS).

En suma, el panorama para el financiamiento de las PYME se mantiene favorable para el resto del año. Sin embargo, para que el crecimiento del sector se consolide es necesario que el Gobierno dicte medidas para reducir la informalidad de la economía y que los empresarios adopten buenas prácticas de gobierno corporativo. ■