

128

**SERVICIOS NO FINANCIEROS Y
PRODUCCION A PEQUEÑA ESCALA:
DESAFIOS Y LECCIONES DE POLITICA**

José Távora

DOCUMENTO DE TRABAJO 128

Departamento de Economía
Pontificia Universidad Católica del Perú

Impreso en el Perú
Agosto, 1996

Diseño de la carátula: Cynthia Monge
Cuidado de la composición: Beatriz González

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es poner de relieve los principales desafíos que enfrentan las políticas de generación de empleo calificado en el Perú, en un contexto caracterizado por la expansión sostenida del número de trabajadores por cuenta propia y de empresas de menor tamaño, que generalmente operan con niveles de productividad e ingresos reducidos. El propósito es explicar las razones por las cuales el mercado es incapaz de generar diversos servicios que las empresas pequeñas necesitan para sobrevivir y desarrollarse, en un entorno cuyos rasgos distintivos son la desregulación, la liberalización de los mercados y el debilitamiento de las instituciones heredadas de la década anterior.

El argumento central es que la capacidad de generación de empleo e ingresos por las empresas de pequeña escala depende, entre otros factores, de su acceso a servicios de información especializada sobre mercados y tecnología, y a servicios de formación y asistencia técnica. En el contexto actual de apertura de la economía y de apreciación del tipo de cambio, la competencia de empresas extranjeras que sí tienen acceso a estos servicios en sus lugares de origen, amenaza la viabilidad de muchas firmas de menor tamaño localizadas en el Perú.

Estos servicios no son generados espontáneamente por el mercado debido a que tienen, en cierto grado, las características de los bienes públicos: no se agotan con el consumo individual y ofrecen la posibilidad de consumo colectivo y, de otro lado, es difícil o costoso regular su provisión a los usuarios. Además, esta provisión involucra economías de escala, interacciones caracterizadas por la asimetría de información así como también costos hundidos relativamente elevados. Estos factores elevan el riesgo, inhiben la oferta privada y limitan el desarrollo de un mercado por estos servicios.

En ciertos casos la provisión de estos servicios puede tener lugar en el contexto de relaciones verticales y bajo la modalidad de transacciones articuladas por medio de contratos. En este caso una empresa de mayor envergadura, un distribuidor mayorista o una *trading* vinculada a los mercados de exportación, subcontrata los servicios de empresas más pequeñas encargándoles una o más operaciones del proceso productivo. La empresa contratista puede desempeñar diversas funciones, incluyendo la selección de las empresas subcontratadas, la capacitación de su personal, la asistencia técnica, el control de calidad, la comercialización del bien final y, eventualmente, la provisión de algunos insumos y recursos financieros.

Esta solución al problema ha mostrado su efectividad en la agroindustria de exportación. En este caso las transacciones involucran, por un lado, a pequeños productores agrícolas y, por el otro, a empresas agroindustriales y

agroexportadoras vinculadas a los mercados de consumo final y con acceso a fuentes de financiamiento y tecnología. Pero no hay evidencia suficiente sobre la extensión y la naturaleza de estas transacciones en el entorno urbano. La pequeña empresa urbana está mayoritariamente concentrada en el comercio, los servicios y en la producción de bienes de consumo (confecciones, calzado, carpintería, alimentos, etc.). Puesto en otros términos, opera en los últimos "eslabones" de la cadena de valor. Además, generalmente produce bienes de calidad inferior para segmentos de ingresos reducidos, y se caracteriza por la heterogeneidad tecnológica y la ausencia de estándares de producción. En estas condiciones, la integración vertical parece constituir una opción más rentable y atractiva que la subcontratación, considerando la magnitud de las inversiones requeridas en equipamiento y maquinaria así como los costos de selección y negociación con los potenciales subcontratistas.

De otro lado, la organización de esta oferta de servicios a partir de asociaciones (horizontales) de empresas privadas enfrenta complejos problemas de acción colectiva que en muchos casos no han logrado resolverse. Estos problemas parecen estar asociados a la fragmentación de las asociaciones de empresarios y a la heterogeneidad de las normas sociales. También pueden mencionarse, como factores explicativos, la debilidad de los incentivos y las sanciones informales, y el deterioro del sistema policial y judicial.

Los fracasos asociados a la intervención del Estado en el Perú han dado lugar a un clima adverso a la innovación en el diseño de políticas públicas, en el cual se cuestionan no solo las modalidades erradas de intervención estatal sino la intervención en sí misma. Sin embargo, la lección más importante en materia de políticas es que la intervención estatal es exitosa cuando complementa, en lugar de desplazar, al sector privado. En el trabajo se examinan brevemente las experiencias del Japón, Italia y Chile. En estos países los gobiernos subvencionan la oferta de servicios priorizando el estímulo a las exportaciones y delegando la conducción de los programas al sector privado. La evidencia revela que las empresas localizadas en estos países están compitiendo exitosamente en el mercado internacional (incluyendo, por cierto, el mercado peruano).

En contraste, los escasos programas promovidos por el Estado peruano para ofrecer estos servicios —generalmente con apoyo de recursos externos— se han caracterizado por la escasa participación del sector privado en su conducción y en su financiamiento. Esta participación es fundamental para asegurar la calidad de los servicios ofrecidos y su adecuación a las necesidades de las empresas, condiciones necesarias para la sostenibilidad de los programas. La coordinación de las actividades ha sido muy débil o inexistente, dando lugar a la duplicación de esfuerzos y a la pérdida de economías de escala. Este resultado se explica por la ausencia de políticas de largo plazo que orienten los proyectos en marcha, y por la debilidad de las redes institucionales que constituyen el entorno en el que operan las empresas.

El trabajo concluye afirmando que la concepción según la cual el Estado no debe promover nada ni cooperar con las empresas, pues toda cooperación necesariamente degenera en la formación de coaliciones rentistas y en el "mercantilismo", está profundamente errada. De hecho, las economías más dinámicas del planeta se caracterizan por la proliferación de asociaciones empresariales orientadas a la creación de valor y no a la extracción de rentas. La vigencia de esta concepción en algunas esferas del gobierno, podría explicar la postergación de una serie de propuestas dirigidas a estimular la creación de empleo calificado y la expansión de la oferta exportable. Es urgente, por lo tanto, acelerar la modernización del Estado, constituyendo los contrapesos institucionales requeridos para asegurar una asignación eficiente y transparente de los recursos públicos, a fin de responder a los desafíos del momento actual.

ABSTRACT

This paper examines the current prospects of small-scale manufacturing firms in Peru. The author argues that their viability depends, among other factors, on their access to various services such as specialized information on markets and technology, technical training and assistance, negotiations and actions to remove obstacles to foreign trade. These firms are facing intense competition with imported goods, which are produced and assembled abroad by firms that do have access to these services. Three modes of organizing the provision of these services are examined, namely market relations, contractual (vertical) relations and collective (horizontal) action.

Market provision is limited insofar these services have, in some degree, the attributes of public goods (indivisible and non-excludable). Furthermore, their provision requires interactions in a context of asymmetric information and in some cases involves substantial investments and non-negligible sunk costs. Contractual relations within the vertical chain of activities, on the other hand, appear to be significant in agriculture. Their scope in urban settings is limited, however, due to the lack of production standards and heterogeneous technology, as well as higher transaction costs. Finally, collective action is hindered by the fragmentation and lack of legitimacy of producers' associations, the heterogeneity of social norms and the weakness of the judiciary system. These factors reduce the possibilities of successful negotiation.

The limits of these modes of organization provide a rationale for new forms of State intervention, this time in close cooperation with the private sector in order to secure technical competence and financial sustainability.

Servicios No-financieros y Producción a Pequeña Escala: Desafíos y Lecciones de Política

José I. Távara¹

1. INTRODUCCION

Hasta mediados de 1995, la evolución de la economía peruana ha mostrado notables progresos en términos de estabilidad macroeconómica, inversiones y crecimiento. Pero simultáneamente, también se observa un serio deterioro en los niveles y en la calidad del empleo que puede agudizar los conflictos sociales en el futuro.

En efecto, la expansión de la oferta laboral urbana durante los últimos años no ha tenido como contraparte un aumento en las oportunidades de empleo en el sector moderno de la economía sino más bien un aumento en el número de empresas de menor tamaño, las cuales generalmente operan con niveles de productividad reducidos. El interés en las políticas de promoción de estas empresas ha aumentado, a medida que se ha hecho evidente la magnitud de la población ocupada en ellas así como la necesidad de estimular la generación sostenida de empleo productivo como un medio eficaz para reducir la pobreza y elevar el bienestar.

El objetivo de este trabajo es poner de relieve los principales desafíos que enfrentan estas políticas en el Perú, en un contexto caracterizado por la desregulación, la liberalización de los mercados y el debilitamiento de las instituciones heredadas de la década anterior. El propósito es explicar las razones por las cuales el mercado es incapaz de generar diversos servicios que las empresas de menor tamaño necesitan para sobrevivir en este contexto, así como también los factores que explican los éxitos y fracasos de la acción colectiva y de la intervención del gobierno en la provisión de estos servicios.

El argumento central es que la viabilidad de la producción a pequeña escala depende, entre otros factores, de su acceso a servicios de información

¹ Profesor Asociado y Coordinador de la Especialidad de Economía en la Universidad Católica del Perú. Este trabajo es un avance de la investigación patrocinada por el International Development Research Centre de Canada (IDRC), en el marco de las actividades del Consorcio de Investigación Económica del Perú.

especializada sobre mercados y tecnología, y a servicios de capacitación y asistencia técnica. En el contexto actual de liberalización del comercio exterior y de apreciación del tipo de cambio, la competencia de empresas extranjeras que sí tienen acceso a estos servicios en sus lugares de origen, amenaza la viabilidad de muchas firmas de menor tamaño localizadas en el Perú. Estos servicios no son generados espontánea ni eficientemente por el mercado, y su provisión ha sido asumida por asociaciones de empresarios o por el propio Estado, en ambos casos gracias al apoyo técnico y financiero de agencias del exterior.

En la segunda sección de este artículo examinamos brevemente algunos de los más rasgos destacados de la situación actual, presentando la evidencia disponible sobre la evolución del empleo, las exportaciones y la penetración del mercado interno por productos importados. La tercera sección, que constituye el núcleo de este trabajo, está dedicada a examinar detenidamente las razones por las cuales el mecanismo del mercado es insuficiente y no garantiza una provisión adecuada de servicios para la pequeña empresa. También se discuten las limitaciones y desafíos que enfrenta la acción colectiva de los empresarios y la intervención gubernamental.

La cuarta sección presenta algunas lecciones relevantes sobre las experiencias de provisión de servicios a la pequeña empresa en otros contextos nacionales, en contraste con las experiencias documentadas en el caso peruano. En la quinta y última sección se formulan las reflexiones finales.

2. CONTEXTO Y DESAFIOS

Los debates recientes en torno a la vigencia del programa económico en el Perú han puesto en evidencia la decisión del gobierno de mantener las principales orientaciones de la política económica, adoptando al mismo tiempo una política fiscal más contractiva con la finalidad de reducir el ritmo de crecimiento de las importaciones y facilitar el pago de los servicios de la deuda externa. Internamente, sin embargo, hay una conciencia cada vez mayor de que el principal desafío que enfrentamos y que enfrentaremos en las próximas décadas es la creación de nuevas fuentes de empleo de calidad. Para que esta expansión pueda sostenerse en el tiempo es preciso lograr una reducción del déficit en la cuenta corriente de la balanza de pagos lo cual supone, fundamentalmente, elevar la competitividad de las empresas localizadas en el Perú tanto en el mercado doméstico como en los mercados de exportación.

En necesario señalar que durante los últimos años la evolución de la economía peruana ha mostrado un notable progreso en términos de estabilidad y crecimiento, en contraste con la situación registrada a fines de década pasada. El control de la inflación y la expansión de la economía han permitido, en efecto, revertir el deterioro en los niveles de bienestar, dando lugar a una reducción de la pobreza en algunas zonas del país. Los avances logrados han generado un clima de optimismo sobre las posibilidades de enfrentar los graves problemas aún vigentes.

Investigaciones recientes han puesto en evidencia que la población ocupada aumentó entre 1990 y 1995. En el caso de Lima Metropolitana, la PEA ocupada creció a una tasa anual promedio cercana al 3.7 por ciento durante este período (CIE-IEP 1996).² Un análisis más detallado sobre la evolución sectorial del empleo, revela que aún en sectores como la manufactura se registró una expansión moderada del empleo —en este caso de 5.6 por ciento para el período 1991-94 (CIE-GRADE 1995, Saavedra 1996). Como sabemos, sin embargo, el problema no es la cantidad sino principalmente la calidad del empleo generado. Los estudios citados coinciden en señalar que a este nivel los resultados aún dejan mucho que desear.

Uno de los principales indicadores de la calidad del empleo es el ingreso real por hora trabajada. Este indicador registró un incremento promedio del 13 por ciento entre 1990 y 1994. Sin embargo, la cifra de 1994 aún se encuentra muy por debajo del nivel registrado en 1985 (Saavedra 1996: 22). Este resultado sugiere que los nuevos empleos han sido generados en actividades de productividad reducida, o bajo nuevas modalidades contractuales como resultado de los cambios introducidos en la legislación laboral.³

Toda la evidencia muestra, en efecto, una recomposición del empleo caracterizada por un aumento en la participación de pequeñas y microempresas

² El aumento de la PEA ocupada no ha sido suficiente, sin embargo, para absorber la expansión de la oferta laboral. En el caso de Lima metropolitana, el desempleo global se elevó de 142 mil a 275 mil personas entre 1991 y 1993, y luego disminuyó a 247 mil en 1994. Como porcentaje de la PEA estas cifras representaron el 5.9, 9.9 y 8.8 por ciento respectivamente.

³ Las cifras para Lima metropolitana muestran, en efecto, una modificación considerable en los porcentajes correspondientes a trabajadores estables y eventuales del sector privado. En 1991 estas cifras eran de 61.4 para los estables y de 38.6 para los eventuales, mientras que en 1995 las proporciones cambian a 43.2 y 56.8 respectivamente.

así como también de los trabajadores independientes, acompañado por una contracción del empleo en las empresas de mayor tamaño. En 1990 el sector informal daba cuenta del 47 por ciento del empleo urbano en Lima, mientras que en 1994 esta cifra se elevó al 52 por ciento. El cuadro 1 muestra la contracción del empleo público en este período así como el notable aumento del empleo en empresas con 5 o menos trabajadores. Se ha estimado que de cada 100 nuevos puestos de trabajo creados en Lima en el período 1990-94, solo 16 corresponden al sector formal (Infante 1995). Además, en los últimos cuatro años la industria limeña solo generó el 5 por ciento de los nuevos empleos creados, mientras que actividades mayoritariamente productoras de bienes y servicios no transables como el comercio y los servicios (principalmente en el sector informal) generaron el 86 por ciento (cuadro 2).

Cuadro 1
Evolución de la Estructura del Empleo en Lima Metropolitana 1990 - 1994
(porcentajes)

	1990	1991	1992	1993	1994	Tasa anual de crecimiento 1990-1994
Ocupados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	3.6
Sector Formal	48.2	48.2	45.4	45.8	43.9	1.2
Privado	36.6	36.3	35.5	35.7	36.0	3.2
Publico	11.6	11.9	9.9	10.1	7.9	-5.8
Sector Informal	46.7	47.0	49.7	49.6	51.5	6.2
Micro-empresas	11.4	12.1	12.4	14.8	16.2	13.3
Trab. Autónomos	35.3	34.9	37.3	34.8	35.2	3.6
Trab. del hogar	5.1	4.8	4.9	4.6	4.6	0.6

Fuente: Infante (1995)

Esta evolución es el resultado de la apertura de la economía en un contexto macroeconómico y de reformas que ha generado algunos sesgos en perjuicio de la industria. La apreciación del tipo de cambio real, la disminución del nivel de protección efectiva, así como el aumento en algunos componentes de los costos industriales (combustibles, servicios públicos) y en la presión tributaria, han dado lugar a una estructura de incentivos que limita la expansión del producto y del empleo industrial, elevando al mismo tiempo las importaciones y el déficit comercial (gráfico 1). Saavedra (1996) ha estimado que entre 1990 y 1994, el coeficiente de abastecimiento externo del mercado de productos industriales (importaciones entre oferta total: $M/M+VBP-X$) aumentó del 13.8 al 19.2 por ciento entre 1991 y 1994 (cuadro 3).

Por último, las exportaciones de manufacturas registraron una contracción durante el período 1990 - 1993, y luego se recuperaron en los dos años siguientes creciendo a tasas anuales de 13.3 y 21 por ciento en 1994 y 1995 respectivamente. Estas tasas son ciertamente elevadas, y han dado lugar a expresiones optimistas sobre el impacto del programa económico en la competitividad de la industria. Al examinar más cuidadosamente las cifras Abugattás (1996) encuentra, sin embargo, que el alto crecimiento registrado en 1995 se explica casi exclusivamente por el aumento en los precios internacionales de las materias primas y por la extraordinaria expansión del cuántum exportado de productos específicos.⁴ Su conclusión es que "definitivamente, las exportaciones de manufacturas no están demostrando el dinamismo necesario para garantizar el crecimiento sostenido del sector" (1996: 21).

⁴ Principalmente joyería de oro. Las cifras desagregadas para 1995 muestran que el 78 por ciento de las exportaciones industriales se concentraban en tres sectores: textil y confecciones (50%), sider-metalúrgico (16%) y productos químicos (12%). La expansión de las exportaciones de joyería de oro explica el 32 por ciento del aumento en el valor de las exportaciones industriales en 1995. De otro lado, en 1995 el precio promedio del quintal de algodón se elevó en 41.4 por ciento, el precio del carmín de cochinilla subió en 400 por ciento, y los precios del cobre y del zinc lo hicieron en 35 y 14 por ciento respectivamente.

Cuadro 2
Generación de Empleo Según Ramas de Actividad y Estrato Ocupacional entre 1990 y 1994 a/
(porcentajes)

Rama/Sector	Formal	Micro-empresas	Autónomos	Serv.	Total
Total	16	48	35	1	100
Primario	-6	1	0	0	-5
Secundario	8	7	4	0	20
Industria	3	2	0	0	5
Construcción	5	5	4	0	14
Terciario	14	40	31	1	86
Comercio	3	7	16	0	26
Resto Terciario	11	33	15	0	59

Fuente: Infante (1995)

Cuadro 3
Coefficiente de abastecimiento interno de la industria

AÑO ==> CIU	1991	1994
31 Alimentos, bebidas y tabaco	0.13	0.15
32 Textiles, confecciones y cuero	0.03	0.13
33 Madera y muebles	0.05	0.11
34 Papel, imprentas y editoriales	0.15	0.26
35 Derivados del petróleo	0.19	0.24
36 Minerales no metálicos	0.06	0.12
37 Metálicas básicas	0.07	0.15
38 Prod. metálicos y maquinaria	0.45	0.64
39 Manufacturas diversas	0.27	0.27
Total (ponderado por VBP)	0.138	0.192

Fuente: Saavedra (1996) cuadro 1.7

En síntesis, los dos desafíos más destacados de la situación actual son la expansión del empleo en actividades de baja productividad —principalmente en pequeñas y microempresas— y las limitaciones de la economía peruana para estimular la expansión de las exportaciones, en particular de productos con mayor valor agregado que generen fuentes de empleo de calidad. Los instrumentos adecuados para enfrentar cada uno de estos desafíos no son necesariamente los mismos. El estímulo a las exportaciones depende, fundamentalmente, del diseño y ejecución de una política industrial coherente, que permita aliviar la restricción externa a fin de que otras actividades intensivas en empleo puedan expandirse sin afectar la balanza de pagos.

Las empresas de mayor tamaño pueden jugar un rol decisivo al respecto, sobre todo en actividades que requieren de mayores volúmenes de inversión y cuyo dinamismo depende de la capacidad de asimilación de nuevas tecnologías. No tiene sentido entonces limitar el contenido de la política industrial a las medidas de promoción de la pequeña y la microempresa, como acertadamente advierten algunos analistas (Abugattas 1996: 32). Al mismo tiempo, sin embargo, la contribución de las empresas de menor tamaño en el esfuerzo exportador no necesariamente supone su aceptación pasiva de modalidades tradicionales de subcontratación, en las cuales juegan un rol subordinado y dependiente que limita su propio desarrollo. Es preciso, por lo tanto, explorar y promover nuevos derroteros, en los que la capacidad de competir no dependa del acceso a mano de obra barata ni de la imposición de relaciones opresivas. En la sección siguiente examinamos más de cerca los desafíos que enfrenta la producción a pequeña escala en el Perú.

3. LOS LÍMITES DE LA PEQUEÑA EMPRESA Y LA PROVISION DE SERVICIOS NO-FINANCIEROS

En general, la mayoría de pequeñas y micro-empresas que operan en el Perú muestran niveles de productividad muy bajos y generan ingresos inferiores a los que se observan en las empresas de mayor tamaño. Su producción está predominantemente dirigida a los sectores de menores ingresos, que adquieren productos de inferior calidad y precios más bajos. Las barreras a la entrada en estos segmentos del mercado son muy reducidas, y la competencia es intensa. De otro lado, el acceso a mercados de ingresos más altos, está frecuentemente limitado por la dificultad de responder a requerimientos de calidad, buenos

acabados, cumplimiento de especificaciones técnicas, plazos de entrega y volúmenes mínimos de producción.

Muchos productores a pequeña escala se ven excluidos de estos mercados debido a su reducida escala de operaciones, a la carencia de maquinaria y equipos indispensables para elevar la calidad de sus productos, así como a insuficiencias en su capacidad organizativa y gerencial. También deben mencionarse sus limitaciones en el acceso al crédito así como las dificultades que enfrentan para penetrar en las redes sociales y comerciales en las que operan empresas de mayor tamaño.

En la teoría económica el tamaño no puede ser considerado como un factor determinante para definir, *a priori*, la superioridad intrínseca de las empresas. En general, las empresas de distinto tamaño tienden a predominar en actividades diferentes. Es preciso advertir, al mismo tiempo, que las firmas pequeñas pueden tener ciertas ventajas en relación a las firmas de mayor tamaño. Marshall sostenía, al respecto, que las empresas pequeñas tienden a sobresalir "en aquellas partes del trabajo que aún requieren de atención individual" e involucran "un cuidado especial por los detalles" (1923: 248). También ponía de relieve el hecho de que las empresas pequeñas "son las mejores educadoras de la iniciativa y la versatilidad, las cuales constituyen las fuentes principales del progreso industrial (1923: 249)." Las firmas de menor tamaño gozan además de superioridad en el control del proceso de trabajo -"el ojo del maestro está en todo sitio"- y en la posibilidad de evitar buena parte de la actividad burocrática y de los controles administrativos utilizados por firmas de mayor tamaño (1923: 284).

De otro lado, las empresas más grandes también cuentan con una serie de ventajas con respecto a las más pequeñas. En efecto, tienen acceso a un mayor volumen de recursos que pueden ser invertidos en maquinaria, capacitación del personal, actividades de investigación y desarrollo. También pueden especializar una serie de funciones estratégicas como son la publicidad sistemática, el procesamiento de información sobre mercados y tecnologías, la innovación en procesos y productos, etc. (Marshall 1961: 278-84). Estas ventajas podrían perder importancia, como resultado de cambios tecnológicos e institucionales favorables a la producción a pequeña escala. Entre ellos pueden mencionarse el desarrollo de una oferta de servicios orientados a las empresas de menor tamaño, la creciente facilidad de acceso a información, la reducción de costos de

transporte y comunicaciones, así como la expansión y la especialización del sistema educativo.

En ausencia de estos cambios, un tamaño empresarial reducido puede limitar considerablemente las posibilidades de sobrevivencia de las empresas, particularmente en un contexto de liberalización del comercio exterior. Las empresas pequeñas cuentan con menos recursos y en esa medida tienen dificultades para financiar la renovación de su maquinaria y la capacitación de su personal. Por definición, tampoco pueden aprovechar las economías internas de escala y de ámbito.⁵

También enfrentan costos de transacción más elevados en sus interacciones con otros agentes económicos⁶ (Nootboom 1993, Visser y Távora 1995). Por un lado porque tienen una capacidad más reducida de acopio, procesamiento y comprensión de la información sobre el entorno en el que operan (lo cual se explica, entre otros factores, por el rol dominante que juega el dueño y jefe de la empresa así como también por su nivel educativo). Y por el otro porque son más sensibles y vulnerables frente al oportunismo, en la medida en que tienen menores posibilidades de diversificar riesgos con un portafolio más variado de clientes y actividades. Puede advertirse, además, que al ser pequeñas generan mayores suspicacias entre sus socios y clientes potenciales, toda vez que las consecuencias negativas de sus acciones vía efectos reputación son reducidas. Por último, y por razones similares, incurren también en costos financieros más altos que las grandes empresas.⁷

⁵ Simplificando un poco el concepto, las economías internas de escala se expresan como reducciones en los costos unitarios asociadas a un mayor volumen producido (las empresas pueden "repartir" sus costos fijos en un mayor número de unidades). De otro lado, las economías de ámbito están frecuentemente asociadas a la indivisibilidad de los recursos productivos y se observan cuando es más económico producir dos o más bienes distintos en una sola empresa que producirlos en empresas diferentes.

⁶ Los costos de transacción pueden definirse como el resultado de las "fricciones" existentes en los mercados, y comprenden los costos de diseñar, organizar, administrar, y supervisar las relaciones contractuales de una empresa. Entre los factores que inciden en estos costos pueden mencionarse la complejidad y heterogeneidad de los bienes o servicios transados, la frecuencia de las transacciones, y el grado de incertidumbre del entorno en el que operan las empresas (Williamson 1985).

⁷ Esto a su vez se explica porque los empresarios de menor tamaño generalmente no cuentan con "garantías bancables" y porque las propias entidades financieras son más sensibles al riesgo y enfrentan costos operativos unitarios más elevados en sus transacciones con empresas pequeñas.

El problema a examinar en este trabajo, es que las empresas pequeñas no pueden —precisamente porque son pequeñas— desempeñar individualmente una serie de funciones que resultan decisivas para elevar su productividad y asegurar su sobrevivencia en el nuevo contexto. Entre estas funciones pueden destacarse la evaluación continua y sistemática de las tendencias de la moda, el análisis de las ventajas y desventajas de las nuevas generaciones de equipos y maquinaria, la investigación y el desarrollo de nuevos procesos y productos, la gestiones dirigidas a remover las distintas barreras en el comercio internacional, la capacitación del personal, etc.

En contraste, las empresas de mayor tamaño generan internamente algunas de estas funciones y utilizan diversos servicios que no son ofrecidos en el mercado. Esto supone la organización de estructuras de gobierno más complejas, al interior de las cuales la mano invisible del mercado es reemplazada por la mano visible de las jerarquías (Chandler 1977, Williamson 1985). En efecto, en estas empresas hay una mayor división del trabajo y en sus organigramas es frecuente observar áreas especializadas o departamentos encargados de distintas funciones como contabilidad, administración, ventas y mercadeo, finanzas, asesoría legal, producción, mantenimiento, etc. En algunos casos también llevan a cabo actividades de capacitación del personal, investigación y desarrollo. Los costos fijos en los que incurre la organización empresarial al desempeñar estas funciones pueden distribuirse en un mayor número de unidades producidas y, cuando la tecnología permite la generación de economías de ámbito, en varias líneas de productos o servicios distintos.

Si bien las empresas de menor tamaño no pueden generar internamente estos servicios, tienen sin embargo la posibilidad de acceder a algunos de ellos recurriendo al mercado. Esto es lo que observamos, en efecto, con los servicios de contabilidad, asesoría legal, ventas, mantenimiento y reparación de maquinaria, ofrecidos por profesionales y técnicos independientes. En otros casos, sin embargo, el mercado no ofrece de manera eficiente —o simplemente no ofrece— los servicios que las empresas requieren. Como ejemplos pueden mencionarse la provisión de información especializada sobre mercados y tecnología, la asistencia técnica, la capacitación, y las negociaciones dirigidas a remover obstáculos o adaptarse a regulaciones en el comercio internacional. Si el mercado no ofrece estos servicios quedan aún tres opciones, no necesariamente excluyentes entre sí. En primer lugar las empresas pueden realizar transacciones por medio de contratos, vinculándose verticalmente a lo largo de la cadena

productiva con *tradings* o empresas exportadoras. En segundo lugar las propias pequeñas empresas pueden generar los servicios en asociación horizontal con otras empresas. Por último, puede contemplarse la intervención del Estado. Examinemos detenidamente cada una de estas opciones por separado, empezando por el mercado.

A. Los límites y fracasos del mercado

La hipótesis central de este trabajo, es que algunos de los servicios (no-financieros) necesarios para elevar la competitividad e las empresas de menor tamaño, no pueden ser generados de manera eficiente y espontánea por el mercado. Para facilitar la fundamentación y explicación de esta hipótesis, es posible distinguir cuatro líneas de argumentación: a) estos servicios reúnen, en mayor o menor grado, las características de los bienes públicos, b) la provisión de estos servicios involucra interacciones caracterizadas por la asimetría de información, dando lugar a problemas de "riesgo moral" y "selección adversa"⁸, c) la provisión de estos servicios involucra costos fijos relativamente elevados, genera economías de escala y requiere de inversiones en activos intangibles que suponen costos "hundidos" (no recuperables en el corto plazo), d) los agentes económicos pueden tener percepciones equivocadas y subestimar la necesidad de estos servicios.

Es preciso advertir que no es necesario que se presenten todos estos problemas de manera simultánea para que la hipótesis tenga asidero. La solución de mercado no es eficiente en cualquiera de estos cuatro casos por separado. Examinemos ahora su significado más detenidamente.

El argumento de los bienes públicos puede tener relevancia para los servicios de información, asistencia técnica, capacitación y negociaciones comerciales. En bien es considerado público "si su utilización por un agente no impide que otros agentes lo utilicen; esto es, el consumo individual no agota el bien como en el caso de los bienes privados" (Laffont 1990: 33). Los ejemplos

⁸ Los problemas de riesgo moral son una variedad de los problemas que plantea la relación entre un principal y un agente, en un entorno de incertidumbre e información asimétrica. Se presentan cuando el principal tiene la posibilidad de contratar a un agente cuyas acciones no son observables por el principal pero afectan su bienestar o sus ganancias. En el caso del problema de la selección adversa, el agente tiene acceso privado a información que no es observable por el principal. En ambos casos, la asignación de recursos no es socialmente óptima. Ver al respecto Arrow (1985).

clásicos de bienes públicos son la defensa nacional, el alumbrado público y la administración de justicia. Pero también puede destacarse el conocimiento: mucho antes de que el concepto de bienes públicos fuera formalizado, Jefferson se refería metafóricamente al conocimiento como un vela que transmite su luz a otra sin reducir su fuerza (Stiglitz 1994: 151).

La característica esencial de los bienes públicos es entonces la posibilidad de que más personas (y por extensión, más empresas) se beneficien de su consumo sin incurrir en costos adicionales. Los bienes públicos ofrecen la posibilidad de consumo colectivo, aún cuando la utilidad del consumidor individual puede disminuir a medida que aumenta el número de consumidores como ocurre, por ejemplo, cuando las carreteras se congestionan.

Otros autores ponen de relieve una segunda característica o propiedad de los bienes públicos: la imposibilidad o dificultad de excluir y/o regular el acceso a dicho bien. Como ejemplos pueden mencionarse la defensa nacional o la protección del medio ambiente. Samuelson define el caso extremo de bienes públicos "puros" como aquellos que reúnen las dos características (no agotamiento por consumo individual, y no-exclusión). Es evidente, sin embargo, que en ciertos casos solo se presenta una característica y no la otra. Sí es posible, por ejemplo, regular el acceso a la televisión por cable y a las carreteras con tarifas de interconexión y peajes, así como también a la asistencia técnica y a los cursos de capacitación. Cuando la exclusión es técnicamente viable es necesario considerar, además, los costos de la exclusión en relación a los beneficios que ella genera.

Cuando la exclusión no es posible el mercado no puede funcionar, toda vez que una empresa privada ofertante sería incapaz de evitar que accedan al servicio usuarios que no pagan por él. Pero aún cuando la exclusión es técnicamente viable la solución de mercado es ineficiente: es posible, dentro de ciertos límites, aumentar el consumo y por lo tanto los beneficios sin incurrir en costos adicionales, significativos, mientras que la imposición de un precio por acceder al servicio puede impedir que dicho consumo tenga lugar.

De otro lado, el problema de la asimetría de información parece explicar las limitaciones del mercado en la generación de una oferta de servicios de información, asistencia y capacitación técnica. En estos casos el vendedor de la información o el consultor sabe exactamente lo que está vendiendo, aún cuando

el comprador potencial puede estar mejor informado de la utilidad de dicha información. Obviamente, el comprador no tiene la información que le ofrecen, sino no pagaría por ella. Y si la obtiene antes de pagar puede alegar que ya la tenía o que no es lo que estaba buscando (Stiglitz 1994: 149). Incluso puede revenderla sin haberla comprado.

En algunos casos las patentes y los "copyrights" impiden estas prácticas y facilitan la apropiación de los beneficios por parte de las empresas privadas ofertantes. Además, estas empresas pueden utilizar códigos críticos para protegerse, como en la producción de *software*. Es evidente, sin embargo, que las posibilidades de copiar y retransmitir la información están siempre abiertas. De otro lado, las leyes de protección de la propiedad intelectual recién se están poniendo en vigencia, con muchas dificultades, en países como el Perú. Por último, el sistema judicial peruano muestra serias limitaciones y aún no cuenta con los recursos ni con los mecanismos necesarios como para resolver este tipo de conflictos de manera consistente y predecible.

El "riesgo moral" puede presentarse también por el lado de la oferta. Algunos servicios como la capacitación, la información especializada y la asistencia técnica, reúnen las características de los bienes "experiencia", es decir de aquellos bienes cuya calidad se conoce solamente **después** que el bien ha sido comprado. Puede demostrarse que todo ofertante de un "bien experiencia" cuyos clientes compran el bien por una sola vez, que no ofrece garantías y que no puede ser demandado judicialmente por calidad defectuosa, tiene fuertes incentivos para reducir la calidad a su nivel más bajo posible, siempre que el costo de producción y la calidad del bien estén positivamente correlacionados (Tirole 1994: 107).

Si las compras son repetidas el resultado puede ser distinto. En este caso los compradores del servicio pueden penalizar a los vendedores dejando de comprar si la calidad es baja. Los vendedores tendrían entonces incentivos para ofrecer servicios de calidad alta, en lugar de comportarse de manera miope. Pero la efectividad de este mecanismo depende, entre otros factores, de la tasa de descuento y del diferencial de costos de producción entre los servicios de baja y alta calidad.⁹

⁹ Los vendedores del bien o servicio pueden, bajo ciertas condiciones, enviar "señales" a los compradores que revelen una calidad elevada. Entre estas señales pueden mencionarse un precio introductorio reducido o un gasto "superfluo" en publicidad. De

Si la tasa de descuento es suficientemente elevada, es decir si la importancia del futuro es reducida, los vendedores estarán dispuestos a sacrificar las ganancias futuras y tratarán de ofrecer un servicio de baja calidad. De otro lado, si el diferencial de costos es significativo el resultado es el mismo: los vendedores tendrán fuertes incentivos para aumentar sus ganancias en el corto plazo reduciendo costos y calidad del servicio. En cualquier caso, siempre que los compradores potenciales sean capaces anticipar esta conducta, el intercambio no tiene lugar (Tirole 1994: 116).

Además de los problemas asociados a la provisión de bienes públicos y a la asimetría de la información, pueden identificarse otros obstáculos que impiden la generación espontánea de un mercado de servicios para la pequeña empresa. Como se sugirió anteriormente, la provisión de estos servicios puede requerir inversiones considerables que se traducen en costos fijos elevados. Diversas actividades esenciales para la pequeña empresa, entre ellas el *marketing* y las gestiones de comercio exterior, generan economías de escala que no son alcanzables por las empresas más pequeñas.

Al mismo tiempo, estas inversiones generalmente tienen un componente significativo de activos intangibles que se traducen en costos "hundidos", es decir no recuperables en el corto plazo. Si una empresa invierte en construir un edificio o en comprar una máquina, puede recuperar por lo menos una parte de la inversión vendiendo estos activos a terceros (dependiendo de la especificidad de dichos activos). Pero si la inversión consiste en realizar una investigación sobre las tendencias de la moda y los clientes potenciales de una industria, el problema es más complejo. En este último caso es probable que el retorno a la inversión tome mayor tiempo en hacerse efectivo, dependiendo de la utilidad de la investigación realizada para los usuarios. De otro lado, la demanda por dichos servicios podría ser inicialmente reducida, sobre todo cuando se trata de servicios especializados que responden a las necesidades de un número limitado de empresas (Brusco y Righi 1985). Puede ocurrir entonces que la rentabilidad social de la inversión sea muy alta, y que sin embargo no se lleve a cabo debido a que el riesgo percibido por los agentes privados individuales es demasiado alto.

esa manera expresan su intención de recuperar los costos de introducir el bien o servicio en el mercado con los ingresos generados por las ventas futuras (ventas que no tendrían lugar si el producto fuera de calidad inferior). En otros casos, cuando una fracción de los consumidores tiene acceso a la información, la señal de una calidad elevada puede transmitirse fijando un precio alto.

Hay otro aspecto del problema, por el lado de la demanda, que no puede dejar de mencionarse. El argumento central de este artículo descansa en la idea de que las empresas de menor tamaño carecen de diversos servicios que son esenciales para su sobrevivencia y su desarrollo y que estos servicios no son generados por el mercado. Pero esto no equivale a afirmar que los empresarios sean concientes de esta carencia. Como acertadamente observa Brusco, "la necesidad de información está allí, pero no la conciencia sobre esta necesidad. Vender información realmente significa involucrarse en el proceso de lograr que esta conciencia crezca, lo cual es similar en muchos sentidos al proceso de transferencia tecnológica. De lo que se trata, fundamentalmente, es de un tipo de actividad de capacitación, o por lo menos de que la distinción entre la venta de información y las actividades de capacitación es muy difusa (1992: 189).

En relación a la demanda por servicios de formación técnica, las empresas de pequeña escala no tienen incentivos para invertir recursos en la formación de sus propios trabajadores pues, una vez calificados, los trabajadores pueden abandonar la empresa para trabajar en otra o para poner su propio establecimiento y competir con la empresa de origen. En las empresas de mayor tamaño no se presenta con la misma frecuencia esta dificultad, pues generalmente operan en actividades con barreras a la entrada más altas, y porque pagan salarios relativamente elevados en relación a las oportunidades alternativas de empleo e ingresos que tienen sus trabajadores. Además, las destrezas técnicas adquiridas por los trabajadores tienden a ser más específicas a la propia empresa y en esa medida no necesariamente elevan las posibilidades de aprovechar dichas destrezas para conseguir empleo en otra firma. La evidencia disponible revela, en efecto, una correlación positiva entre la importancia de la capacitación y el tamaño de la empresa (Ministerio de Educación 1993).

B. Transacciones por medio de contratos y relaciones verticales

En contraste con las transacciones "puras" de mercado, que no involucran ningún compromiso futuro entre comprador y vendedor (Richardson 1972), las transacciones por medio de contratos responden a relaciones de largo plazo y pueden facilitar la prestación de servicios de asistencia técnica y financiera. Bajo esta modalidad, una empresa industrial de mayor envergadura, un distribuidor mayorista o una *trading* vinculada a los mercados de exportación, subcontratan los servicios de empresas más pequeñas, encargándoles una operación

determinada del proceso productivo. La empresa subcontratada generalmente recibe una tarifa por pieza producida; —o en ciertos casos participa de una fracción de las ganancias—, y la empresa contratista desempeña diversas funciones desde la selección de las empresas subcontratadas, la capacitación de su personal, la asistencia técnica, el control de la calidad y la comercialización del bien final.

Lamentablemente no disponemos de evidencia suficiente como para examinar la importancia y la naturaleza de estas transacciones, así como su impacto en el desarrollo de la pequeña empresa urbana en el país. Un estudio reciente sobre la industria de confecciones localizada en Lima, encontró que el 37 por ciento de las empresas encuestadas subcontratan una o más operaciones de confección de las prendas, y que el 63 por ciento subcontratan una o más operaciones de acabados (Visser y Távara 1996: 52). Al mismo tiempo, sin embargo, casi todas las empresas comercializan directamente sus productos en el mercado local. Muy pocas empresas exportan.

De otro lado, los resultados de investigaciones realizadas a fines de la década de 1970, mostraban el carácter opresivo de la subcontratación en algunas industrias, particularmente en perjuicio de mujeres de hogares pobres (Sara-Lafosse 1983). No se han logrado documentar aún los beneficios de la subcontratación en términos de transferencia de tecnología y capacitación, ni se ha presentado evidencia reciente de sus efectos en la productividad y los ingresos de los trabajadores o empresas subcontratadas. Investigaciones más recientes llevadas a cabo en otros países, sugieren que los resultados no son muy alentadores (Benería y Roldán 1987).

En contraste con el entorno urbano, caracterizado por una oferta abundante de trabajadores independientes, con una escasa dotación de recursos, que producen bienes de consumo final generalmente orientados a mercados de bajos ingresos, el entorno rural ofrece condiciones distintas para las transacciones por medio de contratos. En este caso las transacciones involucran, por un lado, a pequeños y medianos productores de bienes básicos o intermedios, y que por lo tanto requieren de operaciones adicionales (acopio, selección, clasificación, embalaje, almacenamiento y, eventualmente, transformación industrial) y, por el otro, a empresas agroindustriales y agroexportadoras con acceso a fuentes de financiamiento, tecnologías e

información sobre mercados. En algunos casos también participan intermediarios acopiadores y transportistas.

En los contratos de producción que vinculan directamente a los agricultores con las empresas agroindustriales, estas últimas se comprometen a proporcionarles insumos, asistencia técnica y financiera, y los agricultores abastecen a las empresas con sus productos. En los contratos de comercialización los agricultores entregan sus productos en consignación a las empresas exportadoras, o alternativamente reciben una participación de las utilidades. Un estudio reciente de la CEPAL (1996), revela que en algunos países de América Latina la capacidad técnica de las empresas agroindustriales y agroexportadoras supera considerablemente a la de los organismos públicos pertinentes. La conclusión central de este estudio es que las transacciones por medio de contratos entre los agricultores y estas empresas, constituyen el instrumento más eficaz para elevar la competitividad y los ingresos de los productores agrícolas.

En el entorno urbano, estas transacciones podrían remediar el fracaso del mercado y ofrecer una modalidad alternativa de provisión de servicios de capacitación, asistencia técnica y mercadeo a las pequeñas empresas. Entre los obstáculos más visibles para la utilización de estas modalidades contractuales, puede mencionarse la heterogeneidad tecnológica y la ausencia de estándares que caracteriza a la producción a pequeña escala. Para las *tradings* y las empresas contratistas la integración vertical puede representar entonces una opción más rentable y atractiva que la subcontratación, considerando la magnitud de las inversiones requeridas en equipamiento y maquinaria así como los costos de selección y negociación con los potenciales subcontratistas.

Además, como se señaló líneas arriba, la pequeña empresa urbana está mayoritariamente concentrada en el comercio, los servicios y en la producción de bienes de consumo final (confecciones, calzado, carpintería, alimentos, etc.). Se trata entonces de unidades que operan en los últimos "eslabones" de la cadena de valor y que tienen acceso a información sobre los precios de mercado. La ausencia de instancias y procedimientos de negociación para determinar las tarifas de las operaciones subcontratadas, los costos de los servicios de capacitación y asistencia técnica, y en general la distribución de los beneficios netos de las transacciones, puede impedir que estas transacciones se lleven a

cabo. En estas condiciones, la producción del bien final puede representar una opción más atractiva para la pequeña empresa.

C. Acción colectiva y asociación horizontal

El argumento de que el mercado de servicios para la pequeña empresa no funciona, o no lo hace de manera eficiente, es consistente con la escasa evidencia disponible. En efecto, la oferta actual de estos servicios cubre una fracción muy reducida del universo de empresas y proviene, principalmente, de organizaciones no gubernamentales y asociaciones de empresas Tokman (1993). De otro lado, las empresas consultoras privadas, los profesionales y los técnicos independientes, juegan un rol significativo sólo en la provisión de servicios muy específicos como la asesoría contable y legal, y el mantenimiento o reparación de maquinaria.

Un estudio reciente sobre la industria de confecciones, mencionado líneas arriba, muestra que la utilización de otros servicios registra tasas muy reducidas. Así, sólo el 10 por ciento de las empresas encuestadas reportó contratar servicios de la asistencia técnica. Estas cifras son aún más bajas para otros servicios como asesoría en marketing (4.4%), investigación de mercados (3.4%) y sistemas de información (1%). Es probable, además, que las pocas empresas que efectivamente recurren a estos servicios sean las de mayor tamaño (IMASEN 1996).¹⁰

Si el funcionamiento del mercado fuera suficiente para generar una oferta de servicios adecuada a las necesidades de la pequeña empresa, las asociaciones de empresarios no tendrían necesidad de intervenir.¹¹ En la actualidad observamos, sin embargo, la puesta en marcha de varios programas a cargo de asociaciones de empresas privadas, con el apoyo técnico y financiero de organismos multilaterales y de agencias de cooperación bilateral. En general,

¹⁰ El 20 por ciento de la muestra considerada en el estudio de IMASEN estaba compuesta por empresas con una facturación de 100 mil a 250 mil soles anuales, y un 4.4 por ciento tenía una facturación superior a los 250 mil soles anuales. En otro estudio sobre la industria de confecciones de Lima llevado a cabo en 1994, se encontró que solo dos de las 130 empresas encuestadas habían recurrido alguna vez a servicios de consultoría en *marketing*, y solo una había requerido consultoría tecnológica por una sola vez (Visser y Távora 1996).

¹¹ Si el mercado de servicios funcionara eficientemente, como un mercado "walrasiano", es probable que las asociaciones de empresas no serían capaces de competir con las empresas especializadas en la provisión de estos servicios.

los servicios ofrecidos están parcial o totalmente subsidiados, y se financian con fondos no reembolsables. No han logrado constituirse aún las estructuras de incentivos necesarias para generar recursos propios y financiar, parcialmente, los servicios ofrecidos con el aporte de las empresas beneficiarias.

En el Perú estos programas son el resultado de iniciativas y gestiones al interior de las asociaciones empresariales más estables como son, por ejemplo, la Sociedad Nacional de Industrias (SNI) y la Asociación de Exportadores (ADEX).¹² Puede esperarse que los servicios generados respondan principalmente a las necesidades de sus asociados (generalmente empresas formales consolidadas), aún cuando recientemente se observa una orientación a las empresas de menor tamaño.

Por su lado, las organizaciones de micro y pequeñas empresas se encuentran aún muy débiles y fragmentadas, y no cuentan con la estabilidad, la legitimidad ni los recursos requeridos para organizar la provisión de los servicios que necesitan.¹³ También son más vulnerables frente al comportamiento oportunista tanto de los usuarios como de los proveedores de estos servicios. Los usuarios tienen incentivos para exigir el servicio sin poner nada de su parte y los proveedores, como hemos visto, pueden tener incentivos para reducir la calidad. En estas condiciones, el comportamiento racional de agentes individuales puede conducir a resultados inferiores para la sociedad, como en el clásico dilema del prisionero.

Es preciso advertir, además, que dada la reducida escala de operaciones de las empresas, las sanciones informales y los efectos asociados a la pérdida de reputación son muy débiles, sobre todo en mercados caracterizados por

¹² Entre ellos pueden mencionarse el proyecto ADEX-AID ("Microenterprise Support Project"), cuyo objetivo es promover la generación de empleo productivo mediante actividades de capacitación y asistencia técnica dirigidas a microempresas; el proyecto SNI-CAF, cuyo objetivo es promover la formación de consorcios de pequeñas y microempresas, apoyando la organización de la producción, la búsqueda de mercados y el control de la calidad; y el proyecto CONFIEP-GTZ, orientado al montaje de un sistema de información empresarial sobre servicios de asistencia técnica y consultoría a empresas, por mencionar solo los más destacados.

¹³ Son muy pocas las asociaciones de pequeñas y microempresas en las cuales los empresarios asociados cumplen con pagar regularmente sus cotizaciones. Ver por ejemplo Valdeavellano (1991). El estudio de IMASEN (1996) sobre la industria de confecciones encontró que el 15.8 por ciento de los empresarios encuestados estaban afiliados a algún gremio empresarial, y que el gremio con más afiliados no contaba con más del 16.1 del total de afiliaciones.

relaciones anónimas e impersonales. Las redes sociales en las que operan los empresarios pueden ciertamente neutralizar algunas modalidades del comportamiento oportunista. Sin embargo, salvo algunas excepciones, estas redes no han dado lugar a la formación de estructuras institucionales más estables, que faciliten el cumplimiento de las normas necesarias para que los servicios generados puedan auto-financiarse. Finalmente, las sanciones formales tienen un alcance muy limitado debido, entre otros factores, a la falta de legitimidad de las asociaciones empresariales y a la precariedad del sistema judicial peruano.

Estos resultados son consistentes con las teorías de la acción colectiva, las cuales generalmente arrojan predicciones pesimistas sobre las posibilidades de cooperación entre agentes racionales que buscan su propio bienestar. La literatura distingue dos tipos de soluciones al problema de la acción colectiva (definido como un juego no cooperativo de n personas, con la estructura de pagos del "dilema de los prisioneros"). Las soluciones "internas", es decir aquellas generadas de manera espontánea, son aquellas que no involucran ningún cambio exógeno en las condiciones y reglas del juego (preferencias, costos y beneficios de cada acción disponible, creencias y expectativas). Las soluciones externas, en cambio, operan transformando la naturaleza del juego, y varían a lo largo de un *continuum*, de acuerdo al grado de centralización en la generación de iniciativas y en la toma de decisiones.

En un extremo tenemos la organización de un poder coercitivo centralizado, lo cual supone la abdicación del poder de los individuos en manos del Estado —el Leviathan de Hobbes. Alternativamente, la cooperación puede lograrse por medios descentralizados, que involucran la participación de un mayor número de personas a distintos niveles. Por ejemplo, la participación en la administración selectiva de incentivos y sanciones, así como en el estímulo a iniciativas dirigidas a cambiar las preferencias, las creencias y las actitudes de los miembros de una asociación (Taylor 1987).

Puede advertirse que la creación de una organización que resuelva el problema de la acción colectiva en la provisión de servicios, presupone la resolución de otros problemas de acción colectiva previos o "de segundo orden": ningún empresario tiene incentivos para asumir, individualmente, los costos iniciales de montaje de esta organización. Además, la imposición de sanciones

también involucra costos (por ejemplo vía represalias) que los empresarios individuales no desean asumir.

En estas condiciones, la solución del problema pasa por la formación de un liderazgo con la capacidad de persuadir a los empresarios sobre las ventajas de la cooperación, ofreciendo argumentos e información sobre las alternativas disponibles. Taylor (1987) observa que estos son los métodos característicos de los *political entrepreneurs*, es decir de los líderes político-empresariales capaces de inyectar nuevos recursos e ideas, induciendo cambios en la preferencias, actitudes, creencias y expectativas de un grupo. Los servicios de estos líderes son en sí mismos un bien público y, en esa medida, el apoyo al liderazgo también puede dar lugar a problemas de acción colectiva. Sin embargo, en ciertos casos el liderazgo recibe recursos de una fuente externa y no requiere del apoyo económico del grupo.

Esto es precisamente lo que se observa en casi todas las experiencias de provisión de servicios a la pequeña empresa en el Perú. Ellas se caracterizan por la participación de agentes externos a los propios empresarios en el financiamiento de los costos de la organización (el Estado o las agencias de cooperación). Hasta ahora no se ha logrado documentar un solo caso de "solución interna" al problema de la acción colectiva, en la provisión de los servicios considerados en esta sección.

Es preciso advertir, de otro lado, que el comportamiento de las personas no siempre responde, exclusivamente, a los cánones de la racionalidad instrumental —entendida como comportamiento consistente, orientado al futuro e instrumentalmente eficiente, Lester, 1989). Las formulaciones convencionales del problema de la acción colectiva pasan por alto el hecho de que las personas también responden a **normas sociales**, las cuales tienen un poder de motivación independiente e irreductible a la lógica de la optimización. Al mismo tiempo, sin embargo, si bien las normas sociales cumplen la función de coordinar las expectativas de los miembros de un grupo social (y en ciertos contextos reducen, efectivamente, la incertidumbre), ellas no necesariamente constituyen, en conjunto, una batería de motivaciones convergentes en facilitar la acción colectiva.

Es necesario destacar al respecto que la diversidad de normas sociales puede, en principio, obstruir la cooperación (Elster 1989: 97-100). En un país

culturalmente heterogéneo como el Perú, la posibilidad de que las normas sociales conduzcan a comportamientos divergentes parece ciertamente mayor. Esto podría explicar las dificultades para constituir instancias con la participación simultánea de asociaciones establecidas de empresas formales (SNI, ADEX, etc.) y de asociaciones de microempresas.

Por último, las teorías convencionales sobre la acción colectiva asumen, por lo general, una situación de elección binaria (cooperar o no cooperar) en la cual los beneficios de la cooperación se reparten en proporciones fijas. En la realidad, sin embargo, encontramos que el rango de decisión es continuo y que tanto los costos como los beneficios de la cooperación son divisibles. Puede ocurrir entonces que la acción colectiva fracasa porque frente a las diversas opciones y acuerdos posibles, los empresarios tienen intereses divergentes y son incapaces de llegar a un acuerdo. El **fracaso de la negociación** es un resultado previsible cuando las diferentes personas, o grupos, tienen información incompleta o imperfecta sobre las preferencias y sobre la información que maneja cada uno, lo cual induce a la formación de expectativas irreales sobre las concesiones que cada parte está dispuesta a hacer.

Como se explicó líneas arriba, los participantes en un proceso de negociación también responden a normas sociales diversas. Además, pueden estar sujetos a sesgos y distorsiones cognitivas (Elster 1989: 55), por ejemplo sobre la utilidad o rentabilidad de determinados factores o servicios productivos. En relación al problema que nos ocupa, la incertidumbre sobre la magnitud de los flujos de beneficios netos generados por la provisión de servicios, puede dar lugar a serios y complejos problemas de negociación.

D. La intervención del Estado

En estas condiciones, la intervención del Estado resulta indispensable. No se trata, simplemente, de ofrecer incentivos tributarios para que las empresas inviertan, por ejemplo, en servicios de formación técnica para sus trabajadores. Si la oferta de servicios es restringida, inexistente o, peor aún, de baja calidad, es obvio que estos incentivos no tendrán ningún resultado significativo.¹⁴ El

¹⁴ Es preciso observar, además, que si la capacitación no está acompañada de otras medidas que estimulen el desarrollo de las empresas locales y la generación de nuevas fuentes de empleo, la formación de capital humano solo podrá traducirse en una mayor fuga de talentos al exterior. Puesto en otros términos, parafraseando a los críticos de la

problema central es entonces la generación de una oferta que responda al objetivo de elevar la productividad de las empresas, generando al mismo tiempo nuevas oportunidades de empleo calificado.

Lamentablemente, las experiencias de intervención estatal a este nivel no han sido del todo positivas. Un caso ilustrativo al respecto es el "Programa de Fomento a la Pequeña Empresa Industrial" (PROIND) implementado desde comienzos de la década de 1980 en la ciudad de Trujillo, con el apoyo técnico y financiero de la agencia de cooperación técnica alemana (GTZ). El PROIND es quizá el único programa de apoyo **integral** a la pequeña empresa que se ha implementado en el Perú. Este programa tuvo resultados exitosos y contribuyó a promover la pequeña industria de esta región mediante la organización de cursos y seminarios, la asesoría técnica en el diseño de nuevos productos, el apoyo a la gestión empresarial y a la obtención de préstamos, la asesoría legal y contable orientada a facilitar la formalización de las empresas, la organización de ferias comerciales y la promoción de asociaciones empresariales.

Sin embargo, el programa no pudo sostenerse y empezó a languidecer en 1987, una vez que terminaron los desembolsos y el apoyo técnico de la agencia alemana. Los funcionarios responsables no lograron reorientar y especializar los servicios del PROIND en función de los requerimientos de la actividad más dinámica de la región (cuero y producción de calzado), ni se preocuparon por la generación de ingresos propios para financiar, por lo menos parcialmente, los servicios ofrecidos. Además, la organización de las empresas informales beneficiarias se encontraba débil y fragmentada.¹⁵ De otro lado, el gobierno se vio envuelto en una seria crisis económica y política, y no mostró mucho interés en la continuidad del programa (Távora 1996).

También puede mencionarse el caso del Parque Industrial de Villa El Salvador, en Lima, quizá el proyecto de mayor envergadura dirigido a la pequeña empresa en el Perú. Este parque fue construido en un área aproximada de 140 hectáreas en la zona sur de la capital, con financiamiento del Estado y con el

ley de Say, la oferta de trabajadores calificados no crea automáticamente su propia demanda (Amsdem 1994).

¹⁵ El directorio de PROIND estaba compuesto por representantes de cinco agencias estatales y de dos asociaciones empresariales. Pero estas asociaciones agrupaban a empresas formales y no así a las empresas beneficiarias del programa (mayoritariamente pequeñas e informales). Estas últimas estaban organizadas en varias asociaciones más débiles y pequeñas.

aporte complementario de agencias de cooperación.¹⁶ El proyecto, cuyo diseño territorial permitía albergar a 635 empresas, comprendía la constitución de "maquicentros" y centros de servicios orientados a las distintas ramas de actividad de las empresas localizadas en el parque.

Estos centros nunca llegaron a operar de manera sostenida, pero pusieron en evidencia una serie de ambigüedades e incoherencias en la definición de los derechos de propiedad y del diseño institucional. La falta de precisión a este nivel impidió la constitución de sistemas de incentivos, bloqueando el desarrollo de una racionalidad de auto-ayuda y la propia sustentabilidad de los centros de servicios. Los problemas observados en Villa El Salvador revelan, una vez más, que el apoyo externo no es suficiente para asegurar la continuidad de este tipo de programas (Távora 1994).

En general, el pobre desempeño de estos programas se explica por la falta de adecuación y especialización de los servicios ofrecidos teniendo en cuenta las necesidades de las empresas, y por la escasa participación de estas últimas en su conducción y financiamiento. Lamentablemente, ni las agencias de cooperación internacional ni los organismos públicos han considerado prioritaria la constitución de instituciones que faciliten la generación de recursos en función de asegurar la sostenibilidad de los programas. De otro lado, la precariedad del sistema educativo peruano y en particular el divorcio existente entre las necesidades de la población y los contenidos educativos, ha limitado la formación de consultores especializados y de líderes político-empresariales, con las destrezas requeridas para elevar la competitividad de las empresas y para transformar conflictos aparentemente irresolubles en procesos de negociación.

Schmitz y Musyck (1993) llegan a resultados similares en su evaluación de las experiencias de desarrollo de la pequeña empresa en algunas regiones europeas. En efecto, ellos observan que los servicios "reales" (principalmente información especializada pero también gestiones vinculadas al comercio exterior y al control de calidad)

... raramente han sido ofrecidos por el sector público mismo. Parece que las intervenciones exitosas fueron llevadas a cabo por instituciones del sector privado o fueron iniciativas conjuntas públicas/privadas. Los organismos públicos pueden convertirse en

¹⁶ El monto total invertido por el Estado fue de 6.5 millones de dólares aproximadamente, y el aporte de las agencias ascendió a 2.3 millones (Távora 1994: 139).

catalizadores ... o pueden dar importantes contribuciones financieras y de infraestructura, pero rara vez pueden operar estos esquemas por sí solos. Entre las principales razones están su know-how y el financiamiento. La provisión efectiva de estos servicios involucra destrezas que son específicas a sectores y aún a productos. Además, la sostenibilidad financiera de estos programas requiere que el propio sector privado contribuya de manera sustantiva, y generalmente creciente, a su existencia (1993: 25).

En contraste con las experiencias europeas examinadas por Schmitz y Musyck, el sector privado en el Perú es mucho más heterogéneo y diverso en su tecnología, su organización y su cultura empresarial. La participación plural de las empresas privadas resulta indispensable, pero es evidente que dicha participación está condicionada por las limitaciones que enfrentan las empresas de menor tamaño. Uno de los desafíos centrales al respecto se refiere al diseño de instituciones y sistemas organizativos que faciliten la participación conjunta de gremios de microempresas con asociaciones empresariales más estables, y eventualmente de universidades y centros de formación técnica, a fin de contar con el aporte de profesionales calificados. Además, la provisión de servicios podría orientarse a facilitar la subcontratación, a fin estimular la participación de empresas de mayor tamaño, sobre todo de aquellas que hayan logrado un mayor desarrollo en su tecnología y en sus redes organizativas y comerciales.

En síntesis, el argumento central de esta sección es que el mercado no asegura una provisión eficiente de diversos servicios no-financieros que las pequeñas empresas necesitan para sobrevivir y desarrollarse en el nuevo contexto. La acción colectiva de los empresarios, a través de sus asociaciones, puede remediar este fracaso. Pero la acción colectiva puede también fracasar por la debilidad y la fragmentación de las propias asociaciones en un contexto de desregulación de la actividad económica y de debilidad del sistema judicial y policial. De otro lado, muchas experiencias de intervención del Estado también han terminado en el fracaso, debido principalmente a la débil participación del sector privado (cuadro 4). Es preciso examinar entonces de que manera han sido enfrentados estos desafíos en otras latitudes, en contraste con lo que ha ocurrido en el Perú. A eso dedicamos la sección siguiente.

Cuadro 4

SERVICIOS QUE EL MERCADO NO GENERA DE MANERA EFICIENTE:

- INFORMACION ESPECIALIZADA SOBRE MERCADOS Y TECNOLOGIA
- ASISTENCIA TECNICA Y CAPACITACION
- GESTIONES PARA REMOVER OBSTACULOS A LA EXPORTACIONES

FACTORES QUE LIMITAN EL FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO

- BIENES PUBLICOS
- INFORMACION ASIMETRICA, RIESGO MORAL Y SELECCION ADVERSA
- COSTOS HUNDIDOS
- SUBESTIMACION DE LA DEMANDA

FACTORES QUE LIMITAN LAS TRANSACCIONES VERTICALES

- HETEROGENEIDAD TECNOLOGICA
- UBICACION EN LA CADENA DE PRODUCCION
- COSTOS DE TRANSACCION

FACTORES QUE LIMITAN LA ACCION COLECTIVA

- FRAGMENTACION DE LAS ASOCIACIONES EMPRESARIALES
- "FREE RIDING" Y SOSTENIBILIDAD DE LOS PROGRAMAS
- LEGITIMIDAD DE LAS ASOCIACIONES PARA IMPONER SANCIONES
- DEBILIDAD DEL SISTEMA JUDICIAL
- NORMAS SOCIALES HETEROGENEAS
- PROBLEMAS DE NEGOCIACION (información, expectativas)

FACTORES QUE LIMITAN LA INTERVENCION ESTATAL

- INCENTIVOS Y SOSTENIBILIDAD
- DEBIL PARTICIPACION DE EMPRESAS PRIVADAS

4. LECCIONES DE OTRAS EXPERIENCIAS Y CONTRASTES CON EL CASO PERUANO

En la sección anterior hemos visto que ni el mercado, ni la acción colectiva de los empresarios, ni la intervención del Estado pueden, por separado, generar de manera eficiente y sostenible los servicios que las empresas pequeñas necesitan para mantenerse en el mercado. He elaborado este argumento recurriendo principalmente a la teoría económica. Pero es posible ilustrar su significado examinando, brevemente, la evidencia disponible sobre experiencias relativamente exitosas de promoción de la pequeña empresa en el Japón, Italia, y Chile.

Empecemos con el **Japón**. Históricamente, las PYMEs japonesas han estado orientadas hacia los mercados de exportación desde las primeras décadas del siglo (Félix 1989). También se han caracterizado por la tendencia a constituir sistemas de división del trabajo manteniendo al mismo tiempo su autonomía, en lugar de llevar a cabo todas las actividades al interior de las firmas individuales. En 1925, con la creación del Ministerio de Comercio e Industria (MCI), el gobierno japonés puso en marcha diversas medidas de estímulo a la formación de asociaciones de pequeñas empresas exportadoras, autorizándolas a utilizar controles de calidad y a coordinar los precios de exportación y los niveles de producción. Luego, en 1927, se crearon los consejos oficiales de deliberación, integrados por personal del MCI, por empresarios y especialistas, con la finalidad de compilar información estadística y cualitativa sobre las condiciones de la competencia en los mercados internacionales. Estos consejos se constituyeron en los organismos de la inteligencia comercial japonesa (Best 1990: 169).

Con la reorganización del Estado japonés luego de la segunda guerra mundial, se creó el Ministerio de Industria y Comercio Internacional —el mítico MITI— y se dio inicio a un período que bien podría ser considerado como el más destacado, en la historia universal, de desarrollo económico de un país (Sachs 1987).¹⁷ En continuidad con las orientaciones anteriores, el gobierno japonés asumió como una de sus principales tareas la promoción de las exportaciones, estimulando la formación de asociaciones de pequeñas empresas orientadas a los mercados internacionales. Estas asociaciones facilitan el acceso de las

¹⁷ Citado en Singh (1992).

PYMEs a diversos servicios, así como la generación de economías de escala en actividades como el marketing y la comercialización.

La ley más importante, conocida también como "ley básica" de estímulo a la modernización de la pequeña y mediana empresa, fue promulgada en 1963. En la fundamentación de esta ley el gobierno japonés expresa la importancia de reducir las brechas de productividad entre empresas de distinto tamaño, a fin de mejorar la situación socio-económica de los empresarios y trabajadores de las PYMEs. La ley estipula la necesidad de poner en marcha un conjunto comprehensivo de medidas en diversas áreas (modernización de equipos e instalaciones, mejoras tecnológicas, racionalización de la gerencia, estímulo de la demanda, asegurar mejores relaciones entre dueños y trabajadores, eliminar barreras y facilitar el acceso a los mercados, etc.) en lugar de intervenir de manera aislada. También establece la obligación del gobierno de adoptar las medidas legales y fiscales específicas, así como de realizar estudios y preparar un reporte anual sobre la situación y las políticas que afectan a las PYMEs para el parlamento o Dieta japonesa (MITI 1986).

Considerando que las PYMEs de una misma industria generalmente enfrentan el mismo tipo de dificultades y desafíos, los japoneses decidieron promover la modernización sobre bases sectoriales. Desde la promulgación de la ley básica en 1963 hasta setiembre de 1985, el gobierno puso en marcha programas de modernización en 65 actividades industriales específicas, en coordinación con los ministerios competentes en cada jurisdicción sectorial, en la perspectiva de lograr "un sano desarrollo de la economía nacional y el mantenimiento de la estabilidad social" (MITI 1986: 8). Además del financiamiento a tasas preferenciales de interés y de los incentivos tributarios a la inversión, se constituyeron centros de capacitación gerencial y de asistencia técnica a la pequeña y mediana empresa en las principales ciudades, con la participación de las prefecturas y los gobiernos municipales. Estos centros contaron desde un comienzo con la participación de consultores de la empresa privada.

Puede destacarse al respecto el rol jugado por el Instituto de Investigación de la Corporación de Pequeñas Empresas Japonesas, como organismo responsable por el desarrollo de materiales y métodos de capacitación gerencial. El gobierno nacional del Japón provee la asistencia financiera necesaria para cubrir parcialmente las inversiones que demandan estas actividades (MITI 1986: 21).

Las actividades realizadas en el área del acopio y difusión de información especializada merecen una mención especial. En el diagnóstico del gobierno japonés, la adopción de sistemas computarizados y el acceso a redes de información resultan es fundamentales para enfrentar los dramáticos cambios en el entorno empresarial, y para cerrar las brechas entre empresas de distinto tamaño, o localizadas en distintas regiones. Con la creación del Centro de Información para la Pequeña Empresa, cobraron un nuevo impulso diversas actividades de acopio, análisis y difusión de información, la organización de bases de datos y los servicios de asistencia técnica a las PYMEs. En 1979 se empezaron a constituir centros regionales de información en las principales ciudades, encargados de generar y procesar sus propios datos sobre sectores específicos, así como de promover la computarización de los sistemas de diseminación de la información.

Entre las medidas más importantes pueden mencionarse la instalación de terminales y la creación de una red *on-line* conectada al Centro nacional, el desarrollo de bases de datos regionales, la asesoría y asistencia técnica orientada a promover el uso de computadoras y el acceso a las redes desde las propias PYMEs, el desarrollo de sistemas estandarizados y la unificación de los estándares de procesamiento de información en las empresas, la investigación y desarrollo de nuevos programas y nuevas tecnologías, etc. Las PYMEs que invierten recursos en estos sistemas pueden solicitar créditos de la Corporación de Pequeñas Empresas Japonesas y acogerse a incentivos tributarios (MITI 1986: 24).

Finalmente, es preciso destacar el rol jugado por el gobierno japonés en la importación, transferencia y difusión de tecnología. La creación del Centro Japonés de Productividad, en 1955, estimuló los esfuerzos conjuntos de los sectores público y privado, acelerando la asimilación de los avances tecnológicos de occidente y sentando las bases para la generación endógena de innovaciones. Una rama del MITI —la Agencia de Ciencia y Tecnología Industrial— se constituyó luego en el principal organismo responsable de las actividades de investigación y desarrollo en la industria. A fines de la década pasada contaba con 3,500 científicos y dirigía 16 laboratorios a nivel nacional, en cooperación con las empresas líderes del sector privado (Best 1992).

Pasemos ahora al **caso italiano**, el cual ofrece experiencias destacadas de desarrollo de la pequeña empresa en la historia contemporánea. La mayor

parte de la literatura se concentra en las regiones norcentral y nororiental, conocidas como "la Tercera Italia". En estas regiones han logrado un notable dinamismo las redes territoriales de empresas de pequeña escala, redes que algunos especialistas interpretan como las variantes contemporáneas de los distritos industriales marshallianos (Sabel 1989). La evidencia disponible revela estas redes están constituidas por empresas especializadas con capacidades productivas complementarias, lo cual facilita la generación de economías de escala y ofrece mayores posibilidades para la cooperación y el desarrollo de innovaciones.

Lo más importante, para el tema que nos ocupa, es poner de relieve el rol jugado por la red de organizaciones que configuran la "estructura institucional" o el entorno en el cual operan las redes de empresas. Esta red de organizaciones está formada por asociaciones empresariales, gobiernos locales, agencias del gobierno regional y nacional, universidades y colegios profesionales, etc., y ha dado lugar a la constitución de organismos privados o "intermedios" que ofrecen una extraordinaria variedad de servicios a las pequeñas empresas. Entre ellos se destacan los "centros de servicios", las cooperativas financieras y los consorcios de marketing y exportación (ver gráfico 2).

Estos organismos desempeñan diversas funciones que las empresas no están en condiciones de asumir individualmente. Para acceder a los servicios las empresas pagan una cuota anual a sus asociaciones, y un monto determinado por cada servicio específico. El caso de los consorcios es particularmente ilustrativo. En lugar de subsidiar a empresas individuales, el gobierno italiano utiliza subvenciones para estimular la acción colectiva privada en áreas fundamentales como son el marketing, la inteligencia comercial, la asistencia técnica y la capacitación. Las subvenciones cubren hasta el 40 por ciento de los costos operativos de los consorcios. Además, estos instrumentos son compatibles con la normatividad vigente en la Unión Europea y a nivel internacional (que impide subsidiar directamente las exportaciones) toda vez que las subvenciones del gobierno no cubren los gastos directamente vinculados a operaciones de venta (seguros, transporte, etc.).

La experiencia italiana muestra una manera eficaz de evitar el fracaso de la acción colectiva e ilustra, al igual que la experiencia japonesa, el rol que el Estado puede jugar en la construcción de instituciones eficaces en la provisión de servicios para la pequeña empresa. El aporte Estatal a los consorcios italianos de

exportación ha sido significativo,¹⁸ y ha permitido atender un promedio de 300 solicitudes anuales entre 1989 y 1995 (D'Angelo 1995).

Por último, la **experiencia chilena** muestra intervenciones similares del Estado en la provisión de servicios para la pequeña empresa. Es necesario destacar, de manera mucho más breve, el rol jugado por PROCHILE en la formación de equipos de inteligencia comercial y en la promoción activa de las exportaciones chilenas, por la CORFO en la asistencia técnica y el financiamiento de largo plazo, y por SERCOTEC en el desarrollo de programas de capacitación orientados a la micro y la pequeña empresa.

Estos tres organismos del Estado chileno coordinan sus actividades entre sí, cuentan con oficinas distribuidas en las 12 regiones de Chile, y utilizan diversos y variados instrumentos de promoción. CORFO es la entidad encargada de administrar un Programa Nacional de Apoyo a las PYMEs, en coordinación con el sector privado y otras agencias públicas. Al igual que en el Japón y en Italia, el Estado chileno subvenciona, con financiamiento no reembolsable, la acción colectiva de los empresarios orientada a la provisión de servicios de información, capacitación y asistencia técnica.

Este contexto ofrece condiciones mucho más favorables para el desarrollo de la división del trabajo, en la medida en que las empresas se especializan en determinados procesos y generan, internamente, economías de escala. La formación de redes de empresas con capacidades productivas complementarias revitaliza el tejido industrial, y estimula la creación de fuentes de empleo de calidad.

En contraste con estas experiencias, los casos documentados de redes de pequeñas empresas en el **Perú** se caracterizan por la debilidad o inexistencia de instituciones que promuevan su desarrollo. Los "clusters" peruanos se han expandido de manera "endógena", sin el apoyo del Estado (Castro 1991, Ponce 1994, Távara 1994). Si bien la concentración territorial de empresas ha facilitado la reducción de algunos costos de transacción y la generación de economías externas, estimulando el aumento del número de empresas y del empleo, los

¹⁸ El monto total de las subvenciones a los consorcios en el período 1989 - 1994, ascendió a un promedio de 25 mil millones de liras por año, es decir aproximadamente. Esta cifra no incluye las subvenciones a otros organismos como los Centros de Servicios.

avances logrados en términos de división el trabajo y especialización son aún muy reducidos (Visser y Távora 1995).

Es importante destacar que la promoción de la pequeña y micro empresa aparece de manera reiterada en el discurso oficial, y aparentemente cuenta con las simpatías de altos funcionarios del gobierno actual. Al mismo tiempo, sin embargo, la concepción predominante es que el Estado debe limitarse a mantener la estabilidad macroeconómica y a asegurar la provisión de algunos bienes y servicios como salud y educación básica, infraestructura vial, y administración de justicia. Las medidas de promoción se han orientado a la remoción de las barreras y obstáculos a la formalización de las empresas, y más recientemente a la entrega de títulos de propiedad predial.

De otro lado, pueden mencionarse los programas de compras estatales de diversos bienes producidos por la pequeña empresa (ropa deportiva, calzado, carpetas para escolares, y herramientas agrícolas simples), así como la promoción del empleo a partir de la construcción y mantenimiento de carreteras,¹⁹ colegios y pequeños proyectos de irrigación. Todos estos programas han sido concebidos como instrumentos de la política social, y en esa medida se explican como un intento de compensar los efectos de la política económica. Lamentablemente, no parecen expresar aún un esfuerzo deliberado y sistemático orientado a estimular la expansión sostenida de la producción, el empleo y las exportaciones, debido a lo cual su impacto económico y comercial ha pasado a segundo plano.

En materia de capacitación, los diagnósticos realizados coinciden en señalar que la oferta de servicios es inadecuada y no responde a las necesidades de las empresas.²⁰ En el caso particular de las empresas de menor tamaño, la falta de correspondencia es aún mayor, toda vez que la mayoría de los cursos

¹⁹ Un portavoz del Ministerio de Transportes ha anunciado la suscripción de alrededor de tres mil contratos con pequeñas y microempresas localizadas en las zonas de mayor pobreza, a fin de rehabilitar tres mil kilómetros de caminos rurales. El programa anunciado cuenta con el apoyo del Banco Mundial y del Banco Inter-Americano de Desarrollo, los cuales otorgarían un préstamo de 400 millones de dólares para el mantenimiento y rehabilitación de 20 mil kilómetros de carreteras en zonas rurales (El Comercio 16 de octubre de 1995).

²⁰ Ver al respecto OIT (1995), IEES-SNI (1993), CEPROC (1994). Según el estudio de la OIT, el financiamiento estatal de las actividades de capacitación permanente (Centros de Educación Ocupacional estatales, SENATI y SENCICO) se encuentra entre los 30 y los 40 millones de dólares por año.

han sido diseñados en función del empleo dependiente, sin tener en cuenta las características y requerimientos de la pequeña y la microempresa. También se destaca el hecho de que algunos de los sectores que han liderado el crecimiento económico durante los últimos años —ellos la pesca y la minería— no han tenido apoyo en materia de capacitación técnica. La misma carencia se observa en el sector agropecuario así como en el comercio y los servicios, "los cuales no cuentan con apoyo capacitador institucional significativo, deliberado y coherente" (OIT 1995: 13). Las empresas exportadoras tampoco han recibido atención especial. Además, la oferta de servicios se ha concentrado en Lima, descuidando a las ciudades del interior del país.

Entre los esfuerzos recientes más destacados, es preciso mencionar el proyecto de inversiones previsto por SENATI para reequipar sus catorce unidades operativas a nivel nacional. SENATI proyecta incorporar a las pequeñas empresas como contribuyentes voluntarios, ofreciéndoles servicios de capacitación y orientación en el manejo administrativo. Asimismo, ha iniciado un programa de equipamiento de talleres de cerámica en sus unidades de Cajamarca y Ayacucho, así como también de 25 aulas de computación para el dictado de cursos en sus 14 direcciones zonales.²¹ Sin dejar de reconocer la importancia de estos programas, es preciso advertir que SENATI aún no cuenta con suficientes recursos como para ofrecer, en mayor escala, servicios de capacitación especializada en las ramas con mayor participación de empresas pequeñas, como son confecciones, calzado, y carpintería de madera.

También pueden mencionarse los esfuerzos realizados en los servicios de información y en las negociaciones de comercio exterior. La oficina técnica de promoción comercial del Ministerio de Relaciones Exteriores lleva a cabo gestiones dirigidas a remover los obstáculos que las empresas exportadoras localizadas en el país enfrentan en otros mercados. También cuenta con una red de información constituida por 120 embajadas, consulados o agencias localizadas en distintos lugares del mundo, la cual le permite alimentar un banco de datos que ofrece servicios de información a las empresas, "cruzando oferta y demanda".²² Lamentablemente, ni esta oficina ni las delegaciones diplomáticas

²¹ El Comercio, 27 de noviembre de 1995, E12.

²² El banco de datos atiende de mil a mil quinientas demandas de información provenientes de empresas localizadas en el Perú, pero no se llevan a cabo actividades de seguimiento que permitan estimar la eficacia de este servicio en términos de las oportunidades de negocios que llegaron a concretarse. Tampoco se dispone de un directorio actualizado con las empresas exportadoras, aún cuando las relaciones con

en el exterior cuentan con personal suficiente. Tampoco cuentan con especialistas en sectores o líneas de productos, lo cual los pone en desventaja frente a las oficinas comerciales de otros países. Además, hasta ahora los beneficiarios han sido, mayoritariamente, empresas medianas y grandes.

Más recientemente, el Instituto Nacional de Estadística e Informática ha empezado a desarrollar el Sistema de Información Geográfico, cuya utilidad empieza a ser difundida entre las agencias promotoras de la pequeña y la microempresa. Este sistema permite procesar la información de los censos y las encuestas que lleva a cabo el Instituto, utilizando técnicas de cartografía digital. Entre las aplicaciones más destacadas, puede mencionarse la posibilidad de identificar la magnitud de la población y el número de las empresas censadas, por rama de actividad, con una precisión al nivel de manzanas o bloques de viviendas (Oré 1995).

Esta información puede ser de gran utilidad en la evaluación de proyectos, al facilitar la estimación de la demanda y las decisiones de localización de las empresas. Aún están por definirse, sin embargo, las modalidades de difusión de este servicio, las tarifas y los subsidios implícitos y la participación de otras instituciones, entre otros aspectos.

De otro lado, la participación del Estado en los servicios de asistencia técnica a la pequeña empresa es muy poco significativa. En 1994 el Ministerio de Industrias (MITINCI) puso en marcha el Programa de Pequeña y Micro Empresa, el cual viene funcionando con el apoyo de dos agencias de cooperación técnica. El instrumento más importante de este programa es el módulo de servicios, definido como "un espacio de promoción del desarrollo empresarial conformado por un equipo de consultores-gerentes que ofrecen servicios autosostenibles de información, capacitación y asistencia técnica en las aglomeraciones de pequeñas y microempresas" (MITINCI-AECI-COTESU 1995: 24). Los módulos son concebidos como un "instrumento de carácter focalizado" que permite atender necesidades específicas de empresas en determinadas ramas de actividad y en espacios geográficos definidos.

gremios empresariales como ADEX y a SNI han permitido suplir parcialmente esta carencia. A juicio de un funcionario de la cancillería entrevistado, el principal problema es que "no hay una oferta exportable organizada y confiable."

El funcionamiento de estos módulos ha sido anunciado de manera reiterada por las autoridades del gobierno desde mediados de 1994.²³ Además del módulo de Trujillo, cuya inauguración estaba prevista para el mes de diciembre de 1994, y de los módulos para las zonas francas de Tacna e Ilo, el Ministerio de Industrias tenía prevista la implementación de módulos de servicios en las siguientes ciudades: Cusco (turismo), Cajamarca (agroindustria láctea), Gamarra en Lima (textiles y confecciones), Ayacucho (artesanía), Juliaca (comercio e industria), Piura (artesanía y agroindustria).²⁴

Cada uno de ellos demandaría una inversión del orden de los US \$ 390 mil en promedio, magnitud que permitiría financiar el 70 por ciento de los gastos operativos durante el primer año, 50 por ciento el segundo año y 30 por ciento el tercero. El aporte de instituciones privadas cubriría la diferencia y, al cuarto año, los módulos estarían en condiciones de generar recursos suficientes para sostenerse sin apoyo del Estado.

Lamentablemente, hasta la fecha estas iniciativas no se han puesto en marcha de acuerdo a lo anunciado. Los únicos módulos que han logrado constituirse son aquellos gestados con el apoyo de la cooperación técnica extranjera y, de otro lado, el módulo financiado con recursos provenientes de la ZOTAC en Tacna. También se encuentra en gestación un módulo similar que sería financiado por la ZOFRI-Ilo. Estas agencias regionales generan sus propios recursos y cuentan con cierta autonomía en el manejo presupuestal.²⁵ Pero este no es el caso de otras zonas del país. Aparentemente, los funcionarios que deciden la asignación de recursos —en el Ministerio de la Presidencia y en el Ministerio de Economía y Finanzas— no parecen muy interesados en apoyar el programa de los módulos.²⁶

²³ Ver al respecto la entrevista a la Ministra Liliana Canale, *El Comercio* 2 de agosto de 1994, p. E8., y sus declaraciones en *El Comercio* del 14 de setiembre de 1994.

²⁴ Ver al respecto MITINCI-AECI-COTESU (1995). Se anunció que durante 1995 se pondrían en marcha 5 módulos, aunque meses después este número se redujo a cuatro. Ver al respecto las declaraciones del Vice-Ministro de Industrias en Gestión del 21 de noviembre de 1994, y luego en *Gestión* del 6 de febrero de 1995 (p.15).

²⁵ En el caso del módulo de Tacna la gestión está a cargo de una asociación civil en la cual participan representantes de la propia ZOTAC, de la Dirección de Industria, del SENATI y de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI).

²⁶ En el caso del módulo previsto en la ciudad de Trujillo, el argumento utilizado por las autoridades para oponerse a su implementación es que los módulos "no son obras." Ver al respecto Távara (1995).

En síntesis, las actividades de promoción de la pequeña empresa en el Perú responden principalmente a iniciativas de organismos no gubernamentales (ONGs) y de asociaciones de empresas privadas, y se explican en buena medida por la disponibilidad de apoyo técnico y financiero ofrecido por organismos multilaterales y agencias de cooperación. La coordinación de estas actividades es muy débil o inexistente, lo cual da lugar a la duplicación de esfuerzos y a la pérdida de economías de escala. Este resultado se explica por la ausencia de políticas de largo plazo que orienten los proyectos en marcha, y por la debilidad de las redes institucionales que constituyen el entorno en el que operan las empresas (gráfico 3).

5. REFLEXIONES FINALES

En este artículo he intentado persuadir a los lectores de la importancia de algunos servicios como la asistencia técnica, la información especializada y la capacitación, en el desarrollo de la pequeña empresa. La extraordinaria contribución de la pequeña empresa a la generación de empleo en el país durante los últimos años ha sido ampliamente documentada por numerosos trabajos, y esta fuera de discusión. Lo que está en cuestión entonces es cómo responder con eficacia al desafío de elevar, sostenidamente, la calidad del empleo generado, estimulando la expansión de la oferta exportable y las capacidades productivas de la población.

He tratado de analizar, detenidamente, las limitaciones en el funcionamiento del mercado y las posibilidades de remediarlas con la acción colectiva y la intervención gubernamental. La relevancia de esta discusión no ha sido suficientemente apreciada. Por ejemplo, algunos organismos interesados en promover el mercado de servicios para la pequeña empresa, han expresado su preocupación por la "competencia desleal" de algunas ONGs que ofrecen servicios subsidiados. Si los argumentos presentados en este trabajo son válidos, esta preocupación no está bien formulada.

En efecto, el mercado es un mecanismo eficiente de asignación de recursos en varios ámbitos de la actividad económica, en la medida en que estimula la utilización descentralizada de la información por los agentes individuales. Sin embargo, en el caso específico de los servicios examinados en este artículo, el mercado no asigna recursos de manera eficiente. Son necesarias

entonces las transacciones en forma de contratos, la acción concertada de los empresarios y la intervención gubernamental.

La provisión de servicios como componentes de transacciones que tienen lugar en el marco de relaciones verticales entre empresas (por ejemplo vía la subcontratación), debe ser promovida y alentada. Es necesario investigar de manera sistemática las diversas modalidades contractuales usadas y, eventualmente, difundirlas y ampliar su utilización. Esto supone examinar con mayor rigor la naturaleza de las relaciones entre empresas y, en particular, el contenido de las transferencias de insumos, tecnología y financiamiento. También es preciso documentar su impacto en el potencial exportador, la distribución de ingresos y el bienestar.

En este artículo hemos centrado la atención, sin embargo, en el entorno en el que operan las empresas. En esta perspectiva, la solución al problema planteado pasa por la constitución de redes institucionales más sólidas, con el aporte de municipios, asociaciones de empresarios, agencias del gobierno central, universidades y centros de investigación. En este terreno no existen "atajos". Todo esto supone, además, tener orientaciones explícitas en materia de política industrial y de promoción de exportaciones. No tiene sentido entonces, y resulta ingenuo, apostar a la promoción del mercado de servicios con iniciativas aisladas e individuales.

Si los argumentos teóricos presentados no resultan totalmente convincentes, aún podemos apelar a las experiencias de intervención estatal documentadas en la sección anterior. La evidencia es contundente y muestra que en otros países los gobiernos frecuentemente subvencionan la oferta de estos servicios. Además, hay evidencia de que las empresas localizadas en estos países están compitiendo exitosamente en el mercado internacional (incluyendo, por cierto, el mercado peruano).

Si estas intervenciones estuvieron acertadas y tuvieron éxito, sólo queda por discutir cuáles son las modalidades más adecuadas de intervención en el contexto peruano así como las acciones inmediatas. Y si las intervenciones fueron irrelevantes, no debieron adoptarse y no dan cuenta en sí mismas del dinamismo mostrado por estos países, aún queda por explicar por qué se adoptaron y por qué no provocaron las distorsiones e ineficiencias que, según

algunos analistas, son el resultado inevitable de toda forma de intervención gubernamental.

En este artículo he intentado mostrar que las intervenciones del gobierno son exitosas cuando tienen una orientación promotora que complementa, en lugar de desplazar, las iniciativas del sector privado. En efecto, la evidencia revela que las limitaciones observadas en los programas de promoción de la pequeña empresa promovidos por el Estado, se explican por la falta de transparencia y por la escasa participación del sector privado en su conducción y en su financiamiento. Esta participación es fundamental para asegurar la calidad de los servicios ofrecidos y su adecuación a las necesidades de las empresas, así como también para facilitar la sostenibilidad de los programas.

La concepción según la cual el Estado no debe promover nada ni cooperar con las empresas, pues toda cooperación necesariamente degenera en la formación de coaliciones rentistas y en el "mercantilismo", está profundamente errada. De hecho, las economías más dinámicas del planeta se caracterizan por la proliferación de asociaciones empresariales orientadas a la creación de valor y no a la extracción de rentas (Lazonick 1991). Lamentablemente, esta concepción sigue aún vigente en algunas esferas del gobierno, lo cual explica la postergación de una serie de programas que podrían estimular la creación de empleo calificado y la expansión de la oferta exportable. Y si bien en el Perú no contamos aún con un Estado moderno, con los contrapesos institucionales requeridos para asegurar una asignación eficiente y transparente de los recursos públicos, es preciso avanzar en construirlo. El progreso del Perú dependerá de nuestra disposición a medirnos con los grandes problemas y a responder a los principales desafíos del momento actual.

Cuadro 5

Servicios no Financieros Usados en 1995 por Pequeñas Empresas Confeccionistas (Porcentajes)

	Contrataron el servicio	No contrataron pero admitieron necesitarlo
Asesoría tributaria y contable	85.3	33.3
Manten.de maquinaria	69.5	30.6
Asesoría Legal	34.5	26.3
Asistencia Técnica	10.3	37.4
Capacitación	8.9	56.8
Admin. de empresas	8.4	31.7
Asesoría de marketing	4.4	45.8
Selección de personal	4.9	15.9
Invest. de mercado	4.4	36.2
Sistema de información	1.0	38.8

Fuente: "Mercado de Servicios y Pequeña Empresa: Perspectivas" (Un Estudio de IMASEN)". Lima: Swiss Contact, 1996.

Referencias Bibliográficas

ABUGATTAS, LUIS

(1996) "Estabilización, Reforma Estructural e Industria en el Perú: 1990-1995." Lima: CEDEP, (por aparecer).

AMSDEM, ALICE

(1994) "Why Isn't the Whole World Experimenting with the East Asian Model to Develop?: Review of the East Asian Miracle." *World Development* 22, 4 (627-633)

ARROW, KENNETH

(1985) "The Economics of Agency." En *Principals and Agents: The Structure of Business*. John Pratt y Richard Zeckhauser Eds. Boston: Harvard University Press, 1985.

BENERÍA, LOURDES Y MARTHA ROLDÁN

(1987) *The Crossroads of Class and Gender. Homework, Subcontracting and Household Dynamics in Mexico City*. Chicago: University of Chicago Press, 1987.

BEST, MICHAEL

(1990) *The New Competition: Institutions of Industrial Restructuring*. Cambridge: Harvard University Press.

BRUSCO, SEBASTIANO

(1992) "Small firms and the provision of real services." Frank Pyke y Werner Sengenberger eds. *Industrial Districts and Local Economic Regeneration*. Geneva: International Institute for Labor Studies.

BRUSCO, SEBASTIANO Y EZIO RIGHI

(1985) "Local government, industrial policy and social consensus - The Experience of Modena, Italy." Paper presented to the Seminar "Opportunities for urban economic development", OECD, Venice 25-27 June.

CASTRO, FIDEL

(1991) "Grupos de Eficiencia en la Nueva Empresa Peruana." Fernando Villarán and Baltazar Caravedo eds. *Pegueña Empresa Desarrollo Moderno*. Lima: PEMTEC-SASE.

- CENTRO DE PROMOCIÓN COMUNAL (CEPROC).
(1994) "Los Centros de Educación ocupacional (CEOs) del Cono Sur - USE 11. (Estudio descriptivo, por Rosa Esquivel)." CEPROC-GTZ, (por aparecer)
- CHANDLER, ALFRED
(1977) *The Visible Hand*. Cambridge: Harvard University Press.
- CIE-GRADE
(1996) "Informe sobre la Coyuntura Económica Peruana, 1995-III." Lima: Consorcio de Investigación Económica, Boletín de Opinión 23.
- CIE-IEP
(1996-I) "Informe sobre la Coyuntura Económica Peruana, 1995-IV." Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- COMISION ECONOMICA PARA AMERICA LATINA (CEPAL)
(1996) "Las relaciones agroindustriales y la transformación de la agricultura." *Notas sobre la Economía y el Desarrollo* 588-9 (Marzo).
- D'ANGELO, FRANCO
(1995) "La Legislación Italiana Relativa a los Consorcios de Exportación." Lima: SNI, (por aparecer).
- ELSTER, JON
(1989) *The Cement of Society- A Study of Social Order*. New York: Cambridge University Press, 1989.
- FELIX, DAVID
(1989) "Import Substitution and Late Industrialization: Latin America and Asia Compared." *World Development* 17: 1455-1469.
- INFANTE, RICARDO
(1995) "Reactivación y Empleo Urbano. 1990-1994." Lima: Instituto de Estudios Peruanos, (por aparecer).
- INSTITUTO DE ESTUDIOS ECONOMICOS Y SOCIALES DE LA SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS (IEES-SNI).
(1993) "Requerimientos en materia de calificación de recursos humanos en la economía del país." Lima: IEES-SNI, (por aparecer).
- LAFFONT, JEAN-JACQUES
(1988) *Fundamentals of Public Economics*. Cambridge: The MIT Press.

LAZONICK, WILLIAM

(1991) *Business Organization and the Myth of the Market Economy*. New York: Cambridge University Press.

MARSHALL, ALFRED

(1961) *Principles of Economics*. London: MacMillan.

(1923) *Industry and Trade*. London: MacMillan.

MINISTERIO DE EDUCACION

(1993) "Diseño del Sistema de Educación Técnica y Formación Profesional - Requerimientos en Materia de Calificación de Recursos Humanos en la Economía del País." Lima: Ministerio de Educación, (mimeo).

MINISTRY OF INTERNATIONAL TRADE AND INDUSTRY - SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE AGENCY.

(1986) "Outline of the Small and Medium Enterprise Policies of the Japanese Government." Tokyo: MITI, (por aparecer).

NOOTEBOOM, BART

(1993) "Firm Size Effects on Transaction Costs." en *Small Business Economics* 2 (281-299).

OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT)

(1994) *El Desafío del Empleo en América Latina y El Caribe*. Lima: Oficina Regional de la OIT para América Latina y El Caribe.

(1995) "Hacia una política de capacitación para el trabajo productivo en el Perú. Diagnóstico y propuestas para una transformación del sistema de capacitación laboral." Lima: OIT, (por aparecer).

ORE, CHERLY

(1996) "Aplicación del Sistema de Información Georeferencial para el desarrollo de la micro y pequeña empresa." Ponencia presentada en el Seminario Sistemas de Información para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, Lima: INEI, (por aparecer).

PONCE, RAMON

(1994) *Gamarra. Formación, Estructura y Perspectivas*. Lima: Fundación F. Ebert.

- PYKE, FRANK, GIACOMO BECATTINI Y WERNER SENGENBERGER
EDS.
(1990) *Industrial districts and inter-firm co-operation in Italy*. Geneva: International Labor Office publications.
- SAAVEDRA, JAIME
(1996) "El Mercado Laboral Urbano en el Perú: Evolución reciente e impacto del cambio en el régimen de comercio exterior." Lima: GRADE, (por aparecer).
- SABEL, CHARLES
(1989) "Flexible Specialisation and the Re-emergence of Regional Economies." Paul Hirst and Jonathan Zeitlin eds. *Reversing Industrial Decline - Industrial Structure and Policy in Britain and her Competitors*. Oxford: Berg Publishers Ltd.
- SACHS, J.D.
(1987) "Trade and exchange rate policies in growth oriented adjustment programme" en *Growth Oriented Adjustment Programme*. Washington D.C.: World Bank.
- SARA-LAFOSSE, VIOLETA
(1983) *Campesinas y Costureras - Dos formas de explotación del trabajo de la mujer*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad Católica del Perú.
- SCHMITZ, HUBERT
(1990) "Flexible Specialisation in Third World Industry: Prospects and Research Requirements." *International Institute for Labor Studies*, London: University of Sussex.
- SCHMITZ, HUBERT Y BERNARD MUSYCK
(1993) "Industrial Districts in Europe: Policy Lessons for Developing Countries?" Discussion Paper 324, Institute of Development Studies, Sussex.
- SINGH, AJHIT
(1992) "Industrial Policy in the Third World in the 1990s: alternative perspectives." en Keith Cowling and Roger Sudgen Eds. *Current Issues in Industrial Economic Strategy*. London: Manchester University Press.
- STIGLITZ, JOSEPH
(1994) *Whither Socialism?* Cambridge: The MIT Press.

TAVARA, JOSE

(1996) "The Political Economy of Promoting Small-scale Enterprises: lessons from the experience of PROIND." Antonia Silva Ed. *The Political Economy of Policy Reform Implementation in Latin America*. Washington D.C.: Inter-American Development Bank, (por aparecer).

(1994) *Cooperando para Competir. Redes de producción en la pequeña industria peruana*. Lima: DESCO.

TAYLOR, MICHAEL

(1987) *The Possibility of Cooperation*. New York: Cambridge University Press.

TIROLE, JEAN

(1994) *The Theory of Industrial Organization*. Cambridge: The MIT Press.

TOKMAN, VICTOR

(1993) "Fomento productivo de las microempresas urbanas." México: (por aparecer).

(1993) "Expansión de la base empresarial, empleo y microempresa." En *Reforma Social y Pobreza - Hacia una agenda integrada*. Washington: BID/PNUD.

VALDEAVELLANO, ROCÍO

(1991) "El microindustrial y sus agremiaciones." Luis Pásara et. al. *La Otra Cara de la Luna - Nuevos actores sociales en el Perú*. Lima: Centro de Estudios de Democracia y Sociedad.

VISSER, EVERT Y JOSE I. TAVARA

(1996) *Gamarra al Garete. Concentración local y aislamiento global*. Lima: CIE-DESCO.

VISSER, EVERT

(1995) "Limits to Local Learning: The Case of a Spatial Cluster of Small Clothing Manufacturing Firms in Lima, Peru." Prepared for Delivery at the 1995 meeting of the Latin American Studies Association, September 28-29.

WILLIAMSON, OLIVER

(1985) *The Economic Institutions of Capitalism*, New York: The Free Press.

PUBLICACIONES

Libros

Adolfo Figueroa (1993)
Crisis Distributiva en el Perú.
Pontificia Universidad Católica
del Perú - Fondo Editorial.

Mario D. Tello (1993)
**Mecanismos Hacia el
Crecimiento Económico.**
Fondo Editorial. Pontificia
Universidad Católica del Perú.
Consortio de Investigación
Económica.

Máximo Vega-Centeno (1993)
**Desarrollo Económico y
Desarrollo Tecnológico.**
Pontificia Universidad Católica
del Perú - Fondo Editorial.

Adolfo Figueroa (1992)
**Teorías Económicas del
Capitalismo.** Fondo Editorial.
Pontificia Universidad Católica
del Perú.

Serie Documentos de Trabajo

No. 119, Félix Jiménez, "El
dinero y Relación con los
Precios: Del Monetarismo
Neoclásico al Tratado del Dinero
de Keynes". Setiembre, 1994.

No. 120, Félix Jiménez, "Dinero,
Inversión y Financiamiento:
Apuntes sobre el Discurso
Teórico de J.M. Keynes".
Setiembre, 1994.

No. 121, Cecilia Garavito,
"Oferta de Trabajo en Lima
Metropolitana: 1989-1992,"
Mayo 1995.

No. 122, Waldo Mendoza,
"Dinero, Tipo de Cambio y
Expectativas," Setiembre 1995.

No. 123, Leopoldo Vilcapoma,
"Teoría de la Producción y
Costos: Una Exposición
Didáctica," Diciembre 1995.

No. 124, Jorge Rojas y Leopoldo
Vilcapoma, "Algunas
Características Importantes de la
Nueva Banca Peruana. Un
estudio preliminar," Marzo 1996.

No. 125, Cecilia Garavito,
"Intervención del Estado en el
Mercado de Trabajo: La Ley de
Fomento del Empleo," Marzo
1996.

No. 126, Waldo Mendoza, "Flujos
de Capital, Política Monetaria y
Equilibrio Externo," Marzo 1996.

No. 127, Félix Jiménez,
"Competition, Effective Demand
and Long-run Position in a
Capitalist Economy," Junio 1996.

Serie Informes de Coyuntura

Informe de Coyuntura: Perú:
1995. Oscar Dancourt y Waldo
Mendoza, Enero 1996.

Informe de Coyuntura: Primer
Trimestre de 1996. Oscar
Dancourt y Waldo Mendoza, Abril
1996.

Informe de Coyuntura: Segundo
Trimestre de 1996. Oscar
Dancourt y Waldo Mendoza, Julio
1996.