

PROMOCIÓN DEL MERCADO DE SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL PARA LA MYPE

Javier Romero

Para el desarrollo de la MYPE se están empleando dos instrumentos bien definidos, los servicios financieros y los servicios no financieros, denominados también Servicios de Desarrollo Empresarial –SDE- o servicios para el desarrollo de las empresas y que se pueden clasificar en servicios de información, capacitación, asesoría y consultoría, que están orientados a mejorar la gestión de la empresa, que son de materia cualitativa e invade a la empresa y al empresario, estos servicios no los adquiere el empresario fuera de la empresa y tampoco los utiliza como mejor les parece, sino que literalmente están dentro de la empresa, afectan su curso, sus resultados económicos, e influyen en las decisiones que toma el empresario¹ otros autores mencionan también los servicios de articulación de mercados y servicios directos?

El mercado de SDE actualmente está constituido por una oferta escasa, poco adecuada a las necesidades de las pequeñas empresas y su demanda es casi inexistente. Para la MYPE no hay un mercado sostenido de capacitación; la oferta es débil y dispersa, los productos no se adecuan a las necesidades del sector y, por el lado de la demanda, los empresarios no consideran este servicio como útil o indispensable y, por tanto, no están dispuestos a pagar su precio de costo que por cierto es de alto valor agregado, aun con subsidios.

Sin embargo, las empresas medianas y grandes sí cuentan con estos servicios. Para ellas existe una oferta calificada y una demanda real con voluntad y capacidad de pagar los costos y garantizar una ganancia para los que ofrecen estos productos. Esto es así, por que estas empresas saben que sin calificación de sus trabajadores (de todos los niveles), sin información, sin consultorías específicas y sin tecnología, no van a poder competir en un mundo globalizado. Es desalentador entonces saber que esta misma conciencia no existe en la MYPE.

¿Qué hacer frente a esta situación? ¿Dejar que los mercados evolucionen espontáneamente, que de acá a unos años atender las necesidades de información, capacitación, asesoría, consultoría? ¿Dejar que mientras tanto estas empresas vayan quebrando, desapareciendo del mercado, creando más desempleo?. Un liberal respondería: hay que dejar que los mercados evolucionen naturalmente, ya llegaron a las pequeñas empresas, y si tiene que morir el 80% de estas, pues será por que son ineficientes y no merecen estar en el mercado, pero no todo es tan desalentador. Por el lado de mercado de productos las MYPES se orientan principalmente a atender mercados locales. Están tratando de posicionarse, muchas han identificado sus nichos, pero de consumidores con muy bajos ingresos y por tanto, escasa capacidad de demanda; es decir se limitan a ofrecer sus bienes y servicios en mercados poco dinámicos, con bajo poder de compra. Son pocas las MYPES que trascienden el mercado local y atienden uno de carácter regional, con mayor poder adquisitivo, mas diversificado y dinámico, son menos todavía las que atienden el mercado nacional, como

¹ VILLARAN DE LA PUENTE, Fernando, y GUTIERREZ, Julio, 2001 Medición de los efectos en los clientes de centros de Desarrollo Empresarial, DESIDE, Lima, Pág. 200.

² VALCARCEL QUIJANO, José, 2002 Plan de negocios para Centros de Servicios Empresariales DESIDE, Lima Perú. Pág. 197.

subcontratistas de grandes y medianas empresas o son proveedoras regulares del estado, con más posibilidades de crecimiento y las que logran incursionar en el mercado internacional son poquitas en Huancayo sería suficiente los dedos de las manos para enumerarlas.

Demanda del SDE

La demanda de un SDE se da cuando existe disposición y capacidad de pago y el empresario de la MYPE realiza una contratación efectiva del servicio. Puede existir un conjunto de necesidades percibidas pero que no se transforman en demanda efectiva. Pero tampoco, basta tener necesidades para que estas se transformen en una demanda efectiva por SDE, es indispensable que exista la capacidad y voluntad para la contratación concreta de dicho servicio. Usualmente existe un conjunto de problemas para que este paso decisivo se dé, como: el escaso conocimiento y confianza respecto a los proveedores y la calidad de los servicios, las limitaciones de recursos, la creencia del conductor de la MYPE que no requiere dichos servicios y su percepción que ellos significan gastos sin resultados efectivos.

Si un empresario no puede estimar los beneficios de la inversión en la adquisición de SDE, y si el oferente de servicios representado básicamente por Instituciones educativas, ONG's, Centros de Desarrollo Empresarial públicos y privados, empresas consultoras y consultores independientes no pueden estimar los beneficios de desarrollar productos que se vendan en el mercado, los dos no estarán en condiciones de evaluar si los beneficios superarían a los costos, y no invertirán. La falta de información sobre los beneficios de sus inversiones en ambos lados del mercado tiene como resultado que, a pesar de que existe un interesante volumen de demanda y potencial de oferta, actualmente se produce un volumen de transacciones muy por debajo del óptimo del mercado.

Un instrumento frecuentemente utilizado para promover el desarrollo de los SDE para las MYPES ha sido la instalación y promoción de Centros de Servicios Empresariales, que con distintas denominaciones Centros de Desarrollo Empresarial (CDE), Módulos de Servicio (MSE), Centros de Servicio y otras buscan acercar a las MYPES una oferta más visible, segura y especializada. Estas propuestas, cuyo común denominador es el mejoramiento de la oferta de los servicios para la MYPE, y los que se han instalado gracias al apoyo de la cooperación internacional. En la ciudad de Huancayo vienen operando instituciones con apoyo del BID, de UE, de AID, Swisscontac³ y de otras fuentes de cooperación, con un enfoque de subsidio a la oferta. También tiene presencia el Gobierno Regional de Junín con sus distintos programas entre ellos el recientemente Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP) del Ministerio de la Producción y de la PCM.⁴ Algunas ONG's, en convenio con otras de la capital realizan sus programas; pero sin haber analizado a profundidad la demanda a priori para consolidar su oferta de servicios, sino en el camino, es decir, cuando ya se ejecutaban éstos.

Factores que influyen

El limitado acceso de la MYPE a los SDE se debe a varios factores que surgen de estas mismas y de los oferentes de servicios. Por un lado, muchos empresarios (as) no conocen los beneficios de acceder estos servicios, principalmente porque sus experiencias se limitan a la toma de servicios gratuitos o con alto subsidio, por

³ DESIDE-SWISSCONTAC Bases Concurso para el apoyo a la instalación y operación de centros de desarrollo empresarial para la pequeña empresa 2001 Lima Perú, 16 Pág

⁴ PCM, Presidencia del consejo de ministros

programas que no se ajustaron a sus necesidades, y no conocen proveedores de servicios de calidad. Las empresas no disponen de información sobre la oferta existente en materia de SDE, tampoco conocen qué productos ofrecen, sus costos, los beneficios esperados, la opinión de otros usuarios, el cuadro de consultores del CDE, y demás aspectos relevantes en materia de información necesaria para consumir un producto. Esto trae como consecuencia que la demanda, a pesar de que desee consumir estos servicios -que por cierto ya es un gran paso-, no acceda a los mismos. Por lo que, la mayoría de MYPES Huancaínas nunca han invertido con recursos propios en la compra de SDE y por lo tanto no han podido apreciar que los beneficios de esas inversiones puedan superar los costos de inversión.

Por su parte, los oferentes de SDE enfrentan un sector empresarial atomizado, con una demanda que les exigiría extremada variedad y variabilidad en sus productos. Además, casi toda la oferta, hasta la fecha, se ha desarrollado a través de programas subsidiados total o parcialmente por recursos públicos o de la cooperación internacional, lo que ha incentivado a los oferentes a desarrollar productos de acuerdo a las instrucciones o preferencias de instancias centralizadas.

En un contexto de información incompleta y desconocimiento generalizado sobre la calidad de la oferta, pueden ganar espacios proveedores que ofrecen productos de baja calidad que están dispuestos a sacrificar sus ganancias futuras por ingresos actuales. Ello puede conducir a que los mejores proveedores que ofrecen productos de mejor calidad y a precios ajustados a sus costos salgan del mercado o se vean obligados a competir con productos de baja calidad y precios. Esta falla del mercado denominada selección adversa conduce a la larga a que las transacciones en el mercado no logren desarrollarse.

El fomento del desarrollo de mercado de SDE a través de subsidios indiscriminados de los costos operativos de proveedores de servicios sigue siendo todavía una práctica común, si bien tiende a impedir el desarrollo del mismo mercado: proveedores privados sin ningún auspicio institucional no pueden instalarse, ya que no están en capacidad de competir con sus precios reales con proveedores subsidiados -cuyos costos son subsidiados o incluso ofrecen sus servicios a costo cero para el cliente-. Como justificación de esta política – con sus efectos nocivos – muchas veces sirve el argumento (del proveedor del servicio, típicamente una ONG, o del promotor institucional mismo) que la MYPE no tiene capacidad de pago.

Qué hacer

Hasta el momento, el suministro de SDE no ha demostrado ser una actividad sostenible, estos programas no han superado la etapa de subsidios. Algunos profesionales opinan que debido a su naturaleza, los programas de SDE nunca podrán cubrir sus propios costos. De cualquier forma, vale la pena tratar de descubrir cuántos o cuáles programas de SDE que sí recuperan parte de sus costos. Existen varias razones para este creciente enfoque en la recuperación de costos de los programas de SDE. En primer lugar, hay una creciente escasez de recursos por parte de donantes, que ha tratado de promocionar este mercado con subsidios y piensan retirarse a otros países⁵. En segundo lugar, existe una reacción natural al éxito alcanzado en el campo financiero es decir, si se ha logrado con servicios financieros, ¿porqué no se puede lograr con servicios no financieros, hoy conocidos como SDE? No existe una definición aceptada del éxito en los

⁵ MC VAY Mary y OVERY M, Alexandra 2001 El desarrollo de mercados comerciales para los SDE, documento de referencia OIT, Turin Italia 104 Pág.

programas de SDE debido a la dificultad en medir el impacto, la gran variedad de servicios proporcionados, y las diferencias en los ambientes en que operan los también diferentes programas de promoción de este mercado. Sin una definición de éxito, no puede haber un consenso sobre cuales programas de SDE representan las "mejores prácticas" en el campo, para analizar sus estrategias, tácticas y replicarlas o adaptarlas a nuestro mercado.

Las siguientes son algunas propuestas que permitirán desarrollar el mercado de SDE:

- Se debe identificar los posibles indicadores de éxito, ejemplos de mejores prácticas y lecciones aprendidas en el área de los SDE de Huancayo.
- Un paso necesario en este proceso es definir claramente y categorizar los diferentes tipos de programas de SDE que existen actualmente en el mercado, inicialmente realizar un directorio de los proveedores individuales e institucionales (públicos y privados) que atiende a la MYPE.
- También se debe realizar un estudio de la medición de los efectos del SDE realizado por las empresas proveedoras que están operando con financiamiento de las entidades cooperantes.

Pues sería una ilusión esperar a que las MyPE's evolucionen espontáneamente aún bajo el riesgo de quebrar y desaparecer del mercado, por ello se justifica una intervención externa que permita acelerar procesos, y evitar mayores costos económicos y sociales, intervención que hoy se denomina promoción del mercado de servicios para el desarrollo de las empresas, SDE.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Villaran De La Puente F, Gutiérrez J. Medición de los efectos en los clientes de centros de Desarrollo Empresarial. Lima: DESIDE; 2001.
- Valcarcel J. Plan de negocios para Centros de Servicios Empresariales. Lima: DESIDE; 2002.
- Mc Vay M, Overy M. El desarrollo de mercados comerciales para los SDE, documento de referencia OIT. Turín Italia; 2001; 104.