

InfoPYME

Noticias sobre la Pequeña y Mediana Empresa en América Latina

Vol. 5, febrero del 2002

Proyecto Regional de Capacitación Gerencial del FOMIN

Revela estudio del Centro de Estudios Económico y Legales de CONINDUSTRIA-Venezuela

Leyes Latinoamericanas de fomento a las PYMES siguen las mejores políticas y prácticas internacionales

David Mieres, autor del análisis, asegura que ninguna de las legislaciones evaluadas apoyan de manera integral al sector, y además el diseño institucional de las mismas no contribuye a la ejecución de una adecuada estrategia de desarrollo.

Argentina, Brasil, Colombia, México y Venezuela contemplan legislaciones de fomento a la Pequeña y Mediana Empresa que promueven “medidas para facilitar el financiamiento, el acceso a la tecnología, la capacitación a los recursos humanos, la entrada a los mercados internacionales, y la reducción de los costos transaccionales”.

Estas son unas de las conclusiones finales que se desprende del *Análisis comparativo de las leyes para el fomento de las Pymes en Argentina, Brasil, Colombia, México y Venezuela*, efectuado a finales del 2001 por el Centro de Estudios Económico y Legales (CONINCEEL) de la Confederación Venezolana de Industriales –CONINDUSTRIA–.

El estudio fue elaborado por la organización

gremial para evaluar diversas leyes existentes en otros países e iniciar, en representación del Ministerio de Producción y el Comercio de Venezuela, las discusiones con el Ejecutivo Nacional, y otros sectores productivos de esa nación, a fin de redactar el Proyecto de Ley para el Fomento y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria, aprobado en noviembre de 2001 sin muchas de las observaciones de efectuadas por los expertos de CONINDUSTRIA.

Con el objetivo de examinar las prácticas existentes en los cinco países y contenidas en las leyes de fomento a las PyMES, el CONINCEEL analizó exclusivamente las legislaciones particulares, fuera del marco de las demás políticas o herramientas que existen en las naciones mencionadas, y que además se encuentran fuera del ámbito de las leyes que se analizaron.

Previamente a la evaluación de los textos de Ley, el análisis contempla, en su primera sección, un resumen sobre las limitaciones que afectan el desarrollo de las PyMES, y de que manera los gobiernos han intentado estimular este conglomerado de empresas. Conjuntamente, se efectúa una breve consideración sobre algunas características comunes de las PyMES en América Latina y el Caribe.

Cabe destacar que en la evaluación sobre las limitaciones que entorpecen el avance en el sector en la mayoría de los países latinoamericanos, el estudio destacó las siguientes: Sesgo en el régimen regulatorio; Limitaciones de acceso al financiamiento; Escasez de recursos humanos; Poco acceso a la tecnología y al know-how; Limitaciones para acceder a los mercados locales y externos; y otras limitaciones que existen dentro del conglomerado PYME.

En la segunda sección del estudio, las medidas contempladas en las leyes se compararon entre sí y con las políticas de fomento a la PYME estipuladas por las naciones de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), el G7, España y el Sudeste Asiático, para concluir que las legislaciones latinoamericanas examinadas coinciden con “las mejores prácticas de política de fomento a las PYMES en el mundo”.

Para cada Ley, o proyecto de Ley como en el caso de Venezuela, se examinaron las disposiciones referentes a Beneficiarios, Objeto, Definiciones, Marco Institucional y Políticas. Entre las Políticas más generalizadas en todas las leyes son aquellas que establecen medidas dedicadas al financiamiento, incentivos fiscales, compras gubernamentales, fomento a las exportaciones,

InfoPYME • Febrero del 2002

- 1** *Leyes Latinoamericanas de fomento a las PYMES siguen las mejores políticas y prácticas internacionales*
- 5** *Experiencias mundiales sobre políticas para la empresa media*
- 10** *Calendario*

reducción de costos de transacción, políticas de capacitación y asistencia técnica, e incentivos laborales y previsionales.

En el mismo orden mencionado anteriormente y entre las conclusiones más importantes a las que arribó este estudio, se establecen las siguientes:

Beneficiarios, Objeto y Definiciones

- “El **ámbito de aplicación de las distintas leyes** varía en cada uno de los países”. Sólo la Ley mexicana y el proyecto de Ley venezolano contemplan exclusivamente como beneficiarios al sector industrial. Por el contrario, las otras leyes consideran a la pequeña empresa sin distinciones de sectores.
- “No existe una **definición** uniforme de lo que es **PyME** en las leyes examinadas”. En la mayoría de las legislaciones no se precisa los segmentos que conforman la PyME (artesanos, micro, pequeña y mediana empresa). En el caso argentino, la ley establece explícitamente la distinción entre PyME y microempresas, denominando MIPyME a esta última. Por otro lado, sólo la legislación argentina utiliza los atributos (números de empleados, ventas y activos) generalmente empleados para definir a la PyME.
- “En las leyes existen diversos **grados de flexibilidad en el concepto de PYME**”. Mientras la ley colombiana no otorga facultad al ejecutivo para que modifique los criterios taxativos, las legislaciones brasileña y argentina, así como el proyecto venezolano, son menos rígidos en este aspecto, estableciendo la posibilidad de cambios en torno al límite del personal empleado, el valor de ventas y activos, como lo establece también la ley mexicana en estos dos últimos atributos.

Instrumentos de Políticas

- “El fomento a la **creación y desarrollo de un sistema de sociedades de garantías recíprocas**” es una de las políticas para fomentar el acceso al crédito que más sobresale en las leyes, particularmente en las legislaciones de Argentina y Brasil, las cuales desarrollan un amplio marco regulatorio para este sistema.
 - En el caso argentino, la ley crea el Fondo de Garantía estatal (FOGAPYME) que “otorga garantías en respaldo de las que emitan las sociedades de garantía recíproca y ofrece al mismo tiempo garantías directas a las entidades financieras acreedoras de las MIPYMES”.
- “En la mayoría de las leyes analizadas se crean **organismos públicos para el apoyo a las MIPYMES** o se designan instituciones ya existentes para dicha función”.
 - En Colombia se crean el FOMIPYME (fondo para financiamiento y aplicación de instrumentos no financieros para el desarrollo tecnológico de las MIPYMES), y EMPRENDER (organismo que aporta capital social y financiamiento de la preinversión a productores rurales).
 - En Argentina se constituye el FONAPYME, que también realiza aportes de capital y brinda financiamiento para inversiones productivas a las MIPYMES y agrupaciones de las mismas. De igual forma, en este país sureño se estableció que “el Banco de la Nación Argentina y el Banco de Comercio Exterior deben establecer líneas especiales de financiamiento”.
 - En el caso brasileño, se estipula que las líneas de crédito que los organismos públicos otorguen a la micro y pequeña empresas deben mantenerse en condiciones favorables.
- Las leyes contemplan diferentes **mecanismos para incentivar al sector privado a apoyar a las PYMES**.

InfoPYME

Equipo de Redacción

Jefa de Redacción
Carolyn Palaima

•
Asistente Editora
Silvina Acosta

•
Traducción—Inglés a Español
Beatriz Quintana

•
Traducción—Portugués a Español
Avatar

InfoPYME acepta con entusiasmo artículos para su publicación. Éstos pueden ser de hasta 1.200 palabras y se aceptan ilustraciones. Los artículos se aceptan en español, portugués o inglés. *InfoPYME* traducirá al español los artículos en portugués e inglés. Por favor envíelos en disquete o por correo electrónico. *InfoPYME* se distribuye gratuitamente a personas y organizaciones interesadas.

Dirección postal:
InfoPYME, LANIC
Teresa Lozano Long Institute of Latin American Studies,
SRH 1.310,
University of Texas at Austin
Austin, Texas 78712 USA

Tel: (512) 232-2408
Fax: (512) 471-3090

E-mail:
infopyme@lanic.utexas.edu

WWW:
<http://lanic.utexas.edu/pyme/>

© 2002
Teresa Lozano Long Institute of Latin American Studies
University of Texas at Austin

InfoPYME es un boletín trimestral que trata de las tendencias emergentes en el desarrollo de pequeñas y medianas empresas (las PYME) en América Latina, publicado por el Latin American Network Information Center (LANIC) del Teresa Lozano Long Institute of Latin American Studies (LLILAS) de la University of Texas at Austin (UT-Austin) para el Banco Interamericano de Desarrollo.

InfoPYME está financiado por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y el Departamento de Integración y Programas Regionales (INT) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Las opiniones expresadas en este boletín pertenecen a los respectivos autores y no necesariamente representan las opiniones ni la política de LANIC, LLILAS o del BID. Los artículos publicados en este boletín se pueden reproducir, siempre y cuando se otorgue el debido crédito a *InfoPYME*, LANIC de LLILAS en UT-Austin y al BID.

- En Colombia, “se crean incentivos a intermediarios financieros y a organizaciones especializadas en crédito microempresarial”, y a su vez, el Estado puede establecerle al sistema financiero dedique una porción mínima de recursos a las MYPYMES.
- Por su parte, la Ley argentina establece un sistema de bonificación de tasas y otorga al Poder Ejecutivo el mandato de estimular la constitución de calificadoras de riesgo para evaluar el desempeño, la solidez y el riesgo crediticio de las pequeñas y medianas empresas, a fin de facilitar su operatoria financiera y comercial.
- En el caso de Brasil, la ley especifica que el Ejecutivo Nacional otorgará incentivos fiscales y financieros a instituciones financieras que brinden respaldo a la micro y pequeña empresa.
- Cuatro países (Venezuela, Colombia, México y Brasil) establecen **medidas fiscales de apoyo a la PYME**, pero sus leyes no definen pasos específicos para su adopción. Tan sólo se precisan los niveles de gobiernos (nacional, regional, o local) que pueden aplicarlas.
- Exceptuando la Ley mexicana, las demás legislaciones contemplan grandes líneas a seguir con referencia a las **compras gubernamentales**. Entre estas medidas generales, se destacan el otorgamiento de información sobre programas y trámites, y la simplificación administrativa de estos últimos.
 - “La Ley argentina otorga un derecho de preferencia de 5% para igualar mejor la oferta a las MIPYMES y demás agrupaciones que las agrupen o servicios producidos en la Argentina. Complementariamente, se establece un porcentaje de al menos 10% en las licitaciones y concursos relacionados a la adquisición de bienes y servicios, en los cuales sólo compitan MIPYMES”.
- Con relación a las políticas dedicadas al **fomento a las exportaciones**, las legislaciones ofrecen lineamientos generales.
 - Las leyes argentina y colombiana y el proyecto venezolano señalan que el Banco de Comercio Exterior es la institución financiera y técnica especializada en la internacionalización de las PYMES.
 - En Brasil se contempla que el Poder Ejecutivo establecerá mecanismos de desburocratización y capacitación para asegurar el “tratamiento diferenciado y simplificado” a las pequeñas y medianas empresas en lo concerniente a importaciones y exportaciones.
- En cuanto a las medidas que permitan reducir los **costos de transacción**, las legislaciones señalan, de manera general, metas de simplificación de trámites administrativos de PYMES, coordinación de entes que rigen políticas de PYMES, y la difusión de información.
 - La legislación argentina contempla la creación de una red que integra a las entidades relacionadas a políticas de MIPYMES, y a que además funcione como centro de acceso a todos los instrumentos y programas de apoyo.
 - En México se estipula la creación de un canal único para realizar toda la tramitación que deben efectuar los microempresarios ante varias entidades administrativas.
 - En el caso colombiano, la ley estableció la integración del Registro Mercantil y el Registro Único de Proponentes en el Registro Único Empresarial, a cargo de las Cámaras de Comercio, y mediante el cual se pueden efectuar todos los trámites, gestiones y obligaciones de las MIPYMES.
- En el estudio de las políticas de **capacitación y asistencia técnica**, se destacan las legislaciones de Argentina, Brasil y el proyecto de Ley de Venezuela.
 - En Argentina, se establece tres medidas: el desarrollo, por parte del Ejecutivo Nacional, de un Plan Nacional de Capacitación de cuadros empresariales y gerenciales; asistencia a las MIPYMES mediante una red de agencias regionales; y acceso preferente a los trabajadores MYPYMES a programas de formación financiados con fondos públicos.
 - El caso brasileño estipula “que no menos del 20% de los recursos federales destinados a la capacitación tecnológica empresarial deberán ser destinados a la micro y pequeña empresa”.

LEYES EN LÍNEA

Las leyes analizadas por este estudio, y según los países seleccionados, fueron:

- **Argentina** - Ley 25.300 de Fomento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas de Septiembre de 2000
<http://www.seppyme.gov.ar/legislacion/25300.htm> y la Ley 24.467 de Pequeña y Mediana Empresa de Marzo de 1995
<http://www.seppyme.gov.ar/promocion/ley24467.htm>
- **Brasil** - Ley 9.841 de Microempresas y Pequeña Empresa de Octubre de 1999
<http://www.cbeji.com.br/legislacao/microemp.htm>
- **Colombia** – Ley 590 para Promover el Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas de Julio de 2000
http://www.mindesa.gov.co/Normatividad/ley_590_de_2000.htm
- **México** – Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal de Enero de 1998
<http://www.cddhcu.gob.mx/leyinfo/pdf/127.pdf>
- **Venezuela** –Ley para el Fomento y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria de Noviembre de 2001
<http://www.el-nacional.com/referencia/documentos/doc/LeyparaLaPromocionYDesarrollodelaPequenayMedianaIndustria.doc> (Proyecto de Ley, usado en el análisis, no se encuentra accesible en formato online)

Ver Leyes, página 4

- En el proyecto de Ley venezolano se establece la creación del INDI, como instituto rector de las políticas y programas de capacitación y asistencia técnica a las PYMI.
- Finalmente, en lo referente a los **incentivos laborales y previsionales**, “en Argentina y Brasil se establecen procedimientos simplificados para el cumplimiento de la legislación laboral y provisional, eliminándose exigencias burocráticas y obligaciones accesorias”.

Análisis completo en la página web:

<http://www.conindustria.org/CONINCEEL/Análisiscomparativodeleyespyme.pdf>

Observaciones del Autor

“Legislaciones tienen elementos importantes, pero ninguna es completa”

A juicio del economista venezolano David Mieres*, autor del análisis comparativo, ninguna de las leyes analizadas refleja, al menos en su espíritu, de manera integral el fomento a la Pequeña y Mediana Empresa.

“Considero que cada una de ellas tiene elementos importantes, pero ninguna es completa. Existen países como España y Chile, que tienen políticas de desarrollo del sector pero no tienen una ley específica para la PYMI, y sin embargo parecieran mejor orientadas para alcanzar sus objetivos. Esto quizás porque cuentan con mayor institucionalidad, y porque son políticas integrales que no solo abarcan a la PYMI, sino a todo el sector industrial”, apuntó Mieres.

- ¿Si en su espíritu las leyes analizadas contemplan las mejores políticas establecidas en otras leyes de otras naciones no Latinoamericanas, por qué se presentan tantas limitaciones y obstáculos para el desarrollo de la PYME en la región?

-No conozco mucho la realidad de otras latitudes, pero del estudio de las leyes analizadas y del conocimiento de la realidad venezolana, pienso que el principal factor que influye para que no exista una adecuada política de desarrollo del sector es el diseño institucional que se establece en las leyes.

En primer lugar, en general, las leyes no se plantean la elaboración de planes de corto, mediano y largo plazo de la política para el sector, ni mucho menos se plantean la creación de indicadores de gestión de esta política. Adicionalmente, tampoco se establecen los adecuados mecanismos de transparencia y rendición de cuentas de la política.

En segundo lugar, los mecanismos consultivos y de coordinación de políticas están ausentes o son deficientes. Sin mecanismos consultivos (que involucren a organismos públicos, ONG's, al sector privado, al sector académico, etc.) la posibilidad de que la política de fomento sea adecuada es reducida, y sin mecanismos de coordinación de políticas es probable que se dupliquen esfuerzos y/o se desatiendan zonas geográficas o sectores productivos dado que existen diversos organismos involucrados en la implementación de políticas a escala nacional, regional y municipal y en distintas áreas: comercio exterior, financiamiento, capacitación, etc.

En tercer lugar, muchas veces el diseño institucional de los organismos encargados de la implementación de políticas no es el adecuado: no cuentan con los suficientes recursos (humanos, financieros, infraestructura) ni con personal calificado, son fáciles de capturar por parcialidades políticas o sectoriales, etc.

Cuarto, la existencia del fenómeno de que las leyes son elaboradas

pensando en la gran industria, específicamente las impositivas, las laborales, las de seguridad social, las de registro (apertura y cierre de negocios) implica que dentro de la política de fomento a la PYMI, se debe incluir la modificación de diversos textos legales, lo cual no es sencillo debido a que en general se requiere de una discusión dentro del legislativo. Es por ello que en algunas legislaciones se propone la creación de un sistema de ventanilla única para las PYMIS.

Otro elemento que puede estar influyendo en el poco éxito de estas leyes es que se ve a la PYMI de manera aislada. Hay que tener en cuenta que el mercado natural de las PYMIS es la gran industria, y sin el desarrollo de esta, la PYMI no puede desarrollarse. La política de algunos países del sudeste asiático es muestra de que la política tiene que ser integral, en la cual además del fomento se mantenga un entorno macroeconómico y jurídico adecuado para las inversiones.

-¿Alguna medida o política en general que usted cree conveniente agregar a estas leyes de fomento?

-Otros instrumentos legales que, en el caso de Venezuela, deberían tomar en cuenta al sector de PYMI, para que la política de fomento a este sector sea efectiva se encuentran las leyes impositivas (impuesto sobre la renta, IVA, impuesto a los activos empresariales), las de seguridad social (pensiones, riesgos laborales, paro forzoso, etc.), las laborales (ley del trabajo, etc.), las de registro, etc. No conozco los nombres exactos de muchos de estos instrumentos legales, ni tampoco conozco todas las trabas que le imponen a la pyimi, pero en general, el hecho es que dichas leyes se hacen tomando en cuenta solo a la gran empresa.

**David Mieres es economista graduado de la Universidad Central de Venezuela, UCV (1992) con una Maestría en Políticas Públicas en la Universidad de Chile (1997). Se ha desempeñado como profesor en la UCV en los post-gradados Teoría y Política Económica, y Moneda e Instituciones Financieras (1998-2000). Laboró como analista macroeconómico en la casa de Bolsa Confirmecca, y fue director de investigación y fomento de la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia. Ejerció los cargos de economista junior en la Oficina de Programación y Análisis Macroeconómico del Ministerio de Finanzas, y economista Consultor de ITP Consultores en el área de libre competencia. Desde abril de 2001, labora en el Centro de Estudios Económicos y Legales de Conindustria, cuya principal actividad es analizar el impacto económico de las leyes que se discuten en el Poder Legislativo venezolano.*

Experiencias mundiales sobre políticas para la empresa media

Emilio Zevallos V., uno de los editores del libro “Experiencias Internacionales sobre Políticas para la Empresa Media” - publicado por McGrawHill en Octubre de 2001- resume las conclusiones principales de este compendio que reúne las ponencias de un panel de especialistas internacionales convocados en 1999 en Ciudad de México.

Durante dos días tuvimos la oportunidad de intercambiar experiencias de un amplio grupo conformado por expertos en el tema de la Empresa Media, con académicos, políticos, legisladores, funcionarios públicos federales y estatales, banqueros y empresarios.

Nos propusimos obtener un espectro suficientemente amplio de experiencias de varios continentes, buscando en cada uno de ellos características que los hicieran particularmente interesantes por sus diferencias específicas, sin ignorar que existen otras experiencias, igualmente valiosas, que aunque no estuvieron representadas en este foro no nos son desconocidas. Los países participantes fueron Argentina, Brasil y Chile (América Latina), Estados Unidos (Norteamérica), Alemania, España, Italia (Europa) y Japón (Asia).

Cada uno de estos países tiene(n) alguna(s) característica(s) en su política de promoción empresarial digna(s) de mención, sea por los recursos que manejan, las peculiaridades de sus acciones de fomento, la presencia de un marco normativo específico, el papel de las organizaciones no públicas, entre otras.

Durante las presentaciones pudimos percatarnos de que cada experiencia nacional de promoción es única y que depende no sólo de contextos políticos, económicos, sociales y culturales, sino también—en algunos casos—de coyunturas particulares (las guerras mundiales). Sin embargo, podemos rescatar varios elementos o denominadores comunes relevantes en sus acciones de fomento empresarial.

Un aspecto significativo de este evento es la evidencia de que la Empresa Media¹, en cada uno de los países participantes, es considerada como eje del desarrollo económico y social. Ello se traduce en un conjunto de acciones, medidas y programas, que podemos denominar “*políticas*”, en la medida que son resultado de acciones concertadas del Estado (gobierno y sociedad). Cabe resaltar también que en todos estos países funciona lo que podríamos denominar una “economía de mercado”. Sin embargo, existe también una activa y colaborativa participación de los gobiernos en el ámbito económico —no como proveedores de bienes y servicios— en lo que respecta tanto a la institucionalidad del proceso económico hacia las empresas, como a sus políticas de promoción, en conjunción con diversas instancias de la iniciativa privada.

En ese sentido, otro hecho importante es que la premisa de que “*el mercado lo resuelve todo*” no

opera en ninguna de las experiencias presentadas. Existe una clara conciencia de las bondades del mercado, pero también de sus limitaciones. Esto les da a los tomadores de decisión una visión realista acerca de cuáles pueden ser las características del programa que sería deseable, en términos de las políticas de fomento que se deberían adoptar para incrementar la competitividad empresarial, así como una clara conciencia de la importancia del trabajo conjunto entre el gobierno y las organizaciones empresariales, con las aportaciones de la academia y de otros sectores sociales organizados.

Dos premisas reflejan los aspectos más importantes de las políticas económicas de los últimos años: la atención prestada a la competitividad como única forma de mejorar las condiciones económicas y sociales de los países, y el énfasis en el papel de las empresas de menor tamaño como detonadores de la competitividad de las naciones.

En ese sentido, las diferentes experiencias, agrupadas en bloques para su mejor comprensión, nos permiten conocer—desde una perspectiva regional— las políticas de promoción y los contextos económico-políticos en las que ellas han sido adoptadas.

Las políticas en el ámbito europeo

La existencia de la **Unión Europea** (UE) promueve la armonización de políticas entre sus miembros con el propósito de lograr una unificación no sólo económica, sino política y social. La integración económica ha sido un elemento detonador del desarrollo de los países considerados como más rezagados, debido al imperativo comunitario de lograr ciertos equilibrios económicos y metas que faciliten una mayor homogeneidad del bloque.

Uno de los ámbitos que más apoyo ha recibido en los últimos tiempos es el de las empresas micro, pequeñas y medianas (PyMEs), a través de fondos y programas supranacionales, y usando una metodología de acción concertada (por ejemplo: coordinación entre la UE, los Estados miembros, las organizaciones profesionales e instituciones de la comunidad), como de otros instrumentos de carácter nacional o regional. El objetivo de la UE en este sentido es doble: mejorar el ambiente de los negocios y proveer de un paquete amplio de medidas de apoyo a las empresas europeas.

Un ejemplo de ello es la iniciativa PyME de la Unión Europea: Este es un mecanismo de asignación de recursos, ya sea a las propias empresas o a las organizaciones intermedias vinculadas a las PyMEs, que fomenta no sólo a las empresas, sino también al desarrollo regional o local. En ese sentido, las medidas de apoyo son de dos tipos: directas (bajo la forma de subsidios y/o préstamos), o indirectas (por ejemplo, bajo la forma de infraestructura y servicios disponibles para asesoría, capacitación o financiamiento).

Otros aspectos relevantes en estos programas son la “*evaluación de impacto empresarial*” que implica la valoración del impacto de las propuestas legislativas en los negocios, especialmente en las PyMEs, y el programa *BEST*, compuesto por expertos internacionales que acuden a las autoridades públicas y asociaciones empresariales. Posteriormente envían a la Comisión Europea como fruto de sus observaciones, un conjunto de recomendaciones para la simplificación de los procesos a ser instrumentadas por las instancias responsables a nivel nacional o regional, entre otros.

Entre 1994-99, la UE invirtió en políticas de apoyo a las PyMEs mas de

Ver Experiencias, página 6

21 mil millones de ECUs, entre ayuda financiera, servicios de apoyos a empresas, infraestructura, innovación, y otras, con los cuales de 7 millones de PyMEs elegibles para los programas, se asistieron a más de 1.5 millones entre 1989-99. En términos de empleo, se estima que se crearon o mantuvieron alrededor de 1.2 millones (entre 1994-99).

En el caso de **Alemania**, el fomento empresarial se define como una tarea del gobierno federal (legislador) y los gobiernos estatales (ejecutores). Sin embargo, existe también un amplio rango de instituciones involucradas en el fomento a la PyME, entre públicas y privadas, regionales y sectoriales, etc., así como una amplia variedad de instrumentos y medidas de apoyo. En este sentido, los principales ámbitos de fomento son: financiamiento, investigación y desarrollo, consultoría y capacitación, ventas y mercadeo. Los mecanismos de fomento se llevan a cabo a través de acciones directas.

Además de los logros evidentes de esta experiencia, también hay problemas e ineficiencias: la duplicidad de programas, la presencia de programas regionales orientados a muy pocas PyMEs (creados con criterios políticos). El acceso de las PyMEs al financiamiento y la investigación, debido a fallas de mercado y problemas de asimetría de información son también significativos. De la misma forma, muchas veces, ellos explican en una autocrítica: no hay evaluaciones sistemáticas, los objetivos están vagamente definidos y no existen criterios de evaluación ni estrategias suficientemente explícitas.

En **España** el vuelco hacia las PyMEs ha sido relativamente reciente, vinculado a su cada vez mayor aportación económica. Un elemento fundamental en ese vuelco, ha sido el cambio de mentalidad respecto al papel del empresario, que pasó del descrédito ciudadano fomentado por algunas corrientes políticas y académicas, a una de apoyo y fomento.

Las acciones de fomento empresarial, se dan en las tres áreas de organización del Estado: nacional, regional y local. Existe una Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y de la PyME, que más que dar apoyos directos, aplica criterios de horizontalidad en las políticas de apoyo a las PyMEs, procurando que las acciones a nivel micro tengan más peso en las política macro (tratando de eliminar obstáculos que dificultan su creación y desarrollo). En el ámbito regional, se intenta llegar directamente a cada una de las pequeñas empresas, ya sea por áreas geográficas o por sectores industriales.

Las áreas de apoyo más importantes son: financiamiento, fiscal, laboral, tecnología, innovación, formación, información, acceso a los mercados e internacionalización, entre otras. En el ámbito local, la idea es trabajar coordinadamente autoridades locales, organizaciones gremiales y

empresas con un propósito común: diversificar el tejido productivo, incrementar la competitividad, crear empleo, concentrar servicios, y otros.

A pesar de los planes, la ausencia de coordinación entre los diversos actores a diferentes niveles ha sido fuente de tropiezos. Sin embargo, el trabajo en todos los niveles es la enseñanza más notable de esta experiencia. Esto involucra el ámbito nacional (política horizontal de apoyo a las PyMEs), regional (programas, servicios e infraestructura), y local (estrategia de desarrollo armonizado que saque provecho de las políticas generales al acceso a los programas y a las mejoras en servicios e infraestructura).

De otro lado, **Italia** es casi un caso clásico de fomento a las PyMEs. Aunque originalmente su competitividad estuvo asociada al bajo costo de sus productos, en la actualidad ella gira alrededor de la calidad, la innovación, la diferenciación y la orientación al cliente. Sin embargo, al igual que en el caso español, las políticas de promoción y fomento estuvieron inicialmente centradas en las grandes empresas, aunque a partir de la década pasada pusieron una mucho mayor atención al tema de las PyMEs.

Este modelo, denominado de distritos industriales, tiene entre otras, las siguientes características: especialización a nivel local, trabajadores calificados en la práctica (*learning by doing*), relaciones horizontales entre actores locales, dinámica de cooperación-competencia, empatía entre el espíritu emprendedor y el entorno socio-cultural. De esta forma, la innovación de los distritos no es tanto resultado de sus actividades de investigación y desarrollo como de la suma de sus experiencias; las cuales no son fácilmente comprensibles, reproducibles e imitables fuera de las comunidades específicas que las generan.

Podemos hacer referencia a tres tipos de distritos industriales: áreas de especialización de la producción (donde hay muchas pequeñas empresas dedicadas a un solo sector productivo, lo que hace que el funcionamiento del distrito sea básicamente horizontal); sistemas locales de producción (red de pequeñas empresas produciendo bienes similares, siendo sus interrelaciones las de la infraestructura); y áreas sistema (el más desarrollado, muestra una fuerte división del trabajo entre empresas. Estas basan su crecimiento en recursos locales tales como servicios avanzados, oferta de tecnología y capital, disponibilidad de trabajadores calificados, y otros semejantes).

Las políticas en Latinoamérica

A diferencia del caso europeo en que existe una clara tendencia al fomento en las empresas de menor tamaño a escala, local, regional, nacional y supranacional, Latinoamérica se encuentra dando apenas los primeros pasos en cuanto al fomento se refiere. Las políticas industriales —y económicas en general— basadas en el “*laissez passer, laissez faire*” que caracterizaron a la región luego de los procesos de ajuste y reformas estructurales, comienzan a dar paso a esfuerzos más decididos de apoyo a las empresas, insertas en un proceso de globalización cada vez más importante.

Sin embargo, esta no es la única diferencia con el resto del mundo. Tenemos contrastes desde la definición cuantitativa de las PyMEs. Para los países de la UE, éstas se definen como unidades económicas de menos de 500 trabajadores. En Latinoamérica, aunque no hay un patrón establecido, podemos decir que para ser una gran empresa debe tener, al menos, 200 trabajadores (en México, una gran empresa manufacturera tiene 500 o más, mientras que las grandes empresas de comercio o servicios tiene 100 o más trabajadores).

Estas diferencias conceptuales se traducen también en variadas y heterogéneas propuestas de las políticas instrumentadas por los gobiernos Latinoamericanos, sobre todo, desde finales de la década de los 80, considerada por los analistas como la década perdida.

En **Argentina**, a partir de los 90; luego de la estabilización, se crea una clara conciencia de la importancia económica de las PyMEs, lo cual lleva a un cierto consenso respecto a generar una legislación relativa a ese estrato

empresarial. Adicionalmente, van surgiendo tanto en el sector público como en el privado instancias de promoción empresarial, como las Unidades de Vinculación Tecnológica (1992), FUNDES Argentina (1993), el Instituto Empresario Bonaerense (1996), la Secretaría de la PyME (1997), y otras.

La creación de instrumentos de apoyo se enfocó hacia una oferta amplia y heterogénea orientada, sobre todo, a problemas y áreas internas de la empresa. Los principales temas de la promoción son: la modernización mediante la innovación tecnológica, proveeduría externa (*outsourcing*), información, asistencia financiera, capacitación y gestión empresarial. Lo relevante es el enfoque orientado hacia la demanda, acotado en el tiempo, con co-financiamiento obligado.

Este es un modelo relativamente reciente, por lo que sería apresurado hablar de éxitos o fracasos. Sin embargo, algunos problemas tienen que ver con la escasa articulación entre los organismos y los instrumentos, un bajo nivel de complementariedad, además que la empresa no es vista integralmente sino de manera fragmentada por áreas; y no hay monitoreo del impacto.

Chile, a diferencia de la Argentina, ha sido económicamente más estable, por lo que las políticas de promoción han funcionado por más tiempo en ese contexto de consistencia macroeconómica. Esto llevó a que las estrategias principales de su política de promoción no se centraran en un marco normativo particular para las PyMEs, sino más bien en tratar de incorporar la dimensión PyME a todo el marco legislativo e institucional existente; aunque como lo comentaron, es aún una tarea inconclusa de la cual no se puede todavía sacar muchas conclusiones.

En términos de la institucionalidad en las políticas de apoyo a la PyME, encontramos en el nivel más alto al Ministerio de Economía, que se encarga del diseño de la política, de la coordinación y de su evaluación. Le sigue CORFO (Corporación de Fomento Productivo), como cabeza multisectorial, encargada del diseño y de la asignación de recursos. En la parte de la intermediación se encuentran tanto operadores públicos como privados, encargados justamente de la intermediación y administración. Finalmente se encuentran los consultores y/o ejecutores como proveedores de servicios.

La red institucional del fomento de la PyME cuenta con entidades públicas y privadas en los temas de financiamiento, asistencia técnica; transferencia, investigación y desarrollo tecnológico; capacitación empresarial y laboral, mercados e información, entre otros.

Brasil, a diferencia de los dos casos anteriores, fomenta a sus empresas de menor tamaño a través de un organismo denominado SEBRAE (Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas), el cual es una organización creada por ley, como institución de fomento para la promoción del desarrollo. Ella articula una amplia red de relaciones institucionales con empresas (privadas y mixtas), organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, nacionales y extranjeras; y apoya a casi todos los sectores de la economía brasileña.

Sin embargo, no es una entidad pública. Su presupuesto depende en parte del presupuesto público y en parte de los recursos obtenidos directamente de las empresas privadas por los servicios que ofrece, y cuenta con oficinas en cada una de las 27 entidades federativas del país.

Recientemente, el Poder Ejecutivo brasileño y SEBRAE han comenzado la instrumentación del programa "*Brasil Emprendedor*", que se enfoca a tres áreas: capacitar al empresario, darle crédito y generar nuevas oportunidades de empleo. Aunque existen muchos otros problemas en las PyMEs que es necesario atacar, SEBRAE busca generar permanentemente programas y apoyos específicos en función de las demandas del mercado.

Acciones en los EEUU y Japón

En los **Estados Unidos de Norte América**, de manera semejante a lo que describimos para Brasil, existe una organización que tiene un peso fundamental en la promoción de la pequeña empresa, la *Small Business Administration (SBA)*.

Esta organización nació a fines de la guerra de Corea, como una forma de mantener el ritmo de la actividad industrial que entonces amenazaba con declinar. A través de la Ley para la Pequeña Empresa en la década de los 50s se crea la SBA como agencia independiente pero formando parte del gabinete presidencial.

La SBA tiene tres áreas de fomento: asistencia financiera (no otorga créditos directos sino más bien garantías de crédito, así como esquemas de microcréditos que no utilizan a los bancos como intermediarios sino a organizaciones comunitarias); asistencia técnica (a través de varios programas donde se aprovecha el conocimiento de ejecutivos retirados, o los Centros de Desarrollo de Pequeñas Empresas); y defensoría (encargada del cabildeo y la generación de información sobre PyMEs). En ésta última área cabe destacar la denominada *Ley de Reglas Justas*: ella establece que toda disposición que atañe a las PyMEs promovida por agencias federales debe pasar por esta norma, para evitar que alguna propuesta pueda tener un impacto negativo en la pequeña empresa.

Uno de los elementos que caracterizan el trabajo de la SBA es su capacidad de adaptación a los cambios, debido fundamentalmente, a su particular empeño por escuchar a los dueños de las pequeñas empresas a nivel regional y sectorial, a través de asociaciones empresariales y de comunicación directa con sus miembros acerca de lo que ellas desean del gobierno. Con base en sus respuestas se tratan de desarrollar acciones concretas o se eliminan programas innecesarios, según sea el caso.

En **Japón**, las políticas de fomento a las PyMEs tienen una larga tradición. Pueden dividirse en cuatro épocas: La primera (1945-54) durante el período de reconstrucción luego de la 2ª Guerra Mundial, en la que se mejoran las herramientas de promoción y se establece la Agencia para la Pequeña y Mediana Empresa. La segunda (1955-72), denominada período de alto crecimiento (subdividida en dos etapas). Inicialmente, buscó reducir la estructura dual de las empresas (grandes y eficientes vs. pequeñas e ineficientes), a través de la sistematización de políticas relativas al financiamiento, la actualización organizacional, y otras semejantes. Después, se trabajó en la modernización mediante políticas de actuación. En 1963 se estableció la llamada "*Ley Fundamental de la Pequeña y Mediana Empresa*" (*SME Basic Law*).

En el período de crecimiento estable (1973-84), se estabilizó el crecimiento y se diversificó la política de promoción a las PyMEs a través de la intensificación de la transmisión del conocimiento, la creación de centros regionales, la administración y la tecnología orientada a la PyME, entre otras. Finalmente, en el período de transición (1985-a la fecha), se busca la aglomeración industrial, mayores

Ver Experiencias, página 8

apoyos a las empresas nuevas (*start-up*) y nuevas leyes para la administración de las PyMEs, llegando hasta una reforma a la Ley Fundamental.

Sin embargo, luego del declive del *boom* económico japonés, su economía se ha vuelto más rígida. El índice de establecimiento de empresas nuevas ha disminuido, el índice de empresas demasiado apalancadas ha permanecido en niveles altos, y el nivel de desempleo muestra una tendencia a la alza. Es probable que el dinamismo de la economía japonesa se frene si no es posible establecer exitosamente nuevas empresas o no se mantiene una actividad empresarial adaptada a los nuevos entornos económicos que están surgiendo en esta era de competencia global. En este contexto, cabe señalar que en la experiencia japonesa se encuentra una gran cantidad de leyes que continuamente están siendo revisadas, para actualizarlas justamente a los nuevos entornos.

Comentarios Finales

Las empresas de menor tamaño han sido objeto de atención desde hace mucho tiempo, pero no siempre por las mismas razones. En muchos casos el hablar de la PyME implicaba referirse a empresas en desventaja (mientras más pequeñas, más necesitadas de apoyo, con una orientación casi asistencial).

El fomento de la Empresa Media debe ser el resultado de una evaluación costo-beneficio para el fomento de oportunidades para todos. Estos esfuerzos se deben considerar como una inversión, y no como un gasto. Se trata de mejorar la equidad en la distribución de la riqueza, incrementar el poder adquisitivo de la mayoría de la población, aumentar la demanda interna como base más firme del comercio exterior, incrementar las cadenas de valor en los procesos económicos—mediante la mejora en la productividad—y a partir de todo ello, aumentar la competitividad del país entero.

No es una cuestión de carácter asistencial: el universo de la Empresa Media ha mostrado en todo el mundo su capacidad de adaptación a los cambios, de supervivencia en las crisis, de innovación y de flexibilidad; incluso en entornos conformados bajo el dominio de las necesidades de operación y control de las grandes empresas. Imaginemos los resultados de la Empresa Media si tuviera un medio ambiente adecuado a sus necesidades.

La propuesta de una política empresarial (con énfasis en la Empresa Media) por tanto, no es resultado de un acto de conmisericordia o de manipulación demagógica; sino de la aplicación de los principios de solidaridad y subsidiaridad para alcanzar el bien general de la nación. Es la conclusión lógica de quienes observan el desempeño económico del universo empresarial. La Empresa Media es la

que ofrece las mayores posibilidades en términos de empleo, salarios, distribución del ingreso y desarrollo local. Es donde existe el mayor potencial para instrumentar una segunda etapa de la reforma estructural.

Esto no implica cambiar de grupo objetivo transfiriendo la atención de las grandes empresas a la Empresa Media. Es la búsqueda de complementariedades entre estos dos estratos. Tampoco es el abandono de la microempresa; que por sus propias características necesita de políticas de promoción diferentes y específicas.

Las experiencias de los diferentes países aunque diversas y resultado de sus propios caminos hacia el desarrollo, nos dejan valiosas lecciones. En primer lugar, que la Empresa Media es importante incluso en economías industrializadas.

En segundo término, que la política de fomento empresarial no puede ser un hecho aislado en el contexto político. Es el resultado de grandes consensos entre los actores económicos y sociales más relevantes (gobierno, empresarios y gremios empresariales, universidades, colegios profesionales, etc.), y que van más allá de la propia política empresarial. Se refieren a la orientación del país en su conjunto. Sobre esa base se construyen las instituciones y se genera el entramado en el que se fundamentan las llamadas Políticas de Estado. Esto supone consistencia y estabilidad en el tiempo.

En tercer lugar, la importancia de lo local. Las políticas son orientaciones generales, y se crean sobre una amplia base. La implementación sin embargo, supone el contacto estrecho entre los ejecutores y los actores objeto de las políticas. En ese sentido, la interacción entre las organizaciones de base a nivel local implica autonomía, presencia de apoyos directos y retroalimentación permanente.

La preocupación de los gobiernos por la Empresa Media tiene que traducirse también en recursos suficientes (económicos y humanos). Esta condición—aunque obvia—es importante. El interés por la Empresa Media fácilmente se incluye en el discurso, pero en la práctica requiere de los recursos para instrumentar el fomento y producir resultados tangibles.

La primera etapa de la reforma estructural ha logrado un avance significativo en el reordenamiento macroeconómico. En la segunda etapa no existe otro camino que el apoyo a la multiplicación y el desarrollo de la Empresa Media, como instrumento eficaz para conseguir el bienestar de los individuos y de las familias particulares. Sólo así se podrán extender los beneficios del progreso a la mayoría de la población.

Esta segunda etapa de la reforma estructural debe profundizar la modificación del entorno, la modernización y el fortalecimiento de las instituciones. Esto supone promover un marco económico, legal y político estable y predecible; con reglas claras y válidas de aplicación universal; con acceso libre a los mercados y a los medios de producción, y con la participación democrática de todos los interesados en contribuir a la definición del rumbo de nuestros países.

¹ Concepto que sobre la base de factores cuantitativos y cualitativos, incorpora a una parte de la microempresa al conjunto de PyMEs para crear una nueva definición más operativa en términos de política pública. Para más detalle ver, ZEVALLOS, Emilio. Empresa Media, una nueva clasificación. En COMERCIO EXTERIOR, marzo 2000.

Emilio Zevallos es Economista de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Maestro en Gobierno y Asuntos Públicos (políticas públicas) en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) y Maestro en Economía por el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM). Actualmente es Consultor Senior del Programa Entorno de Fundes Internacional. Anteriormente se desempeñó como funcionario y docente del ITESM (TEC de Monterrey-México), de FUNDES México, Consultor en el

área microeconómica del Consorcio La Moneda (Perú), e investigador asistente en la Escuela de Administración de Negocios para Graduados, ESAN (Perú).

Colaboradores del libro, *Experiencias Internacionales sobre Políticas para la Empresa Media*

Jordi Cuyàs i Soler

Director de investigación de la Fundación CIREM. Ha sido promotor y responsable del Departamento de Promoción Económica y Empleo del Ayuntamiento de Vilafranca, con los servicios de Formación Ocupacional, Escuelas Taller, Empresas, Promoción Económica Comercial y Orientación para sectores de población marginados. Actualmente es coordinador general y responsable de programas europeos.

Ha colaborado en diversas Administraciones regionales, estatales y europeas en temas de Empleo, Formación Ocupacional y Desarrollo Local. Participó como experto en desarrollo en diversos países, como Eslovenia (programas ECCO, Phare, y Ouverture), Marruecos (Med Urbs), Nicaragua (Costa Atlántica Norte) y Uruguay (Seminario Gubernamental en 1996 y acciones con ONG en 1997).

Forma parte del equipo de investigación para la elaboración del Libro Blanco sobre Nuevos Yacimientos de Ocupación en Cataluña; , Financiado por la Generalitat de Cataluña (en curso). Ha sido Profesor del Master en Dirección de Formación en la Empresa, de la Universidad de Barcelona

Richard S. Ginsburg

Posee un grado en Ciencias por la Universidad de Maryland, College Park. Sus áreas de especialidad son la mercadotecnia, el comercio y los estudios del consumidor.

Actualmente a se desempeña como especialista en el desarrollo de exportaciones para la *Small Business Administration (SBA)*, siendo su trabajo el facilitar acuerdos internacionales entre la SBA y los mercados considerados como emergentes para el gobierno de Estados Unidos.

Anteriormente se desempeñó como especialista en desarrollo económico para la Oficina de Iniciativas Empresariales, también en la SBA; en donde participó en la creación e implementación de programas y servicios para apoyar al mantenimiento y desarrollo de pequeños empresarios. Asimismo, es una autoridad en el tema de incubadoras de pequeñas empresas.

Lysette Henríquez Amestoy

Es Ingeniera Civil Industrial por la Universidad de Chile. En 1994 recibió el premio a la Trayectoria Destacada como Mujer Ingeniero Civil por el Colegio de Ingenieros, USACH.

Fue Vicepresidenta del INTEC (Instituto de Investigaciones Tecnológicas) de CORFO. Ha sido Gerente General de SERCOTEC (Servicio de Cooperación Técnica, entidad estatal de fomento productivo de la PYME) (1990-94) y Asesora del Ministro del Trabajo (1994-97). Consultora de organismos de Naciones Unidas (CEPAL, ILPES, OIT, PREALC, PNUD, UNFPA), BID, AID y de Gobiernos en diferentes países de América Latina y Sudáfrica y de empresas privadas (1973-1997).

Ha sido académica del Departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, del Departamento de Ingeniería de la Universidad de Costa Rica y ha impartido cursos de especialización para profesionales en diferentes países de América Latina (1968-89).

Ha realizado varias publicaciones y ha sido expositora y participante en diversos seminarios y pasantías en Chile y en el exterior (América, Asia y Europa). En la actualidad trabaja para el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo en la Sede de México.

Akihiro Ino

Es Licenciado en Derecho por la Universidad de Tokio. Actualmente es Director Adjunto del Programa de Préstamos e Inversión Fiscal en la División de Finanzas del Ministerio de Finanzas en Japón.

Durante su carrera ha desempeñado diversos cargos vinculados a la investigación aplicada y el gobierno. Entre ellos destacan el haber sido Director Adjunto de la División de Investigación en la Oficina de Banca del Ministerio de Finanzas; asociado en la Universidad de Harvard, y Director Adjunto de la división de Planificación en la Administración Tributaria Nacional de Japón.

Antonio Lomanto Netto

Es Administrador de Empresas, por la Universidad de Bahía. Actualmente es Director Superintendente de SEBRAE-Bahía. Ha sido Director Ejecutivo de CITE (Consultoría en Tecnología Empresarial Ltd.), Superintendente de la Fundación José Silveira, responsable de implementación de un modelo de gestión empresarial en las áreas de salud y protección ambiental.

Ha sido Presidente de *Caraibas Metais*, la mayor empresa del Estado de Bahía, siendo responsable de su privatización en 1988. También ha sido Director del Banco del Estado de Bahía entre 1979 y 1982 y Director Administrativo de CIBAMAR entre 1969 a 1973, entre otros cargos de responsabilidad.

Pietro Marcolini

Es Profesor de Economía de la Universidad de URBINO y Director del Departamento de Economía de la Región de Marche, en Italia. Es fundador y Director de una agencia privada de consultoría y también de un Centro de Innovación Empresarial.

Es experto de la OECD y ha trabajado para administraciones públicas nacionales y regionales en actividades relacionadas a programas económicos y territoriales de desarrollo, especialmente fundamentados en PyMEs.

Igualmente ha trabajado para empresas privadas evaluando inversiones, en transferencia de innovaciones y en proyectos de internacionalización.

Virginia Moori Köenig

Licenciada en Economía por la Universidad Nacional de Buenos Aires, cursó la Maestría en Economía en el Centro de investigación y Docencia Económica (CIDE) en la Ciudad de México. Es especialista en la problemática PyME industrial.

Ha sido coordinadora del Programa Consejerías Tecnológicas para PyMEs del Fondo Tecnológico Argentino de la Secretaría de Ciencia y Tecnología.

Actualmente es coordinadora del Programa

Ver Experiencias, página 10

Condiciones de Entorno de Fundes Argentina, así como consultora de organismos nacionales e internacionales (BID, Banco Mundial, CEPAL).

Markus Pilgrim

Economista y Doctor en Economía por la Universidad de *Göttingen* en Alemania. Tiene gran experiencia profesional en aspectos institucionales, técnicos y financieros ligados a la promoción del sector PyME; es especialista en asistencia técnica a organizaciones empresariales en las áreas de prestación de servicios al sector PyME, y respecto a técnicas de trabajo político; tiene una larga trayectoria en la cooperación internacional con Latinoamérica.

Actualmente es Director Ejecutivo de la Fundación para el Desarrollo Económico y la Capacitación Profesional (SEQUA), de la cual también fue Director de la sección de Cooperación Económica. Tiene diversas publicaciones relacionadas al fomento de las pequeñas empresas en los países en desarrollo.

Foro Abierto

Foro Abierto, en el sitio de Web Foro PYME / SME Forum, es una plataforma en línea para el intercambio de información relacionada con el sector de la pequeña y mediana empresa en América Latina. Por medio de este nuevo foro, empresarios, especialistas y cualquier persona interesada podrán expresar inquietudes, compartir conocimientos e información y sostener discusiones sobre los temas de Financiamiento, Nuevas Tecnología, y Capacitación. Se podrá leer todos los comentarios y contestarlos directamente en la página Web de este foro de discusión, que se encuentra en:

<http://lanic.utexas.edu/pyme/esp/discus/>

Al llegar a Foro Abierto, puede comenzar inmediatamente a participar en las discusiones, o puede leer la documentación sobre el sistema, disponible en la barra de navegación en la franja izquierda de la página en "Soy Nuevo". Dentro de Foro Abierto, podrá utilizar a su criterio los idiomas español, portugués e inglés. Foro Abierto les agradece su interés y participación y espera que esta herramienta les resulte de gran utilidad.

Por último, los invita a brindar comentarios o sugerencias a la moderadora de Foro Abierto, Roberta Villalón: roberta@lanic.utexas.edu.

Transformations in Latin America
Leadership, Technology & Entrepreneurship
BALAS - The Business Association of Latin American Studies
Del 20 al 23 de marzo del 2002; Tampa, Florida, USA
Envío de trabajos hasta el 1 de Noviembre del 2001

Mayor información:

Dr. Corinne B. Young, cyoung@alpha.utampa.edu

o Dr. Marcy Kittner, mkittner@alpha.utampa.edu

Fax: (813) 258-7408

<http://www.utampa.edu>

4ta Conferencia Internacional Endeavor
22 de marzo del 2002; Buenos Aires, Argentina

Mayor información: Endeavor

Inscripción, hasta el 19 de marzo, Formulario de Inscripción Online

Consultas: carolina@endeavor.org o dancolter@jauja.com.ar

Foro Iberoamericano PYMES de Desarrollo Empresarial

10° Congreso de Ciencias Económicas y Administrativas

Del 2 al 4 de abril del 2002; San Juan, Puerto Rico

Mayor información: Departamento de Administración de Empresas

Universidad Interamericana de Puerto Rico Recinto Metropolitano

Tel: (787) 250 - 1912, ext. 2317

Fax: (787) 250-0361

E-mail: gegonza@coqui.net

II K.L.A. Brasil Negócios

O Maior Encontro Empresarial do País

Del 25 al 28 de abril del 2002;

Angra dos Reis, Brasil

Mayor información: K.L.A. Eventos Empresariais

Tel.: (0xx11) 3284-9892

III Salón Internacional del Cuero

Del 19 al 23 de Junio del 2002; Quito, Ecuador

Mayor información: PROMOFERIAS

Tel.: (0059) 2-249-180 / 2-273-120 / 2-273-116 / 2-273-127

E-mail: promoferias@andinanet.net

Enlaces & Recursos de Internet en el sitio de Web Foro PYME

<http://lanic.utexas.edu/pyme/esp/enlaces/>

Centros empresariales y asesorías

Comercio

Comercio Electrónico

Desarrollo sostenible

Economía

Educación a distancia

Empresarios

Finanzas

Legislación

Noticias financieras y del mundo empresarial

Publicaciones

Referencia

Tecnología