

## LECCIONES DE LOS POBRES: EMPRESA PRIVADA Y PROGRESO SOCIAL\*

*Daniel Córdova\*\**

*Todavía sigue prevaleciendo en el mundo académico y en las entidades multilaterales la noción según la cual la pobreza debe combatirse sobre la base de “políticas sociales”. La experiencia sin embargo nos ha demostrado lo contrario. Por una parte, no hay evidencia de que dichas políticas hayan tenido éxito en reducir la pobreza a pesar de los miles de millones de dólares que se han enviado a los países menos desarrollados de África, Asia y América Latina. Por otra parte, la experiencia histórica ya es suficiente para mostrar que la única manera de lograr un desarrollo social sostenible es a partir del desarrollo de la empresa privada. Las teorías que consideraban imposible el progreso empresarial en el Tercer Mundo sobre la base de una relación económica libre con los países desarrollados han sido categóricamente desmentidas. Ejemplos espectaculares como los reseñados en este artículo –el caso de la familia Flores y Topy Top, y el caso de la familia Añaños y Big Kola– son tan solo una muestra de cientos de miles de casos de éxito empresarial que surgieron en un entorno de pobreza y bajo las reglas del mercado. Queda sin embargo mucho por hacer para derrotar las ideas que persisten en disociar y hasta en enfrentar la lucha contra la pobreza con el desarrollo empresarial. Queda también mucho por hacer para explicar fenómenos como el boom*

---

*Revista de Economía y Derecho*, vol. 6, nro. 21 (verano de 2009). Copyright © Sociedad de Economía y Derecho UPC. Todos los derechos reservados.

\* Ponencia para la presentación del libro editado por Álvaro Vargas Llosa, *Lessons from the Poor, Triumph of the Entrepreneurial Spirit*, Independent Institute, 2008.

\*\* Decano de la Facultad de Economía de la UPC y presidente del Instituto Invertir.

*de las microfinanzas que ha permitido el progreso económico basado en negocios en la “base de la pirámide” y sin la existencia de propiedad formal, a partir de contratos privados entre entidades financieras supervisadas y emprendedores informales.*

No es fácil hablar de la importancia de la libertad de emprender en el contexto de una crisis económica global tan profunda y motivada, sin duda, por malos emprendimientos financieros, que generaron cadenas de endeudamiento de millones de ciudadanos, que se endeudaron libremente y que no han podido pagar sus deudas. Muchos economistas que predicamos a favor de la libre empresa, hemos tenido que admitir que la intervención de los Estados en los sistemas financieros de los países más desarrollados era necesaria para evitar una crisis devastadora. De poco sirve explicar que una regulación financiera conservadora debe ser parte de la institucionalidad en el capitalismo. El hecho es que estamos ante un escenario ideal para que resurjan las tesis contrarias al capitalismo como sistema. Un escenario que justifica intervenciones estatales, como el robo en Argentina de los esposos Kirshner, ahora apodados “Bonnie & Clyde”, sobre los ahorros de jubilación privados. Escenario ideal para que se satanice la libre empresa y tome vigencia lo que decía Churchill y que Álvaro Vargas Llosa menciona en la introducción del libro *Lessons from the Poor*: “Some people regard private enterprise as a predatory tiger to be shot. Others look on it as a cow then can milk. Not enough people see it as a healthy horse, pulling a sturdy wagon”<sup>1</sup>.

Pero *Lessons from the Poor* fue escrito antes de que surja este nuevo contexto. La percepción de la empresa como un vehículo para que unos se enriquezcan a costa de otros, está en el “disco duro” mental de demasiada gente, sobre todo de intelectuales y funcionarios internacionales. Recuerdo, por ejemplo, que hace un par de años, organizamos en Lima nuestra Convención Anual de Economía sobre “Empresa privada y lucha contra la pobreza” y un amigo, funcionario del Banco Mundial, cuando vio el título me miró extrañado, preguntándome qué tenía que ver la empresa privada con la lucha contra pobreza. Recuerdo también que hace como 14 años, trabajando para un proyecto de lucha contra la pobreza en una institución del Gobierno peruano, propuse un programa para unir a empresas privadas expor-

tadoras de carmín de cochinilla con campesinos de Ayacucho productores del cactus en donde crece ese colorante natural, y mi jefe de aquel entonces frunció el ceño y me dijo: “Aquí no estamos para promover exportaciones, aquí estamos para luchar contra la pobreza”, luego de lo cual no me renovó el contrato.

¿Por qué esta disociación intelectual entre empresa privada y reducción de la pobreza está vigente? ¿Por qué a pesar de la historia de los desastres socialistas del siglo XX hay en América Latina quienes resucitan con éxito político a Marx bajo el manto del socialismo del siglo XXI? ¿Por qué la mayoría de la gente considera que hay que generar “programas sociales”, léase asistenciales, para terminar con la pobreza en lugar de limitarse a eliminar las barreras al desarrollo empresarial? ¿Por qué incluso en países como el Perú se insiste en que la economía de mercado debe ser “complementada” por programas sociales, cuando la economía ha crecido este año a 9% y la libre empresa está generando cambios sin duda positivos en las regiones que habían sido devastadas por una reforma agraria socialista? ¿Por qué se siguen pidiendo programas sociales cuando hay estudios publicados que muestran que en el Perú hay algunos en los que el 70% se pierde en gastos administrativos? En suma, ¿por qué prevalece el sentimiento de que el empresario está vinculado a la economía y el Estado al progreso social, como si el progreso económico y el progreso social fuesen conceptos distintos?

Todas estas preguntas se relacionan con el mundo de las percepciones. En algunas naciones de Occidente son más fuertes que otras. En América Latina, por ejemplo, la oposición a la libertad económica es ahora más fuerte en Venezuela, Ecuador y Bolivia que en Colombia, Perú y Chile. Pero el patrón es general. Y ahora más que nunca el escenario podría parecerse en algo a la realidad que describió Hayek en *Camino a la servidumbre*. La gente percibe que el mercado es codicioso. Que los empresarios son unos sinvergüenzas que se aprovechan de los pobres. Que el papel del Estado debe ser quitarles de su riqueza para atender a los más necesitados. En suma, que vivimos en un mundo estático, en el que los pobres no se pueden volver ricos, en el que no los pobres no pueden hacer empresa y dejar de ser microempresarios para ser empresarios medianos y grandes. Un mundo en el que los ricos no pueden quebrar y volverse pobres, en donde el aristócrata decadente no es un personaje posible.

Estos problemas de las percepciones negativas sobre la economía de mercado, de los modelos mentales que nos pueden conducir al socialismo y su influencia sobre cambios institucionales desfavorables al progreso forman parte de la agenda de investigación de la nueva economía institucional, liderada por Douglass North, Premio Nobel 1993. Esta agenda incluye, por supuesto, un marco teórico complementario al de la teoría económica tradicional, que ignoraba la importancia de las instituciones que North llama instituciones “formales”, como la regulación bancaria, por ejemplo. Pero la parte más reciente de esta agenda de investigación tiene justamente que ver con el proceso cognitivo, con el mundo de las percepciones, con los factores que influyen sobre masas de cerebros convencidos de que el impulso empresarial no tiene nada que ver con la lucha contra la pobreza. North se basa en la teoría del conocimiento de Hayek, quien explora la influencia sobre nuestra percepción del mundo que tiene el entorno en el que el ser humano se educa y los cambios que se producen sobre la base de nuestras sucesivas experiencias. Y se aboca a estudiar cómo el mundo de las ideas, creencias, ideologías y todo aquello que conforma el rompecabezas cultural puede dirigir a sociedades enteras del camino del progreso al infierno de la servidumbre.

Los casos que se presentan en *Lessons from the Poor* no solo son casos que echan por la borda algunas de las teorías tradicionales que consideraban imposible el desarrollo empresarial como el único antidoto contra la pobreza, como herramienta de progreso social. Son además casos emblemáticos que deben formar parte de nuestra tarea de divulgación, de nuestra tarea de combatir las percepciones poco felices de la realidad de la lucha contra la pobreza. Y en esta tarea de combatir las percepciones erradas sobre el extraordinario papel que la libre empresa para salir de la pobreza, es indispensable contribuir con mejorar el análisis económico, trabajar en ciertos conceptos fuerza que nos ayuden a entender mejor la realidad de la relación entre empresa privada y progreso social. Porque solo estudiando mejor la realidad, estaremos en condiciones de explicar mejor lo hechos y combatir muchas de las ideas dominantes erradas sobre la naturaleza de la empresa y su papel en el desarrollo.

No voy a resumir los casos que tuve a mi cargo en este libro, porque la idea es que los lean quienes no lo hayan hecho. Permítanme simplemente en estos minutos utilizarlos para destacar cómo estas

experiencias, como todas las que forman parte de este libro, pueden contribuir tres objetivos:

i) En primer lugar, para enterrar definitivamente las teorías del desarrollo que consideraban imposible el desarrollo empresarial desde la pobreza en el marco de una economía libre.

ii) En segundo lugar, para mostrar cómo el desarrollo empresarial no solo es el mejor antídoto contra la pobreza para quienes logran emprendimientos exitosos sino también como negocio dirigido al mercado de personas de bajos ingresos, contribuyendo con la elevación del nivel de vida de este mercado.

iii) En tercer lugar, los casos presentados, como el conjunto de trabajos que viene realizando el Centro para la Prosperidad Global y otras instituciones como el Instituto Invertir en Lima, nos permiten profundizar nuestro conocimiento sobre la naturaleza de la empresa, sobre qué tipo de barreras institucionales son las que inhiben el desarrollo empresarial desde la pobreza y cuáles son las que lo favorecen.

## 1 Generar riqueza desde la pobreza

Quienes no formamos como economistas en América Latina hasta la década de 1980, recibimos nuestra dosis de teoría de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) y más aun de la teoría de la dependencia, según las cuales la simple relación comercial libre entre los países desarrollados y los países del Tercer Mundo generaba la imposibilidad del desarrollo en estos últimos.

Como se recuerda, según la teoría de la CEPAL, no solo había una suerte de contradicción –como sabemos absurda– entre el desarrollo de las actividades extractivas y el desarrollo de la industria manufacturera. Además, Raul Prebisch, quien fue el ícono de esta escuela, consideraba que, de no mediar una política proteccionista, América Latina iba a estar condenada a producir materias primas, productos que cada vez iban a ser más baratos en relación con los productos industriales. La teoría de la dependencia llegó a ir aún más lejos y postuló en boca de un economista alemán doctorado en Chicago, André Gunder Frank, que el desarrollo de los países occidentales se había dado ¡gracias a la explotación de los países de periferia!

Uno de los sectores industriales más mercantilista y comprometidos con el proteccionismo “cepalino” que arruinó la economía del Perú en

las décadas de 1960 y 1970, era el de los confeccionistas tradicionales. Sucede que cuando la economía del Perú se abrió al mundo a inicios de la década de 1990 y se redujeron los aranceles, dichos empresarios fueron los que más violentamente reaccionaron en contra. Se hablaba entonces de un inminente proceso de destrucción de la incipiente e ineficiente industria de confecciones en el Perú.

Pues bien, lo que sucedió fue todo lo contrario. Solo bastaron algunos años para que la mayoría de los viejos confeccionistas se reconviertan a la exportación y el Perú incremente el valor de sus exportaciones de confecciones hasta llegar a cerca de 1.800 millones de dólares en el 2007. Pero los confeccionistas no fueron los únicos. Paralelamente, quienes seguíamos las estadísticas de exportación en la década de 1990 veíamos aparecer “nuevos jugadores”. Y entre ellos un nombre que no nos decía nada: Topy Top. Año a año subía como la espuma en las estadísticas de los *top* de la exportación textil en el Perú. Recuerdo haberle preguntado a uno de los analistas de mi oficina: ¿Quiénes son estos de Topy Top? “Es de un señor llamado Aquilino Flores, que nadie conoce”, me contestó. En esa época creía yo que conocía por lo menos de referencia a los más grandes confeccionistas peruanos. El nombre de Aquilino Flores nunca lo había escuchado. Aquilino era, sin duda, un nuevo jugador, pero no un jugador cualquiera. Uno que salía de bien abajo. Uno que había comenzado con cero capital, cero títulos de propiedad, como comerciante informal, para terminar siendo uno de los empresarios formales más importantes de mi país.

La historia de Aquilino Flores es pues emblemática. Mario Vargas Llosa tuvo gentileza de reseñar mi texto sobre el caso Topy Top en un artículo cuando recién se publicó el libro. Permítanme citar su reseña, que, como comprenderán, es mucho mejor que la que yo hubiese podido hacer para esta ocasión:

“Cuando murió su padre, Aquilino Flores tenía 12 años y sabía que su tierra, Huancavelica, uno de los departamentos más pobres de la sierra peruana, no le depararía más futuro que la inseguridad y el hambre en que había vivido desde que nació.

Entonces, como millares de sus coprovincianos, emigró a Lima. Allí empezó a ganarse la vida lavando autos en los alrededores del Mercado Central. Era un muchacho simpático y trabajador y, un día, el dueño de uno de los carros que lavaba le propuso que le vendiera algunos de los polos que fabricaba en su taller informal. Le dio veinte

y le dijo que se tomara todo el tiempo que le hiciera falta. Pero Aquilino vendió las veinte camisetas en un solo día. De este modo, antes de haber alcanzado la adolescencia, pasó de lavador de autos a vendedor ambulante de ropa en el centro de la Lima colonial.

No tenía casi instrucción pero era empeñoso, inteligente y con una intuición casi milagrosa para identificar los gustos del público consumidor. Un día le preguntó a su proveedor de polos si se los podía confeccionar con figuritas de colores, que eran los preferidos de sus clientes. Y como aquel no fabricaba ropas estampadas, Aquilino subcontrató a un tintorero informal para que añadiera adornos e imágenes a las camisetas que vendía. A veces, él mismo le sugería los diseños y colores.

Como el negocio funcionaba bien, Aquilino se trajo de Huancavelica a sus hermanos Manuel, Carlos, Marcos y Armando y los puso a trabajar con él. De vendedores ambulantes pasaron luego a ser comerciantes estables en el Mercado Central. Para conseguir los mejores sitios del local, estaban allí a las cuatro y media de la madrugada y no se movían de sus mostradores hasta el anochecer.

De intermediarios y vendedores, se convirtieron después en productores. Comenzaron con una máquina de coser en un garaje, luego otra, otra y muchas más.

El gran salto del negocio artesanal de Aquilino Flores comenzó el día en que un comerciante de Desaguadero, la ciudad fronteriza entre Perú y Bolivia y paraíso del contrabando y la economía informal, le hizo un pedido de ¡diez mil dólares de camisetas con dibujitos de colores! Aquilino tuvo una especie de vértigo. Pero él nunca le había escurrido el bulto a un desafío y aceptó el reto. De inmediato, subcontrató a todos los talleres de confección del barrio y trabajando a marchas forzadas llegó a entregar los diez mil dólares de polos en los plazos prometidos. Desde entonces, la familia Flores se dedicó, además de vender, a producir ropas para los peruanos de bajos ingresos y a distribuir sus mercancías ya no solo en Lima sino por provincias y a exportarlas al extranjero.

Cuarenta años después de su llegada a Lima con una mano atrás y otra adelante el ex lavador de autos y ex vendedor callejero es el dueño de Topy Top, el más importante empresario textil del Perú, que tiene ventas anuales de más de cien millones de dólares y que da empleo directo a unas cinco mil personas (dos tercios de ellas mujeres) e indirecto a unas treinta mil. Cuenta con treinta y cinco almacenes en el

Perú, tres en Venezuela, varias fábricas y un próspero sistema de tarjetas de crédito para el consumo en sociedad con un banco local. Sigue siendo un hombre sencillo, orgulloso de sus orígenes humildes, que trabaja siempre unas doce horas diarias y los siete días de la semana. Sus hijos, a diferencia suya, han estudiado en las mejores universidades y contribuido como profesionales a la formalización y modernización de sus empresas, un modelo en su género y no solo en el Perú”<sup>2</sup>.

La experiencia de los Flores y Topy Top no solo es uno entre miles de casos que echan por la borda las ya obsoletas teorías de la CEPAL y de la dependencia según las cuales el éxito empresarial no puede lograrse desde una situación de pobreza. También ha dejado boquiabierta a la élite empresarial tradicional de nuestro país, que solía mirar con desdén a cuanto peruano humilde logre el éxito empresarial y ahora descubre en la base de la pirámide una fuente privilegiada para hacer negocios y generar progreso.

## 2 Producir para los pobres y elevar su nivel de bienestar

Algo similar ocurrió con el segundo caso que me tocó escribir para *Lesson from the Poor*, el caso de la familia Añaños. Ningún banquero quería trabajar con ellos hasta hace tan solo diez años. Ahora, que son los principales productores de bebidas gaseosas de América Latina, los banqueros hacen cola para hacer negocios con ellos. Los Añaños no eran pobres. Eran de clase media pero en la región más pobre del Perú, Ayacucho. La lección en este caso, se relaciona con un hecho contundente: el que producir para el mercado de bajos ingresos no solo es un excelente negocio, que genera empleo e ingresos en los mismos escenarios de la pobreza, sino que además eleva el bienestar de los pobres poniendo a su alcance productos que antes no podían consumir.

Hay por supuesto un detalle adicional en el caso Añaños que lo hace sumamente atractivo: el hecho que surgió solo hace veinte años en Ayacucho en el momento en el que el movimiento terrorista Sendero Luminoso, que nace en Huamanga, estaba en su apogeo. Voy a recurrir otra vez a una reseña de Mario Vargas Llosa sobre este caso, un artículo de 2003, cuando el caso Kola Real salía a la luz como un contundente fenómeno de éxito empresarial y nos sorprendía a todos:



“¿Cómo ganarse la vida en esa tierra asolada por el terrorismo y el contraterrorismo que de ser pobre pasó en los años ochenta a miserable, con millares de desocupados y marginales mendigando por las calles? Los Añaños estudiaron el entorno y advirtieron que, debido a las acciones terroristas, los ayacuchanos se habían quedado sin bebidas gaseosas. Los camiones de Coca-Cola y Pepsi Cola, provenientes de Lima, que subían por la carretera central eran continuamente atacados por los senderistas o por delincuentes comunes que se hacían pasar por guerrilleros, y, hartas de las pérdidas que ello les significaba, las respectivas compañías cesaron los envíos o los espaciaron de tal manera que las bebidas que llegaban resultaron insuficientes para cubrir la demanda local. Uno de los cinco hijos de Eduardo y Mirta Añaños, Jorge, ingeniero agrónomo, elaboró la fórmula de una nueva bebida. La familia hipotecó la vivienda, se prestó dinero aquí y allá, y reunió treinta mil dólares. Con esa suma fundó Kola Real en 1988 y comenzó a fabricar gaseosas en el patio de su casa, que embotellaba ella misma en botellas variopintas y que la misma familia etiquetaba. Quince años después los analistas de Wall Street calculan que esa empresa familiar, nacida en tan precarias condiciones, tiene ingresos anuales que superan los trescientos millones de dólares, y que su competencia, en el Perú, Ecuador, Venezuela y México, está creando serios problemas a los gigantes norteamericanos de la Coca-Cola y la Pepsi Cola, a los que la agresiva irrupción de la gaseosa peruana en esos cuatro países –y, sobre todo, en México, el segundo país consumidor de bebidas no alcohólicas en el mundo después de Estados Unidos– ha comenzado a encogerles los mercados de manera dramática, obligándolos a reducir precios y a multiplicar las campañas publicitarias”<sup>3</sup>.

Lo que siguió fue una estrategia de generación de riqueza que un amigo publicista comparó con la estrategia maoísta de Sendero Luminoso: avanzar del campo a la ciudad. Lo que encontraron los Añaños sin verdaderamente proponérselo es algo que ahora está muy de moda en las estrategias empresariales de los países emergentes: el negocio dirigido a la base de la pirámide, para tomar el título del ya famoso libro de Prahalad<sup>4</sup>. Producir productos baratos, antes inexistentes en formatos o formas de bajo costo, pero que satisfacen las mismas necesidades que los productos tradicionales caros.

Este es el segundo hallazgo que creo se puede extraer de los casos de *Lessons from the Poor*. No debemos pensar solo desde el punto de vista de la oferta, de la generación de empleo y de ingresos del

emprendedor pobre que sale adelante. Pensemos también desde el punto de vista del consumo. La dinámica empresarial no solo reduce la pobreza a partir de la formación de compañías por emprendedores que crecen económicamente. La dinámica empresarial también combate la pobreza generando nuevos productos que permiten que la población de bajos recursos acceda a modalidades modernas de consumo. Ese fue el caso de las bebidas gaseosas del grupo Añaños. Fue el caso de Kola Real, la pionera, y de Big Cola, después. Descubrieron que había una población de bajos recursos que no podía comprar Coca-Cola porque eran muy caras. Pero que sí ansiaba consumir bebidas gaseosas y que disponía de recursos para pagar algo más barato. Surgió entonces una empresa que empezó a producir una bebida más barata, en un formato más grande (de ahí su nombre Big Kola). No se trataba entonces de capturar el mismo mercado de la Coca-Cola, se trataba de abrir un nuevo mercado. Por eso, en lugar de insistir en invertir en el mercado peruano, como lo hacen los grupos económicos más tradicionales de mi país, los Añaños (como Topy Top dicho sea de paso), optaron por buscar otros mercados similares, en Venezuela, Centroamérica y México, primero. Y luego en el Sudeste Asiático, empezando por Tailandia. En los últimos años, los Añaños han incursionado en los mercados de bebidas energéticas, agua embotellada, jugos de frutas y, más recientemente, en cerveza. Siempre con la misma estrategia: innovar para lograr productos más baratos, similares a los que la población pobre quería comprar pero no podía.

### 3 Lecciones para entender mejor el progreso

Casos como estos se ven por decenas en el Perú actual, país que felizmente está siguiendo un modelo económico que fomenta la libertad de emprender. El verdadero desarrollo se ve en las ciudades en las que no existían supermercados y ahora aparecen como champiñones, con mucho éxito comercial por cierto. El progreso se percibe en el sector de las mayorías en donde se han encontrado mecanismos poco convencionales para garantizar la estabilidad contractual, el respeto a los derechos de propiedad, en el marco de una informalidad predominante. Aquilino Flores inició su negocio como informal hasta bien avanzada su expansión empresarial. Formalizarse, esto es trazar con facturas, tener a los empleados en planilla, y pagar todos los impuestos, era y sigue

siendo muy caro. Su formalización se empezó a dar cuando empezó a exportar a los mercados desarrollados. Es decir, hubo un momento en el que el costo de ser informal empezó a ser mayor que el costo de ser formal. Lo mismo sucedió con los Añaños. Empezaron embotellando las primeras bebidas en botellas de cerveza usadas que obtenían informalmente. Ahora tiene su centro de operaciones en Madrid y posee la característica operativa de cualquier gran transnacional.

¿Cómo así es posible el desarrollo empresarial sin las instituciones formales que creíamos indispensables, como son los títulos de propiedad debidamente registrados? ¿En qué momento la informalidad deja de ser económicamente conveniente? ¿Cuáles son los factores de la formalidad que más entorpecen el desarrollo empresarial? ¿Cuáles creíamos que eran fundamentales y ahora no lo son más?

Estas son preguntas que considero no encuentran aún respuesta en la literatura económica y deben estar entre los objetivos más importantes de nuestra tarea analítica. Uno de los casos a los que le estamos prestando atención en el Instituto Invertir, que podría darnos luces sobre la naturaleza del desarrollo empresarial, y que podría ser parte de una próxima versión de *Lessons from the Poor*, es el extraordinario crecimiento de las microfinanzas. En el Perú, existen ahora decenas de entidades que se dedican exclusivamente a otorgar créditos de un promedio de mil dólares por prestatario. El sistema posee ya más de tres millones de clientes, entre bancos como Mibanco, cajas municipales, cajas rurales y edpymes. Ha estado creciendo a tasas de más de 20% al año. Sus ratios de morosidad son los más bajos del mercado y el banco más importante de microfinanzas (con medio millón de clientes) es el más rentable del sistema financiero peruano.

Las entidades de microfinanzas son entidades más que formales. Son reguladas de manera estricta por la Superintendencia de Banca y Seguros (en el marco de un sistema de regulación, créanme, más efectivo que el de Estados Unidos, aunque no sea un gran mérito). Son entidades formales, pero los clientes de las microfinancieras son en su mayoría pobres e informales. No obstante, recientemente han empezado a surgir empresarios de mucho éxito que partieron como Aquilino Flores vendiendo baratijas en el piso y que ahora ya son muy grandes para seguir pagando las tasas de interés que cobran en las entidades de microfinanzas.

Las entidades de microfinanzas son un negocio rentable que les ha dado acceso al crédito formal a los pobres informales, como los Añaños

les permitieron tomar bebidas gaseosas. El crédito que otorgan no está respaldado por garantías reales, como títulos de propiedad por ejemplo. Se basa en un sistema de *scoring* basado en la cercanía al cliente y al flujo de caja que generan. Las entidades de microfinanzas son el nexo entre la formalidad y la informalidad, pero también son un mecanismo que permite aquello que los teóricos de la CEPAL consideraban imposible: el surgimiento de empresarios capitalistas exitosos, en el marco de una economía de mercado libre, partiendo con un capital nulo y destinando sus productos al propio mercado de los pobres. Así, sobre la base de una dinámica de mercado basada en mecanismos contractuales que combinan instituciones formales e informales, se vienen integrando al mercado masas de poblaciones antes apartadas, excluidas de él. Es entonces integrándose al mercado que esas masas empiezan a salir de la pobreza. Empiezan a acceder a modalidades de consumo antes reservadas para las élites económicas.

La nueva economía institucional empezó a analizar los costos de transacción que pueden trabar el desarrollo empresarial a partir de un artículo pionero de Ronald Coase, *The Nature of the Firm*. Fue a partir de ahí que los economistas empezamos a darle importancia a todos aquellos costos en los que debemos incurrir para medir y hacer valer los derechos de propiedad. Fue a partir de ahí que surgen los marcos conceptuales sobre los cuales se realizan estudios como el *Doing Business* del Banco Mundial, mencionado por Álvaro en la introducción del libro, y que estudian los costos de registrar y mantener una sociedad formal. Creo, sin embargo, que hay aún mucho por hacer para entender cuáles son los costos que más inhiben el desarrollo empresarial y cuáles son los factores que más incentivan el desarrollo empresarial, además de mostrar su impacto sobre la reducción de la pobreza. Me permito sugerir que hay toda una línea de investigación abierta para, siguiendo a Peter Bauer, entender los factores personales, culturales y políticos, así como el entorno social y las instituciones políticas, que afectan las aptitudes, actitudes y motivaciones de la gente para hacer empresa y tener éxito. Es en esa línea que va la agenda de investigación de la nueva economía institucional.

Hemos avanzando bastante y la historia sigue confirmando nuestras convicciones. Sabemos que la base del progreso son la libertad económica, la competencia, los bajos costos de transacción y el respeto a los derechos de propiedad. Pero no sabemos aún bien medir la importancia de cada factor y, sobre todo, explicar bien por qué el

desarrollo empresarial es el factor clave de lucha contra la pobreza. Esa es la agenda de investigación que compartimos con los colegas que colaboraron con la edición de este libro y que espero podamos seguir compartiendo en el futuro para terminar de una vez por todas con la visión asistencialista de la lucha contra la pobreza que predomina aun en el *establishment* intelectual.

## NOTAS

- 1 Álvaro Vargas Llosa retoma en la introducción de *Lessons from de Poor* la cita de Kirk Magleby, 2005, *Microfranchises as a Solution to Global Poverty*, [www.microfranchises.org](http://www.microfranchises.org).
- 2 Cfr. Vargas Llosa, 2008.
- 3 Cfr. Vargas Llosa, 2003.
- 4 Cfr. Parlad, 2005.

## BIBLIOGRAFÍA

- PRAHALAD, C. K. (2005). *La oportunidad de negocios en la base de la pirámide*. Bogotá, Editorial Norma.
- VARGAS LLOSA, Mario (2003). “Los Añños”. En: diario *El País*. Madrid, 17 de noviembre.
- (2008). “Las lecciones de los pobres”. En: diario *El Comercio*. Lima, 1 de junio.