



**Diagnóstico y Recomendaciones para mejorar los Programas  
y Servicios de apoyo a las micro, pequeñas y medianas  
empresas (MIPYMEs) en el Perú**

Informe Final

***Setiembre, 2005***

Esta publicación fue producida para revisión de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Fue elaborada por el Sr. Fernando Villarán, Sr. Javier Palacios, Sr. Víctor Hugo Bullón y Sr. Teodoro Sanz, consultores del Proyecto CRECER (Project 527-0411; Strategic Objective 10), dentro del marco del contrato PCE-I-802-00-00013-00 con la empresa Nathan Associates Inc.

Los autores son los únicos responsables por el contenido de esta publicación.

## **Presentación del trabajo**

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) solicitó a la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) el apoyo del Proyecto CRECER para realizar una propuesta de recomendaciones de política que permita potenciar el desarrollo empresarial de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) ante la expansión del mercado internacional que se generaría a partir de la firma de un tratado comercial con EEUU.

En esta coyuntura en particular existe un especial interés en evaluar los retos y oportunidades que el libre comercio ofrece a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMEs), teniendo en cuenta los significativos avances en las negociaciones del Tratado de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos. En particular, la atención se ha centrado en las medidas específicas de política y el rol que las instituciones públicas y privadas pueden asumir para mejorar la competitividad empresarial y maximizar los beneficios que la liberalización comercial ofrece a las MIPYMEs.

Los objetivos del presente estudio son los siguientes:

- a) Elaborar un mapa de instituciones y programas de apoyo a las MIPYMES, tanto públicos como privados de carácter nacional, y los principales de carácter regional. El mapa también incluirá al marco de políticas públicas vigentes que orientan el desarrollo del sector MIPYME.
- b) Proponer recomendaciones de política de promoción concertada con los actores públicos y privados relevantes que permita a las MIPYMEs acceder a las oportunidades que brinda el TLC con Estados Unidos y otros tratados similares.
- c) Proponer acciones concretas para mejorar la calidad de los servicios de las instituciones y programas de apoyo a las MIPYMES.

Los primeros resultados del estudio fueron presentados en dos seminarios, organizados conjuntamente por MINCETUR y el proyecto CRECER: (i) Uno dirigido a las instituciones públicas y privadas de promoción (incluyendo a las fuentes de cooperación) realizado el 28 de setiembre y (ii) otro dirigido a los gremios representativos del sector MYPE, realizado el 29 de setiembre. El intercambio de ideas en ambos seminarios fue muy intenso, habiéndose planteado comentarios y sugerencias sobre el estudio, muchas de las cuales han sido recogidas en el informe final.

Desde el punto de vista metodológico, las instituciones y programas de apoyo a las MIPYMEs, tanto públicos como privados, se organizarán en cinco grandes áreas:

- A. Financiamiento, en particular las microfinanzas.
- B. Servicios de Desarrollo Empresarial, en particular: capacitación, asesoría, consultoría, información, comercialización y exportaciones.
- C. Fomento y apoyo al emprendedorismo (entrepreneurship), en particular para los jóvenes del país.
- D. Apoyo a la competitividad de las MIPYMEs, en particular en las Cadenas Productivas, Clusters y exportaciones.
- E. Facilitación de la Formalización.

Como parte del trabajo se realizaron viajes a diez ciudades representativas de la actividad de las MIPYMEs en el Perú, de manera de tener una visión nacional de los programas, instituciones, gremios, y sobre todo las dificultades y potencialidades regionales, y no sólo limeñas. Las ciudades visitadas fueron las siguientes: Piura,

Chiclayo, Trujillo, Tarapoto, Moyobamba, Huancayo, Ayacucho, Pucallpa, Arequipa y Juliaca. Ellas, al ubicarse en la costa, sierra y selva nos presentan un panorama completo de la realidad de las MIPYMEs en el Perú.

El informe final contiene los siguientes puntos: los fundamentos teóricos de la promoción a las MIPYMEs (Capítulo 1), el diagnóstico del sector MIPYME, que incluye la relevancia del sector dentro de la economía peruana y sus características principales (Capítulo 2), el análisis de las diversas instituciones, públicas y privadas, que brindan programas y servicios a las MIPYMEs en el Perú (Capítulo 3), la historia y situación de los gremios empresariales más significativos (Capítulo 4), las políticas públicas pasadas y presentes (Capítulo 5), el marco legal y regulatorio (Capítulo 6), las conclusiones y recomendaciones de política para mejorar la competitividad de las MIPYMEs (Capítulo 7). También se incluye la bibliografía consultada, anexos estadísticos, y las entrevistas realizadas.

El trabajo ha sido realizado por un equipo de profesionales compuesto por: Javier Palacios, Víctor Hugo Bullón, Teodoro Sanz y Fernando Villarán, consultores de SASE que este último dirige. Para realizar nuestro trabajo nos hemos beneficiado del apoyo administrativo y técnico del proyecto CRECER, así como de las opiniones y consejos de David Bathrick, Emmy Yokoyama y Susana Cama, funcionarios del proyecto; con el aliento y comentarios de los funcionarios de la oficina del AID en Lima, en particular de Eduardo Albareda y Felipe Portocarrero; y también con el apoyo de María Rosa Morán y María Cecilia Pérez del MINCETUR. Los dos seminarios fueron una fuente de sugerencias y comentarios muy importante, debido a la generosidad de los expertos, funcionarios, dirigentes y promotores que asistieron a ambos. Agradecemos y valoramos muy sinceramente este apoyo recibido, aunque dejamos en claro que las líneas que siguen son de entera responsabilidad de los autores y no comprometen a las instituciones mencionadas.

## **CONTENIDO**

Presentación del trabajo .....	1
Resumen ejecutivo .....	6
Capítulo 1: Fundamentos teóricos .....	12
1.1 Definiciones necesarias .....	12
1.2 Las dudas existenciales (apoyar o no apoyar a las pequeñas empresas?) .....	14
1.3 La experiencia internacional en el apoyo a la pequeña empresa .....	16
1.4 Procesos estructurales que condicionan el desarrollo de las MIPYMEs .....	23
La globalización en marcha .....	24
La revolución tecnológica.....	25
Especialización Flexible .....	26
Capítulo 2: Diagnóstico del sector de las MIPYMEs .....	29
2.1 Importancia relativa de las MIPYMEs en la economía peruana .....	29
Participación de las MIPYMEs en el número de empresas .....	29
Participación de las MIPYMEs en el Empleo .....	30
Participación de las MIPYMEs en la Producción .....	32
Participación de las MIPYMEs en las exportaciones .....	33
2.2 Características de las MYPES.....	35
Informalidad - Formalidad .....	35
Ubicación geográfica.....	36
Sectores y actividades principales .....	38
Niveles de productividad .....	39
Acceso a servicios financieros .....	41
Capítulo 3: Instituciones y Programas de Promoción a las MIPYMEs .....	44
Instituciones y Programas de carácter nacional .....	45
3.1 Instituciones que brindan Servicios Financieros .....	45
3.2 Instituciones que brindan Servicios de Desarrollo Empresarial (SDEs) .....	62
3.3 Instituciones que promueven el Emprendedorismo .....	77
3.4 Instituciones que promueven la competitividad, las exportaciones, las cadenas productivas y los clusters .....	86
3.5 Instituciones que facilitan y promueven la formalización .....	93
Instituciones y Programas de carácter regional.....	98
Ayacucho .....	98
Huancayo.....	101
Arequipa.....	105
Pucallpa .....	108
Juliaca - Puno .....	111
Tarapoto y Moyobamba .....	113
Piura.....	117
Chiclayo .....	120
Trujillo .....	124
Capítulo 4: Los Gremios Empresariales .....	126
4.1 El inicio de los Gremios en el Perú .....	126
4.2 Los Gremios en la actualidad.....	128

4.3 Los Gremios más representativos a nivel nacional.....	128
4.4 Situación actual y perspectivas de los Gremios Empresariales.....	135
Capítulo 5: Políticas Públicas de promoción al sector MIPYME .....	138
Capítulo 6: Marco legal y regulatorio .....	146
6.1 La Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa.....	146
6.2 Institucionalidad .....	152
6.3 Registro de Asociaciones Empresariales.....	153
6.4 Régimen Tributario.....	153
Capítulo 7: Principales conclusiones, lecciones y recomendaciones .....	155
Bibliografía .....	168
Anexo 1: Relación de personas entrevistadas según departamento.....	173
Anexo 2: Estadísticas de las MIPYMEs .....	183
Anexo 3: Relación de Gremios empresariales.....	190

## **Índice de Cuadros y Gráficos**

### Cuadros

Cuadro 1: Distribución de empresas en el Perú / según tamaño (2002)
Cuadro 2: Distribución de la PEA Ocupada en el Perú / según tamaño de empresa (2002)
Cuadro 3: Distribución de la PEA Ocupada en el Perú / según tamaño de empresa y estructura de mercado (2002)
Cuadro 4: PBI generado por las MIPYMES en el Perú (2004, proyectado)
Cuadro 5: Resumen - Participación relativa de las MIPYMES en la economía nacional
Cuadro 6: Micro y pequeñas empresas y PEA Ocupada en ellas, según formalidad (2002)
Cuadro 7: Distribución de la PEA Ocupada en micro y pequeña empresa, según departamento (2002)
Cuadro 8: Distribución de la PEA Ocupada en micro y pequeña empresa, según macroregión (2002)
Cuadro 9: PEA Ocupada en micro y pequeñas empresas, según rama de actividad (2002)
Cuadro 10: Micro y pequeñas empresas, según nivel de productividad (2001)
Cuadro 11: Diferencias entre empresas, según nivel de productividad (2001)
Cuadro 12: Crédito financiero a microempresas, según tipo de institución financiera (2004)
Cuadro 13: Número de microempresas con acceso a crédito financiero, según tipo de institución financiera (2004)
Cuadro 14: Resumen - Caracterización de las micro y pequeñas empresas
Cuadro 15: Evolución de la oferta de crédito directo a la micro y pequeña empresa en el Perú, según tipo de institución financiera regulada por SBS
Cuadro 16: Participación relativa de la oferta de crédito directo a la micro y pequeña empresa en el Perú
Cuadro 17: Tasas de interés activas de los créditos a microempresas y créditos comerciales según tipo de institución financiera
Cuadro 18: Clasificación de las micro y pequeñas empresas que al 31/12/2004 mantienen deudas con instituciones financieras reguladas por la SBS, según rama de actividad y tipo de institución

Cuadro 19: Crédito directo, según situación y tipo de institución financiera (31/12/2004)  
Cuadro 20: Crédito de riesgo, según categoría de riesgo del deudor y tipo de institución financiera (31/12/2004)  
Cuadro 21: Rentabilidad sobre patrimonio (ROE) según tipo de institución financiera (31/12/2004)

### Gráficos

Gráfico 1: Distribución de la PEA Ocupada en el Perú según tamaño de empresa (2002)  
Gráfico 2: Distribución de la PEA Ocupada en el Perú según estructura de mercado (2002)  
Gráfico 3: Distribución del PBI según tamaño de empresa (2004, proyectado)  
Gráfico 4: PEA Ocupada en micro y pequeñas empresas, según grado de formalidad (2002)  
Gráfico 5: Distribución de la PEA Ocupada en la micro y pequeña empresa, según macroregión (2002)  
Gráfico 6: Distribución de la PEA Ocupada en la micro y pequeña empresa, según rama de actividad (2002)  
Gráfico 7: Distribución de micro y pequeñas empresas, según nivel de productividad (2001)  
Gráfico 8: Crédito financiero a microempresas según tipo de institución financiera (2004)  
Gráfico 9: Número de microempresas con acceso a crédito financiero, según tipo de institución (2004)

## **Resumen ejecutivo**

Las micro, pequeñas y medianas empresas – MIPYMEs (que para simplificar llamaremos en adelante pequeñas empresas<sup>1</sup>) son una realidad en todos los países del mundo, tanto desarrollados como en desarrollo. Inequívocamente, representa la absoluta mayoría de las empresas existentes, por lo general con una participación mayor al 99% de todas las empresas<sup>2</sup>, genera un alto porcentaje del empleo, que fluctúa entre el 50 y 80%, y contribuye significativamente en el Producto Bruto Interno, entre 40 y 70%. Es pues una realidad incontestable en cada rincón del planeta.

Las definiciones varían de acuerdo a cada país, por ejemplo en Estados Unidos se considera pequeña empresa a todas las que tienen menos de 500 trabajadores, mientras que en Japón se definen como medianas y pequeñas industrias a aquellas con menos de 300 trabajadores. A pesar de estas diferencias, las definiciones están en franco proceso de convergencia. La Unión Europea ha adoptado las siguientes: micro empresa (de 2 a 10 personas ocupadas), pequeña (de 11 a 50) y mediana de (51 a 250). Esta definición esta siendo adoptada por muchos países en el mundo, y la mayoría de América Latina. También se usan otras variables para definir a la pequeña empresa, como las ventas y los activos fijos, aunque resulta difícil realizar comparaciones internacionales con ellas.

En todos los países del mundo, desarrollados y en desarrollo existen instituciones y programas de apoyo a las pequeñas empresas. En ellos los Estados destinan significativos recursos financieros, humanos e institucionales en apoyar a este sector, aunque en su promoción participa cada vez más el propio sector privado. Las razones para apoyar a las pequeñas empresas son muy variadas, depende de la historia, valores y características de cada país. Por ejemplo, Estados Unidos las apoya porque “en los pequeños negocios es donde se hacen las innovaciones. Los cambios se hacen más rápido, son más flexibles y con frecuencia son más audaces que en las grandes empresas. Ellas mantienen intacta la herencia del ingenio y el espíritu empresarial además de que ayudan a mantener el ‘Sueño Americano’ al alcance de millones”<sup>3</sup>. Por su parte, la República Popular China apoya a las pequeñas empresas porque sus empresarios(as) son considerados una clase vital para las transformaciones sociales y económicas que ellos persiguen<sup>4</sup>.

También se puede observar una confluencia en los motivos para apoyar a la pequeña empresa en el mundo. Entre las principales razones para su promoción, asumidas por diversos países, con mayor o menor énfasis, están las siguientes: (i) Es el sector con mayor capacidad de generación de empleo (sobre todo de nuevo empleo). (ii) Es una fuente muy importante de innovación y dinamismo tecnológico. (iii) Es el principal factor de articulación empresarial. (iv) Contribuye a la estabilidad social y mejora la distribución del ingreso. (v) Es la principal fuente de oportunidades de realización de las personas,

---

<sup>1</sup>. Estados Unidos, China y otros países en desarrollo están utilizando crecientemente el concepto de pequeña empresa (small business) que por lo general agrupa a las micro y pequeñas empresas, aunque en algunos casos también incluye a las medianas. Esta parece una decisión acertada en la medida que la sigla MIPYME (o MYPE o PYME) parece algo difícil de manejar, explicar y vender, tanto a un público amplio, como a los propios tomadores de decisiones.

<sup>2</sup>. En todos los países de Europa, representa más del 99% (en Francia son el 99.9%, y en Finlandia, Suecia y Polonia son el 99.8%), en Estados Unidos son el 99.7%; y en todos los países de América Latina y el Caribe supera el 99%.

<sup>3</sup>. Palabras del Presidente Norteamericano George Bush en su discurso anual sobre la Pequeña Empresa (pag WEB de la Small Business Administration –SBA).

<sup>4</sup>. 15 Congreso del Partido Comunista Chino de 1997.

sobre todo para los jóvenes emprendedores. (vi) Su principal característica (la flexibilidad) está en plena sintonía con la economía globalizada y post-moderna.

Los Estados destinan significativos recursos económicos para apoyar a sus respectivos sectores de pequeña empresa: el presupuesto de la SBA de USA es de 671 millones de dólares anuales (sin considerar los recursos que se canalizan a través del sistema financiero privado); el SEBRAE de Brasil tiene 350 millones de dólares anuales para sus programas; y CORFO de Chile destina aproximadamente 50 millones de dólares en diversos programas para el sector. En contraposición, en el Perú, PROMpyme tiene un presupuesto de 1.9 millones de dólares.

La fotografía actual de la pequeña empresa (micro, pequeña y mediana) en el Perú es la siguiente: representa el 99.5% de las empresas existentes, el 84% del empleo<sup>5</sup>, el 64% del PBI (sólo las MYPEs-sin medianas- y con los independientes contribuyen con el 47%<sup>6</sup>), y el 2% de las exportaciones. Son un total de 2.5 millones de MIPYMEs, que dan empleo a 7.6 millones de personas (en esta cifra no se incluye el autoempleo), distribuidos 57% en el ámbito urbano y 43% en el ámbito rural (nos referimos a la PEA). El 74% de las MYPEs (micro y pequeñas) son informales, aunque en la medida que crecen se va incrementando el grado de formalización (sólo el 37% de las pequeñas son informales). Las MIPYMEs son bastante descentralizadas; su PEA ocupada se distribuye en: 29.1% en la macro región norte, 23.6% en la macro región sur, 16.0% en la macro región centro, 7.0% en la macro región oriente, y sólo 24.4% en Lima Metropolitana. Las actividades más importantes (en PEA ocupada) son: agricultura con 52.4%, servicios con 18.3%, comercio con 15.6%, industria con 8.9% y construcción con 4.1%.

La promoción a las pequeñas empresas se puede dividir en 5 grandes áreas<sup>7</sup>: (i) apoyo financiero (principalmente microfinanzas), (ii) servicios de desarrollo empresarial (SDEs), (iii) fomento a nuevos emprendimientos (emprendedorismo-entrepreneurship), (iv) apoyo a la competitividad, cadenas productivas y clusters<sup>8</sup>, y (v) facilitación de la formalización.

La primera área de promoción son las finanzas (más precisamente las microfinanzas), y es ciertamente la más importante en términos de recursos, personas involucradas e impacto en el Perú. En este campo nuestro país claramente destaca a nivel mundial; como sabemos, son pocas los sectores, actividades o empresas en las que el Perú ocupa un lugar de privilegio en el mundo, y las microfinanzas son ciertamente uno de esos casos. Esto ha sido reconocido por organismos internacionales como el BID y el Banco Mundial, que no sólo lo han mencionado en sus estudios sino que también han otorgado premios importantes a los diversos actores del sistema de microfinanzas peruano, principalmente a las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito.

El sistema de microfinanzas en el Perú esta compuesto por: 10 bancos comerciales (Tres de los cuales-Crédito, del Trabajo y MIBANCO-explican el 80%), 14 Cajas Municipales-

---

<sup>5</sup>. Tanto en las variables empleo como PBI, se incluye al autoempleo.

<sup>6</sup>. Esta cifra es bastante cercana a la utilizada por varias instituciones públicas en el pasado reciente: 42% del PBI.

<sup>7</sup>. De las cinco áreas, tres son estándar a nivel internacional: finanzas, SDEs y emprendedorismo; casi todos los países las tienen en sus programas de promoción. Lo que varía de acuerdo a las necesidades y características de cada país, son las siguientes áreas; en algunos de ellos añaden una cuarta área: la innovación (o investigación y desarrollo). En el Perú creemos necesario incluir dos áreas que tienen que ver con nuestros principales retos del momento: la formalización y la competitividad.

<sup>8</sup>. Si bien la competitividad es uno de los principales objetivos de los servicios a las pequeñas empresas, tanto financieros como de desarrollo empresarial, en el caso peruano se justifica abrirlo como un área separada y nueva para diferenciarla de los SDEs, que son muchos y que no tienen la misma prioridad y urgencia.

CMACs, 12 Cajas Rurales y 14 EDPYMEs<sup>9</sup>. Estas instituciones en su conjunto tienen una cartera de créditos que asciende a 3,152 millones de soles (Dic 2004), tienen un total de 714,000 clientes activos (a esa misma fecha). Las colocaciones del sistema han crecido a un promedio de 25% anual en los últimos cuatro años (las de las CMACs crecen al 38% anual), y la rentabilidad (ROE) de las Cajas Municipales es de 26%. Si bien casi todas las instituciones que forman parte del sistema son eficientes destacan claramente las Cajas Municipales (y dentro de ellas las de Arequipa, Piura, Trujillo y Huancayo).

Este sistema es el caso de éxito más importante en la promoción a las pequeñas empresas (sobre todo a las micro empresas que son las más numerosas) y por lo tanto es la principal fuente de lecciones para la promoción al sector, no sólo para los servicios financieros.

La segunda área de promoción son los Servicios de Desarrollo Empresarial (SDEs)<sup>10</sup>; los que están compuestos por: (i) capacitación, (ii) información, (iii) asesoría y consultoría, (iv) desarrollo y transferencia de tecnología, (v) acceso a los mercados y (vi) tercerización (o outsourcing), entre los principales. Ellos se encuentran en pleno desarrollo en el Perú (pues tienen escasos 10 años de existencia); nos referimos por supuesto a los servicios dirigidos específicamente a las pequeñas empresas (pues para las grandes existían hace mucho tiempo). Estos servicios, sobre todo la capacitación, la asesoría y la consultoría, se encaminan hacia la pertinencia, eficiencia y en un plazo relativamente razonable deben alcanzar la sostenibilidad. Las principales instituciones en este campo son: PROMpyme, COPEME, Perú Emprendedor del MTPE, CITEs del MinProduce, IDESI Nacional, Foncodes del MIMDES, Centros de Servicios Económicos del PRA, Consorcio de CDEs, y una importante cantidad de empresas consultoras y consultores individuales; ellas están brindando una gama muy amplia de servicios empresariales, cada vez más eficientemente, a las pequeñas empresas del país.

La necesidad de dotar de una oferta amplia, con calidad y pertinencia de Servicios de Desarrollo Empresarial - SDEs (o no financieros) es un tema que esta fuera de discusión en el ambiente académico internacional y de los organismos de desarrollo. En el Perú se han realizado diversos estudios que demuestran los impactos ampliamente positivos que tienen estos servicios sobre las micro y pequeñas empresas<sup>11</sup>, lo que abona en justificar plenamente su existencia. En lo que sí subsiste cierto nivel de polémica es sobre la sostenibilidad de los SDEs; mientras que algunos sostienen que es imposible llegar a los niveles de autosostenimiento que muestran las microfinanzas, otros sostenemos que sí es posible alcanzar estos resultados. Los primeros, entre los que se encuentran muchos expertos europeos, argumentan que el Estado debe subsidiar los servicios de desarrollo empresarial para las pequeñas empresas en forma indefinida pues las empresas del sector lo necesitan y es una inversión que se va a recuperar en impuestos cuando las empresas crezcan, produzcan competitivamente, vendan y paguen sus impuestos. Los segundos pensamos que los subsidios sí son necesarios<sup>12</sup> pero que ellos deben

---

<sup>9</sup>. Significa: Empresas de desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa, creadas por la Ley de Bancos y supervisadas, junto con el resto del sistema, por la SBS. Hay que señalar también que en algunos casos se incluyen a unas 160 cooperativas de ahorro y crédito dentro del sistema de microfinanzas, pues también financian a microempresas e independientes.

<sup>10</sup>. Para tener una clasificación más detallada, así como un análisis de los mismos ver: Villarán, F., Gutierrez, J.J., *La medición de efectos en los clientes de los Centros de Desarrollo Empresarial*, Lima, COSUDE, DESIDE, Swisscontact, 2001.

<sup>11</sup>. Entre los principales estudios podemos citar al de GRADE y la OIT (2001), en el que participaron Miguel Robles, Jaime Saavedra, Máximo Torero, Néstor Valdivia y Juan Chacaltana; el de Swisscontact hecho por Villarán y Gutiérrez (2001); el de la PUC por José Távara (1996); el del MTPE (2004) realizado por Néstor Valdivia; y el del MITINCI- GTZ de Alfredo Coronel (1999), entre los principales.

<sup>12</sup>. Es importante mencionar que en el trabajo efectuado por GRADE y la OIT en el 2001, y que tuvo como jefe del equipo de investigadores a Jaime Saavedra, hoy día Gerente de Desarrollo Social del Banco Mundial

dosificarse con mucha cautela, y que la principal tarea en el Perú de hoy es la de asegurar un mercado dinámico de dichos servicios, precisamente para que florezca una oferta diversificada y de calidad. Por ello los subsidios deben orientarse en primer lugar a crear, expandir y consolidar dichos mercados. El instrumento más apropiado para realizar esta tarea han sido, y siguen siendo, los “bonos” (como es el caso de BonoPyme) que tienen la virtud de mejorar la calidad y pertinencia de la oferta al mismo tiempo que incentivan la demanda por parte de los empresarios del sector. El estudio de Valdivia (ya citado) que evalúa el más reciente de los programas en este terreno: Perú Emprendedor no deja dudas sobre su utilidad e impacto en las empresas; sin embargo, el Programa está enfrentado problemas de financiamiento que lo han reducido

El tercer campo de intervención en la promoción es de los nuevos emprendimientos, emprendedorismo, o entrepreneurship. Los temas o actividades que se incluyen en esta área son: (i) promoción del espíritu empresarial, (ii) la creación de nuevas empresas, (iii) las incubadoras de empresas (sobre todo en Universidades e Institutos Tecnológicos), (iv) la formación o educación emprendedora (en secundaria, institutos tecnológicos y universidades), (v) el apoyo a las empresas de jóvenes, (vi) los concursos de proyectos y planes de negocios, entre otras actividades. Es un tema que viene mostrando un gran dinamismo a nivel internacional, ya que este tema es considerado una de las principales fuentes de crecimiento económico. En el Perú, las instituciones que están trabajando activamente en este campo, son: el Colectivo Integral del Desarrollo-CID, Asociación Pro Bienestar y Desarrollo-PROBIDE, Bono Emprende del MTPE, Programas para jóvenes de secundaria de Junior Achievement, Escuela Empresa de la CONFIEP y el MTPE, y las principales Universidades e Institutos del país, dentro de los que destacan: el Centro de Innovación y Desarrollo-CIDE de la PUC, la Universidad del Pacífico, la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de INICTEL, la U. San Ignacio de Loyola, la U. San Martín de Porres, entre las principales. En esta área hay mucho por hacer en el Perú, si bien algunas instituciones, como el CID y PROBIDE ya cuentan con experiencia, todavía se trata de programas de escasa cobertura, de manera que el reto es expandir y popularizar estos programas a nivel regional y nacional.

El cuarto campo de intervención es el de la Competitividad, las Exportaciones, las Cadenas Productivas y los Clusters; campo en el que se intenta adecuar a este amplio sector empresarial a las exigencias que impone la creciente globalización. En el Perú tenemos un conjunto de instituciones que se integran en esta área con programas y proyectos novedosos; entre ellas destacan: MINKA de Trujillo con redes empresariales y fomento de cadenas productivas, PROMPEX con el apoyo para exportar, el Consejo Nacional de Competitividad – CNC con sus líneas de articulación productiva y de innovación tecnológica, el Ministerio de la Producción con el impulso a 11 Cadenas Productivas, el Fondo de Iniciativas de Articulación Comercial – FIAC de COPEME, entre otros. Este campo, al igual que el del emprendedorismo es relativamente nuevo, y todavía no hay prácticas probadas que se puedan generalizar. Aquí, la metodología más utilizada es la de concursos, mediante los cuales las instituciones de promoción a la pequeña empresa (principalmente privadas) compiten entre sí por fondos públicos o de la cooperación internacional. Hasta el momento esta metodología está resultando adecuada para los objetivos de conocer las mejores iniciativas, la fortalecer a las instituciones, lograr el mayor impacto con los escasos recursos disponibles. Después de algunos años de experiencia, al igual que en microfinanzas y en los SDEs, se tendrán los conocimientos necesarios para diseñar nuevos programas o modificar los existentes en

---

(al que no se puede acusar de populista o de pequeñólogo), concluyó que los subsidios a la promoción de los servicios de desarrollo empresarial se justifican, aunque su propuesta es que sean de carácter puntual, transparente y temporal.

este campo. Por el momento, se recomienda mantener las orientaciones y prácticas aplicadas.

Los gremios empresariales de la pequeña empresa muestran una debilidad notoria. Si bien en los últimos años se han creado muchos gremios, tanto de carácter nacional, sectorial, regional y local, estos en general muestran poca representatividad, débil estructura organizativa y escasa formalidad. En la actualidad los gremios más representativos son los siguientes: (i) la Coordinadora de Gremios PYME, dirigida por el COPEI de la SNI, PYME-ADEX y ATEM-Perú, agrupa a 17 gremios, (ii) la Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú – APEMIPE, con bases fuertes en varias regiones del país, (iii) las Cámaras de Comercio e Industria (o Producción) de la mayoría de regiones del país, que muestran representatividades consistentes en lo que se refiere a participación de la pequeñas y medianas empresas (y en muchos casos también de las microempresas), (iv) la UMEP – Unión de Empresarias Mujeres del Perú, y a nivel local destaca: (v) APEMIVES Cono Sur – Asociación de Empresas y Empresarios de la Micro y Pequeña Empresa del Cono Sur de Lima.

Como parte del estudio se visitaron 10 ciudades: Piura, Chiclayo, Trujillo, Huancayo, Ucayali, Ayacucho, Tarapoto, Moyobamba, Arequipa, Juliaca. En ellas encontramos importantes núcleos de pequeñas empresas (en realidad casi no hay grandes empresas en las diversas regiones del país) que son la columna vertebral del desarrollo regional y local. Las principales actividades de estas empresas son: Agricultura, Comercio, Servicios, Industria, Turismo y Artesanía; coincidiendo con el diagnóstico a nivel nacional. Si bien los gobiernos regionales y locales están reconociendo crecientemente la importancia que tiene el sector de la pequeña empresa en su ámbito de acción, todavía no logran alcanzar el liderazgo necesario para movilizar a todas las instituciones de promoción y a los propios gremios empresariales. Hemos encontrado que en las ciudades visitadas son las instituciones privadas las que tienen la mayor iniciativa y dinamismo. También hemos visto que los gremios empresariales locales son mucho más representativos que los de carácter nacional.

En relación a las lecciones aprendidas, es claro que las microfinanzas, y en especial las Cajas Municipales, representan una fuente importante de enseñanzas. Ellas han tenido un buen diseño institucional (impidiendo la ingerencia política de los municipios) y adecuadas tecnologías financieras (moldeadas específicamente para sus clientes: las microempresas); pudieron aprovechar al máximo la significativa cooperación técnica internacional, principalmente de la GTZ y el BID. En base a este diseño han logrado el autosostenimiento, pues los intereses cobrados permiten cubrir sus costos y obtener una ganancia razonable. Otras instituciones, como las ONGs que se convirtieron en EDPYMEs, lograron su especialización en los servicios financieros, condición necesaria para llegar a ser también autosostenibles. Un aspecto clave ha sido el adecuado marco legal y regulatorio que se diseñó y aplicó en el país, con un claro liderazgo de la SBS. Su participación, junto con la de COFIDE (en la búsqueda de nuevas líneas de crédito), muestra las bondades de la cooperación público-privada.

Por su parte, en el campo de los Servicios de Desarrollo Empresarial, también existen lecciones importantes como: la orientación al mercado y la demanda, la cobertura de costos y la búsqueda del autosostenimiento, la especialización en algunos servicios, el diseño de servicios específicos para las micro y pequeñas empresas (y no generales u orientados a las grandes empresas), la utilización de bonos (como es el caso de BONOpyme) que permitieron desarrollar los mercados incentivando la demanda y orientando la oferta. Los subsidios fueron de carácter temporal y específico, superando los generales e indiscriminados de los ochentas que no tuvieron efecto alguno en el sector. Las redes de coordinación, como el COPEME, han servido para intercambiar

experiencias y desarrollar una filosofía y metodologías de intervención comunes, sin mellar la necesaria competencia.

Las lecciones en negativo, es decir, las políticas y programas de apoyo al sector que no funcionaron, son igualmente valiosas. Los bancos de fomento, como el Agrario y el Industrial, y sus tasas de interés subsidiadas han servido para beneficiar a muy pocas pequeñas y micro empresas (el Banco Industrial atendía a aproximadamente 10,000 al año, que comparados con los 700,000 clientes actuales del sistema de microfinanzas representan sólo el 1.4%) en un esquema que le costaba recursos al tesoro público (de nuestros impuestos) y que a la postre resultó insostenible. Una de las experiencias más negativas para el sector fue el programa de Maquicentros, una iniciativa puramente estatal, que endeudó al país (50 millones de dólares) para regalar maquinarias a gremios empresariales que no pudieron manejarlas y terminaron en manos del Ministerio de Educación, que no sabía qué hacer con ellas; finalmente todo este gasto y esfuerzo no tuvo ningún impacto positivo en las empresas del sector. La politización de los gremios empresariales durante los 90s tuvo como consecuencia el debilitamiento general de los mismos, problema que se arrastra hasta hoy. También hemos visto en los 70s y 80s la filosofía de “apoyo integral, brindando todos los servicios posibles a las MYPEs” por parte de muchas ONGs, que dio como resultado servicios de baja calidad y pertinencia; enfoque en franco proceso de superación en la actualidad. Otro ejemplo negativo fue la entrega de algunas entidades públicas (en el caso concreto de PROMpyme) a algunos gremios empresariales, generando un conflicto de intereses que devino en ineficacia y mal uso de recursos.

Los retos que tienen las instituciones de promoción al sector, y las propias empresas son básicamente los siguientes: (i) mantener las buenas políticas, las buenas prácticas y los buenos programas; (ii) expandir el sistema de microfinanzas hacia el crédito rural y desarrollar productos para las pequeñas y medianas empresas (sobre todo para inversiones de mayor plazo para bienes de capital y mejoras tecnológicas); (iii) insistir y mejorar el mecanismo de Bonos, que trabajan tanto la demanda como la oferta; (iv) apoyar a los emprendedores, con cursos en las escuelas secundarias, institutos y universidades, continuar con el fomento de concursos de planes de negocios, el establecimiento de incubadoras, y la asesoría sistemática en las etapas críticas de la puesta en marcha; (v) lograr un mercado activo y dinámico de capital de riesgo, para las nuevas empresas; (vi) resolver de una buena vez el tema de la simplificación de trámites y la reducción de costos, sobre todo en los municipios; (vii) mejorar el sistema tributario para que permita: reducir la informalidad y ampliar la base tributaria, incentivar el desarrollo de los mercados de servicios, y facilitar la articulación entre las grandes y pequeñas empresas; (viii) ampliar y difundir el régimen laboral de la Ley 28015 para que cientos de miles de trabajadores sin protección y derechos los puedan ganar; (ix) diseñar y aplicar un sistema de seguridad social para el sector; (x) apoyar a los gremios empresariales del sector para que puedan tener interlocutores válidos en las instituciones públicas y proyectos de la cooperación internacional; (xi) aunque quizás el reto más importante sea el de lograr una participación activa y eficaz de las pequeñas empresas en las Cadenas Productivas y Clusters que se vienen impulsando desde diversos sectores públicos y privados.

## Capítulo 1: Fundamentos teóricos

### 1.1 Definiciones necesarias

La promoción a las pequeñas empresas tiene sus orígenes formales en la década de los 50s, en momentos en que los países europeos, Japón y Estados Unidos se recuperaban de los estragos de la segunda guerra mundial. En esos mismos momentos se intensificaba también la guerra fría y la amenaza del comunismo presionaba a los gobiernos occidentales para mostrar resultados sociales tangibles. Desde esa época hasta ahora se han utilizado muchos términos y conceptos para referirse a este fenómeno, a la vez económico y social.

Históricamente, empezó por el concepto de **artesanía**, porque es la más antigua de las actividades de transformación antes de la revolución industrial inglesa (fines del siglo 18) en la que surge la industria moderna. Como tal, el concepto tenía una connotación de atraso, de tradición, de poca innovación, y por lo tanto no reflejaba plenamente la nueva realidad empresarial de la segunda mitad del siglo 20. Muy pronto la artesanía se identifica como una actividad especializada y tradicional muy vinculada al turismo y a las zonas y lugares más atrasados.

El segundo paso lo da el surgimiento del concepto de **pequeña industria**, que es el sector donde se empiezan a aplicar políticas y programas de promoción. No nos olvidemos que por esas épocas (los 50s) la industria era considerada el motor del crecimiento y la modernidad, y se le equiparaba con el significado de desarrollo (país desarrollado equivalía a decir país industrializado). Rápidamente el concepto se amplía a los otros sectores económicos al darse cuenta que el comercio, los servicios, la pesca y la propia minería, también tenían importantes porciones de pequeñas unidades económicas. Surge así el concepto de **pequeña empresa**, trascendiendo al sector industrial y refiriéndose a todos los sectores. Obviamente en esos momentos no era muy importante delimitar los campos con precisión, es decir, definir con claridad los límites entre las pequeñas y las grandes empresas; se trataba principalmente de una diferencia cualitativa.

Hacia los 60s y 70s se fue incorporando el concepto de **mediana empresa**, sobre todo por acción de organismos especializados de promoción al sector como la ONUDI (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial), entre otros, pues se descubrió que estas empresas eran las más dinámicas tecnológicamente y por lo tanto cumplían un rol crucial en el desarrollo industrial y en nuevos sectores como los servicios. Fue objeto de investigaciones y de programas de apoyo específicos.

El cuarto paso (en este desarrollo histórico) fue juntar las pequeñas con las medianas y por lo tanto se acuña el concepto de **PYME: Pequeña y Mediana Empresa**, que se utiliza por mucho tiempo, sobre todo por parte de los gobiernos, las agencias de desarrollo y bancos multilaterales (Banco Mundial, BID, PNUD, OIT, ONUDI, entre otros).

Sin embargo, este reinado no dura mucho pues desde la realidad de los países en desarrollo surgen nuevos conceptos y denominaciones, al ir descubriendo nuevos fenómenos y procesos diferentes a los de los países desarrollados. En los 70s y 80s, se realizan importantes investigaciones en todo el mundo (dentro de las que destacan las de Hernando De Soto en el Perú) que descubren al sector informal urbano (SIU) con nuevos problemas, potencialidades y sobre todo, nuevos actores económicos y sociales. De estas investigaciones, aparte por supuesto del propio fenómeno informal, surgen dos

conceptos muy importantes: **la micro empresa y el autoempleo**. Ellos daban cuenta de la mayor parte de la fuerza laboral en los países en desarrollo y se convirtieron en fundamentales para explicar su dinámica socioeconómica. Fueron los centros de investigación y las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) las que empezaron a trabajar con este sector recién “descubierto”.

A partir de este momento, presenciamos la existencia de dos bloques conceptuales, que tenían también sus propios programas e instituciones: por un lado el de las PYMEs (pequeñas y medianas empresas) más modernas y dinámicas, y por otro lado, el de las microempresas y autoempleados informales, poco productivos y muy vinculados a los fenómenos de pobreza. El peligro con esta situación, que se presentaba en los 80s y buena parte de los 90s, era que muchas micro empresas (y aún autoempleados) perfectamente viables fueran dejados de lado por programas de promoción económico-productivos y que sólo fueran atendidas por programas de alivio a la pobreza, limitando seriamente sus posibilidades de crecimiento y aporte al desarrollo local y nacional. Felizmente esto no sucedió del todo pues surgieron programas de promoción financiera como las microfinanzas dirigidos a este nuevo sector que rápidamente probaron su eficacia y tuvieron un efecto significativo en los lugares que se desarrolló.

Los primeros intentos de impedir que se profundizaran las distancias entre ambos mundos (el de las PYMEs y el de las microempresas) tuvieron lugar en los 90s al juntar micro con pequeñas empresas, surgiendo el concepto de **MYPEs**. A pesar de ello continuaba la tensión entre ambos mundos, que se veía reforzada por el hecho que cada uno tenía sus propias instituciones y programas. Por un lado (el de las PYMEs) teníamos a las agencias oficiales de promoción de los gobiernos y a algunos organismos internacionales, y por otro lado (el de las microempresas) teníamos a las ONGs con otros organismos internacionales; los primeros con un enfoque más económico y moderno, y los segundos con un enfoque más asistencial.

Para evitar esto, finalmente se juntan ambos mundos y a fines de los 90s surge el concepto de **MIPYME: Micro, Pequeña y Mediana Empresa**. Con ello se evitó la dualidad existente y se incorporó a la micro empresa a programas y tratamientos más económico-productivos, y esquemas de desarrollo más integrales. Los otros conceptos por supuesto que no desaparecieron, todavía se usan, creando una cierta confusión de siglas y conceptos. Era necesario por tanto redefinirlos y diferenciarlos utilizando alguna variable que fuera de fácil medición; que finalmente recayó en el número de personas ocupadas<sup>13</sup> (que es un concepto más amplio que número de trabajadores pues incluye a los familiares no remunerados).

En la actualidad se utilizan los siguientes conceptos, que utilizando la variable de personas ocupadas se definen como sigue:

- a) Autoempleo (o cuentapropia): 1 persona empleada.
- b) Microempresa: 2 a 10 personas ocupadas (incluye familiares).
- b) Pequeña empresa: 11 a 50 personas ocupadas (límites oficiales para la Unión Europea – UE y en algunos países de ALC, en el caso de USA es hasta 500 trabajadores)
- c) Mediana: 51 a 250 (UE y ALC)
- d) PYMEs: Pequeñas y Medianas Empresas (en el Perú a esta misma sigla se le utilizado como Pequeña y Micro Empresa).

---

<sup>13</sup>. Las otras dos variables que se usan extensamente para definir y diferenciar a los diversos tamaños empresariales son ventas y activos; sin embargo como implican la conversión de diversos tipos de monedas la variable más utilizada para comparaciones internacionales es la de personal ocupado.

- e) MYPEs: Micro y Pequeñas Empresas.
- f) MIPYMEs: Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

Si bien estos conceptos con sus respectivas definiciones son necesarios para diseñar políticas y programas de apoyo orientados a cada uno de estos sectores, que tienen sus propias características, problemas y potencialidades, y por lo tanto se van a seguir utilizando por parte de organismos especializados y expertos, también es cierto que la proliferación de siglas y conceptos está generando una creciente confusión en los sectores de decisión política y en la opinión pública. Por ello se hace necesario un esfuerzo de síntesis. Desde nuestro punto de vista sería conveniente regresar al concepto original de **pequeña empresa** para referirnos a los tres tamaños: micro, pequeña y mediana, y dejar para los especialistas la diferenciación a su interior. Este es el camino que han optado las economías líderes como es el caso de Estados Unidos (donde se usa el concepto de Small Business) y el Japón (donde se está usando recientemente el concepto de pequeña empresa, reemplazando al de PYMEs). Es decir, utilizar una sola denominación para referirse a este amplio e vital fenómeno económico y social.

Por supuesto que esto no puede imponerse, y seguramente vamos a convivir por mucho tiempo con esta proliferación de siglas, muchas veces mal utilizadas, pero esperamos que el orden y la simplicidad finalmente se impongan.

## **1.2 Las dudas existenciales (apoyar o no apoyar a las pequeñas empresas?)**

Este es un dilema tan antiguo como el concepto mismo de pequeña empresa. ¿Deben los gobiernos destinar recursos para la promoción de este sector? ¿O deben sólo crear las condiciones favorables para el surgimiento y crecimiento de empresas privadas, y dejar su destino en manos exclusivas del mercado? ¿Deben crearse instituciones, públicas y privadas, especializadas en la promoción a este sector? ¿O es esto forzar las reglas del mercado? Son preguntas absolutamente relevantes que se siguen haciendo en todos los gobiernos y organismos de desarrollo.

Una de las investigaciones más importantes y recientes realizadas en el Perú sobre este tema plantea estas inquietudes en los siguientes términos: “¿Debe invertir la sociedad en formar muchos micro y pequeños empresarios que generan poco empleo asalariado? O ¿Sería más rentable invertir en programas que promueven el desarrollo y crecimiento de relativamente menos empresarios pero más trabajadores, es decir, empresas más grandes?”<sup>14</sup>. Si bien estos autores reconocen la necesidad de los programas de promoción al sector cuestionan que ellos se dirijan a las empresas de menor dimensión y proponen que se concentren en las más grandes. Lo que queremos dejar sentado es que todavía existe un importante grado de polémica sobre la promoción a la pequeña empresa, que se ha revitalizado con los aires liberales de los noventa, y que creemos necesario ventilar.

En el Perú, los inicios de esta polémica pueden rastrearse a los setenta. En esa época en la que gobernaba el general Velasco Alvarado el concepto y la promoción de la

---

<sup>14</sup>. *Estrategias y racionalidad de la pequeña empresa*, de los autores: Jaime Saavedra, Miguel Robles, Máximo Torero, Néstor Valdivia y Juan Chacaltana, editado por la OIT, GRADE y la Mesa PYME en el 2001 en Lima, y financiado por el IDRC y la AECI. Por su envergadura, rigurosidad y los profesionales de reconocido prestigio involucrados, esta investigación es una referencia obligada para el diseño de políticas de promoción al sector. Ciertamente tiene muchos aportes e ideas interesantes y rescatables, que hemos recogido, pero no por ello deja de expresar estas dudas que todavía persisten en el medio académico en el Perú y muchos otros países.

pequeña empresa no existía. La ley general de Industrias (18350) dada en 1970 no menciona la palabra pequeña empresa (tampoco menciona la palabra exportaciones) pues prevalecía la idea que sólo las grandes empresas, principalmente estatales y también privadas, eran las que valía la pena apoyar y promover, y que serían ellas las que desarrollarían al país creando riqueza y generando empleo. Era una concepción que se basaba en las teorías de las “economías de escala” y el modelo fordista-taylorista de organización industrial. El asesor principal del Ministerio de Industrias (MICTI) de ese momento, Virgilio Roel, decía que “con 12 grandes proyectos industriales hacíamos la revolución industrial en el país”. En esa ley sí se menciona y recibe tratamiento la artesanía, que era el único que representaba a este sector y que reforzaba la idea que se trataba de actividades tradicionales, poco dinámicas que se apoyaban por razones principalmente sociales.

En realidad la promoción a la pequeña empresa (que incluye a la micro) comienza formalmente en el Perú en la década del 80, con los gobiernos democráticos de Fernando Belaúnde y Alan García. Ambos ponen el tema en la agenda, y si bien todavía no se convierte en prioridad sí empiezan a trazarse políticas, orientarse instituciones y destinar algunos recursos. Es destacable el interés demostrado por el Presidente Belaúnde por las propuestas de E.F. Schumacher, autor de “Lo pequeño es hermoso”, que logró contagiar a miembros de su partido (Acción Popular) y del gobierno. Por el lado del Estado, en esa década se crea la División de Pequeña Empresa y Artesanía en el Banco Industrial del Perú (banco estatal de fomento), y se inicia la primera Caja Municipal en Piura (1982), y por el lado del sector privado, se realizan las primeras investigaciones sobre el sector, mezcladas con el recientemente descubierto fenómeno de la informalidad<sup>15</sup>, creando el primer programa privado de crédito al sector con Acción Comunitaria (1982), que sería la primera de muchas ONGs dedicadas a la promoción del sector. Durante el gobierno del APRA se crea el IDESI (Instituto de Desarrollo del Sector Informal) con fuerte apoyo de la OIT y del Estado, COFIDE empieza a financiar y asistir al sector, y al final del mismo se da una ley de promoción al sector que intenta organizar las políticas de promoción e instituciones existentes.

En los 90s, con el gobierno de Fujimori se instala la ambigüedad: por un lado lleva como vicepresidente de la República a Máximo San Román, dirigente máximo de la Federación Nacional de la Pequeña Industria (FENAPI), y por otro lado, aplica una política económica neoliberal relativamente ortodoxa que no incluye políticas sectoriales y no reconoce ventajas en la pequeña empresa. Como parte de las reformas estructurales aplicadas en esa época se fortalece el MEF y se debilitan todos los otros ministerios e instituciones sectoriales. De todas formas, la pequeña empresa no desaparece del discurso oficial, se mantienen los programas de los 80s, en 1994 se crea el Programa de la Pequeña y Micro Empresa – PPME en el Ministerio de Industria (MITINCI) para liderar el apoyo al sector, y finalmente en 1997 se crea PROMPYME (La Comisión para Promoción de la Pequeña y Micro Empresa) que es de lejos, y hasta hoy, la principal entidad estatal de apoyo al sector. Como se mantenía en la agenda del gobierno y se mencionaba en los discursos oficiales (y siendo un gobierno autoritario en donde los funcionarios quieren quedar bien con el Presidente) casi todos los ministerios e instituciones públicas crearon sus propios programas y proyectos de apoyo al sector; de manera tal que a fines de los 90s existían 22 programas estatales de apoyo a la pequeña empresa, asentados en 9 sectores diferentes<sup>16</sup> sin ninguna coordinación entre sí y sin ningún liderazgo público. Esto significaba, por supuesto, un gran desperdicio de recursos.

---

<sup>15</sup>. En las que destacan las de Hernando De Soto del ILD, José Lanz de la UP, Jorge Vélez de Edaprosop, Daniel Carbonetto y Eliana Chávez del CEDEP, Norma Adams del IEP, F. Villarán de la Fundación Ebert, entre otras.

<sup>16</sup>. Ver *Promoción Estatal a la PYMEs en el Perú*, de F Villarán y S. Chíncharo, editado por Swisscontact en 1998 en Lima.

Por el lado del sector privado, se crea el COPEME: Consorcio de Instituciones Privadas de Promoción a las Micro y Pequeñas Empresas, que empieza con 12 instituciones y rápidamente alcanza las 55. En este período se promulga la nueva ley de bancos que incluye a las Cajas Municipales y Rurales y crea una nueva modalidad, las EDPYMEs, Entidades de Desarrollo de las Pequeñas y Micro Empresas, para facilitar la “graduación” de las ONGs financieras. También se aprueba, por parte del BID, el primer crédito MicroGlobal a COFIDE, dando lugar al “sistema de microfinanzas” en el Perú, uno de los mejores (sino el mejor) de América Latina.

Todo esto expresaba la situación que hemos calificado de ambigüedad; por un lado la pequeña empresa no era parte de las prioridades oficiales, pero por otra parte se creaban muchos programas, aunque sin racionalidad y con escasos recursos. A pesar de que en el discurso de los que diseñaban las políticas económicas, en el MEF y otros organismos, no se le daba la menor prioridad a las pequeñas empresas dentro de las políticas económicas, se expandían las instituciones, los programas y se orientaban recursos hacia el sector. Al final, la realidad tan contundente de este sector se impuso en el ambiente de la política oficial, a pesar de las resistencias ideológicas.

En el gobierno de Alejandro Toledo se inicia un proceso de racionalización de la promoción estatal y privada a las pequeñas empresas: se reforma íntegramente el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), enfatizando las políticas de generación y mejoramiento del empleo, dentro de las que ocupan un lugar central las micro y pequeñas empresas. De esta manera el MTPE se ponía en capacidad de liderar y coordinar al conjunto de instituciones públicas (y privadas) de promoción a las MIPYMEs. A partir del 2001, se crea el viceministerio del empleo y las MYPEs, la dirección general MYPE, se traslada PromPYME al MTPE, se diseña y implementa el Programa Perú Emprendedor, se prepara y promulga la Ley de Promoción a las MYPEs (Ley 28015) en julio del 2003, dando el marco jurídico necesario.

Sin embargo, y a pesar de estos avances, los recursos destinados al sector siguen siendo muy escasos, sobre todo comparado con los destinados a los programas de alivio a la pobreza, con un claro corte asistencial. Todavía la pequeña empresa no llegaba ser una prioridad dentro de las políticas económica y social del gobierno. Para volver a la pregunta original de la duda existencial: se apoya a la pequeña empresa, pero no lo suficiente; todavía no tiene el estatus de prioridad nacional que se merece.

¿Cuánto será suficiente para el apoyo a las pequeñas empresas? ¿Cuándo se puede decir que este sector se ha convertido en prioridad nacional? No hay forma de responder a estas preguntas en forma categórica y definitiva, pues ambas dependen de muchas otras variables, como por ejemplo la disponibilidad de recursos, la organización del Estado, las otras prioridades nacionales, la participación del sector privado, entre otras. Por eso, lo más que se puede hacer es aproximarse a ellas, y la mejor manera de hacerlo es mirar en otras experiencias nacionales exitosas; es decir, transitar el camino del análisis comparativo, al que hoy llaman “benchmarking”.

En el acápite que sigue vamos a presentar los programas e instituciones de promoción a las MIPYMEs de los principales países del mundo, tanto desarrollados, como en desarrollo.

### **1.3 La experiencia internacional en el apoyo a la pequeña empresa**

Las consideraciones expuestas en el punto anterior, que incluso cuestionan la propia promoción a las pequeñas empresas, son suficientes para incluir dentro de nuestro estudio la información y el análisis de lo que ocurre más allá de nuestras fronteras. Resulta indispensable conocer qué hacen y porqué otros países más desarrollados que nosotros (o menos desarrollados pero con políticas claras). Es decir, no podemos pretender que vamos a inventar la pólvora en este tema. Si bien estas comparaciones (benchmarking) son indispensables en muchos estudios de esta naturaleza, hoy se hacen todavía más necesarias por el fenómeno de la globalización que acerca países, amplía mercados, pero sobre todo impone reglas de juego comunes, crea condiciones similares para el desarrollo empresarial y homogeniza políticas públicas. Es decir, no podemos darnos el lujo, como quisieran algunos, de ser una isla desierta dentro del mar rico y agitado de la promoción a la pequeña empresa en el mundo.

Comencemos por la economía más importante del mundo, **Estados Unidos**. Las cifras<sup>17</sup> de la presencia de la pequeña empresa (small business) en este país son las siguientes:

1. Se definen como las empresas que tienen menos de 500 trabajadores.
2. Hay un total de 22.9 millones de firmas en el país, el 75% no tienen empleados (son unipersonales o autoempleo).
3. Las PEs representan el 99.7% de todas las empresas con empleados.
4. Generan el 50.1% del empleo.
5. Pagan el 44.3% de la planilla privada.
6. Crean el 70% de los nuevos empleos anualmente.
7. Aportan con más del 50% de del PBI no agrícola.
8. Emplean al 39% de los profesionales high tech (como científicos, ingenieros, expertos en computación y sistemas).
9. Son el 97% de todos los exportadores, y contribuyen con el 29% de las exportaciones.
10. En los últimos 15 años se han creado entre 570,000 y 600,000 nuevas empresas cada año.

La institución estatal encargada de dar el apoyo a la pequeña empresa es la Small Business Administration (SBA), que es una agencia que depende directamente del presidente de los Estados Unidos, como es el caso de la CIA. El presidente George Bush, en uno de los recientes informes anuales que debe realizar por ley dando cuenta de lo que su administración ha hecho por este sector, fundamenta las razones por las cuales su país apoya a las pequeñas empresas: “Hay algunos que argumentan que los grandes negocios, que obtienen sus ganancias de la ‘economía de escala’, pueden producir mucho más eficientemente que los pequeños negocios. Pero en los pequeños negocios es donde se hacen las innovaciones. Los cambios se hacen más rápido, son más flexibles y con frecuencia son más audaces que en las grandes empresas”. Y añade: “Ellas mantienen intacta la herencia del ingenio y el espíritu empresarial además de que ayudan a mantener el ‘Sueño Americano’ al alcance de millones. En cada paso que se da, la SBA esta allí para ayudar”.

Los servicios que brinda la SBA a las pequeñas empresas son múltiples y variados, y se pueden agrupar en siete áreas:

a) Asistencia técnica: básicamente capacitación y asesoría, dentro de los que destacan los programas de emprendedorismo<sup>18</sup> – entrepreneurship y los centros de desarrollo de pequeñas empresas instalados en las universidades del país.

---

<sup>17</sup>. Fuentes: U.S. Bureau of the Census; Advocacy-funded research by Joel Popkin and Company (Research Summary #211); U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics, Current Population Survey; U.S. Department of Commerce, International Trade Administration. ([www.sba.gov](http://www.sba.gov))

<sup>18</sup>. Este es un nuevo término que no tiene un significado acordado en castellano; viene del inglés entrepreneurship, los argentinos usan empresarialidad, los colombianos espíritu empresarial, los brasileños usan emprendedorismo. Nuestra percepción es que esta última palabra es la que mejor refleja el concepto original en inglés, ya que se trata de un fenómeno; el proceso empresarial.

- b) Asistencia financiera (préstamos , inversiones y garantías)
  - c) Compras y contratos del Estado (las instituciones y empresas del Estado están obligadas a cubrir un porcentaje variable de sus compras al sector).
  - d) Comercio Internacional (asistencia para la exportación).
  - e) Apoyo a las minorías (mujeres, nativos americanos, veteranos de guerra)
  - f) Mejoramiento e información sobre el marco legal y regulatorio.
  - g) Cabildeo (advocacy) a favor de los intereses de las pequeñas empresas del país.
- El presupuesto de la SBA en el 2004 ha sido de 671 millones de dólares.

La segunda economía del mundo, **Japón**, representa un ejemplo perfecto de evolución coherente en la promoción de sus pequeñas empresas, pues prueba la estabilidad y continuidad en la prioridad que los sucesivos gobiernos le otorgaron, y muestra como fueron creando, paso a paso, un sistema de promoción muy eficaz. Como en los otros casos comencemos con algunas cifras que dan cuenta de la importancia de la pequeñas empresas en la economía japonesa:

1. Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs) se definen como sigue:  
Sector Industria y Minería – hasta 300 trabajadores  
Sector Comercio – hasta 100 trabajadores
2. Las Pequeñas Empresas (PEs) se definen como sigue:  
Sector Industria – hasta 20 trabajadores  
Sector comercio y servicios – hasta 5 trabajadores
3. Representan el 99.7% de las 4.7 millones de empresas del país<sup>19</sup>.
4. Dan empleo al 70.2% de una fuerza laboral total de 42.65 millones de trabajadores.
5. Generan el 50.1% del Valor Agregado (VA) Industrial, y 73% de VA Comercial.
6. La productividad de las PYMEs es el 51% de la de las Grandes Empresas.

Las etapas del desarrollo de la promoción a las MYPEs corresponden con sus respectivos períodos históricos:

a) Los inicios (1945 – 1954): En este período se crea la Agencia de la Pequeña y Mediana Empresa del Japón (1948) dentro del Ministerio de Comercio e Industria (MITI), encargada de diseñar, liderar y coordinar la promoción al sector. Ese mismo año (1948) se levanta el sistema de consultoría para la orientación y gestión de las PYMEs, con participación del sector privado de consultoría. En 1949 se promulga la Ley de las Asociaciones cooperativas de pequeña y mediana empresa, fomentando la asociatividad entre ellas. En 1950 se ponen las bases del apoyo financiero al sector, creando la Corporación Financiera Japonesa para los Pequeños Negocios, y posteriormente dando la Ley de Garantías de Crédito para al sector (1953). Es decir, en esta primera etapa se enfatiza el apoyo financiero, la asesoría y la asociatividad.

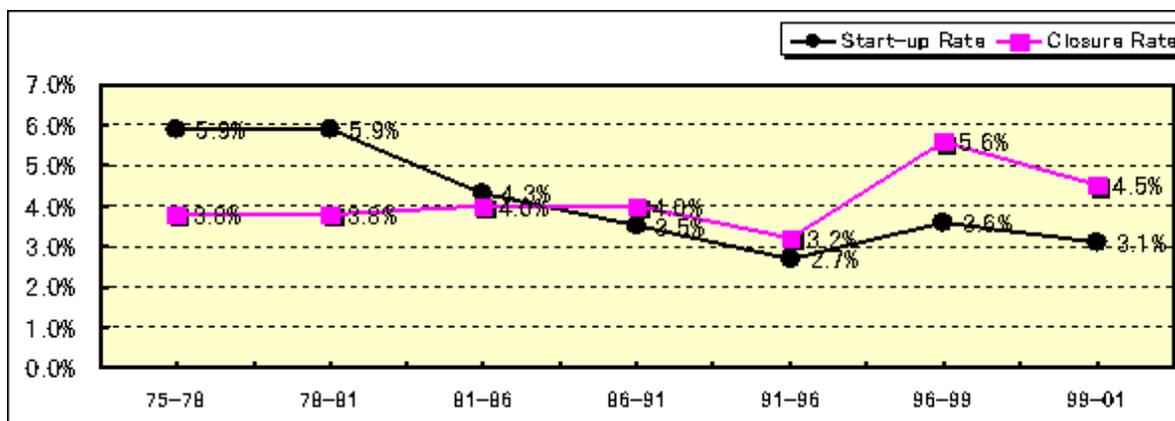
b) Alto crecimiento (1955-1972): En 1956 se promulga la Ley de la Subcontratación, iniciando un largo camino de promoción de esta moderna herramienta de organización empresarial que probablemente se lo más característico de la economía japonesa. En esta etapa también se fomenta la organización gremial de los empresarios del sector, con la Ley de las Organizaciones de la Pequeña y Mediana Empresa (1957) y más tarde con la Ley de las Asociaciones de Comercio e Industria (1960). En el año 1963 se da la Ley de Promoción de la Productividad, así como la primera (de varias) Ley Básica de la Pequeña y Mediana Empresa, que viene a ser una síntesis de todos los mecanismos de apoyo y promoción. En esta segunda etapa vemos que el énfasis se dio en la subcontratación y la organización gremial.

<sup>19</sup> . Para esta y las otras cifras las fuentes utilizadas han sido: (i) Ministry of Public Management, Home Affairs, Posts and Telecommunications, Establishment and Enterprise Census of Japan (2001), y (ii) Ministry of Economy, Trade and Industry, Census of Manufactures.

c) Crecimiento Estable (1973 – 1984): En esta etapa se sientan las bases de su sistema de compras del Estado, en el que participan los ministerios y las instituciones nacionales así como los municipios locales. Como parte de este esfuerzo se crean los Centros de Información para las Pequeñas y Medianas Empresas en todo el país. En 1980 se crea el Instituto para la gestión y tecnología de la pequeña empresa. Como vemos, en esta tercera etapa se trabajó el tema de las compras del Estado, la información y la tecnología.

d) Período de Transición (1985-2004): Previendo los avances de la globalización y los cambios que imponía la reciente revolución tecnológica, el Japón toma una serie de medidas que facilitan el “cambio estructural y una suave adaptación” de sus PYMEs. En el año 1995 se promulga la Ley para la Promoción de Actividades de Negocios Creativos de las PYMEs y en 1999 se da la Ley para el Apoyo a la Innovación en los Negocios de las PYMEs. Ese mismo año se aprueba la Nueva Ley Básica de la Pequeña y Mediana Empresa de Japón, cuyo objetivo central es la promoción de la innovación en los negocios y la creación de nuevas empresas (start-ups). El año 2000 se implementa el Sistema de Innovación de la Pequeña Empresa que incluye el apoyo desde la fase de investigación hasta la fase de comercialización de las innovaciones en las empresas, fomentando al mismo tiempo la integración con el mundo académico y los centros de investigación. A partir de ese año se crean los Centros de Apoyo Múltiples (o de una sola parada, como también se les llama), en donde los empresarios y empresarias de las PYMEs reciben todo el apoyo público y privado. Estos Centros usan las modernas tecnologías de la información y los principios de la organización en red. En esta última etapa claramente destacan la innovación y el emprendedorismo.

Justamente, este último tema es el que, según las autoridades económicas, representa el mayor problema actual del país puesto que en los últimos años ha disminuido el ritmo de creación de nuevas empresas (como vemos en el cuadro a continuación). La globalización y la revolución tecnológica en curso han creado una situación, desde hace unos 15 años, en la que los cierres o quiebras de empresas exceden en número a las nuevas empresas creadas. Esta situación se ha interpretado como que el espíritu empresarial de los japoneses está decayendo, y siendo este uno de los motores principales del crecimiento económico se esta tratando de resolver el asunto. Las pequeñas y medianas empresas vienen a ser el vehículo principal para crear un mayor espíritu empresarial, sobre todo en la juventud japonesa, y para aumentar el número de nuevas empresas creadas en el país.



El presupuesto destinado por el gobierno de Japón para financiar a las entidades de promoción de las pequeñas y medianas empresas asciende a un total de 163 millones de

dólares anuales. Respecto de los fondos canalizados a través de la Corporación Financiera para la Pequeña y Mediana Empresa (estatal), estos llegan a un total anual de 11,800 millones de dólares.

La principal economía europea es **Alemania**, país que tiene una antigua tradición de promoción a la pequeña empresa; el sur de Alemania es conocido por su poderío industrial y su productividad laboral, pero también por una importante presencia de pequeñas y medianas empresas. La participación de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) en la economía alemana se mide como sigue:

1. Representan el 99.3% del total de empresas existentes en el país.
2. Generan el 69.3% del empleo la economía.
3. Son responsables del 44.8% de las ventas totales.
4. Crean el 57% del Valor Agregado Industrial.
5. Aportan con el 46% de las Inversiones netas anuales.
6. El 80% de las plazas para el entrenamiento y capacitación de los trabajadores se generan en las pequeñas y medianas empresas.

Otra de las economías más dinámicas de Europa es **Italia**, en donde la pequeña y mediana empresa juega un rol central. Según las autoridades del país, este sector es la fuente principal de crecimiento e innovación. En la región noreste, conocida como la tercera Italia, la presencia de las pequeñas empresas es la más alta de todas las regiones y es responsable que tenga los mayores niveles de exportaciones per cápita. La presencia de la pequeña y mediana empresa se mide por las siguientes cifras:

1. Son el 99.9% de las firmas totales en la industria y los servicios<sup>20</sup>.
2. Generan el 82.2% del empleo total en la economía.
3. El 72% del empleo en el sector industrial.
4. El 90% del empleo en los servicios y la construcción.
5. Italia se encuentra en los primeros lugares en el ranking de Emprendedorismo Internacional (GEM).

En ambos países las definiciones de pequeña y de mediana empresa son las mismas que para toda la Unión Europea, es decir: Pequeña Empresa, hasta 50 trabajadores y Mediana Empresa, hasta 250 trabajadores.

En el grupo de las economías emergentes destaca con claridad **China**, que como sabemos está creciendo a un ritmo promedio anual de 9.4% en los últimos 25 años, lo que le ha permitido convertirse en la tercera economía mundial, después de Estados Unidos y Japón. Sus exportaciones en el 2004 ascendían a 550,000 millones de dólares, y reciben un promedio de 60,000 millones de dólares de inversión extranjera al año. Si sigue con este ritmo de crecimiento (y los principales países mantienen los suyos) se podría convertir en la primera economía del mundo en 25 o 30 años. Este éxito económico chino es atribuido a su apertura, a su agresiva política de exportaciones, pero sobre todo a su gran mercado potencial y mano de obra barata (así como calificada y dócil<sup>21</sup>) que resulta un atractivo irresistible para la inversión de los países más

<sup>20</sup>. Los datos tanto para Alemania como para Italia tienen como fuente: IKED – International Organization for Knowledge Economy and Enterprise Development, Suecia, 2005.

<sup>21</sup>. Esta es una de las características de la economía china que no se menciona con frecuencia, aunque es altamente valorada por los inversionistas extranjeros, ya que no hay huelgas ni protestas por parte de los trabajadores. Ellos no tienen, en la práctica, libertad de organización sindical ni derecho de huelga. Formalmente sí existen estos derechos, pero el Partido Comunista Chino que maneja el gobierno también controla los sindicatos, los que por lo tanto no ejercen estos derechos. Esta una de las causas de competencia desleal con otros países como el Perú donde sí se ejercen, pues no existen las mismas condiciones laborales.

desarrollados. Las principales empresas del mundo tienen inversiones en China, llevando su tecnología y técnicas de gestión que mezcladas con la mano de obra china producen una alta productividad y sobre todo una alta rentabilidad. Por ello se tiene la idea que los grandes protagonistas del crecimiento chino son las empresas extranjeras, y ciertamente lo son; pero no exclusivamente. Existe en la economía china un fuerte sector de pequeñas empresas que tiene, según fuentes oficiales, las siguientes características:

1. Contribuyen con el 60% del PBI Chino.
2. Generan el 75% del empleo urbano.
3. Son responsables por la creación de la mayor parte de los nuevos empleos generados en China.
4. Son el principal destino de los despedidos por las privatizaciones de las empresas estatales chinas.

Lo más interesante en el caso de China son las razones por las que el gobierno apoya las pequeñas empresas. Entre las principales razones se encuentran las siguientes: (i) La capacidad de crear empleo de las PEs las convierten en un factor clave para garantizar la estabilidad social. (ii) Es una fuente de empleo para los jóvenes que entran al mercado laboral. Como antecedentes para explicar esta situación hay que tener en cuenta que las empresas privadas nacionales sufrieron un ambiente político hostil desde 1949 hasta el año 1992. Ese año el Partido Comunista Chino, en su Congreso número 14, declara que China tenía una economía “socialista de mercado” y plantea que las empresas privadas nacionales deben jugar un papel importante en la economía, junto con las empresas estatales y las cooperativas. En el 15 Congreso (de 1997), a las empresas privadas se les otorga el rol principal para el crecimiento, innovación y generación de empleo. Para el año 1999 se reforma la constitución que da plena representatividad a las empresas privadas, nacionales y extranjeras en la economía y la sociedad China (hasta antes ellas no tenían al mismo estatus que otros sectores económicos y sociales, como era el caso de los obreros, campesinos, empresas estatales y cooperativas). Finalmente, en el año 2000, el entonces Presidente Jiang Zemin propone que el partido incorpore a “los nuevos elementos de la sociedad China”, principalmente a los empresarios. Esto, por supuesto, representaba una ruptura radical con la ortodoxia marxista, en la que los empresarios, o burgueses, eran “enemigos de clase” y debían ser eliminados en la sociedad comunista.

Respecto a la pequeña empresa, el caso de **Cuba** es lo opuesto a China, a pesar de que ambos son gobernados por sendos partidos comunistas. Vale la pena mirarlo porque es un ejemplo en negativo. En este país se han dado facilidades para la inversión extranjera (cosa común con China) en el sector turismo, la que ha convertido a la isla en uno de los destinos turísticos más atractivos del continente, creando una fuente de divisas vital para la economía cubana. Sin embargo la política frente a la pequeña empresa es muy diferente. A principios de los 90s, y luego del colapso de la Unión Soviética, Cuba empezó a introducir reformas en su economía, impulsando el mercado y la propiedad privada en pequeña escala. Permitted, y en cierta medida alentó, cuatro formas de pequeños negocios: (i) pequeños agricultores que podían vender su producción en el mercado libre, (ii) ferias comerciales en donde los comerciantes podían vender sus mercaderías libremente al público, (iii) taxis privados, al alentar a los propietarios a brindar sus servicios a los turistas, y (iv) paladares, que es el nombre que se le dio a los restaurantes familiares, creados por sus propietarios en sus propias viviendas. Estos pequeños negocios florecieron en toda la isla, creando empleo e ingresos para mucha gente. En el caso de los paladares, se crearon alrededor de 800 en La Habana. Desgraciadamente este “éxito” generó temores y celos en las autoridades cubanas que vieron el peligro del surgimiento de una “burguesía” nativa que acentuaría las diferencias sociales. Por ello, a finales de los 90s se revierte el proceso, y se comienza a desincentivar la creación de pequeñas empresas: en el caso de los paladares se crea un

impuesto “flat” de 950 dólares mensuales a todos ellos, sin importar cuánto vendían. Esto significó que la mayoría de los paladares cerrara sus puertas, quedando aproximadamente unos 40 en la capital de Cuba. La conclusión de esta experiencia es que a un país no se le mide su adhesión a la economía de mercado y a la democracia por su tratamiento a la inversión extranjera sino por su política práctica respecto de sus pequeñas empresas.

La economía sudamericana más importante, **Brasil**, tiene una presencia muy importante de pequeñas y de micro empresas, y exhibe una política de promoción a las mismas con muchos elementos novedosos. Como en los otros casos, comencemos mostrando algunas cifras respecto de la participación del sector en su economía.

1. Representan el 99.2% de un total de 4.88 millones de empresas existentes en todo el país.
2. Generan el 56.2% del empleo total.
3. La informalidad esta compuesta por 9.5 millones de unidades, principalmente trabajadores por cuenta propia y microempresas (de 1 a 5 trabajadores).
4. En el ámbito rural existen 4.1 millones de pequeños propietarios agrícolas.

La institución de promoción al sector más importante, de lejos, es el SEBRAE: Servicio Brasileño de Apoyo a la Pequeña y Micro Empresa. Es una sociedad privada sin fines de lucro, aunque las instituciones que la dirigen son principalmente del Estado, lo que asegura que hay una relación fluida con las políticas públicas y con las actividades de los diversos organismos estatales. Su mandato es apoyar a las micro y a las pequeñas empresas (MYPEs), es decir, a los estratos más pequeños. Su fuente de recursos es un aporte obligatorio de los trabajadores que representa el 0.6% de las planillas; esto equivale a un ingreso a anual de 840 millones reales (350 millones de dólares). Con estos recursos mantienen operativas 600 oficinas en los 26 Estados de Brasil. Las prioridades que actualmente orientan su actividad de promoción son:

- Reducir la carga tributaria y la burocracia para las MYPEs.
- Universalizar el crédito.
- Promover una educación emprendedora en todos los niveles educativos.
- Facilitar el acceso a las tecnologías modernas e incentivar innovación.
- Apoyar el acceso a mercados externos y más dinámicos.
- Fomentar las acciones colectivas y la cooperación entre empresas.

También existen muchas instituciones privadas que trabajan y apoyan al sector, así como otros organismos públicos que brindan servicios a las MYPEs, sin embargo la dimensión y envergadura de sus actividades le otorgan un liderazgo indiscutible.

Otro de los países latinoamericanos con activas políticas y programas de promoción a las pequeñas empresa es **Chile**. En este país la entidad encargada de promover a las empresas del sector es CORFO: la Corporación de Fomento de la Producción, que es una entidad del Estado con autonomía económica y administrativa. Su misión institucional es: “Fortalecer la competitividad del sistema productivo, con esfuerzos públicos y privados articulados, complementando la operación de los mercados por medio del fomento al mejoramiento de la gestión y la asociatividad, la innovación y la prospección, la formación de capital y creación de nuevos negocios, para contribuir al desarrollo equilibrado de Chile”

Sus Objetivos Estratégicos son los siguientes: (i) Fortalecer la competitividad de las empresas, fomentando el mejoramiento de la gestión, la asociatividad y el fortalecimiento de las cadenas productivas. (ii) Fomentar el desarrollo de procesos de innovación y emprendimiento con impacto en el sistema empresarial y productivo a través de la promoción de actividades de investigación, desarrollo y difusión de tecnología, la generación de capacidades y la articulación y creación de nuevos negocios. (iii)

Aumentar el acceso a crédito de los empresarios que componen la PYME y a los estudiantes de educación superior, complementando la oferta de instrumentos financieros. (iv) Fortalecer la modernización y el mejoramiento de la gestión institucional.

Finalmente, presentamos a continuación sus principales productos:

#### 1 FOMENTO DE LA CALIDAD Y LA PRODUCTIVIDAD

- Fondo Asistencia Técnica (FAT)
- Fomento a la Calidad

#### 2 FOMENTO DE LA ASOCIATIVIDAD PRODUCTIVA

- Proyecto Asociativos de Fomento (PROFO)
- Programa Desarrollo Proveedores (PDP)
- Programa Territorial Integrado (PTI)

#### 3 APOYO A LA INNOVACION

- Proyectos de innovación precompetitiva y de interés público.
- Proyectos de innovación tecnológica empresarizables
- Proyectos de apoyo al emprendimiento y a la creación de nuevos negocios
- .Proyectos de Innovación tecnológica o transferencia tecnológica desarrollados por empresarios.

#### 4 APOYO AL FINANCIAMIENTO

- Programa de crédito CORFO inversión
- Programa de crédito CORFO exportación
- Programa de crédito CORFO estudios superiores
- Factoring
- Programa Microcrédito
- Preinversión

Resulta interesante comparar las actividades que realiza CORFO a favor de las pequeñas empresas, con las que realiza COFIDE (Corporación Financiera de Desarrollo) en el Perú. Esta última se dedica principalmente a cumplir un rol de segunda piso, obteniendo recursos financieros para las empresas peruanas, a ser canalizados a través de los intermediarios financieros (Bancos, Cajas Municipales, Rurales y EDPYMEs). No tiene ninguno de los programas de calidad y productividad, asociatividad productiva, ni de innovación. El único servicio que presta COFIDE al sector MIPYME, aparte de la obtención de líneas de crédito es el Centro COFIDE, en donde brinda información sobre servicios de desarrollo ofrecidos por otras instituciones, principalmente privadas, y brinda apoyo para la formalización de las empresas. Un verdadero abismo entre ambas instituciones.

### **1.4 Procesos estructurales que condicionan el desarrollo de las MIPYMEs**

La situación que enfrentan las pequeñas empresas en los inicios del siglo 21 es bien diferente a la que existía en los momentos en que se diseñaron los primeros programas de promoción al sector, esto es, a mediados del siglo pasado. En esas épocas, dominadas por la post guerra, tanto los países desarrollados que enfrentaban la reconstrucción de sus economías, como los países en desarrollo, en los que la necesidad del crecimiento y el bienestar se tornaba urgente, las pequeñas empresas empezaban a ser vistas como claves para lograr sus objetivos. Las condiciones que tenían al frente para sus desarrollo se caracterizaban por mercados internos, en muchos casos protegidos, que brindaban el impulso central para su desarrollo, tecnologías

relativamente estables, y sobre todo, modelos de organización dominados por el fordismo-taylorismo. Hoy día esas condiciones han cambiado radicalmente, (i) la globalización y el comercio mundial se han convertido en poderosos motores del crecimiento, aunque también incluyen amenazas reales, (ii) estamos en medio de una revolución tecnológica que afecta a todas las actividades económicas, y (iii) se ha consolidado un nuevo modelo organizacional sobre los escombros del fordismo, A continuación vamos a analizar estos tres procesos estructurales y cómo es que condicionan el desarrollo de las empresas del sector.

### **La globalización en marcha**

Este es el fenómeno<sup>22</sup> más citado para explicar tanto éxitos como fracasos, y ciertamente significa una influencia decisiva para el desarrollo de cualquier país, sea este desarrollado o en vías de serlo. Resulta absolutamente necesario entender qué significa la profundización de la globalización, conocer sus características y utilizarlo a nuestro favor, como ya lo están haciendo muchas empresas, regiones y países como China, India, Corea, Malasia, Irlanda y Finlandia, entre otros. El enfoque del Banco Mundial es muy pertinente, al considerar a la globalización como un proceso de integración de las sociedades y las economías. Esta integración es el resultado de costos de transporte reducidos, menores barreras comerciales, más rápidas comunicaciones (en especial de las ideas), mayores flujos de capitales e inversiones, y una presión creciente para la migración, tanto al interior de países y regiones, como a nivel mundial.

Según esta institución han habido tres olas en el proceso de globalización: la primera vino entre 1870 y 1914 con una ampliación sin precedentes del comercio mundial (apertura de rutas internacionales con el canal de Suez y de Panamá, y uso de veloces barcos de acero), aunque el fenómeno más notorio fue el de la migración entre países; el 10% de la población mundial se desplazó a lo largo y ancho del globo, destacando los flujos de personas de Europa hacia las Américas, y los de China hacia toda el Asia<sup>23</sup>. Luego vino un negro período de la historia mundial signado por la primera guerra mundial, la gran depresión de los 30s y la segunda guerra mundial (1939-1945), en el que el comercio mundial, el flujo de capitales y de personas, el intercambio cultural y de ideas, retrocedió en forma considerable. Se cerraron las fronteras, se armaron los países, se pelearon entre ellos, muriendo mucha gente en el proceso, no sólo por cuenta de las guerras sino también por el retroceso económico y el aumento de la pobreza. Fue un claro ejemplo histórico de la correlación entre nacionalismo, proteccionismo, intolerancia y violencia que deberían tener en cuenta los críticos radicales a la globalización.

La segunda ola vino después de la segunda guerra mundial, entre 1950 y 1980, y se caracterizó claramente por la aceleración del comercio (se construye toda la arquitectura del comercio mundial que empieza con el GATT) y el flujo de capitales. Sin embargo lo característico de esta segunda ola fue que se beneficiaron principalmente los países ricos, principalmente Europa, los Estados Unidos y Japón, abriendo aún más las brechas entre países pobres y ricos. En los países del tercer mundo predominaban políticas proteccionistas y de desarrollo hacia adentro, en especial en América Latina, el Asia y los

---

<sup>22</sup>. Somos conscientes que se trata de un tema polémico por ello es necesario asumir un punto de vista de partida; para este caso vamos a recoger las propuestas del documento del Banco Mundial denominado *Globalization, Growth and Poverty: building an inclusive world economy*, Oxford University Press, Washington, 2002, en el que se identifica globalización con un proceso de integración global multidimensional en el que hay claramente ganadores, y no tiene porqué haber perdedores.

<sup>23</sup>. En retrospectiva uno puede juzgar como tremendamente injustas e inconvenientes las restricciones al libre flujo de personas que imponen los países del primer mundo, sobre todo Europa y USA, pues fueron precisamente ellos los que más se beneficiaron con las primeras olas migratorias. Hoy día los flujos migratorios implican sólo al 2% de la población mundial, cuando hace 100 años implicaban al 10%, y en esa época nadie les puso trabas.

países socialistas. Unos pocos países en desarrollo lograron salirse de esta trampa y se orientaron hacia el mercado mundial, como Corea, Taiwán, Singapur y Hong Kong (los cuatro tigres), con los resultados que todos conocemos.

La tercera ola empieza en 1980 y continúa hasta nuestros días, y su característica principal es que ahora la están liderando los países en desarrollo. Son estos países, dentro de los que destacan China, India, Vietnam, Malasia, Hungría y también Chile, México y Brasil, los que están aprovechando el dinamismo del comercio mundial (que crece mucho más rápido que los PBIs de los países) y del flujo de capitales e información. Los países en desarrollo que el Banco llama “globalizados” han crecido a un ritmo de 4% durante los 80s y al 5% durante los 90s; China sola ha crecido a un ritmo promedio de 9.4% anual desde 1979, todo un record mundial. Ellos representan un total de 3,000 millones de personas (3 billones), es decir, la mayoría de la humanidad esta embarcada en una senda de franco desarrollo. Por primera vez, el número absoluto de pobres, que venía creciendo sostenidamente desde 1840, ha bajado en 200 millones en los últimos 20 años. Otro signo distintivo de esta ola de globalización es que las exportaciones de los países en desarrollo han cambiado, antes eran predominantemente de materias primas, hoy son 80% de manufacturas.

Sin embargo hay muchos países que se están quedando atrás, que están retrocediendo, que no están aprovechando las oportunidades de esta tercera ola. Según el Banco Mundial ellos se encuentran principalmente en el Africa y en la ex Unión Soviética, pero también los hay en el Medio Oriente, el Asia y en América Latina. Son un grupo de países no globalizados, que en los últimos 20 años han decrecido en promedio 1% al año. Se trata de 2 billones de personas que son cada vez más pobres y tienen cada vez menos oportunidades. Al Perú es difícil clasificarlo, en los 80s estuvo claramente en este grupo, pero en los 90s intentó pasarse al primero y lo logró a medias; recién en este nuevo siglo muestra signos de vitalidad y desarrollo sostenido, aunque los peligros del retroceso y vuelta al pasado no desaparecen.

Es cierto que al interior de los países en desarrollo “globalizados” hay problemas de desigualdad y mala distribución de los beneficios del desarrollo, y vemos casos en que la globalización profundiza estas desigualdades, pero también hay casos en que las ha atenuado, como en Filipinas y Malasia. En China hay más ricos que antes, pero claramente los pobres son menos pobres (los pobres extremos rurales han pasado de 250 millones en el 78 a 34 millones en el 99). Los mayores problemas en este campo se encuentran en América Latina, el propio Banco Mundial reconoce que la globalización ha empeorado la desigualdad que ya era muy grande, por lo que no debería sorprender los crecientes problemas de gobernabilidad que están enfrentando nuestros países.

Es igualmente cierto que el documento del Banco Mundial no avanza mucho en las propuestas que aseguren una “economía mundial inclusiva” que ellos mismos proponen. Es en este terreno de las propuestas que hay mucho camino por recorrer.

### **La revolución tecnológica**

Respecto a la actual revolución tecnológica<sup>24</sup> nos interesa reconocer sus rasgos principales de manera de poder adaptarnos a lo que viene, y sobre todo, aprovechar las oportunidades que encierra. Según Carlota Pérez estamos ante la quinta revolución tecnológica (siendo la revolución industrial inglesa de fines del siglo 18 la primera), la que

---

<sup>24</sup>. Si bien hay muchos autores que han estudiado y documentado este fenómeno, rescatamos la visión sistémica de Carlota Pérez, Christopher Freeman y Nathan Rosenberg. En particular la primera autora tiene un impactante libro reciente: Technological Revolutions and Financial Capital, Edward Elger, Chentelham UK, 2002, que describe los cambios profundos a nivel tecnológico y sus efectos en la economía, sociedad y sistema financiero.

se define como la era de la información, el conocimiento, la microcomputación y las telecomunicaciones. Las tecnologías e industrias nuevas que trae consigo son: Microelectrónica barata y de consumo ampliado, computadoras al alcance de las empresas y los hogares, software adecuado a las necesidades de los usuarios, telecomunicaciones, instrumentos de control, desarrollo (por computadora) de las biotecnologías y los nuevos materiales. Todo ello supone un despliegue de nueva infraestructura (que se suma a las redes de caminos y de electricidad): comunicaciones digitales mundiales (cable, fibra óptica, radio y satélite), Internet-Correo y otros servicios electrónicos, redes eléctricas de fuentes múltiples y uso flexible, y transporte físico de alta velocidad (tierra, mar y aire).

Los nuevos conceptos, principios y teorías que este nuevo paradigma técnico-económico implica son los siguientes: uso intensivo de la información con base en la microelectrónica (TICs), integración descentralizada de estructuras en red, el conocimiento como capital y como base del valor añadido intangible, predominancia de la heterogeneidad-diversidad-adaptabilidad, creciente segmentación de mercados y proliferación de nichos, economías de cobertura y especialización combinadas con escala, interacción entre lo global y lo local, cooperación empresarial hacia adentro y hacia fuera, contacto y acción instantánea dentro de la comunicación global también instantánea<sup>25</sup>.

Las empresas, regiones o países que no se adapten (esta es la palabra adecuada porque no hay forma de detener este proceso) a las nuevas tecnologías y a las condiciones que ellas necesitan para expandirse, sobre todo a nivel de la infraestructura de comunicaciones, van a ir quedándose en el camino del subdesarrollo, como ya está sucediendo con países y regiones enteras. El diseño de los proyectos y programas en (y con) los conglomerados deberán basarse en estas realidades, mirando hacia adelante y no hacia atrás.

### **Especialización Flexible**<sup>26</sup>

Dos profesores del MIT, Michael Piore y Charles Sabel, tuvieron la inteligencia y perspicacia de percibir un cambio cualitativo y radical en la estructura industrial mundial, así como en la forma de producción y de organización a nivel de las empresas. Ellos detectaron y documentaron el cambio de una tendencia que venía desde la primera revolución industrial; en otras palabras pudieron descubrir el inicio del fin de un ciclo de organización industrial que duró 200 años. Las tendencias a la centralización y concentración de capitales, de predominio de la competencia liquidadora, donde ganaban las grandes empresas a costa de las pequeñas, de exacerbación de la vocación de dominio monopolista de los mercados, llegó a su máxima expresión en el modelo (o paradigma) fordista-taylorista de producción (que por cierto se aplicó a plenitud no sólo en los países capitalistas sino también en la Unión Soviética y la Alemania nazi). Este modelo, también llamado de producción en masa, se caracterizó por la gran escala de producción, la estandarización de los productos, una estructura organizativa vertical en las empresas con sistemas jerarquizados de muchos niveles, la predominancia de trabajadores poco calificados, y el uso masivo de maquinaria rígida y de un solo propósito.

---

<sup>25</sup> Carlota Perez, Op. Cit.

<sup>26</sup> Los primeros en plantear este concepto fueron Michael Piore y Charles Sabel en The Second Industrial Divide, New York, Basic Books, 1984. Fueron seguidos por un conjunto de autores que investigaron el fenómeno, describieron sus características y propusieron políticas para aprovecharlo mejor; en este grupo de autores destacan: Werner Sengenberger, Hubert Schmitz, Giacomo Becattini, Brigitte Spaeth, F. Pyke, Harald Fuhr, John Humphrey, Marco Dini, entre otros.

Las empresas, regiones o países que en los 70s y 80s persistían en estas viejas formas de organización se iban quedando atrás, iban siendo rebasados por las empresas, regiones y países que asumían en nuevo modelo de organización industrial, la especialización flexible. Este se caracteriza por su innovación y dinamismo tecnológico, la reducción de escalas de producción, su organización horizontal al interior de las empresas, el rol activo que adquirirían los recursos humanos (todos los trabajadores y no sólo los ejecutivos como en el modelo anterior) con creciente calificación, el uso de maquinaria multipropósito, la diversificación y personalización de los productos finales, y finalmente, la ampliación de la cooperación entre empresas, las universidades y las instituciones de promoción (estatales o privadas). Esta última característica es crucial pues superaba la idea que toda empresa es enemiga y que había que destruirla, que tanto predominó entre el medio privado a mediados del siglo pasado, así como esa otra idea que el Estado es nocivo y hay que reducirlo al mínimo.

En este nuevo paradigma las medianas, las pequeñas y aún las micro empresas juegan un rol importante en la economía, no sólo como generadoras de empleo (que siempre ha sido su principal característica) sino también como factores de dinamismo, eficiencia y productividad; al ser parte de articulaciones y redes empresariales que potenciaban a todos sus miembros y generaban riqueza para las regiones donde se asentaban. Se desterraba así la idea (que desgraciadamente todavía prevalece en algunos ambientes) que las pequeñas empresas eran signos de atraso, estancamiento, obsolescencia y falta de dinamismo.

Si alguno tuvo dudas sobre estas teorías y su relevancia para el desarrollo económico y la competitividad de las empresas, basta ver la más importante investigación realizada sobre la industria automotriz<sup>27</sup> mundial, para un período de cinco años, realizada por el International Motor Vehicle Program (IMVP) del MIT, y cuyos resultados fueron publicados en 1990<sup>28</sup>. Este estudio reveló que las empresas norteamericanas se estaban quedando totalmente rezagadas respecto de sus pares japonesas, y aún europeas o coreanas; ellas pasaron de tener una participación del 74% de la producción mundial de vehículos en 1955 a una participación del 26% a fines de los 80<sup>29</sup>. Y la razón central para explicar este resultado era que las empresas norteamericanas seguían utilizando los viejos sistemas y métodos de la producción en masa, mientras que las empresas japonesas lideraban la transformación en un nuevo sistema que los autores llaman: “producción ajustada” o producción flexible. Este consiste básicamente en que la compañía se concentra en las actividades centrales (core business): diseño, ensamblaje, acabados finales, ventas, y todo el resto se le encarga a otras empresas con las que establecía relaciones de confianza y intenso intercambio de información y tecnología. Mientras que las empresas norteamericanas fabricaban ellas mismas el 75 a 80% del valor del vehículo, las empresas japonesas andaban por el 25%. También influyeron notables innovaciones como el “just in time” (kanban en japonés), el kaizen (pequeñas mejoras continuas), los círculos de calidad y la capacitación permanente de los trabajadores (sin distinción de rango o actividad).

La mejor empresa del mundo, según esta investigación, era la Toyota, y uno de sus secretos es precisamente la inmensa red de proveedores y subcontratistas que posee,

---

<sup>27</sup>. La industria de las industrias como la calificó Peter Drucker en uno de los primeros libros: The Concept of Corporation, de 1946; concepto que se mantiene pues sigue siendo la principal industria mundial con una producción de más de 50 millones de vehículos al año.

<sup>28</sup>. El libro que presentó los resultados de esta investigación se llamó: The Machine that Changed the World, de los autores: James Womack, Daniel Jones, Daniel Ross y Donna Sammons, publicado por Macmillan Publishing Company en 1990 en USA.

<sup>29</sup>. En ese mismo período la participación mundial de las empresas japonesas pasó del 1% a cerca del 30%.

que a principios de los 80s alcanzó la cantidad de 47,308 empresas<sup>30</sup>, la mayoría pequeñas y medianas, y aún microempresas (168 de primer nivel-relacionadas directamente con la Toyota; 5,437 de segundo nivel-relacionadas con las del primer nivel, y 41,703 de tercer nivel). Todo esto, por supuesto, es de gran relevancia para el futuro de la pequeña empresa, pues nos indica cuáles son las tendencias mundiales en materia de relaciones entre grandes y pequeñas empresas; no estamos aquí frente a una moda, o frente a una teoría novedosa de un buen vendedor de teorías (como podría ser el caso de Michael Porter), sino ante un proceso estructural que se está expandiendo a nivel mundial y que nos indica que es el camino a seguir si no queremos quedarnos fuera de la historia.

Como conclusión de este acápite diremos que el reto que el Perú tiene por delante es el de aprovechar todas las posibilidades y ventajas que nos dan (i) la renovada globalización, (ii) las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, y (iii) las nuevas formas de organización representadas por de la especialización flexible, combinándolas al mismo tiempo con objetivos de inclusión económica y social de sectores normalmente<sup>31</sup> ajenos a la modernidad, que se encuentran en la pequeña y micro empresa, urbana y rural. Este es nuestro principal desafío: juntar, mezclar, aliar a las empresas e instituciones modernas y globalizadas con las empresas e instituciones todavía no integradas, marginadas, pero que con el debido estímulo pueden aprovechar también las oportunidades de la tecnología y la globalización y formar parte de un país integrado y sostenible económica, social y ambientalmente. Se trata de utilizar plenamente no sólo nuestros inmensos y ricos recursos naturales y humanos, sino también de aprovechar esta gran energía empresarial popular que viene luchando, sobreviviendo, pero que no termina de integrarse.

---

<sup>30</sup>. Fuente: Survey-The Japanese Economy, en The Economist, Marzo 6 de 1993.

<sup>31</sup>. También se podría decir, tradicionalmente marginados, condenados a la informalidad, no integrados espontáneamente por el mercado.

## **Capítulo 2: Diagnóstico del sector de las MIPYMES**

Este capítulo se divide en dos partes: la primera pretende mostrar la importancia relativa de las MIPYMES en relación a la economía en su conjunto; en la segunda, en cambio, se exploran las características al interior de las MIPYMES, con especial incidencia en la pequeña y microempresa.

El capítulo se basa principalmente en los resultados de investigaciones previas acerca del tema. Asimismo, en algunos casos ha sido necesario utilizar algunos supuestos debido a la ausencia de información y finalmente, cuando la ocasión lo amerita, se presentan las diferencias existentes entre los diferentes autores consultados respecto a determinados hechos.

### **2.1 Importancia relativa de las MIPYMES en la economía peruana**

A continuación vamos a medir la importancia de las MIPYMES en relación a la economía en su conjunto, la que puede ser medida a través de diferentes variables. Considerando los objetivos del presente trabajo y tomando en cuenta la disponibilidad de información y la existencia de estudios previos realizados sobre el tema, se han escogido las siguientes variables: (a) número de empresas, (b) empleo generado, (c) nivel de producción y (d) nivel de exportaciones.

#### **Participación de las MIPYMES en el número de empresas**

La importancia relativa de las MIPYMES se puede medir a través del siguiente ratio:  
(# de MIPYMES / # de empresas) \* 100

Según Lévano (2005), quien ha realizado el trabajo más reciente respecto a estadísticas del sector, el número de microempresas en el Perú suman 2'477,284 y el de pequeñas empresas 41,333<sup>32</sup>. La definición utilizada coincide con la que se utiliza en este documento (es decir, microempresas entre 2 y 10 trabajadores, y pequeñas empresas entre 11 y 50) y, en tal sentido, estas cifras no incluyen el autoempleo.

Por otro lado, de acuerdo a la SUNAT, el número de medianas y grandes formalizadas asciende a 10,899<sup>33</sup>. Utilizando ambas fuentes, en el Cuadro 1 se observa que las micro y pequeñas empresas representan el 99% del total de empresas en el Perú.

**Cuadro 1:**  
**Distribución de empresas en el Perú / según tamaño (2,002)**

<b>Categoría</b>	<b>Número (en miles)</b>	<b>%</b>
Micro empresas	2,477	<b>97.9</b>
Pequeñas empresas	41	<b>1.6</b>
Medianas y grandes empresas	11	<b>0.5</b>

<sup>32</sup> Estas estimaciones toman como base los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) del 2002. Para estimar el número de micro y pequeñas empresa la autora utilizó la variable "conductores": es decir, es la suma de los empleadores y de los trabajadores independientes con TFNR bajo su cargo, porque cada uno de ellos conduce una empresa.

<sup>33</sup> Esta información corresponde a Noviembre del 2004. La SUNAT define medianas o grandes empresas aquellas cuyas ventas brutas anuales superan las 850 UIT. No ha sido posible obtener el dato desagregado de cuántas son medianas y cuántas son grandes, pero se puede aproximar que éstas últimas serían alrededor de 2,400 ya que se tiene la cifra estimada de empresas grandes que exportan (unas 1,200) y se asume que una de cada dos empresas grandes exportan.

<b>Total empresas</b>	<b>2,529</b>	<b>100.0</b>
-----------------------	--------------	--------------

Fuente: Lévano (2005) / SUNAT (2004)

### **Participación de las MIPYMEs en el Empleo**

La importancia relativa de las MIPYMEs se puede medir a través del siguiente ratio:  
 $(PEA\ ocupada\ en\ MIPYMEs / PEA\ ocupada\ total) * 100$

De acuerdo a Lévano, este porcentaje sería aproximadamente 84%, incluyendo a los independientes (autoempleo). En el Cuadro 2 se muestran los resultados agregados y como se puede apreciar, dentro de las MIPYMEs, predominan quienes laboran en microempresas y en segundo lugar quienes lo hacen de manera independiente. Es importante resaltar que dentro del universo de las micro y pequeñas empresas, más de la mitad de la PEA ocupada está conformada por independientes con Trabajador Familiar No Remunerado (TFNR) bajo su cargo o por los mismos TFNR<sup>34</sup>.

Al comparar los Cuadros 1 y 2 se obtiene que el promedio de ocupados por microempresa es 2.6, y en el caso de las pequeñas empresas 21.1, cifras que están mucho más cerca al límite inferior que define la empresa (2 y 11 respectivamente) que al superior (10 y 50).

**Cuadro 2:**  
**Distribución de la PEA Ocupada en el Perú / según tamaño de empresa (2,002)**

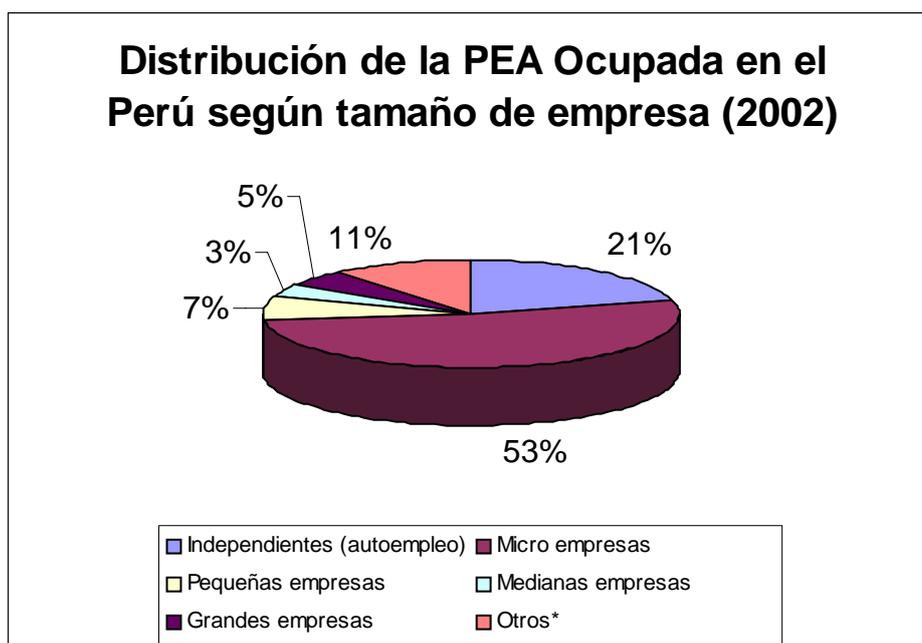
<b>Categoría</b>	<b>PEA Ocupada (en miles)</b>	<b>%</b>
Independientes (autoempleo)	2,513	<b>20.8</b>
Micro empresas	6,353	<b>52.6</b>
Pequeñas empresas	874	<b>7.2</b>
Medianas empresas	384	<b>3.2</b>
Grandes empresas	591	<b>4.9</b>
Otros*	1,356	<b>11.2</b>
<b>Total</b>	<b>12,070</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Lévano (2005)

\* Incluye trabajadores del sector público y trabajadores del hogar

<sup>34</sup> De hecho cuando se excluye a estos dos grupos, como lo hace el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo en sus informes anuales ("El estado del empleo en el Perú"), el porcentaje de PEA ocupada en micro o pequeña empresa disminuye significativamente (hasta 27% del total de la PEA Ocupada) y, por consiguiente, el de independientes aumenta.

Gráfico 1:



De acuerdo al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2004), el 63% de la PEA ocupada labora en el ámbito urbano y el 37% en el ámbito rural. En el Cuadro 3 se presentan cifras aproximadas sobre cómo se distribuye la PEA, para cada tipo de empresa, según la división urbano / rural<sup>35</sup>.

**Cuadro 3:**  
**Distribución de la PEA Ocupada en el Perú / según tamaño de empresa y estructura de mercado (2,002)**

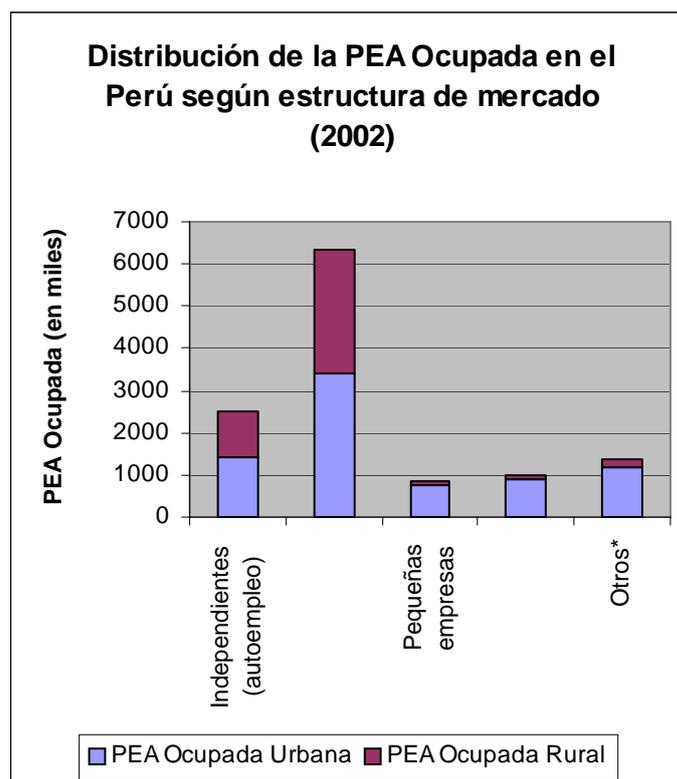
Categoría	PEA Ocupada (en miles)	PEA Ocupada Urbana (en miles)	% PEA Ocupada Urbana	PEA Ocupada Rural (en miles)	% PEA Ocupada Rural
Independientes (autoempleo)	2,513	1,411	56.1	1,104	43.9
Micro empresas	6,353	3,388	53.3	2,965	46.7
Pequeñas empresas	874	739	84.6	134	15.4
Medianas y grandes empresas	975	886	90.9	89	9.1
Otros*	1,356	1,165	85.9	191	14.1
<b>Total</b>	<b>12,070</b>	<b>7,590</b>	<b>62.9</b>	<b>4,480</b>	<b>37.1</b>

Fuente: Lévano (2005), Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2004)

\*Incluye trabajadores del sector público y trabajadores del hogar

Gráfico 2:

<sup>35</sup> Para la elaboración de este cuadro se ha combinado la información de Lévano y MTPE. Si bien en ambos casos el universo total de PEA ocupada es exactamente igual, las categorías de empresa y los universos de cada categoría de empresa son diferentes (básicamente porque el MTPE no considera a los independientes con TFNR a su cargo ni a los TFNR como PEA ocupada en microempresas). En función de la información del MTPE, se han agregado algunas categorías y se ha replicado la distribución porcentual urbano / rural que presenta el MTPE para cada categoría. Por tal motivo, las cifras que se presentan son aproximadas.



### **Participación de las MIPYMEs en la Producción**

La importancia relativa de las MIPYMEs se puede medir a través del siguiente ratio:  
 $(PBI\ generado\ por\ MIPYMEs / PBI\ nacional) * 100$

Al igual que con la variable número de empresas, no existe una cifra oficial al respecto. Aquí se toma como referencia la investigación realizada por Oliva, Castilla y Benavides (2002), en donde se afirma que el autoempleo aporta al 19% del PBI, las microempresas al 18%, las pequeñas empresas al 10% y las medianas al 17%: es decir, el 64% del PBI lo generarían las MIPYMEs. Si se aplican estos porcentajes al PBI nacional, que en el 2,004 ascendió a 68,475 millones de dólares<sup>36</sup>, se tiene lo siguiente:

**Cuadro 4:  
PBI generado por las MIPYMEs en el Perú (2004, proyectado)**

Categoría	PBI (en millones de dólares)*	%
Independientes (autoempleo)	13,010	19.0
Micro empresas	12,326	18.0
Pequeñas empresas	6,848	10.0
Medianas empresas	11,641	17.0
Grandes empresas	19,858	29.0
Otros**	4,792	7.0
<b>Total PBI</b>	<b>68,475</b>	<b>100.0</b>

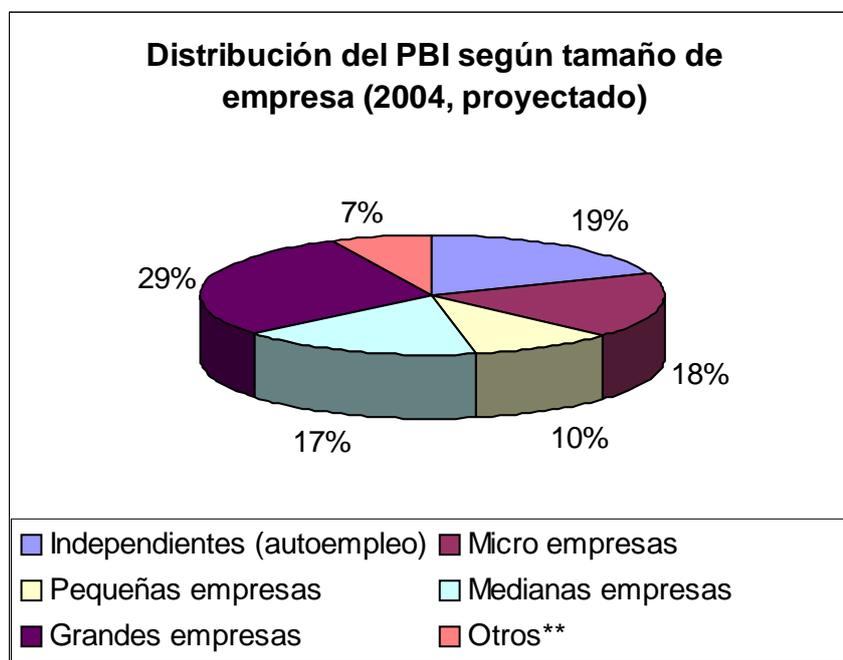
*Fuente: Oliva, Castilla y Benavides (2002) - Marco Macroeconómico Anual 2006 – 2008.*

<sup>36</sup> De acuerdo al Marco Macro Económico Anual 2006 – 2008, elaborado por el Ministerio de Economía y Finanzas en el 2005: PBI en soles 233,500 millones y el Tipo de Cambio Promedio: 3.41.

\* El PBI según tipo de empresa resulta de aplicar los porcentajes (obtenidos en Oliva, Castillo y Benavides) al PBI nacional (según el Marco Macroeconómico Anual)

\*\* Incluye sector público y hogares

Gráfico 3:



Al comparar estos resultados con los del Cuadro 2, se puede tener una aproximación a la productividad media de un trabajador ocupado: en el caso de las microempresas es 1,940 dólares anuales, mientras en el caso de las pequeñas empresas es 7,838 dólares anuales. Inclusive, si se considera que se están comparando períodos distintos y que el PBI del 2,002 fue inferior al del 2,004, estas estimaciones de productividad media están ligeramente sobreestimadas.

### **Participación de las MIPYMEs en las exportaciones**

La importancia relativa de las MIPYMEs se puede medir a través del siguiente ratio:  
(Volumen exportaciones provenientes de MIPYMEs / Exportaciones totales) \* 100

Se debe destacar que en este punto la ausencia de información resulta mayor puesto que la estadística disponible considera solamente el número de micro y pequeñas empresas formales que exportan, así como sus volúmenes de exportación. No obstante, se ha podido recoger alguna información al respecto.

Cada vez es más cierto que la competitividad de un país depende en gran medida de su capacidad para alcanzar el éxito en los mercados internacionales. El PBI del Perú representa menos del 0.5% del PBI mundial y que lo mismo sucede con las exportaciones; es decir, aún estamos muy lejos de constituirnos un país significativo en cuanto a niveles de producción y/o exportaciones.

Sin embargo, al comparar la evolución del nivel de exportaciones en el Perú, se puede notar que el nivel de exportaciones viene creciendo año tras año: 10% en el 2002

respecto al año anterior, 18% en el 2003 y 39% en el 2004<sup>37</sup>. Estas cifras muestran que hay un contexto favorable y que se viene avanzando en el desarrollo de las exportaciones en nuestro país.

En cuanto a las MIPYMES, según información proporcionada por PROMPYME, en el 2004 fueron 3,516 las micro y pequeña empresas que exportaron, lo que representa un 65% del total de empresas que lo hicieron. En cuanto a las medianas empresas, se puede estimar esta cifra en alrededor de 700<sup>38</sup>, y entonces la suma de ambas nos daría que el total de MIPYMES que exportan son aproximadamente 4,200, lo que representa el 77% del total de empresas exportadoras.

Sin embargo, la importancia relativa de las MIPYMES se reduce significativamente cuando se toma en cuenta la variable "volumen de exportaciones". Sucede que en el Perú, a pesar que en los últimos años se ha diversificado la oferta exportable (principalmente en el sector agrícola) las exportaciones se han concentrado en unos pocos productos (oro, cobre, harina de pescado) y en unas pocas empresas<sup>39</sup>.

Al respecto, según información proporcionada por PROMPYME, las micro y pequeñas empresas exportaron en el 2004 por un valor de \$271 millones, cifra que representa el 2.4% de las exportaciones totales de nuestro país. En este caso, es más complicado estimar la cifra de las medianas empresas porque no hay información complementaria, pero en todo caso se podría pensar que la cifra podría oscilar entre 5 y 10%<sup>40</sup>, con lo cual el valor de las exportaciones de las MIPYMES estaría representando alrededor del 7 y 12% del total.

En todo caso, factores mencionados como el notable crecimiento de las exportaciones en el país, la importante participación de las MIPYMES respecto al total de empresas que exportan, aunados a la puesta en marcha en el 2003 del Plan Estratégico Nacional de Exportación (PENX) por el Ministerio del Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), cuya visión es que "el Perú se convierta en un país exportador con una oferta de bienes y servicios competitiva, diversificada y con valor agregado"<sup>41</sup>, permiten configurar un contexto favorable para la promoción y desarrollo de las exportaciones de las MIPYMES.

El siguiente cuadro resume lo que se ha expuesto en esta sección:

---

<sup>37</sup> Este incremento porcentual en el 2004 le ha significado al Perú ser la quinta economía del mundo que en dicho año alcanzó mayor crecimiento de sus exportaciones

<sup>38</sup> Considerando lo siguiente: de acuerdo al Informe "Exportaciones: Motor de Desarrollo" del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) durante el 2002 fueron 3,500 las MIPYMES que exportaron. Por otro lado, de acuerdo a PROMPYME en dicho año fueron 2,895 las pequeñas y microempresas que lo hicieron. Por lo tanto, la diferencia entre estas dos cifras (605) sería la cantidad aproximada de medianas empresas que exportaron en el 2002. Asumiendo un crecimiento normal en los últimos dos años se llega a 700.

<sup>39</sup> De acuerdo al mismo Informe "Exportaciones: Motor de Desarrollo" en el 2002 las exportaciones de las 119 primeras empresas exportadoras (aproximadamente el 3% del total que exportaba) representaban el 80% de las exportaciones totales.

<sup>40</sup> Considerando que, como se ha señalado, el número de empresas medianas que exportan sería aproximadamente la quinta parte de las micro y pequeñas que también lo hacen, pero que el volumen exportado de una mediana en promedio sería entre dos y cuatro veces más que el volumen promedio de una micro o pequeña.

<sup>41</sup> El PENX es un plan a largo plazo (diez años) que incluye tres componentes: Planes Operativos Sectoriales de Exportación, Plan Operativo de Facilitación de Comercio Exterior y Planes Estratégicos Regionales de Exportación (PERX). En estos últimos, los Gobiernos Regionales son los encargados de convocar a diversas instituciones como Cámaras de Comercio, Gremios PYMES, universidades, gobiernos locales y ministerios.

**Cuadro 5:**  
**Resumen - Participación relativa de las MIPYMES en la economía nacional**

<b>Variable</b>	<b>Participación relativa en economía nacional</b>
Número de empresas	99%
PEA Ocupada	84%*
PBI generado	64%*
Número de empresas que exportan	77%
Volumen de exportaciones	8%**

\*Incluye autoempleo

\*\* Solo incluye las micro y pequeñas empresas formales

## **2.2 Características de las MYPES.**

En esta sección se toma como dato referencial las estimaciones realizadas por Lévano en cuánto a número de micro y pequeñas empresas - MYPES (2'518,617), y a la PEA ocupada en ellas (7'226,382). En términos cuantitativos, la no inclusión de las medianas empresas en este análisis no tiene mayor relevancia puesto que como se desprende de los Cuadros 1 y 2, su importancia relativa (en cuánto a número de empresas y a PEA Ocupada) no llega ni al 5%.

Como se mencionó al inicio del capítulo, en esta sección se presenta una caracterización de las micro y pequeñas empresas. Para ello, se tomarán en cuenta los siguientes criterios: formalidad, ubicación geográfica, ramas de actividad, nivel de productividad y acceso a crédito.

### **Informalidad - Formalidad**

Lévano estimó que 3 de cada 4 micro o pequeñas empresas son informales y que 6 de cada 7 trabajadores ocupados en ellas, lo hacen en empresas informales<sup>42</sup>. En el Cuadro 6 se resumen los resultados principales al respecto:

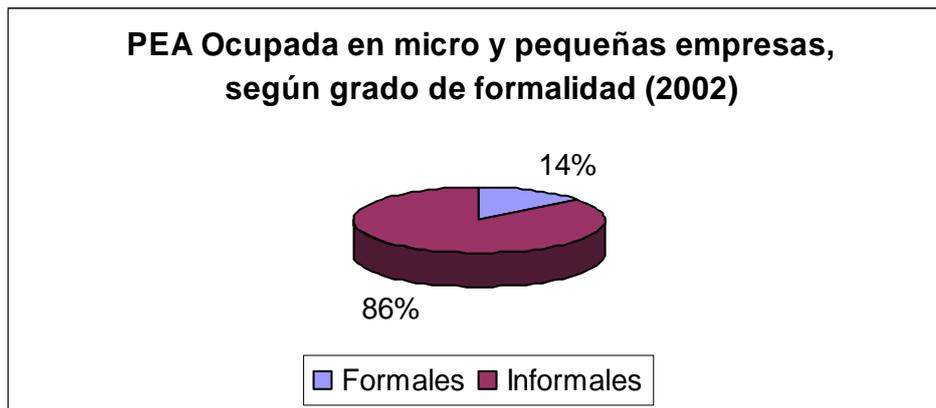
**Cuadro 6:**  
**Micro y Pequeñas empresas y PEA Ocupada en ellas, según formalidad (2002)**

	<b>Micro y Pequeñas Empresas</b>		<b>PEA Ocupada en ellas</b>	
	<b># (en miles)</b>	<b>%</b>	<b># (en miles)</b>	<b>%</b>
Formales	648	25.7	1,026	14.2
Informales	1,870	74.3	6,200	85.8
<b>Total</b>	<b>2,518</b>	<b>100</b>	<b>7,226</b>	<b>100</b>

Fuente: Lévano (2005)

### **Gráfico 4:**

<sup>42</sup> Para hallar el número de empresas formales, la autora utilizó la definición de pequeña y microempresa como aquellas cuyas ventas anuales son menores a 850 UIT (en base a la información de la SUNAT), y las informales las estima por diferencia entre las totales y las formales. De hecho, esta metodología es discutible porque combina bases de datos distintas (ENAHO y SUNAT) y porque utiliza criterios distintos para clasificar las empresas según tamaño (número de trabajadores y nivel de ventas respectivamente).



Aunque el tema de la importancia de la economía informal escapa al objetivo de la consultoría es inevitable asociar “micro y pequeña empresa” con “informalidad”. De hecho, las estimaciones de diversos autores acerca del PBI generado por la economía informal no son muy distintas a las que se presentaron en el Cuadro 3 (de hecho son más elevadas porque la economía informal incluye al autoempleo)<sup>43</sup>.

### **Ubicación geográfica**

Lévano clasifica a la PEA ocupada en las micro o pequeñas empresas según región donde labora: como se muestra en el Cuadro 7, aproximadamente 1 de cada 4 lo hace en Lima. Otros departamentos que muestran una cantidad importante de PEA ocupada en micro y pequeña empresa son Cajamarca, Puno, Junín, Cusco, Piura y La Libertad (entre los seis concentran casi el 40% del total). En el Cuadro 8 se presenta la misma información pero agregada según macroregiones.

**Cuadro 7:  
Distribución de la PEA Ocupada en micro y pequeña empresa, según departamento  
(2002)**

Departamento	Micro empresa (en miles)	Pequeña empresa (en miles)	Micro y pequeña empresa (en miles)	%
Amazonas	120	6	126	1.7
Ancash	302	20	322	4.5
Apurímac	165	6	171	2.4
Arequipa	230	52	282	3.9
Ayacucho	186	5	191	2.6
Cajamarca	551	19	569	7.9
Callao	89	31	121	1.7
Cusco	400	22	422	5.8
Huancavelica	182	2	184	2.6
Huánuco	269	10	279	3.9
Ica	144	22	166	2.3

<sup>43</sup> Un análisis que discrepa con estas estimaciones se puede encontrar en el Boletín de Economía Laboral # 28 – 29, elaborado en diciembre del 2,004 por el Programa de Estadísticas y Estudios Laborales del Ministerio de Trabajo, en el cual se concluye que la economía informal estimada de acuerdo a la definición de la OIT (la cual excluye del término “informal” a las actividades que generan productos o servicios ilícitos como el lavado de dinero, narcotráfico, prostitución) representa alrededor del 15% del PBI.

Junín	403	24	428	<b>5.9</b>
La Libertad	350	52	402	<b>5.6</b>
Lambayeque	184	41	225	<b>3.1</b>
Lima	1,194	449	1,643	<b>22.7</b>
Loreto	190	13	202	<b>2.8</b>
Madre de Dios	24	2	26	<b>0.4</b>
Moquegua	41	4	45	<b>0.6</b>
Pasco	70	2	71	<b>1.0</b>
Piura	376	28	404	<b>5.6</b>
Puno	497	20	516	<b>7.1</b>
San Martín	192	17	208	<b>2.9</b>
Tacna	65	10	75	<b>1.0</b>
Tumbes	47	6	54	<b>0.7</b>
Ucayali	82	10	92	<b>1.3</b>
<b>Total Perú</b>	<b>6,353</b>	<b>874</b>	<b>7,226</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Lévano (2005)

**Cuadro 8:**  
**Distribución de la PEA Ocupada en micro y pequeña empresa, según macroregión (2002)**

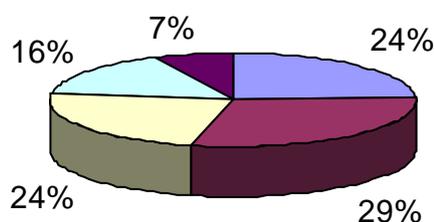
<b>Macro Región*</b>	<b>Micro empresa (en miles)</b>	<b>Pequeña empresa (en miles)</b>	<b>Micro y pequeña empresa (en miles)</b>	<b>%</b>
Lima - Callao	1,283	481	1,764	<b>24.4</b>
Norte	1,929	173	2,102	<b>29.1</b>
Sur	1,566	138	1,704	<b>23.6</b>
Centro	1,111	43	1,154	<b>16.0</b>
Oriente	463	40	503	<b>7.0</b>
<b>Total Perú</b>	<b>6,353</b>	<b>874</b>	<b>7,226</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Lévano (2005)

\*MacroRegión Norte (Amazonas, Ancash, Cajamarca, La Libertad, Lambayeque, Piura y Tumbes), Sur (Apurímac, Arequipa, Cusco, Ica, Madre de Dios, Moquegua, Puno y Tacna), Centro (Ayacucho, Huancavelica, Huanuco, Junín y Pasco) y Oriente (Loreto, San Martín, Ucayali)

**Gráfico 5:**

### Distribución de la PEA ocupada en la micro y pequeña empresa, según macroregión (2002)



■ Lima - Callao  
 ■ Norte  
 ■ Sur  
 ■ Centro  
 ■ Oriente

#### **Sectores y actividades principales**

De acuerdo a la estimación presentada por Lévano, aproximadamente uno de cada dos ocupados en la micro o pequeña empresa lo hace en el sector agricultura (en el [Anexo 2](#) se presentan estos los resultados del sector agricultura y manufactura desagregados a nivel CIIU 3 dígitos).

**Cuadro 9:**  
**PEA Ocupada en Micro y pequeñas empresas, según rama de actividad (2002)**

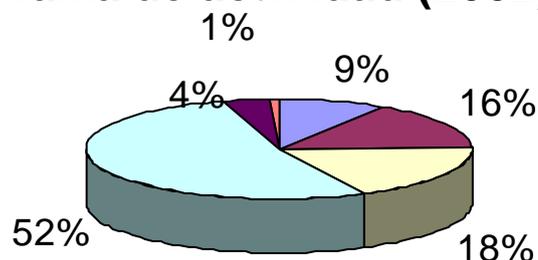
	PEA Ocupada en Micro y Pequeñas Empresas	
	# (en miles)	%
Manufactura	645	<b>8.9</b>
Comercio	1,126	<b>15.6</b>
Servicios	1,324	<b>18.3</b>
Agricultura	3,786	<b>52.4</b>
Construcción	294	<b>4.1</b>
Otros*	51	<b>0.7</b>
<b>Total</b>	<b>7,226</b>	<b>100</b>

Fuente: Lévano (2005)

\* Energía, minería, pesca

#### **Gráfico 6:**

### Distribución de la PEA Ocupada en la micro y pequeña empresa, según rama de actividad (2002)



Es precisamente en la agricultura donde se pagan los salarios más bajos: Trejos (2003) estimó que en el 2001 el ingreso laboral promedio mensual de toda la PEA Ocupada era 630 soles, y en el caso de la agricultura se reducía a 275 soles. Ambos factores (el escaso nivel remunerativo y la significativa presencia de trabajadores en la agricultura) se relacionan con un hecho mencionado en la sección 5.1 que es la baja productividad media de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas.

Lamentablemente, es poca la información existente acerca del número de empresas según ramas de actividad, y la que existe toma como referencia únicamente las empresas formales que, como se ha mostrado en el Cuadro 6, representan una clara minoría respecto al total. De todas formas, en el Anexo 3 se presentan los resultados presentados por Lévano respecto a la distribución de las microempresas formales según rama de actividad.

#### Niveles de productividad

Trejos elabora una clasificación de las micro y pequeñas empresas de acuerdo a su nivel de productividad. Utilizando la ENAHO IV Trimestre del 2,001, divide a las empresas en cuatro categorías: de mayor productividad, de acumulación ampliada, de acumulación simple y de subsistencia<sup>44</sup>.

En el Cuadro 10 se resumen aquellos resultados de su investigación (la misma que se circunscribió a los sectores no agrícolas) que son más relevantes para los fines del presente estudio. En tal sentido, se han agrupado las empresas de mayor productividad y las de acumulación ampliada en un solo segmento, pues comparten la característica común de la capacidad de generar excedentes de manera más o menos estable.

Se podrá observar que el universo de empresas y PEA ocupada (577,000 y 2`308,000 respectivamente) son considerablemente inferiores a los que se presentaron como valores referenciales al inicio de la sección. Ello se explica básicamente por dos razones: (a) no considera el sector agrícola, (b) no considera como micro o pequeñas empresas aquellas conformadas por independientes con TFNR a su cargo.

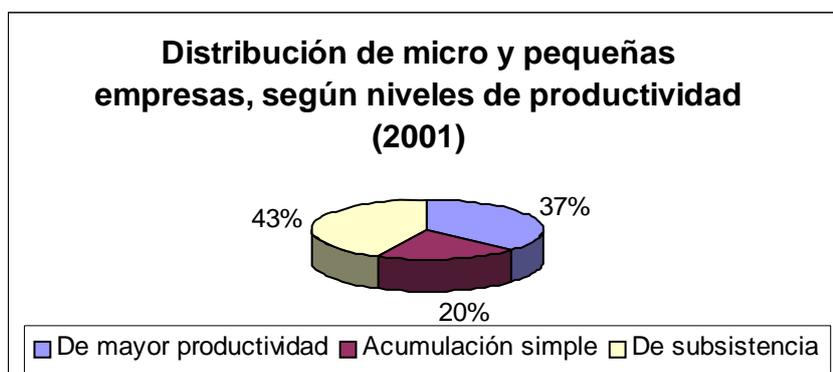
De todos modos, es interesante observar que casi el 40% son empresas de mayor productividad (en el Anexo 4 se puede comprobar que estos porcentajes son significativamente distintos cuando se separan las micro de las pequeñas empresas).

**Cuadro 10:  
Micro y pequeñas empresas, según nivel de productividad (2001)**

	Número de empresas (en miles)	%	PEA Ocupada (en miles)	%
De mayor productividad	214	37	1,061	46
Acumulación simple	115	20	523	23
De subsistencia	248	43	722	31
<b>Total</b>	<b>577</b>	<b>100</b>	<b>2,308</b>	<b>100</b>

*Fuente: Trejos (2003)*

**Gráfico 7:**



Ello estaría implicando que si bien es cierto en promedio la productividad media de las micro y pequeñas empresas es muy baja, existe una significativa proporción de ellas que son capaces de generar excedentes. No obstante, estas empresas de mayor productividad podrían ser más eficientes y competitivas con adecuados servicios de

<sup>44</sup> Las de mayor productividad tienen capacidad para generar amplios excedentes, utilizan mano de obra calificada y pagan altas remuneraciones; las de acumulación ampliada generan excedente en menor cuantía, utilizan menos mano de obra calificada y las remuneraciones son menores; las de acumulación simple casi no generan excedente; y las de subsistencia no generan excedente, no utilizan mano de obra calificada y pagan remuneraciones por debajo del mínimo.

desarrollo de actividad empresarial, de información sobre mercados y tecnología, asistencia técnica. A diferencia de las empresas grandes que se proveen internamente de estos servicios, las pequeñas usualmente dependen de agentes externos para recibirlos.

Asimismo, se pueden comparar las empresas según su grado de productividad, en función de variables asociadas al nivel de capital humano de los trabajadores y a las condiciones laborales que enfrentan. Como era de esperar (Cuadro 11) el porcentaje de trabajadores profesionales y técnicos disminuye conforme se reduce el nivel de productividad de la empresa, y lo mismo sucede con el número de años de educación promedio de los trabajadores. Por otra parte, las condiciones laborales de los trabajadores también son peores conforme se reduce la productividad de la empresa donde laboran: más horas de trabajo, menores salarios, y menor probabilidad de acceso a seguro médico.

**Cuadro 11:  
Diferencias entre empresas, según nivel de productividad (2001)**

	<b>% Profesionales y Técnicos</b>	<b>Años de educación promedio</b>	<b>Horas trabajadas promedio</b>	<b>Ingreso laboral promedio</b>	<b>% Trabajadores sin seguro</b>
<b>Micro empresa</b>					
De mayor productividad	36	12	46	890	62
Acumulación ampliada	22	12	47	574	78
Acumulación simple	1	9	54	552	91
Subsistencia	1	8	43	225	87
<b>Pequeña empresa</b>					
De mayor productividad	43	13	46	1027	26
Acumulación ampliada	27	12	45	709	98
Acumulación simple	1	9	52	402	96

*Fuente: Trejos (2003)*

### **Acceso a servicios financieros**

Aunque no es una característica exclusiva de nuestro país, existe un desigual acceso al crédito entre la micro y pequeña empresa en relación a la gran empresa, siendo una de las explicaciones la insuficiencia de garantías por parte de las empresas pequeñas. Sin embargo, en los últimos años se puede percibir un esfuerzo por enfrentar este problema, acorde con lo sucedido en otros países de la región.

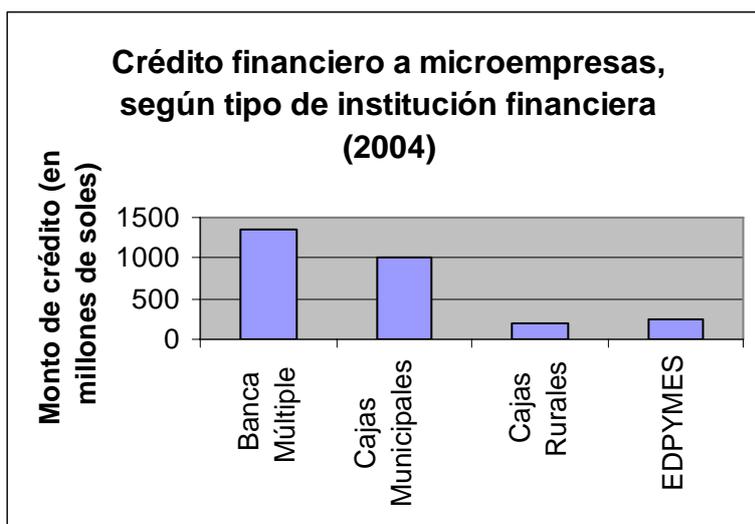
De acuerdo a información de PROMPYME, a Setiembre del 2,004, el crédito financiero a la microempresa ascendía a 2'793,814 miles de soles, de los cuales casi el 85% los brinda la Banca Múltiple y las Cajas Municipales. La desagregación de dicho monto según tipo institución financiera se muestra en el siguiente Cuadro:

**Cuadro 12:  
Crédito financiero a microempresas, según tipo de institución financiera (2004)**

Institución financiera	Crédito financiero	
	(en millones de soles)	%
Banca Múltiple (10 en total)	1,344	48.1
Cajas Municipales (14 en total)	1,012	36.2
Cajas Rurales (12 en total)	187	6.7
EDPYMES (14 en total)	250	8.9
<b>Total</b>	<b>2,794</b>	<b>100</b>

Fuente: PROMPYME (2004)

Gráfico 8:



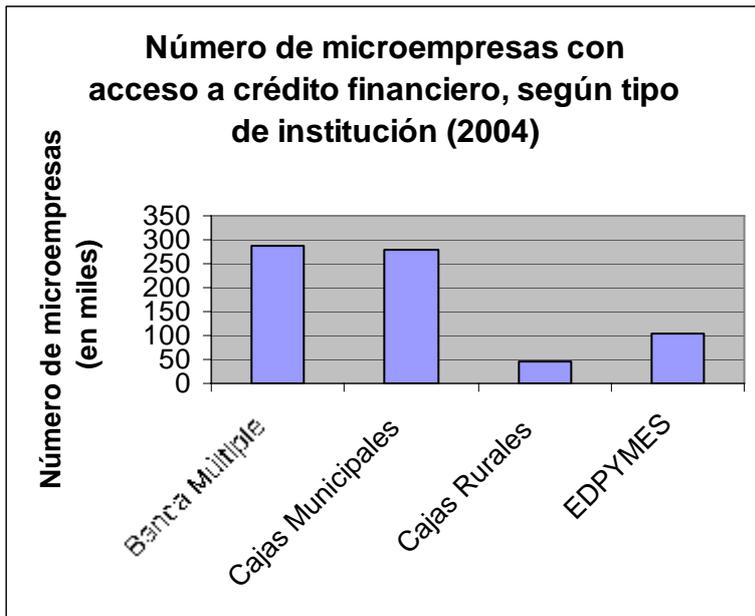
En cuanto al número de microempresas con acceso a crédito financiero, estas ascenderían, según Lévano, a casi 720,000 (en el [Anexo 5](#) se desagrega esta cifra según rama de actividad a la que pertenece la empresa)

**Cuadro 13:**  
Número de microempresas con acceso a crédito financiero, según tipo de institución financiera

Institución financiera	Número de microempresas (en miles)
Banca Múltiple	288
Cajas Municipales	281
Cajas Rurales	46
EDPYMES	103
<b>Total</b>	<b>718</b>

Fuente: Lévano (2005)

Gráfico 9:



Al comparar este dato con los del Cuadro 1 se tiene que aproximadamente el 30% de las microempresas acceden al crédito financiero, porcentaje similar al de micro y pequeñas empresas de mayor productividad según la clasificación de Trejos: de hecho, no es coincidencia porque se esperaría que muchas de las empresas que pueden generar excedentes (definición de empresas productivas) tengan la capacidad para pagar las deudas provenientes de un crédito financiero. Y existen indicadores que confirman ello: de acuerdo a COPEME (2005) de las 12 EDPYMES reguladas solamente 2 tenían una cartera de riesgo superior a 10%<sup>45</sup>

El siguiente cuadro resume lo que se ha expuesto en esta sección:

**Cuadro 14:  
Resumen - Caracterización de las micro y pequeñas empresas**

Variable	Número de Empresas	PEA Ocupada en ellas
% formalidad	26%	14%
% ubicado en Lima	35%	24%
% en sector agrícola		52%
% de mayor productividad	37%	31%
% acceso a crédito financiero	29%	

<sup>45</sup> La cartera de riesgo se calcula utilizando la fórmula "cartera atrasada más de 30 días / cartera total" e indica la proporción de préstamos impagos, es decir, refleja el porcentaje de deudas que no han sido canceladas por el cliente un mes después de la fecha de vencimiento.

## **Capítulo 3: Instituciones y Programas de Promoción a las MIPYMEs**

En este capítulo vamos a presentar las principales Instituciones y Programas de apoyo al sector de la micro, pequeña y mediana empresa, MIPYME; y se van a presentar en dos partes. Por un lado, vamos a analizar las Instituciones y Programas de carácter nacional, y por otro lado presentaremos a las Instituciones y Programas de las seis ciudades del interior del país que se han visitado en el curso del estudio: Piura, Chiclayo, Trujillo, Tarapoto, Pucallpa, Huancayo, Ayacucho, Arequipa y Juliaca. Esto nos permitirá tener una clara idea, no sólo de las instituciones nacionales, que generalmente tienen sus oficinas principales en Lima<sup>46</sup>, sino también de las características de los programas en las regiones del país, que como vamos a ver, presentan diferencias importantes.

Las Instituciones y Programas de carácter nacional se van a agrupar en cinco áreas: (i) Instituciones de Microfinanzas<sup>47</sup>, (ii) Instituciones que brindan Servicios de Desarrollo Empresarial<sup>48</sup> (SDEs), (iii) Instituciones que promueven el Emprendedorismo<sup>49</sup>, (iv) Instituciones que apoyan y facilitan la formalización de empresas, y (v) Instituciones que promueven la competitividad, las exportaciones, las cadenas productivas y los clusters.

Esta clasificación de los programas de promoción es bastante antigua y se ha venido consolidando en el tiempo. Incluso uno podría pensar en que las partes (Microfinanzas, Emprendedorismo) son más importantes que el todo (PYMEs), pero en realidad esto no es así; si bien muchas de estas áreas o temas han tenido una evolución propia e independiente, como es el caso de las microfinanzas, luego de un tiempo se han vinculado a la promoción de la pequeña empresa. Lo mismo ha sucedido con el tema del emprendedorismo, que tiene un origen general (no es sólo para crear PYMEs) pero con el tiempo también se ha ido vinculando a la problemática más amplia e importante de la promoción a la pequeña empresa. Por ejemplo, en un reciente estudio, se afirma que “En todos los países de América Latina y el Caribe las políticas para la formación empresarial están centrados en la micro, pequeña y mediana empresa, donde en todos los países revisados existen programas de apoyo y fomento a este sector”.<sup>50</sup>

La quinta área es quizás la que más discusión puede generar, pues tradicionalmente ha estado vinculada a la segunda, es decir, a los Servicios de Desarrollo Empresarial

---

<sup>46</sup>. Una notable excepción es MINKA, que desde Trujillo viene implementando uno de los Programas más importantes del país, de carácter nacional, con el financiamiento de la Cooperación Suiza.

<sup>47</sup>. Este concepto de aplicación universal, tiene dos fuentes: a. el microcrédito, o crédito de pequeño monto, y b. el crédito para las micro empresas. Tuvo su origen en los 70s con el Grameen Bank y se ha extendido por todo el mundo.

<sup>48</sup>. Anteriormente se les llamaba Servicios No Financieros, lo que muestra que nacieron mucho después que los financieros, y que durante bastante tiempo tuvieron una importancia menor a los primeros; pero en definitiva se decidió por descartar este nombre en negativo y se optó por el de SDEs.

<sup>49</sup>. Esta es la madre de todas las discusiones; el concepto original es el de entrepreneurship, que en inglés, o si se quiere en el mundo anglosajón, no admite ninguna discusión y es de aplicación universal. Viene de entrepreneur que es literalmente emprendedor. Alude al “fenómeno emprendedor”, o al “proceso emprendedor”, es decir, va más allá del emprendedor mismo y de su empresa; es lo previo, lo anterior, lo que lo rodea. El problema, entonces es la traducción: ¿Cómo traducimos entrepreneurship al castellano? Tenemos varias alternativas en vigencia: (a) espíritu empresarial, quizás en concepto más antiguo y utilizado, muy popular en Colombia y otros lugares del mundo; (b) empresarialidad, utilizado en Argentina y en el reciente trabajo del BID; (c) emprendedorismo, es el término utilizado en Brasil, por supuesto en Portugués. Desde nuestro punto de vista este último es el término más adecuado pues tiene como raíz a emprendedor (como es el caso en inglés) y se refiere al “fenómeno emprendedor”.

<sup>50</sup>. Tomado del libro: El nuevo rostro empresarial: Indagación sobre el empresariado juvenil en América Latina y el Caribe, BID, Colombia, marzo 2004.

(SDEs), los que finalmente buscan la mayor eficiencia, productividad y competitividad de las pequeñas empresas. Sin embargo, en la medida que se ha venido expandiendo el tema de la globalización, por un lado, y el de la articulación empresarial, por el otro, ha ido adquiriendo cierta autonomía e independencia. Los servicios vinculados a estos temas tienen diferencias con los más tradicionales ofertados por las instituciones ubicadas en el campo de los SDEs. Una razón adicional para incluir esta nueva área es el origen de este estudio: la necesidad del MINCETUR de conocer a las instituciones de promoción y sus programas, incluyendo a los gremios empresariales, vinculados a sus objetivos estratégicos: las exportaciones y la competitividad.

## **Instituciones y Programas de carácter nacional**

### **3.1 Instituciones que brindan Servicios Financieros**

En la actualidad, prácticamente todas las empresas en el mundo financian sus inversiones, en mayor o menor grado, a través de terceros (es casi imposible encontrar un Balance General en el que el pasivo sea igual a cero). El acceso a financiamiento se constituye entonces en un factor necesario (más no suficiente) para el desarrollo de la empresa.

Las micro y pequeñas empresas no escapan a ello, y sin embargo presentan mayores dificultades de acceso al financiamiento tradicional (bancario) entre otras razones porque la mayoría de ellas son informales<sup>51</sup>, consideran complicado el proceso de obtención de un crédito u otros productos financieros, y además porque desde el punto de vista del acreedor son instituciones menos rentables (manejan cantidades de préstamo y ahorro reducidas en comparación con grandes empresas y clientes) y más riesgosos (informales, mayor probabilidad de no honrar las deudas, etc).

El presente capítulo se centra en el papel que vienen desempeñando las instituciones que brindan servicios financieros a las micro y pequeñas empresas en el Perú: en la primera sección se describen cuáles son estos servicios y qué instituciones los brindan; en la segunda se realiza un análisis de las principales instituciones que brindan estos servicios de manera directa (tanto desde el punto de vista de la institución como de la micro y pequeña empresa); luego, se detallan las principales instituciones públicas que funcionan como entidades de “segundo piso”, es decir, que brindan los servicios financieros a través de terceros; y finalmente, aquellas instituciones que brindan algunos de estos servicios de manera directa y otros de manera indirecta.

Antes de desarrollar la primera sección, es necesario comentar sobre el grado de intermediación financiera de la economía en general y sobre el marco legal que regula el funcionamiento de las instituciones que brindan servicios financieros.

Respecto a lo primero, si bien el mayor uso de los servicios financieros de parte de una población se puede medir de distintas maneras, uno de los índices más utilizados es comparar el tamaño relativo del sistema financiero o bancario con el PBI de un país. Esta comparación puede realizarse utilizando el ratio *depósitos totales / PBI*: en el 2,004 este ratio en el Perú fue 21.1%<sup>52</sup>. Este ratio ha oscilado entre el 20% - 25% en la

---

<sup>51</sup> El no registro de las operaciones de venta y el no cumplimiento de las obligaciones tributarias (características propias de la informalidad) les imposibilita acreditar su capacidad de pago ante una institución financiera y, por lo tanto, acceder a un crédito.

<sup>52</sup> El dato del PBI se ha tomado del Marco Macro Económico Multianual 2006 – 2008 del Ministerio de Economía y el dato de colocaciones se ha tomado de la Superintendencia de Banca y Seguros y resulta de

presente década y si bien es mayor que en la década anterior, sigue estando por debajo de lo que presentan otros países de América Latina como Brasil, Chile, Uruguay, Colombia.

En cuanto al marco legal, la Ley 26702 “Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros” es la que establece el marco de regulación y supervisión al que se someten las empresas que operan en el sistema financiero y de seguros, así como de aquellas que realizan actividades vinculadas o complementarias al objeto social de dichas personas. Específicamente en la sección primera se presentan las normas comunes al sistema financiero y al sistema de seguros (formas de constitución, autorización de funcionamiento, capital, reservas y dividendos, etc) y en la segunda sección el ámbito de aplicación se limita al sistema financiero (límites y prohibiciones, operaciones y servicios, empresas del sistema financiero, etc)

### **Tipos de servicios financieros e instituciones que los brindan**

Los servicios financieros que se brindan a las micro y pequeñas empresas pueden ser de distintos tipos: créditos, depósitos, garantías y fondos de capital de riesgo

Los créditos son préstamos en dinero que se otorgan a estas empresas, quienes deben devolver dichos montos bajo determinadas condiciones pactadas (moneda, plazos, tasas de interés). Estos créditos pueden ser de diversos tipos, de acuerdo precisamente a las condiciones pactadas. Su utilidad principal es que permite financiar tanto capital de trabajo (es decir, todos aquellos activos corrientes que requieren para desarrollar su negocio) como inversiones de mayor envergadura y duración.

Los depósitos son la otra cara de la moneda respecto de los créditos. Son los empresarios quienes invierten su dinero en el Banco y ganan un interés periódico por ello. Estos depósitos se pueden clasificar como depósitos a la vista, de ahorro y depósito a plazos fijos.

Las garantías pueden considerarse como un instrumento para acceder al crédito ya que en muchos casos éstos exigen como requisito la presencia de un respaldo de la promesa de pago del crédito recibido. Pero además, el contar con determinado tipo de garantía le permite a las empresas participar en nuevas oportunidades de negocio, a través de licitaciones, concursos, etc. Las garantías pueden clasificarse en no preferidas (avales, cartas fianzas) o preferidas (prendas, hipotecas).

Finalmente, los fondos de capital de riesgo son instrumentos que permiten la intermediación financiera entre inversionistas potenciales que buscan un retorno por su inversión en un período determinado de tiempo, y empresas en etapas de formación o consolidación que requieren financiamiento para incursionar en nuevos mercados de manera competitiva. Es decir, la particularidad de estos fondos de capital de riesgo es que se concentran sobretudo en empresas emergentes, por lo que los que invierten en dicho capital enfrentan un nivel de riesgo mayor y, por lo tanto, buscan una mayor rentabilidad.

En el presente capítulo se pondrá mayor énfasis en los créditos, básicamente porque existen muchas más instituciones y/o programas que brindan este servicio, en comparación a las que brindan garantías y/o fondos de capital de riesgo. De todos

---

sumar los depósitos (a la vista, ahorro y a plazos) de la Banca Múltiple, las Cajas Municipales y las Cajas Rurales.

modos, se harán referencia a estas últimas, cuando se analice la participación de FOGAPI (para el caso de las garantías) y de SEAF Perú (para el caso del capital de riesgo).

En cuanto a las instituciones que brindan servicios financieros a las micro y pequeñas empresas, éstas se pueden agrupar en dos tipos: las que lo hacen directamente o aquéllas que funcionan como entidades de segundo piso, es decir, brindan los servicios a través de terceros.

Entre las primeras, en el Perú destacan Banca Múltiple, las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CRAC), las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC), las Empresas de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa (EDPYME), las Cooperativas, las ONG, y algunas otras instituciones. Por otro lado, las instituciones de segundo piso son básicamente entidades públicas que brindan sus servicios financieros precisamente a través de algunas de las instituciones que se acaban de mencionar.

El análisis de las instituciones que brindan los servicios directamente es materia de la siguiente sección y ocupará la mayor parte del presente capítulo. En las últimas dos secciones se presentan los casos de dos instituciones de “segundo piso” (COFIDE, COPEME) y de una institución “mixta” (FOGAPI) es decir que ofrece algunos de sus servicios de manera directa y otros a través de terceros.

### **Instituciones que brindan los servicios financieros directamente.**

Los servicios financieros brindados a las micro y pequeñas empresas provienen del sector formal y del sector no regulado. Dentro del sector formal se encuentran aquellas instituciones que están reguladas por la Superintendencia de Banca y Seguros - SBS (tales como los Bancos, las Financieras, las CMAC, las CRAC, y las EDPYMES). Y dentro del sector **no regulado**, se pueden encontrar diversas fuentes de crédito: algunas ONG que tienen programas de microcrédito, prestamistas individuales, asociaciones de ahorro y crédito (mecanismos grupales como juntas, panderos), proveedores, empresas prestamistas. En casi todos los puntos de esta sección, el análisis se refiere al servicio de crédito. Solamente en el último punto se revisa una experiencia desarrollada en el Perú, asociada al servicio de fondo de capital de riesgo.

Respecto al servicio de crédito, el análisis se va a centrar en los cuatro tipos de instituciones que son reguladas por la SBS (Banca Múltiple, Cajas Municipales, Cajas Rurales y EDPYMES) debido a que ellas concentran la mayoría del crédito otorgado a las micro y pequeñas empresas y porque se dispone de información estadística oficial sobre ellas. Sin embargo, si la ocasión lo ameritase, se mencionararán algunas experiencias asociadas a otras instituciones como ONG y Bancos Comunales.

El análisis que a continuación se presenta se basa principalmente en las estadísticas de la SBS. Se pretende que el análisis se haga tanto desde la perspectiva de las instituciones que brindan los servicios como la de los clientes (es decir, la micro y pequeña empresa).

#### **¿Quiénes brindan crédito a las micro y pequeñas empresas?**

(A) *Banca Múltiple*: Los Bancos están dirigidos a resolver las necesidades de financiamiento de empresas y personas. Debido a cuestiones de rentabilidad y riesgo, las micro y pequeñas empresas no son el mercado objetivo de los Bancos, con

excepción de Mi Banco<sup>53</sup> y Banco del Trabajo. De los demás Bancos, algunos han desarrollado líneas o servicio de crédito a las micro y pequeñas empresas, como por ejemplo el Banco de Crédito a través de la Financiera Solución. De acuerdo a las estadísticas de la SBS, hasta el 31 de Diciembre del 2004, entre el Banco de Crédito, Banco del Trabajo y Mi Banco concentraban más del 80% de los créditos que otorga la Banca Múltiple a las micro y pequeñas empresas.

*(B) Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC):* Fueron creadas en 1980 (a través del DL 23039) con el objetivo de atender a los segmentos que no tenían acceso al crédito formal. Son instituciones micro financieras no bancarias descentralizadas que se caracterizan, en términos generales, por tener un adecuado manejo de cartera y una eficiente gestión institucional (más adelante se muestran estadísticas que corroboran esto). Además, han podido incorporar aspectos de la oferta de crédito informal de modo tal que son más flexibles ante las situaciones de informalidad y de la falta de información documentada, fenómenos ambos frecuentes entre las micro y pequeñas empresas. Actualmente, existen 14 CMAC a nivel nacional.

*(C) Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC):* Fueron creadas en 1992 (a través de la Ley 25612) con la finalidad de constituirse en Bancos de carácter local y regional para pequeños agricultores, ganaderos, comerciantes, artesanos y otros agentes económicos. Nacen a partir de la necesidad de cubrir la falta de financiamiento a la agricultura, sector donde no suelen incursionar los Bancos. No obstante, dado la alta morosidad de las empresas de este sector, las CRAC paulatinamente han ido orientando su acción crediticia a otros sectores, con el fin de diversificar riesgos y mejorar su rentabilidad. Al igual que las CMAC, son consideradas instituciones micro financieras y actualmente existen 12 CRAC a nivel nacional.

*(D) Empresas de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa (EDPYMES):* Instituciones cuya finalidad es promover el desarrollo económico y social de los sectores sin acceso al crédito formal. Muchas de las EDPYMES son originadas como proyección de los programas de microcrédito de ONG quienes, ante la necesidad de expansión, han debido buscar recursos de entidades públicas y privadas, y de esta manera cumplir con el requisito de estar bajo la supervisión de la SBS. Las EDPYMES también se consideran instituciones micro financieras y actualmente existen 14 a nivel nacional.

Aunque no se encuentran bajo supervisión de SBS, vale la pena destacar la existencia de programas de microcrédito de algunas ONG, lo cual representa una alternativa al sistema tradicional de crédito. Estos programas se organizan vía grupos solidarios y bancos comunales, y se basa en principios sencillos como canalizar recursos del propio intermediario, buscar solidaridad entre miembros de los grupos, y fomentar la cultura de ahorro y cumplimiento de los pagos (el "grupo" ejerce una fuerte presión social sobre cada uno de los integrantes para que cada uno honre sus compromisos de pago).

#### Participación relativa de la oferta de crédito según tipo de institución financiera

---

<sup>53</sup> MIBANCO fue una iniciativa estatal que se transfirió al sector privado en su totalidad. Ello significó un modelo de intervención novedoso e interesante puesto que el Estado solamente intervino en las etapas iniciales del proyecto (percibió la necesidad, solicitó la cooperación internacional, destinó recursos propios, creó un Comité Técnico encargado de diseñar y crear la institución) y luego lo transfiere íntegramente al sector privado para que se haga cargo de la institución.

De acuerdo a la SBS, al 31 de Diciembre del 2,004, el total de crédito a la micro y pequeña empresa supera los 3,152 millones de soles<sup>54</sup>. Como se observa en el Cuadro 1, esta cifra casi se ha duplicado si se le compara con el 2,001, y el incremento ha sido considerablemente mayor en las CMAC que en los demás tipos de instituciones.

**Cuadro 1:**  
**Evolución de la oferta de crédito directo a la micro y pequeña empresa en el Perú,**  
**según tipo de institución financiera regulada por SBS**  
**(en miles de nuevos soles)**

	Al 31/12/01	Al 31/12/02	Al 31/12/03	Al 31/12/04	Incremento anual promedio
Banca Múltiple	930,187	866,154	1'030,662	1'538,526	18%
Cajas Rurales	117,847	131,965	158,210	208,686	21%
Cajas Municipales	427,673	593,541	831,811	1'116,377	38%
EDPYMES	136,304	166,645	221,087	289,194	28%
<b>Total</b>	<b>1'612,011</b>	<b>1'758,305</b>	<b>2'242,170</b>	<b>3'152,783</b>	<b>25%</b>

Fuente: SBS

Dos manifestaciones de este fenómeno son: (a) los créditos otorgados por las CMAC que representaban 26% del total de la oferta en el 2,001, ahora representan el 36% (como se observa en el Cuadro 2 este incremento en la participación relativa de las CMAC se ha logrado a costa de la Banca Múltiple), y (b) entre las 10 instituciones con mayor cartera de crédito, la mitad son CMAC (ver Anexo 1).

**Cuadro 2:**  
**Participación relativa de la oferta de crédito directo a la micro y pequeña empresa en el Perú**

Tipo de Institución	31/12/01	31/12/04
Banca Múltiple	57.7%	48.8%
Cajas Municipales	26.5%	35.4%
Cajas Rurales	8.5%	9.2%
EDPYMES	7.3%	6.7%
<b>Total (en miles de nuevos soles)</b>	<b>1'612,011</b>	<b>3'152,783</b>

Fuente: SBS

Como es de esperar, ello ha originado una especie de competencia entre los Bancos y las CMAC por capturar (o retener según el caso) a los mejores clientes de éstas últimas. Dado que los Bancos tienen el respaldo de otro tipo de préstamos muchos más grandes que les permiten cubrir sus costos fijos, pueden ofrecer a los microempresarios créditos a tasas más bajas que las CMAC. Ante ello, estas últimas deben utilizar mecanismos ingeniosos para poder retener a sus clientes. A continuación se menciona un ejemplo de ello: la Caja Municipal de Huancayo.

Esta CMAC ha venido creciendo significativamente en los últimos años y actualmente disputa con el Banco de Crédito la supremacía en la ciudad de Huancayo (la principal de la Sierra peruana) en cuanto a crédito, colocaciones y número de clientes. Sus créditos los orienta al ámbito urbano, principalmente comerciantes y artesanos, y mantienen una tasa de morosidad promedio que no supera el 10%<sup>55</sup>. De acuerdo al representante de la institución que concedió la entrevista, las tasas de interés oscilan entre 2.5% y 3%

<sup>54</sup> La información se obtiene del Balance de Comprobación de las instituciones, y el monto incluye la cartera vigente, refinanciada, reestructurada, vencida y en cobranza. Más adelante, se analiza la influencia de cada una de estas definiciones.

<sup>55</sup> Estas bajas tasas de morosidad en realidad existen en casi todas las CMAC y dicho "éxito" se basa en la estrecha relación de confianza y conocimiento que logran establecer con sus clientes.

mensual, dependiendo del cliente y del tipo de negocio, y únicamente en los préstamos “grandes” (superiores a \$10,000) se exige la presentación de una garantía hipotecaria.

Para enfrentar la creciente competencia con el Banco de Crédito, la CMAC viene trabajando en reducir sus costos administrativos (que son muy superiores a los del Banco porque prestan montos menores y deben gastar más en el monitoreo a los créditos concedidos) y viene desarrollando acciones de fidelización al cliente. Una de las acciones más destacadas es el *Programa de Ahorro Programado*, mediante el cual se incentiva el ahorro mensual de sus clientes (montos pequeños, desde 20 o 25 soles) ofreciéndoles, a quienes cumplan con ahorrar todos los meses, el pago de un interés por dichos ahorros a fin de año (a una tasa de 5%, que es superior a la que paga el mercado) y además la promesa de prestarles el siguiente año hasta el doble de lo que le prestaron en el presente año.

En dicho escenario, es importante para una institución especializada en microfinanzas como las CMAC, CRAC o EDPYMES ampliar su escala de operaciones para reducir costos fijos unitarios. Una de las maneras de conseguir ello es reducir las tasas de interés para captar más clientes pero se ha visto que dicha posibilidad es difícil mientras se mantengan los elevados costos administrativos y financieros. Otra forma sería incrementar el monto por préstamo concedido pero aquí el riesgo principal es el incremento de la tasa de morosidad, que es acaso el principal indicador de calidad de cartera de estas instituciones. Al finalizar esta sección, se plantean algunas pautas o alternativas que podrían aplicarse, de acuerdo a la situación, a este tipo de instituciones que contribuya a incrementar su nivel de eficiencia y de gestión. Pero previamente se revisarán brevemente algunos indicadores financieros de las instituciones.

### Características del crédito ofrecido

Los créditos orientados a las micro y pequeñas empresas suelen tener las siguientes características:

- Son préstamos para capital de trabajo: como se mostrará más adelante, ello tiene que ver con que la mayoría de destinatarios de estos créditos se dedican al comercio.
- Son préstamos de corto plazo (menos de 6 meses), dado que suelen utilizarse para financiar capital de trabajo (activo corriente).
- Son préstamos en moneda nacional.
- El monto de los préstamos es considerablemente inferior al monto que se presta a empresas grandes. Los montos mínimos pueden inclusive estar por debajo de los 300 soles. El monto máximo está en función del requerimiento de capital de trabajo, de la capacidad de pago del cliente, etc.
- Las garantías personales o hipotecarias no son indispensables para acceder al crédito.
- Las tasas de interés son mayores que las que se cobran a empresas grandes, y varían en función de la calidad del cliente y su récord crediticio. No obstante, estas tasas son más baratas a las que le cobrarían al micro o pequeño empresario un prestamista, proveedor o empresa individual.

Respecto a las tasas de interés, se observa en el Cuadro 3 que el crédito a la microempresa es más barato en la Banca Múltiple que en el resto de instituciones financieras. También se puede apreciar que para cualquier tipo de institución, el crédito a la microempresa si bien se ha abaratado en los últimos dos años, sigue siendo más caro que el crédito comercial.

**Cuadro 3:  
Tasas de interés activas de los créditos a microempresas y créditos comerciales,  
según tipo de institución financiera  
(interés promedio, en moneda nacional)**

Tipo de Institución	Dic 2002		Dic 2004	
	Tasas interés Créditos Microempresas	Tasas interés Créditos Microempresas	Tasas interés Comercial	Diferencia en puntos porcentuales
Banca Múltiple	53.1	47.9	9.1	38.8
Cajas Rurales	58.2	53.5	29.2	24.3
Cajas Municipales	59.2	52.8	42.9	9.9
EDPYMES		59.9	56.8	3.1

Fuente: SBS

La tasas más altas de los créditos a microempresarios (respecto a los créditos comerciales) se explica porque al ser montos pequeños tienen menor capacidad de generar intereses, lo cual debe ser compensado de alguna manera con tasas más altas<sup>56</sup>.

Asimismo, las mayores tasas en las CMAC, CRAC y EDPYMES (respecto a la Banca Múltiple) se explican porque en estas instituciones se asumen mayores riesgos (en muchas ocasiones no tienen una garantía que los respalde), los montos de los préstamos son menores, los costos administrativos (evaluar, colocar, cobrar un crédito) son mayores y el costo del dinero es mayor (pagan tasas pasivas mayores que los de la Banca Múltiple porque tienen mayor necesidad de liquidez). Todos estos factores aumentan los costos financieros de dichas instituciones, lo cual debe ser compensado de alguna manera a través de mayores tasas de interés.

#### ¿Quiénes reciben crédito de las instituciones financieras?

De acuerdo a la SBS, al 31 de Diciembre del 2004, son 716,359 las micro y pequeñas empresas que mantenían alguna deuda con alguna de las instituciones financieras arriba mencionadas. Esta cifra es muy similar a la cantidad estimada de micro y pequeñas empresas formales que existen en nuestro país lo cual evidenciaría que la inmensa mayoría de estas micro y pequeñas empresas formales utilizan crédito. También coincide con el número de MYPEs consideradas de productividad alta y media; dejando fuera de esta cifra a las MYPEs consideradas de subsistencia, que claramente no son sujetos de crédito.

Hay una fuerte asociación entre acceso a crédito y formalidad, aunque esta relación no es directa, ya que hay muchas microempresas que acceden al crédito sin ser formales. Lo que sucede es que el crédito les permite crecer hacia pequeñas o microempresas consolidadas y con ello su posibilidad y necesidad de ser formales se acentúa. Si el acceso al financiamiento es una de las condiciones que se requieren para la promoción del desarrollo de las micro y pequeña empresas, la formalización de estas empresas les va a ayudar a tener un mayor acceso a las instituciones financieras. Es importante mencionar que de todas formas existen micro y pequeñas empresas informales que utilizan crédito y para ellas, como ya se mencionó, la oferta está conformada principalmente por otro tipo de instituciones que pueden ser formales (como cooperativas, ONG, Bancos Comunales) o informales como prestamistas individuales, asociaciones grupales.

<sup>56</sup> Si se define  $I = P * i$  (donde  $I$  = Interés,  $P$  = Monto del préstamo,  $i$  = tasa de interés), dado que un crédito a microempresas tiene un bajo  $P$ , debe aumentar  $i$  para compensar de alguna manera la caída de  $I$ .

Regresando a las micro y pequeñas empresas que tienen acceso a crédito proveniente de la Banca Múltiple, CMAC, CRAC o EDPYMES, en el Cuadro 4 se presenta la clasificación de las mismas según sector de actividad a la que pertenecen.

**Cuadro 4:**  
**Clasificación de las micro y pequeñas empresas que al 31/12/2004 mantienen deudas con instituciones financieras reguladas por la SBS, según rama de actividad y tipo de institución**

Sector económico	Banca Múltiple	Cajas Rurales	Cajas Municipales	EDPYMES
Comercio	58.3%	53.4%	65.2%	52.4%
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	10.6%	3.7%	3.4%	1.9%
Manufactura	7.2%	2.8%	5.6%	9.2%
Transportes y almacenamiento	4.4%	3.4%	8.3%	4.9%
Agricultura	1.2%	27.1%	6.3%	6.5%
Hoteles y restaurantes	1.0%	1.0%	3.1%	1.4%
Otros	17.3%	8.6%	8.1%	23.7%
<b>Total de clientes</b>	<b>286,321</b>	<b>45,971</b>	<b>282,315</b>	<b>101,752</b>

Fuente: SBS

Como se puede apreciar las empresas pertenecientes al sector comercio son mayoría bajo cualquier clase de institución, principalmente entre las CMAC. Esto se da inclusive entre las CRAC que, como ya se mencionó, originalmente se orientaban al sector agrario, pero por las características de dicho sector (reducidas utilidades, estacionalidad de los productos) han debido diversificar su oferta para reducir riesgos y mejorar la rentabilidad de sus servicios. De todos modos, la mayor participación del sector agrario en las CRAC respecto a las CMAC o EDPYMES (donde la participación del sector no llega al 8%) explica en buena medida la diferencia en los indicadores de riesgo, que se describirán más adelante.

#### Análisis financiero según tipo de institución

Si se toman en cuenta los indicadores financieros que miden la calidad de la cartera, nuevamente son las CMAC las que muestran mejores resultados. En el Cuadro 5, se muestra la clasificación de las carteras de crédito según estén vigentes, refinanciados, vencidos o en cobranza judicial: un mayor porcentaje de créditos en algunas de las últimas tres categorías significa que los clientes presentan problemas para cumplir con sus compromisos de pago y, por lo tanto, es una situación más riesgosa para la institución acreedora.

En el caso de las CMAC solamente el 9% de los créditos se encuentran refinanciados, vencidos o en cobranza judicial. Este porcentaje es casi igual en la Banca Múltiple y entre las EDPYMES, pero aumenta significativamente entre las CRAC (20%). Exceptuando estas últimas, se puede decir que la Banca especializada en la atención a los micro y pequeños empresarios logra una similar calidad de cartera de créditos que aquella (Banca Múltiple) en la que dicho sector no constituye su público objetivo. Y visto desde el punto de vista de los clientes, esto muestra que las micro y pequeñas empresas pueden ser consideradas como buenos sujetos de crédito, que cumplen puntualmente sus compromisos asumidos.

**Cuadro 5:**  
**Crédito directo, según situación y según tipo de institución financiera (31/12/2004)**

Calificación	Banca Múltiple	CMAC	CRAC	EDPYMES
Vigente	92.5	91.1	80.1	92.0
Refinanciado	1.4	2.1	10.9	1.6

Vencidos y cobranza judicial	6.1	6.8	9.0	6.4
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fuente: SBS

El Cuadro 6, muestra una clasificación similar pero desde el punto de vista de la categoría de riesgo que representa el deudor: se tiene que del total de deudas que tiene por cobrar las CMAC solamente el 10% están clasificadas como deficientes, dudosas o pérdidas. Nuevamente ocurre que este porcentaje es similar en la Banca Múltiple y entre las EDPYMES y se incrementa considerablemente entre las CRAC (20%). Estas CRAC muestran la cartera más deteriorada y la de mayor riesgo de todo el sistema financiero, aunque (y en gran parte debido a) es la que más ayuda brinda al sector agrario y ganadero del país.

**Cuadro 6:**  
**Crédito de riesgo, según categoría de riesgo del deudor y según tipo de institución financiera (31/12/2004)**

Calificación	Banca Múltiple para microempresas	CMAC	CRAC	EDPYMES
Normal	89.6	85.6	74.6	88.2
Con problema potencial	2.8	4.6	5.3	3.3
Deficiente, dudoso o pérdida	7.6	9.8	20.1	8.5
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fuente: SBS

Se ha visto entonces que los indicadores de riesgo son muy similares para la Banca Múltiple, las CMAC y las EDPYMES. Existen otros muchos indicadores financieros (asociados a la calidad de activos, solvencia, liquidez y gestión) pero considerando que no es el objetivo de la presente consultoría realizar un exhaustivo análisis de tipo, solamente se va a considerar uno adicional, asociado a la rentabilidad.

En este rubro, el indicador más utilizado es la rentabilidad sobre patrimonio (ROE por sus siglas en inglés)<sup>57</sup>: cuánto más grande sea este ratio, mayor es la rentabilidad. Los resultados se aprecian en el Cuadro 7, y se destaca la gran diferencia que existe en el ROE de las CMAC respecto al resto de instituciones financieras. La conclusión es entonces que si bien las CMAC tienen similares niveles de riesgo que la Banca Múltiple y las EDPYMES (bajo en todos los casos), la rentabilidad es superior.

**Cuadro 7:**  
**Rentabilidad sobre Patrimonio (ROE<sup>58</sup>) según tipo de institución financiera (31/12/2004)**

Calificación	Banca Múltiple para microempresas*	CMAC	CRAC	EDPYMES
Rentabilidad	11.2	25.9	8.7	0.1

Fuente: SBS

\* Este ratio corresponde a todas las operaciones de la Banca Múltiple y no solamente a las que se orientan a la microempresa.

No existe una razón única que explique la posición sólida y rentable que muestran las CMAC. Pero sí se pueden señalar algunas de ellas:

- La estructura institucional existente: las CMAC tienen un directorio y además una gerencia en manos de una administración colegiada, lo cual previene las concentraciones de poder y genera autonomía en la gestión administrativa y gerencial.

<sup>57</sup> Entre otras razones porque, dada la manera en que está construido, el indicador refleja aspectos de gestión, financiamiento y solvencia.

<sup>58</sup>. ROE quiere decir en inglés: Return on Equity (retorno sobre la inversión).

- La política de identificación de sujetos de crédito: dado que para préstamos pequeños no se exige garantía, se ha desarrollado un sistema de evaluación de los sujetos de crédito, que incluye un análisis del perfil del cliente (formación, capacidad técnica, valores, metas, etc), de las condiciones del entorno de la actividad económica que desarrolla, y de los activos y capital que posee el empresario al momento de solicitar el crédito.
- Las acciones de seguimiento a los créditos, tanto para la recuperación de los mismos como de manera preventiva para anticipar posibles dificultades de pago.
- La comunicación permanente, relaciones duraderas con el cliente: el permanente trabajo de campo, el reconocimiento al cumplimiento en los pagos (a través de tasas cada vez menores o préstamos cada vez mayores) genera una especie de fidelización y empatía con los clientes.
- El apoyo inicial de la cooperación técnica extranjera (GTZ de Alemania y el BID, principalmente) que facilitó el desarrollo del modelo de las cajas alemanas y asesoró a las CMAC en la aplicación de sistemas administrativos, metodologías crediticias, fortalecimiento institucional. Con ello ha logrado desarrollar y adaptar a la realidad peruana una cultura de microcrédito.
- Otros aspectos como la política conservadora de provisiones, los préstamos escalonados (se prestan montos pequeños y plazos cortos hasta conocer mejor al cliente), la diversificación de la cartera (distintos sectores económicos) para evitar concentración y minimizar riesgos.

#### Comentarios acerca del servicio de crédito a las micro y pequeñas empresas.

En base a lo que se ha mencionado en el presente capítulo y recogiendo las impresiones de las entrevistas realizadas a representantes de diversas instituciones micro financieras, a continuación se plantean algunas líneas de acción que no solamente podrían contribuir a mejorar la gestión de estas instituciones sino también mejorar las condiciones de acceso al crédito para las micro y pequeñas empresas. Además, estas líneas de acción no son excluyentes entre sí sino por el contrario se complementan.

(a) diversificar los grupos objetivos y ofrecer distintos tipos de crédito. De este modo además se evita que todas las instituciones presten a los mismos clientes, lo cual a su vez conduce a un incremento en la morosidad.

(b) mejorar los sistemas de evaluación de crédito. Si bien es cierto que para préstamos pequeños, los mecanismos de evaluación de crédito son relativamente más costosos (no logran diluirse por grandes economías de escala), a la larga resulta más caro para la institución no contar con estos mecanismos (o disponer de algunos demasiado elementales) ya que la ausencia de este primer filtro incrementa notablemente la probabilidad de no pago por parte del cliente.

(c) fomentar entre sus clientes una cultura crediticia de ahorro. Ello no solamente promueve la inversión en el cliente sino también le brinda confianza. Además, en términos de la institución financiera, le otorga mayor liquidez para efectuar nuevos préstamos. Se mencionó anteriormente el caso de una CMAC que promueve ello utilizando la lógica del “préstamo escalonado” (si cumples con tus pagos, te presto *mayores cantidades*) pero aplicado al ahorro (*si ahorras tal cantidad, el próximo año te presto hasta el doble de lo que te presté este año*)

(d) una manera adicional de ganarse la confianza del cliente y de atraer otros es aplicando el concepto de responsabilidad social y reinvertiendo las utilidades en su ciudad. Muchas de las personas entrevistadas en provincias sostienen que la mayoría

de las instituciones financieras no reinvierten casi nada de las utilidades en la región sino que lo hacen en Lima y ello lo perciben como falta de compromiso con la región donde operan.

(e) finalmente, es recomendable que las instituciones que brindan servicios financieros no distraigan sus recursos en ofrecer servicios de desarrollo empresarial (SDE). En este punto se encontraron, entre las instituciones financieras entrevistadas, posturas distintas: aquellas que están pensando incursionar en los SDE a través de Programas de Ideas de Negocios, y las que sostienen que no lo harían porque si asesoran o capacitan al cliente en un negocio y las cosas no funcionan, este último los haría responsables del fracaso o la pérdida y se sentiría con derecho a no pagarle la deuda que tiene por los servicios financieros recibidos.

En todo caso, aquí se sostiene que los roles del prestamista y del asesor son diferentes, así como las competencias y estructuras que se requieren para ofrecer ambos tipos de servicios.

### **Fondos de Capital de Riesgo.**

A diferencia de las instituciones que han sido mencionadas (CMAC, CRAC y EDPYMES) cuyo segmento objetivo son las micro y pequeñas empresas, en el caso de los fondos de capital de riesgo el segmento objetivo son medianas empresas con alto potencial de crecimiento. A continuación se revisa brevemente una experiencia exitosa de la provisión de este tipo de servicio para el caso peruano.

SEAF Perú SAFI<sup>59</sup> es una subsidiaria de SEAF, que es una administradora de Fondos de Capital Privado orientados en empresas de alto potencial de crecimiento en países en vías de desarrollo. Dicha administradora opera en 23 países y para el caso peruano se ha constituido desde Mayo del 2,004 un Fondo Transandino Perú (FTP), que es administrado por SEAF Perú.

En el Perú, el FTP se convierte en el primer fondo de inversión de capital privado con capital de inversionistas institucionales que es dirigido a la mediana empresa<sup>60</sup>. De esta manera representa, por un lado, una alternativa adicional de inversión para instituciones como las AFP, y, por el otro, una fuente de financiamiento de capital a largo plazo, que antes solamente era asequible para las grandes empresas. El FTP cuenta con un capital comprometido de \$15 millones y tiene una duración de 8 años, pero a mitad de dicho lapso de tiempo, deberá vender su participación en las inversiones para poder brindar un retorno a los inversionistas.

A la fecha SEAF Perú ha realizado inversiones en 3 empresas del Perú, las mismas que pertenecen al sector exportador, y provienen de mercados con alto potencial de crecimiento a nivel mundial y donde el Perú tiene ventajas competitivas importantes:

(a) Productos decorativos de travertino para el mercado de acabados de construcción en Estados Unidos. Fue la primera inversión del FTP y el monto de la misma ascendió a \$0.5 millones y le ha permitido a la empresa incrementar sus líneas de crédito para exportaciones, centralizar sus operaciones en una sola planta, importar maquinaria de Italia para duplicar su capacidad instalada, e implementar sistemas contables y productivos para mejorar la eficiencia y el control interno.

---

<sup>59</sup> Small Enterprise Assitance Funds Perú Sociedad Administradora de Fondo de Inversión

<sup>60</sup> Pueden provenir de distintos sectores, deben facturar más de \$1 millón al año y contar con un alto potencial de crecimiento.

(b) Productos hidrobiológicos para el mercado de Francia. La empresa produce (cultiva y procesa) platos de comida congelada a base de conchas de abanico, y ya cuenta con tres concesiones autorizadas por la Unión Europea para exportar sus productos. El monto de la inversión es \$2.25 millones y se utiliza principalmente para expandir sus áreas de cultivo y su capacidad de procesamiento.

(c) Frutas. La empresa procesa y exporta diversos productos, siendo el principal los mangos frescos empacados. El monto de la inversión es \$2 millones, que se utilizarán principalmente para invertir en dos plantas, una para procesar y congelar, y la otra para deshidratar frutas.

Finalmente, resaltar que actualmente SEAF Perú se encuentra en negociaciones con otras 8 empresas en las que probablemente invierta. Estas empresas pertenecen a sectores diversos como turismo, infraestructura pequeña, servicios, manufactura, servicios financieros, etc.

### **Instituciones financieras de segundo piso**

En esta sección se reseña brevemente los objetivos y algunos aspectos resaltantes de las principales instituciones públicas que brindan servicios financieros a las micro y pequeñas empresas a través de terceros. Se puede definir el objetivo general de estas instituciones “de segundo piso” como mejorar las posibilidades de acceso al crédito a las micro y pequeñas empresas que enfrentan dificultades de financiamiento. Concretamente, se presentan cuatro casos:

- **COFIDE**, que brinda sus servicios de crédito a través de las instituciones que se analizaron en la sección anterior (Bancos, CMAC, CRAC, EDPYMES).

- **COPEME**, que brinda servicios a estas instituciones microfinancieras, para incrementar su oferta de ahorro y crédito dirigidas a las micro y pequeña empresas.

- **Development Credit Authority (DCA)**, que financia, por intermedio de los Bancos, inversiones en tecnologías de producción limpias, utilizando para ello fondos de garantía

-**Programa de Fortalecimiento Patrimonial de Empresas**, cuyo objetivo era lograr que empresas económicamente viables que tengan dificultades para pagar sus deudas, vuelvan a ser sujetos de crédito. De hecho, este Programa no tuvo el éxito esperado y ya no existe, pero igual se considera importante reseñarlo para extraer algunas lecciones de ello.

### Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE)

COFIDE es una empresa de economía mixta que cuenta con autonomía administrativa, económica y financiera y cuyo capital pertenece en casi en un 98.5% al Estado Peruano. COFIDE forma parte del sistema financiero nacional y desempeña funciones de un banco de desarrollo de segundo piso, canalizando los recursos que administra únicamente a través de instituciones supervisadas por la SBS.

COFIDE cuenta con programas y líneas de crédito a las micro y pequeñas empresas, que permiten financiar todas las etapas del proceso de inversión, desde los estudios de factibilidad e identificación de mercados, los diferentes procesos de producción y servicios de la empresa, así como la modernización de planta y operaciones de comercio exterior.

Todas las líneas y programas de crédito que administra COFIDE son canalizadas hacia los beneficiarios a través de una Institución Financiera Intermediaria (IFI): Bancos, Financieras, CRAC, CMAC, EDPYMES, cooperativas<sup>61</sup>. La IFI tiene la responsabilidad de la recepción, calificación, aprobación, desembolso y recuperación de los créditos que aprueben con cargo a los recursos que administra COFIDE, por lo que los interesados en obtener financiamiento, deben acudir a solicitarlo a la institución financiera de su preferencia. A continuación, se presentan los programas específicamente dirigidos a la micro y pequeña empresa:

*(a) MicroGlobal<sup>62</sup>*

El objetivo es ampliar el acceso al crédito para la microempresa formal e informal urbana, urbano - marginal y rural, que realice actividades de producción, comercio o de servicios<sup>63</sup>. COFIDE aprobará préstamos a las instituciones financieras intermediarias del Sistema Financiero Nacional, que califiquen a la evaluación de acuerdo a las normas que establece el BID, y que suscriban con la Corporación el Convenio de Participación correspondiente.

El destino de la línea de crédito es financiamiento de activos fijos y capital de trabajo. COFIDE establece la tasa de interés que le cobra a la IFI y ésta a su vez la que le cobra a la micro y pequeña empresa. Cada IFI deberá preocuparse de que el monto promedio de sus colocaciones no exceda de \$5,000, y el monto máximo es de \$10,000. Finalmente, el plazo máximo de los préstamos de COFIDE a las IFI será de cuatro años,

*(b) Fondo para el Desarrollo de la Microempresa (FONDEMI)*

FONDEMI es una componente del Programa Perú Emprendedor del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) destinado a brindar servicios financieros, administrado por COFIDE en fideicomiso. El objetivo del Programa es contribuir al desarrollo de la microempresa, canalizando recursos para financiar los requerimientos del sector de la MYPE, derivados de sus actividades productivas, comerciales o de servicios. Los requisitos para ser beneficiario son los mismos que los del Programa Micro Global o Habitat Productivo, y además que el saldo total adeudado en el sistema financiero no supere los \$10,000.

COFIDE canalizará los recursos a través de las Instituciones Financieras Intermediarias Especializadas en la Microempresa (IFIS), mediante la modalidad de Línea de Crédito. El destino de la línea de crédito es financiamiento de activos fijos y capital de trabajo. FONDEMI establece la tasa de interés que le cobra a la IFI y ésta a su vez negocia con la micro y pequeña empresa la tasa que le cobrará. El monto máximo del préstamo a la empresa es de \$10000, y el plazo máximo de los préstamos de FONDEMI a las IFI será de tres años.

*(c) PROPEM BID*

El objetivo es impulsar el desarrollo de la Pequeña Empresa<sup>64</sup> nacional del sector privado, que se desarrolle en las diferentes actividades económicas, mediante el financiamiento del establecimiento, ampliación y mejoramiento de sus plantas y equipos así como sus costos de diseño y servicios de apoyo relacionados, y además, como capital de trabajo. La modalidad es el redescuento de los recursos del Programa a las IFI calificadas, y además COFIDE puede canalizar los recursos a través de líneas de crédito en favor de las IFI.

<sup>61</sup> A la Institución Financiera Intermediaria Especializada en la microfinanza, COFIDE la denomina IFIE.

<sup>62</sup> COFIDE tiene un Programa similar, llamado *Habitat Productivo*, en el que se privilegia como sujeto de crédito a la población afectada por el Fenómeno del Niño y a las ciudades donde el Ministerio de Vivienda ejecuta actividades de desarrollo urbano

<sup>63</sup> Los requisitos para que una empresa sea beneficiaria del Programa es que tenga no más de 10 empleados y que sus activos no superen los \$20,000 excluyendo los bienes inmuebles

<sup>64</sup> Se define pequeña empresa como aquella cuyas ventas anuales no exceda \$1'500,000.

El destino de la línea de crédito es financiamiento de activos fijos, reposición de inversiones y capital de trabajo. COFIDE establece la tasa de interés que le cobra a la IFI y ésta a su vez la que le cobra a la micro y pequeña empresa. El monto máximo para capital de trabajo es de \$70,000 y el plazo máximo de los préstamos de COFIDE a las IFI será de diez años.

*(d) Créditos Subordinados*

El objetivo es apoyar la ampliación del financiamiento a las micro y pequeñas empresas, a través del fortalecimiento del patrimonio efectivo de las IFIE que muestren los mejores ratios de gestión, mediante el otorgamiento de préstamos subordinados. Es decir, los préstamos buscan fortalecer el patrimonio efectivo de la IFIE y ampliar, de esta manera, la oferta de servicios financieros a favor de las micro y pequeña empresas. La tasa de interés la define COFIDE y el plazo máximo de amortización del crédito subordinado son diez años.

Consortio de Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (COPEME)

Si bien el rol de esta institución será analizado con mayor detalle en posteriores capítulos (sobre todo en el capítulo sobre los servicios de desarrollo empresarial) es importante mencionar que esta asociación civil creada en 1990 busca promover y ejecutar programas, proyectos y actividades orientadas a desarrollar el sector de la micro y pequeña empresa a nivel local, regional y nacional. Actualmente, COPEME agrupa a más de 50 instituciones (la mayoría ONGs) que trabajan en distintas líneas de especialización como capacitación, asistencia técnica, financiamiento, comercialización.

Precisamente COPEME desarrolla un programa de fortalecimiento institucional llamado "Iniciativa microfinanzas", cuyo propósito es incrementar la oferta sostenible de servicios de créditos y ahorros para microempresarios y sectores de bajos ingresos en el Perú. Dentro de este programa, destacan cuatro servicios:

- (a) Asistencia técnica y capacitaciones:* orientadas al fortalecimiento de la gestión de la Institución Micro Financiera (IMF) para que éstas mejoren en aspectos administrativos, financieros y de cartera. Se desarrollan temas como planificación estratégica, sistemas de información gerencial, tecnologías de micro crédito, administración de riesgos, etc.
- (b) Sinfoned:* Base de Datos con información de ONG y EDPYMES, que contiene información de los estados financieros y de cartera, y cuya finalidad es consolidar la oferta real de financiamiento a la micro y pequeña empresa y publicar reportes de desempeño de las IMF.
- (c) IQT:* Servicio orientado a preparar a las IMF para fortalecer la calidad de información y gestión, de tal manera que aquellas IMF no supervisadas por la SBS puedan adoptar un sistema de autorregulación, mientras las que sí están supervisadas por dicho ente puedan fortalecer su gestión administrativa y financiera.

Development Credit Authority (DCA)

Por lo general, los Bancos no otorgan créditos para inversiones en tecnología más limpias de producción<sup>65</sup> puesto que las consideran más riesgosas. Cuando sí lo hacen, producto de esta percepción de riesgo, las condiciones del crédito son muy “duras” para quien está interesado en invertir: altas tasas de interés, alto requisito de colateral, corto plazo de repago. En este contexto, un Fondo de Garantía generaría diferentes incentivos a los Bancos para que brinden créditos para financiar este tipo de inversiones: (a) es una alternativa sostenible porque se ubica en el mercado de capital local, (b) limitan el riesgo de invertir en áreas no muy conocidas, (c) les brinda mayor liquidez, y (d) a mediano plazo, se espera que los Bancos reconozcan la rentabilidad de estas inversiones en tecnología.

DCA es un ejemplo de una institución que ofrece estos servicios de fondos de garantía. Es una herramienta del gobierno de Estados Unidos que opera en aproximadamente en 40 países, y en el Perú apunta a fortalecer mecanismos creditos que faciliten la expansión de servicios financieros, para con ello facilitar la adopción de tecnologías de producción, mostrar beneficios económicos y ambientales de esta tecnología, así como promover un desarrollo industrial ambientalmente sostenible.

En el caso peruano, el gobierno de EEUU proporciona garantía del 50% del principal del préstamo a través del Banco, los préstamos son hasta por \$0.4 millones y con condiciones favorables debido a la reducción del riesgo. Quienes pueden acceder a este préstamo son principalmente medianas empresas privadas del sector industrial, comercial o servicios que quieran invertir en este tipo de tecnología de producción limpia.

### **Instituciones financieras de Garantías**

Existen instituciones que ofrecen algunos de sus servicios de manera directa y otros actuando como entidades de “segundo piso”. El caso que a continuación se revisa es el de FOGAPI.

#### **Fundación Fondo de Garantía para Préstamos a la Pequeña Industria (FOGAPI)**

Si bien es cierto las garantías personales o hipotecarias no son indispensables para acceder al crédito cuando se trata de montos pequeños, la obtención de una garantía reporta al micro y pequeño empresario varias ventajas, entre las cuales se destacan: (a) posibilidad de acceder a montos de créditos mayores, (b) posibilidad de acceder a menores tasas de interés, con lo cual se abarata el crédito que reciben, y (c) posibilidad de participar en nuevas oportunidades de negocios, a través de licitaciones para la provisión de bienes y servicios, que como parte de los requisitos del concurso exigen garantías a los postores.

FOGAPI es un Fondo de Garantía con personalidad jurídica que opera como fundación y como tal, es una entidad privada por su propia naturaleza jurídica y sin fines de lucro, que forma parte integrante del sistema financiero. Fue creada en 1979 y a partir de 1997 se encuentra dentro del ámbito de la SBS.

FOGAPI es una entidad facilitadora de garantías para el acceso al crédito de la micro y pequeña empresa, y en tal sentido su objetivo es apoyar, promover y asesorar el desarrollo de las pequeñas y micro empresas de cualquier sector económico mediante operaciones de afianzamiento que les permita acceder al crédito de las instituciones financieras y de proveedores, así como también participar en las licitaciones, concursos

---

<sup>65</sup> Son tecnologías que apuntan a un uso más eficiente de recursos (agua, energía) y/o a reducir la contaminación generada (desechos sólidos, emisiones al aire)

públicos o privados y lograr adelantos de retribuciones en condiciones adecuadas oportunidad y costos.

A continuación se presentan tres servicios específicamente orientados a las micro y pequeña empresas, el primero de los cuales se ofrece directamente, y los otros dos a través de intermediarios financieros.

#### *(a) Cartas Fianzas*

FOGAPI otorga cartas fianza para garantizar o asegurar la fuente de trabajo que la micro y pequeña empresa obtenga, mediante suscripción de contrato de venta, suministro de bienes, de prestación de servicios, con entidades públicas o privadas. Este es un modelo de garantía, en el que FOGAPI desarrolla banca de “primer piso” para garantías, mediante la emisión de cartas fianza a favor de las micro y pequeña empresas. Los productos de este servicio son los siguientes:

\* **Garantía Proveedores:** Tiene por finalidad obtener de un tercero (proveedor) materiales e insumos que permitan a la micro y pequeña empresa cumplir con el contrato que tenga suscrito o por suscribir.

\* **Garantías Técnicas:** Actualmente se viene operando con la de Fiel Cumplimiento de Contratos que es aquella que garantiza al solicitante del suministro de bienes o del servicio, el cumplimiento del contrato por parte de la micro y pequeña empresa conforme a especificaciones técnicas pactadas o requerimientos del servicio. Igualmente, se otorgan cartas fianza por Prestaciones Accesorias en los contratos que requieren algunas prestaciones adicionales como mantenimiento, reparación, u otras.

\* **Garantías Comerciales:** Constituida por la Garantía de Adelanto, modalidad que permite a la MYPE solicitar recursos dinerarios adelantados del cliente, facilitándole capital de trabajo para el mejor cumplimiento de la obligación contratada. El adelanto lo podrá obtener mediante una carta fianza cuando la Institución contratante lo haya especificado.

\* **Garantía de Monto Diferencial:** Es aquella que tiene por objeto asegurar la calidad del bien o servicio cuando la propuesta económica de la micro y pequeña empresa es menor al valor referencial indicado por el contratante.

#### *(b) Garantía de Cartera o Global para Créditos MYPE*

Bajo este modelo, las Instituciones Financieras Intermediarias (IFI) prestan dinero a las micro y pequeñas empresas, permitiendo garantizar automáticamente la totalidad de los créditos MYPE, definidos a través de convenios que FOGAPI suscribe con las IFI. El objetivo es que el riesgo crediticio se reduzca y se diversifique, y paralelamente que las IFI desarrollen sus tecnologías bancarias para atender los diversos créditos MYPES.

La cobertura efectiva de la garantía de cartera de FOGAPI es de hasta 50% del saldo capital, lo que significa que el riesgo crediticio entre las IFI y FOGAPI es equitativo. Por otro lado, las IFI recuperan capital ante el incumplimiento de pago de una MYPE, y luego de ello devolverán a FOGAPI aquellos pagos correspondientes a la cobertura a costo cero, tan pronto se recuperen parcial o totalmente. En caso de pérdida, FOGAPI comparte la misma, hasta por su cobertura.

#### *(c) Garantía de Intermediario*

Bajo este modelo, las IFI pueden acceder a nuevos recursos financieros para el desarrollo de sus actividades de intermediación orientadas a las micro y pequeña

empresa, con la garantía de FOGAPI. Está dirigido principalmente a EDPYMES y a ONG especializadas en microfinanzas.

## **3.2 Instituciones que brindan Servicios de Desarrollo Empresarial (SDEs)**

### **1. El Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa - PROMPYME**

PROMPYME es la principal institución de promoción a las MYPEs, de carácter estatal; se constituye como una instancia de promoción, coordinación y concertación de las acciones necesarias para contribuir con el incremento de la competitividad de la pequeña y micro empresa en los diferentes mercados en los que ésta participa.

**Visión:** PROMPYME es la institución líder de la Región en la promoción del desarrollo empresarial, que ha logrado que la MYPE sea la principal fuente de generación de riqueza y que se consolide la cultura emprendedora en el Perú.

**Misión:** Promovemos y facilitamos el acceso de la MYPE a los mercados de bienes y servicios, mediante el desarrollo de capacidades para crear valor y competir y el fomento de la articulación empresarial, contribuyendo a una actividad empresarial sostenible, en alianza con agentes privados y públicos.

#### **Objetivos**

- (i) Promover el acceso de la MYPE a información de oportunidades de negocio así como a programas de articulación y/o promoción comercial.
- (ii) Mejorar el acceso de la MYPE a servicios de capacitación, asistencia técnica y articulación empresarial
- (iii) Facilitar el uso efectivo de las tecnologías de la información y comunicaciones como herramienta de negocios, mediante la asesoría y capacitación de la MYPE.

Estos tres objetivos se han traducido en tres líneas de trabajo: (a) Desarrollo y Promoción de mercados, (b) Desarrollo de productos y servicios empresariales, y (c) Desarrollo y Promoción de Tecnologías de la Información.

#### **Metodología de trabajo**

La intervención de PROMPYME se basa en una metodología que busca facilitar el acceso de MYPE competitivas a mercados previamente identificados y aumentar considerablemente sus ventas sobre la base del cumplimiento de estándares óptimos de calidad para cada mercado. Esta metodología parte de la identificación de demanda como medio para asegurar que el apoyo brindado a la MYPE sea acorde con las necesidades del mercado.

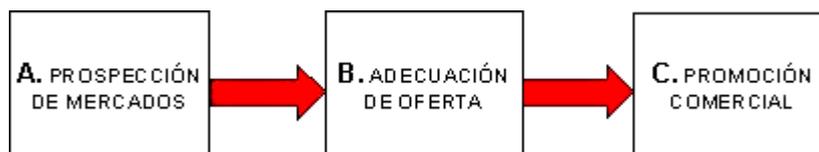
La idea consiste en identificar primero las oportunidades de mercado para luego captar a las MYPE que potencialmente pueden satisfacer a ese mercado y articularlas con entidades que proveen capacitación y asistencia técnica. Finalmente, una vez que la oferta de las MYPE haya sido adecuada a las exigencias del mercado elegido, se realizan estrategias promocionales con la finalidad de articular efectivamente esta oferta con el mercado.

En esta línea, la más importante responsabilidad de PROMPYME para con las empresas del sector es facilita su participación en el mercado de las compras del Estado; para ello ha elaborado un portal en Internet que sirve de guía para las empresas, brindando toda la información necesaria para participar en los concursos licitaciones y compras directas. Este portal es uno de los más visitados por las empresas del sector, y ha servido para

que un número creciente de MIMPYMEs se convierta en proveedores permanentes del Estado.

La metodología se divide en tres pasos fundamentales y consecutivos: a) Prospección de mercados; b) Adecuación de oferta y c) Promoción comercial. Esta metodología privilegia al comercio exterior como el mercado prioritario al que deben apuntar las MYPE cuya oferta fue mejorada. En tal sentido, la orientación al mercado externo se constituye como el eje transversal de las acciones de PROMPYME.

#### Metodología Institucional



#### A. Prospección de mercados

Se trata de realizar estudios enfocados a identificar oportunidades comerciales en los diferentes mercados, así como averiguar cuáles son las exigencias de los mismos. Por otro lado, se difunde la información de mercado que PROMPYME vaya recopilando, a modo de permitir a la MYPE acercarse a estos mercados

#### B. Adecuación de oferta

Luego de identificar la demanda, el siguiente paso consiste en captar a grupos de MYPE con potencial para satisfacer las exigencias de cada mercado específico. Para ello se utiliza una herramienta de evaluación que permite alimentar un registro de MYPE con potencial. Una vez conseguida esta masa crítica, la oferta MYPE es adecuada mediante la articulación con entidades proveedoras de capacitación y asistencia técnica.

#### C. Promoción comercial

El último paso de la metodología consiste en que, una vez que la oferta MYPE se encuentra adecuada para satisfacer las exigencias de la demanda, se realicen actividades de promoción comercial y articulación con los mercados, tales como ferias, exposiciones, ruedas de negocios, show rooms, entre otros; con la finalidad de insertar a las MYPE en los distintos mercados.

#### D. Proyectos Especiales

En estos proyectos se prioriza una estrategia de “cadenas de valor y redes”, la misma que busca elevar la competitividad de un grupo de MYPE líderes sobre la base de una demanda identificada. Para ello, primero se identifica y enfrenta la problemática de los eslabones “clave” de la cadena de valor. Una vez hecho esto, se promueve la eficiencia a través de la asociatividad, tanto dentro de cada eslabón (articulación horizontal), como entre los distintos eslabones (articulación vertical).

La focalización de estos proyectos se realiza en los “conglomerados empresariales”, ya que en estas concentraciones de empresas es posible identificar con facilidad a las más eficientes, dentro de los distintos eslabones de cada cadena productiva. Además, en estas zonas es posible contar con un soporte institucional que facilita la aplicación de programas y proyectos.

### Compras Estatales

El programa más importante de PromPYME es sin duda el de las Compras del Estado, que se inició desde su fundación, aunque tuvo un crecimiento muy significativo a partir del año 2002. En ese año se estimaba que las compras del Estado a las MYPEs (Micro y Pequeñas Empresas) alcanzaban el 22% del total de compras. En el año 2003 se llegó al 30% de las compras totales y en la actualidad (Setiembre 2005) la participación de las MYPEs en el total de las compras del Estado alcanza el 44%, una cifra muy significativa, tanto a nivel nacional, como internacional.

Con este importante servicio PROMPYME viene cumpliendo con su rol de Gerente de Marketing de las Mype, poniendo a disposición de las empresas del sector información sobre las compras estatales de los sectores donde ellas tienen mayor participación. Su función es conocer qué, cuándo y dónde el Estado demandará los productos y servicios que podrán atender las MIPYMEs.

La información para organizar la demanda del sector público es obtenida del Plan Anual de Contrataciones y Adquisiciones que cada entidad elabora todos los años. Las empresas pueden acceder a las posibles compras del Estado, ingresa al [Portal de Plan Anual](#) y pueden seleccionar los siguientes sectores:

- [Alimentos](#)
- [Computo y Software](#)
- [Impresiones Gráficas y Encuadernación](#)
- [Materiales de Construcción](#)
- [Textiles y Confecciones](#)
- [Utiles de Oficina y Escritorio](#)
- [Obras](#)
- [Mobiliario y Enseres de Madera y Metal](#)
- [Metal Mecánica](#)

En cuanto a las compras totales realizadas por el Estado en los dos últimos años, tenemos los siguientes resultados:

Año 2004	N° Procesos	Monto en Soles
RUBROS		
<a href="#">Bienes</a>	16,235	5,952,369,287.00
<a href="#">Servicios</a>	19,259	5,375,430,712.00
<a href="#">Obras</a>	5,947	2,037,368,439.00
<b>Total Compras</b>	<b>41,441</b>	<b>13,365,168,438.0</b>

Año 2005 (A Set.)	N° Procesos	Monto en Soles
RUBROS:		
<a href="#">Bienes</a>	26,802	6,869,939,324.00
<a href="#">Servicios</a>	27,815	4,155,700,402.00
<a href="#">Obras</a>	5,721	2,059,173,944.00
<b>Total Compras</b>	<b>60,338</b>	<b>13,084,813,670.00</b>

### Proyectos Especiales

A continuación presentamos sólo dos ejemplos de estos proyectos especiales:

A fines de 2003, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Comisión de Promoción de la Pequeña y Microempresa (PROMPYME) suscribieron un Convenio de Cooperación Técnica no Reembolsable mediante el cual el BID otorga la suma de US\$ 100,000 para la ejecución del proyecto "Formación y Fortalecimiento de una Red de Microproductores Rurales en Tallamac, Departamento de Cajamarca" ("Red de

Productores Queseros - Tallamac"). Este proyecto inició su implementación en enero de 2004.

<b>Nombre del Proyecto</b>	Formación y Fortalecimiento de una Red de Microproductores Rurales en Tallamac, Departamento de Cajamarca.
<b>Organismo Ejecutor</b>	PROMPYME
<b>Entidad Cooperante</b>	Fondo Multilateral de Inversiones del BID (FOMIN)
<b>Financiamiento</b>	FOMIN: US\$100,000.00 (58,6%) PROMPYME: US\$ 70,686.00 (41,4%) Total: US\$ 170,686.00 (100%)
<b>Total de Beneficiarios</b>	30 microproductores de queso y 400 ganaderos de Tallamac, ciudad de Bambamarca, departamento de Cajamarca.
<b>Calendario de Ejecución</b>	18 meses
<b>Sector Económico</b>	Lácteo
<b>Situación del Proyecto</b>	En ejecución (enero 2004)
<b>Coordinador del Proyecto</b>	Roberto Montero Palacios

#### Casa Villa

En febrero del 2003, nace Casa Villa como un proyecto que involucró a los más destacados empresarios del mueble del Parque Industrial de Villa El Salvador, quienes luego de haber recibido capacitación, asistencia técnica y materia prima alternativa, culmina ahora en una gran Exposición Venta de sus productos, consolidando así, una oferta de muebles de madera con calidad, diseño y presentación necesaria para satisfacer las demandas exigentes del mercado.

**Casa Villa** contó en un inicio con el apoyo de la Municipalidad Distrital de Villa El Salvador, el CITE Madera y el Instituto de Diseño Toulouse Lautrec, estos últimos, diseñando los espacios y la mayoría de los muebles, que Ud. podrá apreciar en la exposición final.

En la etapa de capacitación, los empresarios de **Casa Villa** recibieron conceptos sobre la importancia del diseño de producto y de la exhibición comercial, del control de calidad del producto y sobre la importancia de atención al cliente. El CITE Madera prestó la asistencia técnica y la evaluación respectiva durante todo el proceso productivo de los muebles.

Con fecha 09 de julio de 2004, el Centro de Promoción de la Pequeña y Microempresa (PROMPYME) y la Unidad Coordinadora del Proyecto "Apoyo para Mejorar la Oferta Productiva y Facilitar el Comercio Exterior - PAMC", firmaron un Convenio de Participación Interinstitucional con la finalidad de que PROMPYME participe en la ejecución de una serie de actividades dentro del PAMC, por un monto total de hasta US\$ 1,460,000.

<b>Nombre del Proyecto</b>	Generando Capacidades para las Cadenas de Exportación (GECX)
<b>Organismo Ejecutor</b>	PROMPYME
<b>Financiamiento</b>	Monto Total: US\$ 1,460,000.00
<b>Total de Beneficiarios</b>	Aproximadamente 1,000 micro y pequeñas empresas a nivel nacional.

<b>Calendario de Ejecución</b>	Hasta diciembre de 2006.
<b>Sectores</b>	Agropecuario - Agroindustrial, Textil - Confecciones, Madera, Artesanía - Joyería, Pesca y Otras Manufacturas (con énfasis en Metalmecánica) <sup>1</sup> .
<b>Regiones</b>	Lima, Arequipa, Lambayeque, Piura, Puno, Cuzco, Junín, La Libertad, Cajamarca y Loreto <sup>2</sup> .

## 2. COPEME

El Consorcio de Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (COPEME) es una asociación civil creada en Julio de 1990 para promover y ejecutar programas, proyectos y actividades orientadas a desarrollar el sector de la micro y pequeña empresa a nivel local, regional y nacional.

COPEME tiene actualmente más de 50 instituciones (la mayoría ONGs) asociadas, ubicadas en las ciudades más importantes del Perú que trabajan en diversas líneas de especialización como: capacitación, asistencia técnica, financiamiento, asesoramiento, comercialización, entre otros.

La Misión de COPEME es constituirse como un organismo representativo, coordinador de los programas de apoyo que los organismos privados ejecutan en apoyo de las MYPEs y con capacidad de influir en las políticas públicas de este sector

Sus objetivos son los siguientes:

El apoyo en el mejoramiento de la competitividad de las asociadas.

La identificación como un ACTOR de la sociedad civil

La coordinación con el Estado, gobiernos locales y cooperación internacional.

Formulación de PROPUESTAS DE POLITICAS e incidencia en el Estado

OFERTA Y DEMANDA DE SERVICIOS: desarrollo empresarial, fortalecimiento institucional, microfinanzas y competitividad local.

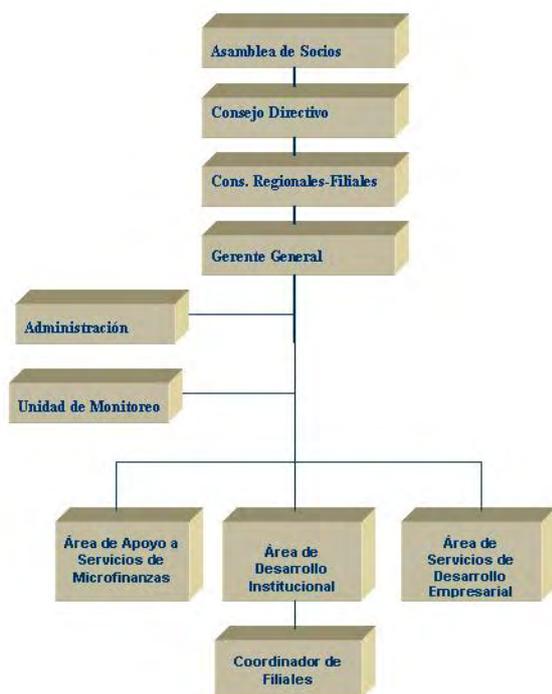
Una organización nacional DESCENTRALIZADA, sostenible y con capacidad de propuesta, gestion de proyectos, programas, servicios en los ámbitos local y nacional

CON PERSONAL IDONEO, con experiencia y capacidad de propuesta, gestión y eficiencia en uso de recursos institucionales

Facilita SINERGIAS ENTRE ASOCIADAS

Promueve el desarrollo de conocimiento, nuevos productos y TECNOLOGIAS EMPRESARIALES

Su organización:



El Área de Servicios de Desarrollo Empresarial (SDEs) es una unidad operativa que tiene como propósito:

- Difundir entre sus asociados metodologías de capacitación, asistencia técnica y comercialización, validados y reconocidos en el mercado.
- Asegurar la calidad de los SDE ofrecidos por las instituciones.
- Promover y apoyar los esfuerzos de articulación de la oferta de los SDE de las instituciones asociadas, a nivel local, regional o nacional.
- Avanzar en el proceso de sostenibilidad de los servicios del Área de SDE.
- Difundir entre las instituciones públicas y privadas los S.D.E que ofrecen sus asociadas y el mismo COPEME.
- Coordinar con los organismos del estado así como los gremios MYPES la implementación de un Programa de Capacitación a escala nacional para las MYPEs, como lo plantea la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa.

Para lo cual el Área de SDE desarrollará principalmente las acciones de:

- Diagnóstico y evaluación de las necesidades de capacitación y actualización del personal directivo, técnico y operativo de las instituciones asociadas a fin de establecer una línea de base.
- Planificación, organización y ejecución anual, de un programas de capacitación, pasantías y eventos, el cual será consultado y coordinado.
- Monitoreo y seguimiento de las actividades promovidas por el Área de SDE para evaluar su incidencia e impacto en el fortalecimiento de las instituciones asociadas.

### El Certipyme

Uno de los servicios más importantes que COPEME está brindando a las empresas del sector es el de la certificación, a través de un producto denominado CertiPYME. Es un esquema de desarrollo de la calidad elaborado por el Consorcio CERPER S.A., COPEME y Quality Consulting, con el objetivo de mejorar la competitividad del sector económico nacional en base al desarrollo de las micros y pequeñas empresas del país.

En este modelo cada uno de los socios tiene un rol que cumplir basado en su competencia técnica y experiencia.

- CERPER responsable del proceso de certificación: gestión del programa de auditorías, evaluación y calificación de auditores, certificación y supervisión de la certificación otorgada.
- COPEME responsable de la coordinación y supervisión de las instituciones vinculadas a través del desarrollo de las empresas y consultores.
- Quality Consulting responsable de la capacitación de los consultores y de la auditoría de todo el sistema del modelo CERTIpyme.

Se trata de un sistema diseñado para promover la productividad y calidad de las micro y pequeñas empresas. Adicionalmente se busca mejorar la competitividad de las empresas participantes y del conjunto de las cadenas productivas, generando un efecto imagen con relación al desarrollo de los proveedores de las grandes empresas y del Estado.

El objetivo del proyecto es incrementar el nivel competitivo de las Micro y pequeñas empresas facilitando su integración a las cadenas productivas de manera que puedan ser sostenibles en el tiempo.

Beneficios de Certipyme:

- Creación de una red descentralizada de instituciones que proveerán capacitación y consultoría que permita elevar y certificar en forma progresiva el nivel de las MYPEs y PYMEs.
- Formación de Auditores PYME y Especialistas en Gestión PYME para impulsar el avance de las MYPEs y PYMEs.
- Difusión de la cultura de certificación de la calidad a nivel nacional mejorando la confianza y las relaciones proveedor-empresa lo que se traducirá en un incremento del nivel competitivo de todos los sectores.
- Generación de confianza por parte de los consumidores nacionales en los productos y servicios generados por el sector MYPE y PYME y el producto nacional.
- Promoción de la intermediación de las instituciones funcionando como brokers, tanto para la oferta como para la demanda de bienes y servicios de las MYPEs y PYMEs, permitiendo en la compra la reducción del costo de operación de estas, y en la venta, la posibilidad de competir en los programas de compras estatales.
- Reducción de los costos de logística, planeamiento y supervisión de operaciones de subcontratación y maquila de la mediana y gran empresa que son clientes del sector MYPE y PYME.
- Acceso de la mediana y gran empresa, privada y pública al directorio de empresas certificadas que servirá, para sus procesos de logística de bienes y servicios procedentes del sector MYPE y PYME.
- Seguridad de la calidad y oportunidad de entrega de los bienes y servicios a los grandes compradores del sector MYPE y PYM

### **3. Programa Perú Emprendedor – Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo - MTPE**

Es un Programa integral del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), cuya finalidad es promover el desarrollo de la micro y pequeña empresa y de las iniciativas empresariales, contribuyendo así a la generación de empleo digno y a la mejora de las condiciones de vida de la población, en 14 regiones: Ancash, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Huánuco, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima, Moquegua, Piura, Puno, San Martín y Tacna.

#### **Componentes**

1. BonoPyme. Son bonos para los empresarios MYPE de las 14 regiones donde funciona el Programa, que les permiten obtener descuentos en los servicios de desarrollo empresarial que requieran.
2. BonoEmprende. Apoya con bonos de co financiamiento a los jóvenes con iniciativas empresariales en 5 Regiones para que pongan en marcha su propia empresa, acompañándolos desde la idea de negocios hasta su implementación.
3. BonoGremio. Dirigido a líderes e integrantes de gremios y asociaciones empresariales registradas o por registrarse en el Registro Nacional de Asociaciones de MYPEs (RENAMYPE) de las 14 regiones donde opera el Programa. Brinda co financiamiento para contratar servicios que les permitan fortalecerse y mejorar su gestión, liderazgo, representación, cooperación y articulación empresarial.
4. Supérate, Programa Adultos Emprendedores. Apoya a adultos mayores de 30 años, ex trabajadores públicos y privados de Arequipa, Huancayo, Lima y Piura, brindándoles capacitación y asesoría para reinsertarse al mercado laboral o implementar un negocio propio.
5. BonoPropoli. Está dirigido a micro empresas de diez distritos seleccionados de Lima, brindándoles Capacitación y Asesoría / Asistencia Técnica mediante Bonos de co-financiamiento.
6. Línea de Crédito PrestaMype-Fondemi. Administrada por COFIDE y canalizadas por Instituciones Intermediarias Financieras. Son líneas de crédito para empresarios MYPE, que pueden ser utilizadas para capital de trabajo o activos fijo (a nivel nacional).

## **COMPONENTE BONOPYME**

Las MYPE presentan diversos problemas que limitan su crecimiento y competitividad. Este componente ofrece la oportunidad a las MYPE de contratar expertos que las ayuden a superar su problemas.

**Ámbito geográfico.** Ancash, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Huánuco, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima, Moquegua, Piura, Puno, San Martín y Tacna.

**Público objetivo.** BonoPyme está dirigido a empresarios de la micro y pequeña empresa, de los sectores de manufactura, comercio o servicios, que tengan de 2 a 50 trabajadores remunerados, incluyendo al dueño de la empresa, y mínimo un año de funcionamiento con RUC activo.

**Requisitos.** El talonario de bonos se entrega totalmente gratis a los empresarios que presenten:

- fotocopia simple del RUC (mínimo un año de funcionamiento) y
- fotocopia simple del DNI del dueño de la empresa y/o su representante legal.

## **Servicios**

- Capacitación: Permite desarrollar y reforzar los conocimientos, habilidades y destrezas de los trabajadores y/o dueños de las MYPE. Algunos de los cursos brindados son: calidad en la atención al cliente, costos de producción, técnicas de ventas, marketing, entre otros. Se utiliza el Bono de Capacitación.
- Consultoría: Un experto evalúa la situación de la empresa, elaborando un documento con recomendaciones que entrega al empresario. Se utiliza el Bono de Servicios.
- Asesoría: El profesional identifica y analiza el problema dentro de la empresa, orienta y guía al empresario, define opciones, selecciona y recomienda un curso de acción. Se utiliza el Bono de Servicios.
- Asistencia Técnica: El experto identifica los problemas específicos en la MYPE, presenta las soluciones para resolverlos y acompaña al empresario en la implementación de las mismas. Implica la participación activa del empresario y el

acompañamiento del experto hasta lograr el resultado planteado. Se utiliza el Bono de Servicios.

Con la Consultoría, la Asesoría y la Asistencia Técnica el empresario puede contratar también estudios de mercado y oportunidades de negocio, desarrollo o diseño de productos, estrategias de mercadeo, desarrollo de software y de manuales, así como diagnósticos de gestión, financieros, de calidad, etc.

### **COMPONENTE BONO GREMIO**

BonoGremio apoya a líderes e integrantes de gremios y asociaciones empresariales, para fortalecer y mejorar su gestión, liderazgo, representación, cooperación y articulación empresarial.

**Ámbito geográfico.** A nivel nacional, y de manera prioritaria en las 14 Regiones donde viene operando el Programa.

**Público objetivo.** Asociaciones Empresariales que estén registradas o en trámite en el Registro Nacional de Asociaciones MYPE (RENAMYPE) de la Dirección Nacional MYPE del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

**Requisitos.** Estar registradas o en trámite en el Registro Nacional de Asociaciones MYPE (RENAMYPE).

**Procedimiento.** La Asociación MYPE conjuntamente con un proveedor de SDE presenta al Programa un Plan Coordinado. Luego de ser aprobado, la Asociación firma contrato con el proveedor y le entrega el pago que le corresponde; el proveedor ejecuta el servicio y previa supervisión y evaluación del mismo, se procede al pago del co financiamiento.

### **Servicios.**

- Servicios para el desarrollo de competencias, en temas de Liderazgo y gestión asociativa, diagnóstico de potencial económico, que incluye Capacitación y Asistencia Técnica. El Programa subvenciona hasta el 85% del precio del servicio, siendo su aporte máximo de S/. 1,950.
- Servicios de gestión y seguimiento para la inscripción en RENAMYPE, asesoría en Trámite de RUC, Inscripción de testimonio o Consejo Directivo ante Registros Públicos, regularización de Asambleas, actualización de Padrón de Asociados, para lograr la inscripción de la Asociación en RENAMYPE. El Programa co financia el 85% del precio del servicio, hasta un máximo de S/. 410.

#### 4. Centros de Innovación Tecnológica (CITEs) - MinProduce

Dentro de la política de innovación tecnológica que promueve el Ministerio de la Producción, uno de los instrumentos principales lo constituyen los Centros de Innovación Tecnológica (CITE), cuyo ámbito de acción abarca diferentes cadenas productivas con potencial de desarrollo. La finalidad de estos CITE es mejorar la competitividad y calidad de las empresas para que, de esta manera, se pueda incrementar la oferta exportable de los productos de mayor valor agregado.

Uno de los segmentos de mayor importancia a los que se orienta la labor de los CITE es el de la micro y pequeña empresa. Para estos empresarios, los CITE son un socio tecnológico que les puede permitir reducir las barreras de acceso al conocimiento, incorporar nuevas tecnologías, incrementar su capacidad de innovación, generar productos con mayor valor agregado, producir con mayor eficiencia, de modo tal que puedan competir en un mercado cada vez más global y competitivo. Pero además, los CITE apoyan a estas empresas en la identificación de oportunidades de inversión en las cadenas en las que actúan. Otro aspecto a resaltar es que existen diferentes tipos de CITE, de acuerdo tanto a la cadena productiva a la que se enfocan como al tipo de instituciones que lo conforman.

Como se aprecia en la siguiente Tabla, actualmente existen 12 CITE (3 públicos y 9 privados) que cubren un amplio espectro de las cadenas productivas<sup>66</sup>. La Red de CITES es quien articula la labor de estos CITE y promueve la creación de otros más.

<b>Nombre del CITE</b>	<b>Carácter</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Cadena productiva</b>
CITEccal	Público	Lima	Cuero, calzado e industrias conexas
CITEmadera	Público	Lima y Pucallpa	Madera y muebles
CITEvid	Público	Ica	Vitivinícola y hortofrutícola
CITEfrutas tropicales y plantas medicinales	Privado	Loreto	Frutas tropicales y plantas medicinales
CITEagroindustrial módulo de servicios Tacna	Privado	Tacna	Olivícola, vitivinícola, hierbas aromáticas, hortofrutícola
CITEconfecciones El Taller	Privado	Arequipa	Confecciones de tejido plano y de punto
CITEagroindustrial CEPRORUI	Privado	Arequipa	Hierbas aromáticas orgánicas
CITEagroindustrial Piura	Privado	Piura	Mango, banano y algarrobita
CITEindustria textil camélidos del Perú	Privado	Arequipa	Confecciones textiles de camélidos
CITEagroindustrial Ayacucho	Privado	Ayacucho	Hortofrutícola
CITEmetal mecánico ATEM	Privado	Lima	Transversal a todas las cadenas en el tema metal mecánica
CITE de la información CIBERTEC	Privado	Lima	Transversal a todas las cadenas en el tema sistemas de información

<sup>66</sup> En 1,999 se crea el primer CITE (CITEcal) y a partir del 2,002 se crean los CITE privados. Todos los CITE tienen un Consejo Directivo el cual es de carácter privado, inclusive en el caso de los CITE públicos.

En cuánto a quiénes integran un CITE, cuando es de carácter privado por lo general resulta de la asociación entre varias instituciones como ONGs, gremios empresariales, universidades, Cámaras de Comercio<sup>67</sup>, lo cual permite entre otras cosas: (a) utilizar y complementar la experiencia y conocimientos de cada una de ellas, (b) darle al CITE mayor representatividad y legitimidad ante los empresarios y ante la sociedad en general), y (c) aprovechar los recursos de cada institución (en términos de personal, infraestructura) para poder reducir costos fijos y aumentar la sostenibilidad del CITE.

Los servicios que brindan los CITE a las empresas son de distintos tipos:

- Capacitación y asistencia técnica en temas productivos y tecnológicos
- Ensayos de laboratorio, para poder testear la calidad de los insumos y productos terminados. Esto resulta especialmente útil para aquellos pequeños empresarios que participan en licitaciones en las que se exigen altos estándares de control de calidad.
- Diseño y seriado asistido por computadora. Permite mayor precisión en el caso del calzado por ejemplo, en la que el diseño se hace de manera computarizada para obtener moldes más precisos que se ajusten a los exigentes requerimientos de potenciales compradores nacionales o internacionales.
- Plantas piloto demostrativas. Se utiliza el concepto de “aprender haciendo”, pues las empresas llevan a la planta sus propios insumos y utilizan la planta (por ejemplo en el caso del CITEvid son 16 las empresas que utilizan estas plantas) para aprender técnicas más eficientes.
- Servicios de información: por ejemplo, pone a disposición de los productores revistas técnicas sobre temas específicos.

Cada uno de estos servicios tiene una tarifa única, la cual es independiente del tamaño de la empresa que lo utiliza. El costo se rige de acuerdo al TUPA en el caso de los CITE públicos y a los precios de mercado en el caso de los privados. Existen pequeñas empresas que para acceder a estos servicios utilizan los Bonos del Programa Perú Emprendedor, a modo de subsidio.

En relación a las perspectivas de los CITE, los siguientes que se crearían son: CITE pesquero en Chimbote, CITE pesquero en Tacna, CITE Lácteo en Arequipa y CITE logístico. Pero además de ello, actualmente los CITE se encuentra en una etapa de redefinición de un nuevo modelo CITE, el cual se basaría en tres ejes principales:

- Seguimiento e impacto: a las empresas que reciben los servicios<sup>68</sup>
- Marketing: para poder llegar a un mayor número de empresarios
- Calidad interna: continuar y mejorar los procesos de Buenas Prácticas Agrícolas, Manufactureras, etc.

Por último, actualmente la Red de CITES pretende incidir bastante en una prospectiva tecnológica, es decir, anticiparse a demandas futuras, captar tecnología del exterior y aplicarlo en el país (como puede darse en el tema de código de barras que se va volviendo un requisito indispensable para exportar y si bien es una práctica muy generalizada en muchos países, aún no lo es tanto en el país sobretodo entre las pequeñas empresas). Igualmente, desarrollar un Parque Tecnológico y de Incubadoras de Proyectos, y reforzar temas de investigación y desarrollo.

---

<sup>67</sup> Solamente a manera de ejemplo se tiene el caso de la CITE de Loreto en la que participan el Instituto de Amazonía Peruana, ESSALUD y la Cámara de Comercio.

<sup>68</sup> La evaluación de impacto a las empresas que reciben los servicios aún no se ha llevado a cabo y la razón es que se pretende hacerlo con las empresas que reciban todo el paquete completo de servicios y no aquellas que reciben los mismos de manera aislada (solamente capacitación por ejemplo).

## 5. IDESI Nacional

Tiene cuatro programas:

### a) Microcréditos

A través de 13 IDESI Regionales: Arequipa, Cusco, Ica, Lima, Huancayo, Ayacucho, San Martín, Huanuco, Región Grau, Chavín, Lambayeque, La Libertad, Cajamarca; y de la EDPYME PRO EMPRESA: En Lima, Ayacucho, Arequipa y Andahuaylas.

### b) Capacitación y Asistencia Técnica

En gestión, calidad y procesos productivos en los 13 IDESI REGIONALES.

### c) Articulación Comercial

Se ubica PYMES con oferta organizada y se les contacta con demanda. En Huanuco: tara, papa capiro, maíz amarillo duro, hortensias. En Ayacucho: tuna, cochinita, cuyes, palta, lúcuma. En Arequipa: lácteos.

Se desarrolla en el marco del proyecto con la Unión Europea "Inclusión de Microempresas con Potencial Competitivo en Circuitos Dinámicos de Mercados Locales y Regionales".

### d) Apoyo a la organización gremial

Se adecua a las necesidades en cada región, incluye formalización en las realidades que es posible.

Adicionalmente, se encuentran varios proyectos en ejecución, desde sus 13 Regiones.

## 6. Programas para las MYPEs del Fondo de Compensación y Desarrollo Social – FONCODES (del MIMDES<sup>69</sup>)

Tiene cuatro programas centrales dirigidos a PYMES:

### a) Programa de emprendimientos rurales:

US\$ 14 Millones del BID.

US\$ 6 Millones ya ejecutados.

US\$ 1.5 Millones se han destinado al Sistema de Bonos de Capacitación y Asistencia Técnica, hasta diciembre. Se iniciará el 22 de agosto.

Dirigido a 15,000 Organizaciones Sociales de Base. Se considera como proveedores de SDE a personal especializado de Empresas como Wong, Topy Top, Alpa, entre otras; con las cuales se busca articular su producción.

### b) Programa PAME

Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa con un fondo de US\$ 53 Millones, colocado en 23 Instituciones Financieras especializadas en PYMES. Los intereses anuales (US\$ 1.5 Millones) serán destinados al Sistema de Bonos de Capacitación y Asistencia Técnica.

### c) Programa Corredor Cusco-Puno

Se han elaborado 1,200 Planes de Negocios.

### d) Programa Sierra Sur

Comprende Arequipa, Moquegua y Tacna. Se tiene un presupuesto de US\$ 21 Millones para seis años. Este año se han ejecutado US\$3 Millones.

## 7. Centros de Servicios Económicos del PRA<sup>70</sup>

---

<sup>69</sup>. Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social

Este proyecto se inicia en 1998 con el objetivo de generar empleo e ingresos sostenibles a través del sector privado para aliviar la pobreza en determinados lugares del Perú, sobre todo en la sierra y en la selva. Tiene un enfoque de mercado, es decir, está determinado por la demanda. Se apoyan las iniciativas privadas que cuentan con mercados seguros, probados. Por lo tanto, no se apoyan determinados “sectores” sino proyectos e iniciativas puntuales.

La metodología del PRA consiste en (i) identificar un mercado probado, con una demanda efectiva, generalmente en el exterior; (ii) ubicar el (o los) agentes económicos locales que tienen la potencialidad de cumplir con los requerimientos del mercado; (iii) brindar capacitación y asistencia técnica a las unidades económicas que intervienen en el proyecto; (iv) remover los obstáculos que podrían obstaculizar el éxito del negocio; (v) buscar los aliados, tanto en el Estado como en el sector privado que pueden colaborar con el negocio, (vi) brindar una asesoría permanente hasta que el negocio pueda autosostenerse.

Las metas del proyecto son lograr 160 millones de dólares en producción adicional, crear 55,000 empleos directos y generar una inversión total de 13.5 millones de dólares. Los clientes del PRA son: 481 empresas medianas y grandes, 115 pequeñas empresas, y unas 1,128 microempresas, sobre todo en el rol de proveedores de las primeras.

Algunos de los proyectos exitosos del PRA son: Royal Knit en Puno, el Holantao en Ayacucho, la Artesanía en Ayacucho, Alcachofa en Huancayo, Truchas en Junín, Huancavelica y Puno, Cadenas de oro en Cajamarca, entre otros.

## **8. El Consorcio de Centros de Desarrollo Empresarial**

Desde el año 1996 vienen operando los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE) promovidos por diversas entidades de cooperación internacional, miembros de la mesa de coordinación PYME del Perú y el Ministerio de Industrias MITINCI.

Los Centros de Desarrollo Empresarial son entidades que brindan servicios de consultoría, asesoría, capacitación e información a las empresas, especializándose por sub sectores económicos y atendiendo al estrato de la pequeña y micro empresa. Trabajan de manera autosostenida brindando servicios en distintas regiones y ciudades del Perú.

Con el fin de alcanzar una mayor eficiencia en los mercados y aumentar el efecto en sus clientes; las pequeñas empresas, los CDEs vieron la necesidad de formar un consorcio que los represente en diversas instancias. En la actualidad (setiembre 2005) el consorcio cuenta con 13 CDEs miembros, distribuidos en las principales ciudades del país, como Lima, Arequipa, Chiclayo, Huánuco, Huancayo, Cajamarca y Trujillo<sup>71</sup>.

El Consorcio busca la consolidación de los CDEs Asociados, facilitando la comunicación e integración con el fin de aprovechar las competencias individuales, ampliación de sus mercados y acceso a recursos, que permitan mejorar la oferta de servicios de desarrollo empresarial para las pequeñas, medianas y micro empresas del país.

---

<sup>70</sup>. Denominado Proyecto de Reducción y Alivio a la Pobreza, y que cuenta con el financiamiento de USAID.

<sup>71</sup>. Información proporcionada por el Presidente actual del Consorcio: Fernando Zelada.

La estrategia de los CDEs es lograr la sostenibilidad, entendida como la capacidad de los Centros para mantenerse operativos en el mercado al término del apoyo; lo que supone alcanzar una real consolidación institucional a través de dos condiciones:

(i) Aceptación en el Mercado.- Están activos en el mercado los Centros que logran posicionarse, logrando prestigio y una cartera de clientes, por brindar servicios de calidad. Es importante que el Centro tenga la perspectiva de atender a la PYME como un cliente, y no como un beneficiario.

(ii) Autofinanciamiento.- El autofinanciamiento no es considerado un objetivo en sí, sino un importante indicador de la consolidación del Centro en el mercado.

## **9. Asociación Peruana de Consultores y Asesores para las PYMEs**

Esta asociación tiene sus antecedentes en el año 2002, cuando Prompyme convocó a los consultores especializados en las MYPEs para coordinar y colaborar en la promoción y el apoyo a las empresas del sector, así como organizar una base de datos de consultores especializados. Cuando en julio del 2003 cambia la administración de Prompyme los consultores convocados deciden organizar una asociación autónoma e independiente del Estado

Actualmente la Asociación cuenta con 34 consultores debidamente inscritos<sup>72</sup>, los que provienen de diversas instituciones, como es el caso de la PUC, UNI, USIL, UTP, Colegio de Ingenieros, entre otras instituciones; aunque hay que señalar que la pertenencia a la Asociación es estrictamente personal.

El objetivo central de la asociación es calificarse permanentemente para ser mejores consultores al servicio de las PYMEs, es decir, mejorar constantemente la oferta de servicios de consultoría, haciéndola cada vez más pertinente a las necesidades de las empresas del sector. Por lo tanto, su principal metodología de trabajo es el intercambio de experiencias y conocimientos, así como la constante capacitación.

## **10. Andean Artisan Enterprise Initiative (AAEI)**

Este es un proyecto apoyado por el USAID, cuyo objetivo es contribuir con el crecimiento sostenido de la Artesanía en el Perú, para la mejorar la calidad del empleo existente y crear nuevo.

Actúa en algunas áreas específicas del país, y aplica una metodología muy original en función al grado de información, conocimiento y competencias de parte de los artesanos que son asesorados; mediante el cuál determinan a qué mercado puede atender el (o la) artesano: el internacional, el nacional o el local.

El servicio principal que brinda el proyecto es la capacitación y la participación en ferias internacionales. También realizan una función de intermediación con grandes almacenes nacionales para lograr la venta de artesanías. Finalmente, usan también la metodología de las cadenas productivas.

## **11. Recursos SAC – Programas de MYPEs**

---

<sup>72</sup>. Información proporcionada por el actual Presidente de la asociación: Guido Sánchez.

Recursos es una empresa consultora peruana con amplia experiencia en la ejecución de proyectos y programas de apoyo a las MIPYMEs en el Perú. Actualmente viene realizando los siguientes programas:

a) “Desarrollo competitivo de proveedores locales en Cajamarca”, financiado por Fondo Empleo, Corporación Financiera Internacional (IFC) del Banco Mundial y la Asociación Los Andes Cajamarca (ALAC), con los siguientes componentes: 1) Políticas y planes de grandes compradores para el desarrollo de las diversas formas de asociatividad de empresas locales, 2) Capacitación, asistencia técnica y acompañamiento a grupos de empresas proveedoras medianas, pequeñas, micros, formalizadas 3) Enlace de negocios y 4) Fortalecimiento de la Cámara de Comercio de Cajamarca.

b) Fortalecimiento de las empresas de comunidades priorizadas del ámbito de influencia de Minera Yanacocha, financiado por ALAC.

c) Formulación de planes locales de desarrollo territorial en catorce caseríos del centro poblado de Porcón alto y en quince caseríos aledaños al cerro San Cirilo, para Minera Yanacocha.

d) Consultorías para Compañía Minera Antamina (diagnóstico socioeconómico de San Marcos, taller de sensibilización con los empresarios de comunidades de la cuenca del Ayash, taller de capacitación para representantes de las empresas comunales de la cuenca Ayash).

e) Asistencia técnica para el “Fortalecimiento de las 12 services que atienden a los proveedores de Nestlé”, para aumentar su competitividad, optimizar la calidad y productividad de sus recursos y mejorar la atención a proveedores.

f) Organización de ruedas de negocios, en Cajamarca y en San Marcos, Huari (con apoyo de Minera Antamina).

g) Aplicación de métodos de diagnóstico, de formulación de planes y de mejora continua en empresas de Lima y Cajamarca.

## **12. Swisscontact – Perú**

Swisscontact (Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico) fue creada en 1959 por personalidades del sector privado y del ámbito académico suizo. Cuenta con oficinas en: Bolivia, Ecuador, Perú, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Indonesia, Pakistán, Nepal, Filipinas, Vietnam, Kenia, Tanzania, Uganda, Mali, Albania, Kosovo, Rusia.

Su misión consiste en mejorar de manera sostenida las posibilidades de desarrollo económico y social en los sectores de la industria y servicios en países de América Latina, Asia, África y Europa del Este, para así contribuir a la generación de puestos de trabajo, buscando la equidad de género y el respeto al equilibrio del medio ambiente.

Swisscontact trabaja en el Perú desde 1966. Desde entonces ha implementado diversos programas en las áreas de formación profesional, fomento a la pequeña y microempresa, fortalecimiento de instituciones de microcrédito, medio ambiente urbano e industrial, entre otros, promoviendo la creación de puestos de trabajo para hombres y mujeres.

A través de programas y proyectos, ejecutados en colaboración con contrapartes locales públicas y privadas orientadas por el principio de “ayuda para la autoayuda”, Swisscontact tiene como propósitos:

- Apoyar a la micro y mediana empresa.
- Promoción del desarrollo económico local
- Fomentar la formación en áreas técnicas
- Favorecer a la ecología urbana e industria

### **3.3 Instituciones que promueven el Emprendedorismo**

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM)<sup>73</sup> el Perú ocupa el tercer lugar en un grupo de 34 países entre los que se encuentran los más desarrollados del mundo; y si bien esta comparación con los países más desarrollados (en donde las empresas nuevas son más productivas y competitivas, mientras que en los países en desarrollo hay un mayor número de nuevas empresas de subsistencia<sup>74</sup>) y el propio puesto que ocupa puede ser cuestionado, no hay ninguna duda que el Perú tiene una energía empresarial popular muy importante. Esta ha sido una de las características centrales que se han destacado en diversas investigaciones desde los años ochenta<sup>75</sup>. La investigación comparativa entre AL y el Asia, liderada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), y en la que nos tocó participar para el caso peruano<sup>76</sup>, llega a una constatación similar; aunque no ocupa los primeros lugares, el Perú muestra una actividad emprendedora significativa. Una investigación específica sobre este fenómeno realizada por Dino Linares<sup>77</sup>, también nos muestra esta misma realidad; según estimaciones recientes de este autor, en el país se crean anualmente 100,000 nuevos negocios, lo que representa un crecimiento de 4% anual (respecto al total de empresas existentes), mayor al crecimiento poblacional y cercano al comportamiento del PBI en años recientes. La importancia relativa del sector de micro y pequeña empresa, las nuevas empresas creadas cada año (y también las propias defunciones), los nuevos empresarios y empresarias que incursionan en los negocios, sobre todo los que tienen raíces andinas, hacen que nuestro país destaque en relación a otros países de América Latina y el Caribe.

Sin embargo, la realidad de los programas de promoción del emprendedorismo es totalmente diferente. Es decir, el fenómeno empresarial, el emprendedorismo en la práctica, que vemos en el Perú es muy dinámico, no lo son los programas y las instituciones que promueven el emprendedorismo. O para ser más preciso: en el tema del emprendedorismo, la institucionalidad de promoción está muy rezagada respecto de la realidad en el Perú. Esta es una de las conclusiones más importantes de un estudio reciente impulsado por el BID en toda América Latina y el Caribe<sup>78</sup>. Países como México,

---

<sup>73</sup>. Es una de las publicaciones más importantes sobre el tema a nivel mundial. La referencia oficial es: Global Entrepreneurship Monitor-GEM, 2004 Executive Report, Zoltan Acs, Pia Arenius, Michael Hay, Maria Minniti, Babson College, London Business School, London, UK, 2005.

<sup>74</sup>. En realidad la discusión que se da al interior del GEM es entre (i) los emprendedores por oportunidad y (ii) los emprendedores por necesidad; y a nivel mundial se ha estimado que los primeros son el 65% del total. Es claro que en el Perú este porcentaje es mucho menor al que aparece en la publicación, y que también el la actividad empresarial total (Total entrepreneurship activity) están sobreestimados.

<sup>75</sup>. Lanz, De Soto, Villarán, Adams y Valdivia, entre otros.

<sup>76</sup>. Empresarialidad en Economías Emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Asia, BID, Washington, marzo 2002.

<sup>77</sup>. “Jóvenes empresarios y creación de empresas en el Perú”, Colectivo Integral de Desarrollo-CID, Lima, 2001.

<sup>78</sup>. BID, marzo 2004, ya citado anteriormente.

Brasil, Colombia, Argentina, Chile, y aún países más pequeños como Costa Rica, El Salvador y Guatemala, nos llevan la delantera en el aspecto institucional. En esta publicación se destacan experiencias como: la Red de Incubadoras de empresas del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey - ITESM (México), Nacional Financiera (México), el Programa de Incubadora de Empresas del Centro Brasileño de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa – SEBRAE (Brasil), el Programa de Educación Emprendedora para la Educación Media del Ministerio de Educación-MEC del Brasil, el Programa Jóvenes Emprendedores de Colombia, el Financiamiento de Capital Semilla de la Corporación de Fomento a la Producción – CORFO (Chile), el Programa Jóvenes emprendedores del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (Argentina), la Red FUNDES con sede en Costa Rica, entre muchos otros programas e instituciones de excelencia en este campo<sup>79</sup>. En esta relación de los mejores proyectos y programas de ALC (unos 40 aproximadamente) sólo aparece la Universidad del Pacífico de Lima (a pesar de que nuestro país y varias de sus instituciones sí han sido analizadas y son presentados en el libro), quedando muy por detrás de casi todos los países de la región.

Esto no pretende, ni mucho menos, restarle mérito a las personas e instituciones que desde hace varios años han incursionado pioneramente en el campo del emprendedorismo en el Perú, las que vamos a mostrar a continuación. Nuestra intención es sólo revelar lo atrasado que estamos respecto a los países de la región (nuestros iguales), no diremos respecto de los países más desarrollados de Europa y Asia.

Y este es un atraso grave pues se trata nada menos que de una de las fuentes principales del crecimiento económico. Si bien el tema de cuál es la fuente principal del crecimiento es materia de una amplia discusión en la teoría económica, nadie duda que el emprendedorismo en ciertamente una de ellas. La escuela de pensamiento económico conocida como Evolucionista o Neo-Schumpeteriana<sup>80</sup> es la que postula que tanto la innovación tecnológica, como su pariente cercana, el emprendedorismo, son las principales responsables del crecimiento y el desarrollo económico y social. Es decir, un país con poca innovación y con poco emprendedorismo nunca va a salir de su situación de subdesarrollo.

Estudios y publicaciones de organismos internacionales están reconociendo crecientemente estas tesis. Por ejemplo, El Programa Global de Empleo de la OIT, señala que “La principal fuerza promotora del cambio, que puede quedar invalidado por una mala política estatal, y facilitado por unas buenas relaciones de trabajo, es la iniciativa empresarial”<sup>81</sup>. Las otras tres fuerzas del cambio, según esta misma publicación son: la expansión del comercio internacional, las innovaciones tecnológicas (sobre todo en el campo de la información y las comunicaciones-TICs) y las inversiones directas extranjeras<sup>82</sup>.

Otra publicación relevante con una perspectiva similar es el Informe del Desarrollo Humano 2002 del PNUD-Perú, en el que se plantea que las fuentes del “desarrollo humano” son las siguientes: (i) la creatividad, (ii) el espíritu emprendedor, y (iii) la

---

<sup>79</sup>. Relación que aparece en las Conclusiones, pags. 197 a 206, del Estudio del BID (marzo 2004).

<sup>80</sup>. Polémica recogida en el libro editado por Erick Reinert: Globalization, Economic Development and Inequality – An Alternative Perspective, Edward Elger, Cheltenham, UK, 2004.

<sup>81</sup>. OIT, Programa Global de Empleo, Ginebra, marzo 2002; pag. 19.

<sup>82</sup>. Este documento debería ser de lectura obligatoria para los dirigentes sindicales y líderes políticos (que en muchos casos se oponen a la inversión extranjera y a los tratados de libre comercio) pues se trata de un documento institucional de la OIT, es decir, ha sido discutido y aprobado por los gobiernos miembros, los empleadores y los trabajadores representados en sus organismos de dirección.

asociatividad<sup>83</sup>. Es evidente que la creatividad está asociada íntimamente a la innovación, y que ambos están muy relacionados con el emprendedorismo (casi se podría decir que son condiciones del mismo). Un organismo internacional como el PNUD, que representan a los Estados miembros, y que por lo tanto no tienen un sesgo a favor de tal o cual teoría, escuela o interés económica particular representa, por tanto, una opinión a tener en cuenta.

A continuación las principales instituciones que promueven el emprendedorismo en el Perú, y sus programas:

### 1. Centro Colectivo Integral del Desarrollo - CID

El CID fue creado en 1990, por su fundador y promotor Dino Linares. Esta institución ha sido pionera en el trabajo con emprendedores, sobre todo con los jóvenes y los sectores de menores ingresos. Su misión es mejorar tanto las competencias empresariales de los emprendedores y creadores de negocios como el entorno en el cual estos llevan a cabo sus iniciativas. De este modo, crean negocios más sostenibles en el tiempo y con mayor capacidad de generar empleo, lo cual contribuye a fortalecer el tejido empresarial local y regional. Se promueve asimismo, la formación de una sólida cultura emprendedora, elemento fundamental para la creación de riqueza y empleo.

Su estrategia de intervención se basa en dos niveles claramente definidos:

1. Desarrollo de competencias empresariales de emprendedores y creadores de negocios trabajando directamente y en estrecho contacto con ellos.
2. Desarrollo de un entorno favorable para la creación y sostenibilidad de los nuevos negocios.

Los principales programas que ha implementado a lo largo de estos 15 años han sido los siguientes: (i) Programa de apoyo y acompañamiento a creadores de negocios, (ii) Concurso “Haz realidad tu negocio”, (iii) Programas de reconversión laboral con énfasis en autoempleo y creación de negocios, (iv) Eventos de difusión de cultura emprendedora, (v) Formación de formadores, (vi) Investigaciones y publicaciones, y (vii) realización de Cursos y talleres.

Sus resultados se pueden resumir en:

Cursos de capacitación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 20,000 usuarios</li> </ul>
Concurso Haz Realidad tu Negocio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18,004 Inscritos</li> <li>• 4,858 Planes de negocios</li> </ul>
Programas de apoyo y acompañamiento a creadores de negocios	<p>Desde 1999:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2,000 Participantes</li> <li>• 1,139 Empresas formadas</li> <li>• 2,673 Puestos de trabajo remunerados generados</li> </ul>

### 2. Centro de Innovación y Desarrollo de la Universidad Católica, CIDE-PUC

Esta institución fue creada por el Consejo Universitario, la Pontificia Universidad Católica del Perú en julio de 1995, con la intención de contar con un centro dedicado a fortalecer los vínculos entre la formación, la innovación y el emprendimiento. Su misión es promover y generar innovaciones y empresas desde la universidad, dedicándose a

<sup>83</sup>. Informe sobre el Desarrollo Humano 2002: Aprovechando las Potencialidades, PNUD, Lima, junio 2002; pags. 86 y 87.

fomentar la cultura emprendedora dentro y fuera de la comunidad universitaria. El CIDE promueve la creación y el desarrollo de empresas que aprovechen la formación y conocimientos desarrollados en la PUCP para la creación de empresas que generan bienes y servicios con valor agregado, y apoya la introducción de estas en los mercados nacional e internacional.

El sesgo que tiene el CIDE es el de promover la generación de empresas de base tecnológica, tanto para la producción de bienes como de servicios. La experiencia mundial muestra que existe un porcentaje alto de estudiantes con espíritu emprendedor con capacidad de generar sus propias fuentes de trabajo: jóvenes con buenas ideas, pero que debido a problemas de planeamiento o estructuración organizacional, dejan de desarrollar sus proyectos empresariales.

Para lograr nuestra misión se apoyan en dos grandes pilares:

- Promoción y fomento del Emprendedorismo (entrepreneurship).
- Promoción y fomento a la innovación.

Su filosofía es considerar que de la conjunción de los emprendimientos e innovaciones se obtienen empresas de alto potencial de crecimiento, las que serían las empresas con mayor potencial de éxito.

Los instrumentos que emplean son:

- Incubadora de empresas.
- Asesoría y seguimiento de planes de negocio.
- Acompañamiento de la empresa incubada.

En lo que se refiere al fomento del espíritu empresarial el CIDE propone regularmente el desarrollo de concursos, charlas y talleres que estimulen estas destrezas en particular. Estas actividades se realizan a través de las dos versiones del [Concurso Nacional de Prototipos y Planes de Negocios](#), auspiciado por el Programa Programa “InfoDev Incubator Initiative” en el marco del proyecto “Mejoramiento de la Red Peruana de Incubadoras de Empresas usando Tecnologías de Información y Comunicación”. La primera versión del concurso finalizó en el primer trimestre del 2004. La segunda versión se encuentra actualmente en ejecución.

Participa y alienta las siguientes redes nacionales e internacionales: (i) la Asociación de incubadoras de empresas con las Universidades de Piura, Chiclayo, Huancayo y Lima, (ii) participa en la Mesa de Emprendimiento del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo – MTPE, (iii) participa en el International Association of Science Parks, (iv) Red Alfa en torno al proyecto de mejora de la cultura emprendedora en las universidades (UNIEMPRENDE), y (v) participa en la Global Development Learning Network del Banco Mundial.

### **3. Universidad del Pacífico**

La Universidad del Pacífico es una institución privada y plenamente autónoma, sin fines de lucro, especializada en la formación académica en economía y gestión institucional y empresarial. Aspira a contribuir al desarrollo del Perú en el contexto de un mundo globalizado y competitivo. La UP aspira a contribuir al desarrollo económico y el bienestar social en un mundo crecientemente interconectado.

Se propone formar líderes globalmente competitivos con vocación por la excelencia, con

iniciativa y espíritu emprendedor, con visión integral y responsabilidad ciudadana. Se propone lograr la excelencia académica a partir de visiones compartidas, innovación continua y eficiencia operativa.

La Universidad del Pacífico asume y fomenta los siguientes valores: - libertad, - veracidad, - honestidad, - respeto, - eficacia, - solidaridad, - lealtad.

La orientación de formación de sus alumnos es integral, multidisciplinaria y pluralista, buscando lograr profesionales con una sólida base moral, altamente calificadas como profesionales y capaces de desempeñarse como líderes responsables y creativos frente a situaciones nuevas. Se les inculca el espíritu emprendedor y se les fomenta la promoción en el país de una cultura generadora de empresas eficientes, dinámicas, con responsabilidad social y desarrollo sostenible.

La Universidad tiene un Programa de Empresarios que ha sido especialmente diseñado para todas aquellas personas que buscan ampliar o actualizar sus conocimientos en la gestión empresarial para lograr el crecimiento de su empresa.

Los objetivos de este programa son brindar una perspectiva integral de la problemática empresarial, y de la visión y concreción de oportunidades de negocio.

También se busca que los participantes puedan complementar el conocimiento práctico de su experiencia empresarial y laboral, con una estructura de conocimientos especializados en gestión y valores éticos; desarrollar una visión integral de la gestión empresarial y comercial, con un enfoque práctico de aplicación inmediata; ampliar su visión estratégica enriqueciendo su desempeño para el desarrollo de su empresa; brindar una gran oportunidad de ampliar y actualizar conocimientos, interrelacionarse, y de generar valor; desarrollar habilidades analíticas que permiten planificar y participar activamente en todas las etapas de los procesos estratégicos y de toma de decisiones.

#### **4. Incubadora de Empresas de base tecnológica de INICTEL**

Esta incubadora es concebida por INICTEL como un ambiente propicio para incentivar el emprendimiento, creación y desarrollo de ideas de negocio con potencial, que puedan convertirse en empresas innovadoras y competitivas, que hagan uso intensivo de las Tecnologías de la Información y Comunicación, en mercados tecnológicos. De esta forma busca promover la I+D en el Perú, con empresas que se dediquen a la producción y exportación de productos tecnológicos y sobre todo conocimiento.

La estrategia de incubación empleada es la virtual, a través del uso de Sitios Web, sistemas de información y administración, que le permiten la identificación, creación y desarrollo de empresas innovadoras y potencialmente competitivas en el mercado, con estrategias gerenciales que se fundamentan en el uso intensivo de TIC, como diferenciador, apoyados por el desarrollo de un eficaz plan de negocios.

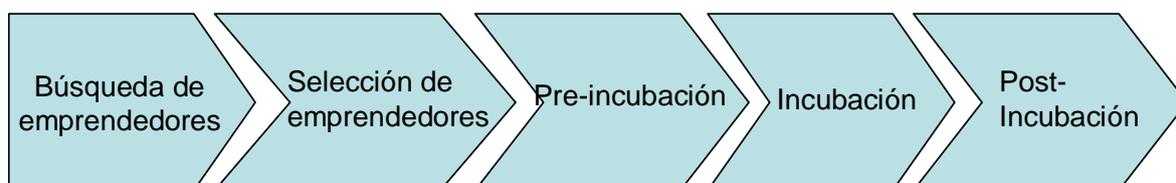
La combinación de incubación virtual con la incubación intramuros (En un ambiente físico), para el caso de asesorías, talleres y charlas con ponentes de prestigio, permiten una interacción eficaz entre empresas incubadas y la incubadora.

En el año 2003, el INICTEL se presenta de manera conjunta con la PUCP y Acción Comunitaria del Perú al Programa INFODEV del Banco Mundial, para participar del Proyecto “Mejoramiento de la Red Peruana de Incubadoras Tecnológicas utilizando Tecnologías de la Información y la Comunicación”. La iniciativa resultó ganadora, logrando acceder al Grant para el desarrollo del proyecto. De esta manera, la Incubadora

de Empresas de Base Tecnológica del INICTEL, creada en el año 2000, refuerza su compromiso en el desarrollo de una cultura emprendedora en el Perú.

La misión de la incubadora es el de identificar ideas innovadoras mediante actividades de sensibilización; brindar asesoría y servicios especializados en temas de gestión empresarial, a personas con espíritu emprendedor, contando con un equipo multidisciplinario, altamente capacitado y adecuada infraestructura tecnológica.

Su proceso de incubación tiene las siguientes etapas:



En el año 2004 se logro formalizar a 5 empresas de diferentes ámbitos tecnológicos, a través de un convenio con el INICTEL. De esta manera las empresas participantes del proyecto recibieron apoyo en su desarrollo empresarial, a través de Asesorías en: marketing, finanzas, contabilidad, legal, administración, innovación tecnológica, talleres y charlas de interés empresarial. Además de ofrecerle servicios de acuerdo a sus necesidades, tales como: alquiler de equipos audiovisuales y electrónicos, diseño y alojamiento de páginas Web, facilidades de acceso a salas de reuniones, así como oportunidades de negocio.

Las empresas incubadas y formalizadas son las siguientes:

- Environment and Telecommunications Consulting SAC: dedicada a trabajos de ingeniería electrónica y afines.
- Engitronic S.A.C: dedicada a trabajos de ingeniería electrónica y afines.
- Shots Multimedia E.I.R.L: dedicada a la comunicación audiovisual
- Eticom S.R.L: empresa dedicada a las telecomunicaciones, y trabajos de ingeniería de sistemas
- Alertic S.A.C: empresa especialista en software libre
- Maktub: Comunicación audiovisual

En total estas empresas han representado una facturación de 57,000 dólares en el año 2004.

## 5. Programa Perú Emprendedor del MTPE - Componente BONOEMPRENDE

BonoEmprende apoya a los jóvenes para que pongan en marcha su propia empresa, acompañándolos desde la idea de negocios hasta su implementación; de esta forma su empresa tendrá mayores probabilidades de éxito. El componente brinda a los participantes una capacitación gratuita inicial, así como descuentos en los demás servicios de asesoría y asistencia técnica previstos que son Plan de Negocios, Implementación y Consolidación.

**Ámbito geográfico.** Arequipa, Ayacucho, La Libertad, Lima y Puno.

**Público objetivo.** Está dirigido a jóvenes de 18 a 35 años, con secundaria completa, que cuenten con una iniciativa de negocio, o un negocio con menos de un año de funcionamiento.

**Requisitos.** BonoEmprende realizará 3 convocatorias en el 2005 (Febrero, Abril y Julio). Los jóvenes interesados deben acercarse a las oficinas del Programa y completar una Ficha de Inscripción, adjuntando:

- fotocopia simple de certificado de estudios de Secundaria.
- fotocopia simple de su DNI

### **Servicios**

BonoEmprende acompaña a los jóvenes emprendedores con cuatro servicios:

- **Capacitación en Competencias Emprendedoras Personales (CEP):** Es una capacitación **gratuita** dictada por expertos seleccionados por el Programa, que permitirá al joven conocer su perfil emprendedor y decidir si continúa en el proceso de creación de su empresa. El participante elabora un perfil de su idea de negocios y en función a la viabilidad del mismo, puede pasar a la siguiente etapa.
- **Plan de Negocios:** Durante dos meses el joven recibirá una Capacitación y Asesoría especializada para elaborar su Plan de Negocios. El precio mínimo del servicio es de S/. 450 y el Programa co financia S/. 400. El joven debe pagar la diferencia para cubrir el valor total del servicio. Un jurado especializado elegirá los planes viables para a la siguiente etapa. Todos los seleccionados recibirán totalmente gratis un talonario BonoEmprende con 1 Bono de Implementación y 1 Bono de Consolidación.
- **Implementación.** Consiste en poner en marcha la empresa. El joven debe contar con un capital inicial que puede ser en bienes o efectivo y recibe apoyo de un experto para la implementación. El costo mínimo de este servicio es de S/. 800. El bono cubre S/. 680 y el joven debe pagar la diferencia para cubrir el monto total del servicio.
- **Consolidación.** 3 meses después que la empresa ha empezado a funcionar, el joven puede contratar un servicio de Asistencia Técnica para mejorar un aspecto puntual del negocio como ventas, productividad, competitividad. La Asistencia Técnica tiene un precio mínimo de S/. 500. El bono cubre S/. 400 y el joven debe pagar en efectivo la diferencia para cubrir el valor total del servicio.

### **Logros**

En las Regiones donde viene funcionando este componente, 2,640 jóvenes son usuarios del Programa. A la fecha, 2606 se han capacitado y 84 negocios continúan operando.

## **6. Asociación Pro Bienestar y Desarrollo (PROBIDE)**

PROBIDE es una entidad no gubernamental cuyas acciones están orientadas a promover el desarrollo intelectual, emocional y espiritual de los jóvenes, a través de la cultura de valores empresariales. De esta manera se aportaría a la erradicación del desempleo y subempleo existente en el estrato juvenil. Uno de los temas en los que PROBIDE pone mayor énfasis es en fomentar la creatividad de los jóvenes, brindándoles las herramientas necesarias para que apliquen y complementen el conocimiento que hayan podido adquirir en universidades y/o institutos.

En este contexto, PROBIDE viene llevando a cabo el Programa *Creer para Crear*, dirigido principalmente a jóvenes que tengan iniciativas empresariales pero que encuentran dificultades para implementarlas (debido básicamente a la falta de financiamiento y de asesoría técnica). De esta manera, el Programa alienta la creatividad de los jóvenes para la generación de sus propias micro o pequeñas empresas.

Un componente central del Programa es la organización y desarrollo de concursos nacionales para identificar y premiar con garantías a pequeños proyectos de inversión.

A la fecha se han desarrollado tres de estos concursos<sup>84</sup>, los cuales tienen diferentes etapas: (a) presentación de las ideas de negocio vía Internet, (b) las ideas seleccionadas acceden a un taller de formulación de proyectos, para lograr que su idea de negocio se convierta en un proyecto de inversión, (c) los proyectos calificados a esta etapa deberán ser sustentados por sus integrantes, y (d) se seleccionan los proyectos ganadores, quienes podrán acceder a avales o garantías, que facilite la aprobación de un crédito financiero que les permita llevar a cabo el proyecto.

Se debe destacar que este Programa constituye un nexo entre el sector empresarial formal y moderno de la economía y el sector emergente, y que se ha logrado el apoyo de la empresa privada, la cooperación internacional y los principales gremios empresariales del país, quienes otorgan las garantías que facilitan la aprobación de un crédito financiero.

## **7. Universidad San Ignacio de Loyola (USIL)**

La USIL es la una de las universidades más nuevas que existen en Lima (creada en 1995) y se caracteriza por ofrecer una formación profesional con una orientación claramente empresarial. Ofrece diversas carreras (como administración de turismo, administración hotelera, arquitectura, arte y diseño gráfico, ciencias de la comunicación, derecho, economía y educación) en las cuales se busca formar profesionales con capacidad para gestionar empresas<sup>85</sup>.

Si bien ahora muchas universidades participan activamente en la promoción del emprendimiento juvenil (a través de incubadoras de negocios principalmente), en el caso de la USIL este componente está presente desde sus inicios. Así, la oferta que esta universidad quiere transmitir a los alumnos se basa en la promesa de una formación de primer nivel, carreras orientadas hacia los negocios y el empleo de modernidad y tecnología de avanzada para la enseñanza.

Esta universidad está orientada principalmente a los estratos medio alto y alto de la población, de acuerdo a la capacidad de ingresos. Ello explica la ubicación física del campus universitario, el costo de las pensiones.

## **8. Junior Achievement**

Junior Achievement Worldwide es una organización Internacional que actualmente interviene en más de 100 países. Su misión principal es la de generar en los niños y en los jóvenes el espíritu emprendedor que les permita insertarse en el mercado laboral y, en general, mejorar su calidad de vida. Es decir, lo novedoso de la propuesta que plantean es que inician la formación empresarial en los jóvenes desde los primeros niveles de educación y además pretenden contribuir a que la fuerza laboral futura perciba al sector empresarial y sus actividades como un elemento fundamental para el logro de sus metas personales y su desarrollo

---

<sup>84</sup> Para participar en los mismos los requisitos son ser peruano, menor de 35 años, estudiante o egresado de universidades o institutos superiores. Además, pueden presentarse equipos de trabajo multidisciplinarios no mayores de cuatro personas.

<sup>85</sup> Solo a manera de ejemplo, en el caso de la facultad de administración hotelera ofrecen "formar profesionales con capacidad para gestionar empresas de servicios dentro de las cuales destacan hoteles, restaurantes, clubes, clínicas y hospitales, entre otras"

En el Perú, Junior Achievement inició sus operaciones en 1996 y desarrollan diversos Programas Educativos que están dirigidos a alumnos que tengan entre 5 y 21 años. Estos Programas son implementados a través de la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL), y en algunos casos son impartidos por estudiantes universitarios y profesionales voluntarios. En general, buscan transmitir a los alumnos la importancia de responsabilizarse por su futuro, proponerse objetivos claros, actuar para conseguirlos, desarrollar la creatividad y liderazgo, comprender los conceptos básicos de economía y empresa, y en general, prepararse para enfrentar el mundo laboral.

Uno de sus Programas es el de *Formación de Jóvenes Emprendedores*<sup>86</sup>, cuyo objetivo es proporcionar a jóvenes de escasos recursos, que asisten a la educación secundaria, competencias y habilidades que les permitan insertarse en el mundo laboral, favoreciendo con ello la igualdad de oportunidades. En nuestro país este Programa se ha aplicado en Iquitos, Ayacucho y Lima, y es patrocinado por instituciones como USIL y el BID.

También tienen un *Programa de Bancos en Acción*, en el que se utiliza un simulador específicamente diseñado para jóvenes escolares. Los alumnos (asumiendo el papel de directivos bancarios) comienzan a comprender como opera el mercado financiero y además tienen la oportunidad de conocer y conversar con un profesional voluntario para conocer las actividades y responsabilidades que se encuentran relacionadas a las diversas posiciones gerenciales de los bancos. Este Programa cuenta con el auspicio de CITIBANK.

## **9. Proyecto Escuela Emprende (MTPE-CONFIEP)**

Es un instrumento motivador que genera en los jóvenes de educación secundaria capacidades emprendedoras y empresariales a fin de desarrollar alternativas de autoempleo como una opción de empleo superior.

Consiste en la elaboración de Planes de Negocio por los estudiantes de 3ro, 4to y 5to año de educación secundaria asociados en grupos de máximo 5 jóvenes asesorados por un(a) profesor(a) – asesor(a).

Su objetivo es generar en los jóvenes de educación secundaria capacidades y actitudes emprendedoras y empresariales para desarrollar alternativas de autoempleo como una opción de empleo superior y de generación de ingresos.

Sus objetivos específicos son:

- a) Alentar en los jóvenes de educación secundaria la realización de planes de negocios en los centros educativos para generar unidades económicas, aprovechando su infraestructura, recursos humanos y equipamiento
- b) Promover en los jóvenes capacidades para la identificación de ideas de negocios que aprovechen las potencialidades, realidades y necesidades locales y regionales
- c) Fomentar en los y las jóvenes capacidades para la asociatividad para la concreción de alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas locales
- d) Transferir metodologías para la elaboración de planes de negocios a docentes de educación secundaria para que puedan cumplir el rol de asesores.

El 2004 se desarrolló en seis regiones: Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Junín, Lambayeque y Pasco

En el presente año (2005), se llevará a cabo en las siguientes regiones de manera paralela: Amazonas, Apurímac, Arequipa, Cajamarca, Junín, La Libertad, Lambayeque,

---

<sup>86</sup> Este Programa se desarrolla en Chile, Ecuador, Paraguay y Perú

Loreto, Madre de Dios, Pasco, Piura, Puno, San Martín, Tumbes, Tacna, Ucayali y en Lima.

Reglas de juego son:

1. La participación es voluntaria.
2. No tiene costo de inscripción.
3. Dirigido a alumnos que cursan el tercero, cuarto y quinto años de secundaria de Colegios Nacionales
4. Los alumnos conforman grupos de 2 a 5 personas, no necesariamente de la misma aula.
5. Cada grupo contará con un profesor – asesor
6. Los Docentes serán capacitados en la elaboración de planes de negocios

Al momento (setiembre 2005) vienen participando 521 escuelas, más de 1,100 profesores y más de 9,300 estudiantes; cifras que demuestran un apreciable impacto en la población objetivo del proyecto.

### **3.4 Instituciones que promueven la competitividad, las exportaciones, las cadenas productivas y los clusters**

#### **1. MINKA**

Es una institución especializada en redes empresariales, clusters, cadenas productivas y desarrollo local. Fue fundada en 1987, y aplica una metodología de redes empresariales probada en el campo de diversas regiones de América Latina. Para ello dispone de un equipo multidisciplinario, de experiencia y capacidad innovadora. Sus ejes de intervención las acciones promocionales para PYMES, promoviendo las aglomeraciones de PYMES urbanas y de pequeños agricultores, potenciando iniciativas empresariales conjuntas que hagan viable la conformación y desarrollo de grupos, generando confianza para viabilizar estrategias de generación y consolidación de empleos e ingresos.

Potencia enlaces con mercados locales, corredores económicos, y oportunidades de exportación. Busca priorizar productos que deriven en una cadena productiva o tengan una clara perspectiva empresarial.

Tiene una gama de proyectos –financiados por diversas fuentes de cooperación internacional y programas gubernamentales- que pasan por capacitación para jóvenes, bonos para micro empresarios, etc. Da énfasis al trabajo de redes (de alcachofas en Cajamarca, de cerámica en Chulucanas, de calzado en Trujillo, de artesanía en Ayacucho, de metal mecánica en Los Olivos). Un listado de las principales:

Centro de Servicios de Maquinaria y Abastecimiento de Madera Para los Carpinteros del Distrito de la Esperanza.

MINKA - Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa.

Programa de Apoyo a la Comercialización Para la Micro y Pequeña Empresa de Calzado de Trujillo.

Fortalecimiento de la Capacidad de Innovación Tecnológica de Sector Cuero y Calzado de Trujillo.

Participación en Ferias de Mujeres Empresarias.

Cursos Talleres de Formación de Articuladores de Redes Empresariales.

Bonos de Capacitación Laboral Empresarial. BONOPYME.

Capacitación Laboral Juvenil. Projoven -.  
Convenio MINKA - Universidad de Linz [Austria].  
Curso de Diseño de Calzado con Asistencia Técnica en su Confección.  
Curso de Patronaje y Modelaje de Calzado.  
PROGRAMA PROMpyme MACROREGION NORTE - 2001.  
Apoyo a la Microempresa y al Pequeño Productor de Calzado de Trujillo.

Como el trabajo en red por definición es multidisciplinario e involucra a instituciones de diversa naturaleza, MINKA viene impulsando el trabajo conjunto y eventualmente alianzas estratégicas con los gremios más representativos de las MIPYMEs, como es el caso de las Cámaras de Comercio, y con las Universidades de las regiones donde opera, y finalmente con los Gobiernos Regionales y Municipios.

## **2. Comisión para la Promoción de las Exportaciones - PROMPEX**

### **Objetivo General**

Promover las exportaciones peruanas, facilitando y contribuyendo al posicionamiento y consolidación de los bienes y servicios en el mercado internacional, a través de una acción concertada con el sector privado y las instituciones públicas relacionadas al comercio exterior del país.

### **Líneas de Acción**

- Desarrollo de mercados (lograr apertura y diversificación de mercados, contribuir en el posicionamiento de productos peruanos en mercados externos, inteligencia comercial).
- Desarrollo de Oferta exportable (principalmente de las de mayor valor agregado).
- Desarrollo de la gestión empresarial /apoyo a pymes, impulso de la asociatividad, apoyo al proceso de descentralización, potenciar cadenas, clusters y corredores).

### **Presupuesto y Personal (2005)**

El presupuesto es de 15 millones de soles anuales provenientes de Tesoro Público a los que se añaden 1.6 millones de dólares de la cooperación.  
Prompex tiene 130 personas laborando permanentemente , incluyendo a las ubicadas en las 3 oficinas descentralizadas ( Arequipa, Iquitos y Chiclayo).

### **Actividades Sectoriales y algunos casos Exitosos**

Agro y Agroindustria:

En asociatividad, identificación de productores organizados para generar oferta exportable sostenible

Buenas prácticas agrícolas y de recolección

Elaboración y difusión de normas técnicas y signos distintivos

Capacitación y asistencia técnica

Búsqueda de nuevos mercados (ferias, misiones)

**Caso exitoso 1:** → Cadena Productiva del Banano Orgánico (Piura, Tumbes), con 1750 pequeños parceleros involucrados, 2000 has certificadas y 4,000 has. Certificables.

**Caso Exitoso 2:** → Mejora de la calidad del café y promoción internacional (Piura, Amazonas, Cajamarca, Junín, San Martín, Cusco, Puno), participando con la Junta Nacional del Café, la Cámara Peruana de Café, APECAFE, 250 productores y la cooperación de USAID.

Textiles, Confecciones y Accesorios:

Internacionalización al mercado ecuatoriano (confecciones), ingreso a mercado venezolano y ciudades intermedias de USA (calzado).

Difusión y Campaña de imagen a nivel internacional (USA, Europa y América Latina)

Programa de adecuación de oferta y diseño (FIT Nueva Cork y ESMOD Berlín)

Proyecto Pro Calidad (cadena productiva del cuero y calzado).

Proyecto Pro Calidad Textil San Miguel – Cajamarca

Pesca y Acuicultura:

Potenciar explotación de nuevas especies

Posicionamiento comercial en mercados

Apoyo a la gestión empresarial (información comercial, orientación y capacitación en regulaciones sanitarias, comerciales, asociatividad).

Asociatividad para pymes en Puno, Loreto, Ucayali y Tumbes.

**Caso Exitoso 3** → Estandarización de la producción acuícola y mejorando la capacidad de gestión de 30 pequeños y medianos productores de los cuales 20 son pequeños y medianos exportadores (trucha, especies tropicales, langostinos, peces ornamentales) en Puno, Loreto, Ucayali y Tumbes.

Manufacturas diversas y Artesanías:

Mejora de capacidad de gestión de pymes con potencial exportador en manufacturas, maderas y joyería

Participación en misiones tecnológicas a Colombia y Brasil (maderas)

Capacitación en diseño y negociaciones (artesanías)

Participación en ferias

Realización de eventos en artesanías y maderas

Prospecciones de mercado

**Caso Exitoso 4** → Apoyo al desarrollo exportador de las pymes del sector metal mecánico en Huancayo, Arequipa y Lima. 45 empresas involucradas, más de un millón de dólares de exportaciones y 40 empresas importadoras contactadas.

**Caso Exitoso 5** → Evento Rueda de Negocios Internacional Madera 2004 organizada por WWF, USAID y Prompex con 41 empresas concesionarias, 47 empresas compradoras, 30 empresas compradoras internacionales, 615 citas de negocios y US\$ 4 millones en transacciones.

### 3. Consejo Nacional de Competitividad (CNC)

El CNC fue creado por el Gobierno peruano como un espacio de concertación público privado<sup>87</sup>, cuya finalidad es desarrollar e implementar un Plan Nacional de Competitividad, el cual apunte a una mejora continua de la competitividad de las empresas. De esta manera se espera, por un lado, integrar exitosamente al Perú en la economía global y, por el otro, mejorar la calidad de vida de la población.

El Plan ha sido elaborado en un proceso concertado en el que participaron, entre otros, expertos en diferentes materias, así como representantes del sector privado, público, universidades y gremios empresariales. El Plan, que ha sido aprobado en Julio del 2005 y que se encuentra iniciando la fase de implementación, consta de siete áreas temáticas

---

<sup>87</sup> El Consejo Directivo del CNC lo preside el Presidente del Consejo de Ministros y además lo conforman ocho Ministros de Estado, tres representantes de las medianas y grandes empresas, un representante de las micro y pequeñas empresas, un representante del gremio de trabajadores y un representante de INDECOPI

cada una de las cuales tiene asociada un objetivo estratégico. Estas áreas son: (a) fortalecimiento institucional, (b) política económica, mercados financieros y de capitales, (c) infraestructura, (d) articulación empresarial, (e) innovación tecnológica y empresarial, (f) educación, (g) medio ambiente.

Todo lo asociado a la pequeña y micro empresa si bien no aparece ningún área temática específicamente orientada a dicho sector, sí lo hace de manera transversal en cada una de ellas. Y aunque (a diferencia de los otros ejemplos reseñados a lo largo de este trabajo) no se trata de acciones que ya se hayan realizado, vale la pena destacar algunas líneas de acción específicas en donde la vinculación con la pequeña y micro empresa es más evidente:

(a) en el área de política económica, mercados financieros y de capitales, las estrategias más vinculadas a nuestro segmento objetivo son: desarrollar y promover el comercio exterior usando el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) y los Planes Estratégicos Regionales de Exportación (PERX) como base; y fomentar un mayor acceso a los servicios financieros, especialmente entre las MIPYMES. En esta última estrategia se puede encontrar políticas explícitas para fortalecer las instituciones de microfinanzas (creando un Comité de Cooperantes Internacionales en Micro Finanzas) y diseñar e implementar medidas para mejorar acceso a crédito en sectores poco atendidos por el sistema financiero actual (principalmente el agro)

(b) en el área de articulación empresarial, las estrategias más vinculadas a nuestro sector objetivo son: articular políticas de desarrollo de cadenas productivas y conglomerados, y establecer mecanismos de identificación y evaluación de las cadenas productivas con potencial de desarrollo; articulación de políticas de desarrollo de cadenas productivas y conglomerados; y promover la cooperación al interior de las cadenas productivas y conglomerados<sup>88</sup>

(c) en el área de innovación tecnológica y empresarial las estrategias estrechamente relacionadas con las micro y pequeñas empresas son: promover una cultura de innovación y calidad (una política específica es difundir la utilidad de las patentes como instrumento de información tecnológica y de generación de valor económico para las MIPYMES); mejorar la oferta de los recursos de ciencias y tecnologías para atender la demanda de las empresas de bienes y servicios (específicamente, hay una política de fortalecimiento de conglomerados de producción y servicios a través de los CITES y otra de promoción de la capacitación y asesoramiento en el uso de las tecnologías de información a representantes de MIPYMES para mejorar sus procesos productivos y administrativos)<sup>89</sup>.

Hay que reiterar que en el caso del Consejo Nacional de Competitividad no es posible aún exponer resultados concretos dado que el Plan Nacional recién ha sido aprobado y está iniciando su etapa de implementación.

#### **4. Fondo de Iniciativas de Articulación Comercial - FIAC de COPEME**

---

<sup>88</sup> Una de las metas especificadas al respecto para el 2,006 es que 15 empresa y asociaciones anclas desarrollan procesos productivos que incluyen sistemas de subcontratación de pequeñas empresas proveedoras

<sup>89</sup> En general, en el área de "innovación tecnológica y empresarial" las políticas y resultados planteados se complementan estrechamente con lo que piensan realizar los CITES en los siguientes años.

Desde hace algunos años, los diversos proyectos de desarrollo que se vienen implementando en el país a favor de las micro y pequeñas empresas, definen sus estrategias de intervención en función de asociarlas y articularlas competitivamente en mercados previamente focalizados, superando aquellos enfoques parciales que no prestan atención al total de la cadena productiva.

El proyecto “Sistema de articulación comercial para la mejora de la Productividad de la Micro y Pequeña Empresa en el Perú”, que viene ejecutando COPEME en alianza con PERUCÁMARAS y bajo el auspicio de la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos –USAID, tiene como objetivo principal promover el acceso sostenido de las microempresas al mercado.

El proyecto se desarrolla en diez regiones del país: Junín, Huánuco, Ayacucho, San Martín, Ucayali, Pasco, Cusco, Loreto, Piura, Tumbes, Jaén y San Ignacio. Tiene tres componentes fundamentales: certificación de calidad, articulación comercial y la mejora en el desarrollo de mecanismos de información y comercio electrónico (e-commerce) para MYPES a través de plataformas informáticas.

La modalidad para otorgar el apoyo económico a los grupos de empresas, es a través de Concursos. Ellos promueven la participación de diversidad de instituciones y actividades, y serán ganadoras aquellas instituciones que tengan un claro enfoque de mercado y promuevan sectores productivos que tengan potencial de crecimiento económico y generación de empleo; tales como los sectores de artesanía, textil, manufactura, agricultura, agro industria, cultivos andinos y turismo, entre otros.

## **5. Innovación y Competitividad para el Agro Peruano - INCAGRO**

Es un Programa del Ministerio de Agricultura diseñado para ser ejecutado en tres fases: (i) Fase I de establecimiento de un sistema de innovación tecnológica; (ii) Fase II de expansión del sistema; y (iii) Fase III de consolidación del sistema. El Programa INCAGRO se fundamenta en la Carta de Políticas del Gobierno del Perú al Banco Mundial y que diera origen a un Acuerdo de Préstamo firmado en octubre del 2000. Se puso en marcha en enero del 2001 y su primera fase terminó en enero del 2005. En abril 2005 se convocan nuevos concursos correspondientes a la segunda fase que se inicia formalmente en julio 2005 en virtud de una nueva Carta de Políticas suscrita en febrero 2005, y que sirve de marco a un segundo acuerdo de préstamo con el Banco Mundial para el financiamiento de la fase II en los siguientes cuatro años (2005-2009).

En su Fase I, el Programa efectuó un total de 14 concursos de adjudicación de recursos, 9 del Fondo de Tecnología Agraria (FTA) y 5 del Fondo para el Desarrollo de Servicios Estratégicos (FDSE). En el año 2001 se completaron 4 concursos, 5 en el 2002 y 5 en el 2003 incluyendo un concurso piloto con comunidades campesinas en Huancavelica. Se adjudicaron 123 subproyectos: 52 de servicios de extensión, 27 de servicios de investigación adaptativa, 28 de investigación estratégica y 16 de apoyo a los servicios a la extensión (capacitación e información). El monto total adjudicado por INCAGRO fue US\$ 6.4 millones comprometiendo una contrapartida de US\$ 6.6 millones. 95 entidades distintas firmaron contratos de adjudicación, 23 de las cuales fueron organizaciones de productores. Adicionalmente, se ha venido atendiendo a 137 organizaciones de productores como clientes de servicios y participan otras 175 entidades como colaboradoras.

En la Fase II se ha previsto efectuar 14 concursos del FTA, 10 del FDSE y 5 procesos de premiación de los mejores proyectos. En total se adjudicarán 643 subproyectos, 188 de

servicios de extensión, 330 a organizaciones indígenas y de mujeres, 75 de investigación adaptativa y 48 de investigación estratégica. A esto se suman 9 programas de incentivos para postgraduados, 30 programas regionales de capacitación por competencias, y 46 subproyectos premiados. El monto total de los subproyectos en la segunda fase sería de US\$ 32.6 millones de los cuales US\$ 20.6 millones serían provistos por INCAGRO y no menos de US\$ 12 millones por las alianzas estratégicas. Aproximadamente 1,000 organizaciones de productores estarán directamente involucradas como clientes de los servicios y no menos de 100 entidades privadas serán sus proveedores. En la Fase II de INCAGRO al menos 46 mil pequeños productores contratarán servicios especializados y unos 3 mil se vincularían a procesos de investigación estratégica. Otros 100 mil pequeños productores serán influidos por las innovaciones tecnológicas y de gestión, 140 mil hectáreas incorporarán tecnología mejorada y no menos de 450 planes de negocio se encontrarán en marcha.

Para el cumplimiento de sus objetivos, en su primera fase INCAGRO financia a través de sus tres componentes (CPP, FTA, PROFOSE) un conjunto de acciones vinculadas al establecimiento de un sistema de innovación tecnológica. El componente CPP financia la determinación de prioridades para el FTA y el desarrollo de estudios especiales y estudios de caso. El FTA financia parcialmente la ejecución de subproyectos de servicios de extensión y de investigación adaptativa. El PROFOSE, mediante la línea fortalecimiento institucional financia el planeamiento y priorización del desarrollo de servicios estratégicos en áreas prioritarias y el desarrollo de estrategias para un grupo de instituciones clave; y mediante el Fondo para el Desarrollo de Servicios Estratégicos (FDSE) provee financiamiento parcial para subproyectos de investigación estratégica y de servicios de apoyo a la extensión (capacitación e información).

## **6. Proyecto de Apoyo a Conglomerados de PromPYME con el BID**

Es un proyecto que trabaja directamente con las empresas, principalmente pequeñas y micro, de dos de los conglomerados más importantes del país: Gamarra (distrito de Lima) y el Cusco. En el primero, como sabemos existen más de 10,000 empresas (sobre todo micro y pequeñas) especializadas en la confección de prendas de vestir, tanto en la producción, comercialización y servicios. Se estima que este conglomerado tiene un volumen de ventas de 800 millones de dólares anuales, y ha venido creciendo (en particular en el período 1970-1995) a un ritmo anual del 17%<sup>90</sup>, cifra que no puede encontrar en ningún sector o empresa en el país. Los problemas de Gamarra han sido ampliamente analizados por José Távara y Evert Visser<sup>91</sup>, y consisten básicamente en baja productividad, poca articulación productiva, desconfianza entre los empresarios y empresarias de la zona, y casi nula orientación a la exportación. Precisamente el proyecto busca superar estas dificultades ayudando a un grupo de empresas a exportar con la competitividad necesaria.

Por su parte, el Cusco es el principal conglomerado turístico del Perú, y de América Latina, compuesto por empresas de diversas dimensiones, desde grandes hoteles de cadenas internacionales, hasta muy pequeñas agencias de viaje o taxis individuales dedicados a dar servicios al turismo internacional y nacional. En lugares como Piedras Gordas, pueblo cercano a la ciudadela de Macchu-Picchu, principal atractivo del Cusco, existe una situación de desorden en las múltiples micro y pequeñas empresas que

---

<sup>90</sup>. Cálculos de F Villarán en base a la evolución de la inversión en galerías y locales (proxi de la producción), a lo largo del período más dinámico del complejo productivo-comercial.

<sup>91</sup>. Ver el trabajo de ambos: "Gamarra al Garete – Concentración local y aislamiento global", Cuadernos DESCO, CIES, Lima, 1995.

existen en la localidad, que ha sido levantada por diversas autoridades. Estos, y otros problemas son encarados por el proyecto, que busca una participación creciente y ordenada del sector MYPE cuzqueño en el creciente proceso de generación de riqueza que vemos en el Cuzco.

## **7. Promoción de las Cadenas Productivas de MINPRODUCE**

Los lineamientos Estratégicos del Ministerio de la Producción, que dan sustento a su intervención a favor de la pequeña empresa, son: (i) Desarrollo de la oferta en función de mercados, (ii) Promoción de la asociatividad – cadenas productivas, (iii) Implementación de la normalización, (iv) Fomento de la innovación tecnológica y la protección del medio ambiente. Los CITEs, (v) Impulso de la inversión, (vi) Fortalecer la cultura productiva.

La filosofía detrás de las Cadenas productivas es que ellas reflejan los vínculos cada vez más estrechos que se establecen entre el sector agrario o sector que genera productos primarios y el eslabón industrial, que procesa y agrega valor a dichos productos y los canales de distribución y comercialización.

Los Servicios que brindan los CITEs a las cadenas productivas son:

- Asistencia técnica y capacitación orientados a mejorar la calidad, aumentar la productividad y estandarizar los procesos de producción.
- Ensayos, pruebas de laboratorio de control de calidad de insumos y productos terminados.
- Desarrollo de productos.
- Información técnica especializada, de equipamiento de tendencias de consumo y de mercados nacional y externo.
- Plantas piloto para procesos de transformación (ej: secado, concentrados de pulpas de frutas).
- I + D articulada a resolver cuellos de botella de las cadenas productivas y en especial de las empresas.

Las principales Cadenas productivas atendidas por los CITEs (PRODUCE) son las siguientes:

1. Cadena de Cuero – Calzado e industrias conexas en el Rimac-Lima. (CITEccal) Alianza tecnológica con INESCOP.
2. Aceitunas ( CITEagroindustria -Tacna), BPA Olivo.
3. Cadena de la madera -mueble con una Unidad Técnica en Villa El Salvador –Lima y otra en Pucallpa. Alianza tecnológica con AIDIMA Valencia y con INRENA, FONDEBOSQUE.
4. Cadena vitivinícola (Pisco - Vino), Ica. Con apoyo del Centro de Investigación y Formación Agraria CIFA de Jerez-Andalucía y con INIA
5. Mango/ Algarrobina( CITEagroindustria – Piura).
6. Fibra de Alpaca (CITEpelos finos IPAC), Arequipa
7. Metal–Mecánica. Cono Norte-Lima con ATEM (Independencia)
8. Pesquera - Acuícola. Santa Rosa Lambayeque

El Programa PRO Tecnología consiste en implementar Programas de transferencia tecnológica descentralizados orientados a las cadenas productivas priorizadas en cada localidad o región para facilitar la innovación y el cumplimiento de las exigencias de las normas técnicas. Acciones de PRO tecnología: (i) Paquetes de soluciones tecnológicas y/o resultados de investigación transferidos a las cadenas priorizadas. (ii) Proyectos de apoyo para superar cuellos de botella mejorar la productividad por cadenas productivas

(BPM, BPA, TQM, otras herramientas). (iii) Los PRO tecnología contarán con el soporte de los Gobiernos regionales , los CITEs, OPDs, IIAP, ITP, SENATI, Universidades.

### **3.5 Instituciones que facilitan y promueven la formalización**

#### **Situación Actual**

Uno de los indicadores mundiales más importantes sobre la formalización de las empresas es “Doing Business in 2005, Eliminando obstáculos al crecimiento”, publicación conjunta del Banco Mundial, la Corporación Financiera Internacional y Oxford University Press. Su conclusión principal, que explica en buena parte las diferencias entre los países desarrollados y los subdesarrollados, es que los costos administrativos de las empresas de los países pobres son 3 veces superiores a los de los países ricos y que, además, tienen que realizar el doble de trámites burocráticos.

La misma publicación establece una comparación entre 155 economías dentro de las cuales el Perú aparece en el puesto número 71 en la clasificación general. Sin embargo es interesante revisar – en el caso específico del Perú- los temas que han sido objeto de comparación:

Área comparada	Puesto del Perú
Apertura de una empresa	106
Trámite de Licencias	97
Contratación y despido	83
Registro de la Propiedad	32
Obtención de crédito	73
Protección a los inversores	21
Pago de Impuestos	133
Comercio Transfronterizo	93
Cumplimiento de contratos	114
Liquidación de una empresa	60

Elaboración propia con información de Doing Business 2005

Este informe también señala que el tiempo estimado que toma iniciar un negocio en el Perú es de 98 días en promedio, para lo cual han utilizado indicadores como el número de procedimientos, el tiempo medio empleado durante cada procedimiento (en días naturales); el costo oficial de cada procedimiento (como porcentaje del ingreso per cápita) y el capital mínimo. Un dato relevante es que el propio estudio se planteó como límite un máximo de 50 trabajadores para la constitución de la empresa, lo que hace incluso más pertinente la aproximación al tiempo estimado de constitución de una micro o pequeña empresa en el Perú.

Investigaciones locales, como la de Ciudadanos al Día<sup>92</sup>, han trabajado el tema identificando una serie de mejoras que permitirían reducir el tiempo estimado y los costos que supone obtener una licencia de funcionamiento municipal, fomentar las páginas de transparencia de las municipalidades y contar con TUPAs. El estudio se concentró en 49 Municipalidades Distritales de Lima y Callao y estableció una serie de comparaciones respecto al:

<sup>92</sup> Informe CAD , Transparencia y Simplificación de Trámites Municipales en Lima Metropolitana y Callao (Setiembre 2004)

- Costo de las licencias, que pueden ir desde las más económicas (La Punta, menos de 200 soles) hasta las más onerosas (Ventanilla, más de 3,000 soles)
- Licencias para Mypes, identificando municipalidades que han establecido procedimientos especiales
- Menor número de requisitos que generan mayor rapidez en la expedición de las licencias de funcionamiento, siendo las más expeditivas Miraflores, San Borja, Santa María del Mar y la Punta.

Sin embargo, resulta claro que la agenda relacionada con la eliminación de las trabas y obstáculos que las empresas en general, y las micro y pequeñas empresas en particular, tienen para su formalización, sean estos de entrada, de operación o de salida, van mucho más allá de las limitaciones que desde el ámbito municipal pueden generarse a la expedición de las licencias de funcionamiento. Especialmente si sabemos que más del 74 % de las micro y pequeñas empresas son informales y este tipo de obstáculos afectan directamente su competitividad al generar dificultades a los negocios.

No debe dejar de mencionarse que durante los últimos años, especialmente desde finales de la década de los noventa, el Perú no ha profundizado las mejoras logradas en campos como los de la simplificación administrativa, el registro unificado de empresas o las licencias municipales de funcionamiento, atribuibles en buena medida a los estudios que se realizaron desde el Instituto Libertad y Democracia (ILD) liderado por el economista Hernando de Soto. Por el contrario, en algunos casos se ha retrocedido en medidas que costaron muchísimo esfuerzo y debate como por ejemplo la reaparición del registro de proveedores dentro de la Ley de Adquisiciones y Contratación del Estado, registro que es considerado una traba en los procesos de compra de bienes y servicios estatales. También se ha retrocedido, por ejemplo, con la derogación del Registro Unificado y la reaparición de registro sectoriales como el RPIN (Registro para Productos industriales nacionales) emitido por el Ministerio de la Producción.

Por ello, creemos conveniente hacer una agenda que permita poner en debate no sólo el marco legal –en algunos casos inexistente, en otros ambiguo o simplemente incumplido– sino las acciones necesarias de instituciones y organismos con responsabilidades específicas en el tema.

### **Programas más relevantes**

#### **PRODAME – Programa de Autoempleo y Microempresa del MTPE**

PRODAME es un programa del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, cuyo objetivo es fomentar la generación de empleo a partir de la creación o formalización de empresas con personería jurídica, facilitándoles el acceso a mercados, servicios de desarrollo empresarial y recursos financieros del sistema formal, contribuyendo así al desarrollo de la MYPES.

Se ejecuta a nivel nacional, a través de su sede Central en el MTPE, Oficina en SUNARP, Direcciones Regionales y Oficinas Zonales de Trabajo y Promoción del Empleo.

Beneficiarios: Personas mayores de 18 años que deseen constituir o formalizar una empresa

#### **Servicios del PRODAME**

- Asesoría técnica - legal personalizada para la constitución o formalización de

- empresas, asociaciones o otras formas asociativas de forma gratuita
- Elaboración de la minuta de constitución de empresas, asociaciones y otras formas societarias.
  - Adecuación a la nueva Ley General de Sociedades
  - Servicios de información para las MYPEs respecto a licencias municipales, permisos especiales por los diferentes sectores, servicios de desarrollo empresarial y financieros
  - Servicio de capacitación a través del desarrollo de seminarios y talleres en temas laborales, tributarios, gestión empresarial y que competen al fortalecimiento de la MYPE

## **PROGRAMA DE AUTOEMPLEO Y MICROEMPRESA – PRODAME**

### **Resultados Obtenidos a nivel Nacional**

<b>VARIABLES</b>	<b>Año 2004</b>	<b>Enero – Junio 2005</b>
Usuarios Atendidos	28,538	16,374
Microempresas Constituidas	3,966	2,531
Talleres Dictados	572	351
Número de Participantes	31,465	18,971
Constitución de Asociaciones	149	77

### **Presupuesto ejecutado sede central Lima** **Enero – diciembre 2004**

<b>Específicas de Gasto</b>	<b>Presupuesto Ajustado S/.</b>
Viáticos y Asignaciones	20,345
Alimentos	3,534
Servicios no Personales	197,153
Practicantes	13,305
Materiales de Construcción	
Bienes de Consumo	21,349
Pasajes y gastos de transporte	10,893
Servicio de Consultoría	5,279
Tarifas de Servicios Generales	946
Otros Servicios de Terceros	183,142
(2) Equipamiento y bienes duraderos	41,667
<b>Total</b>	<b>497,613</b>

### **PERSONAL- Sede Central Lima**

	<b>Enero - Diciembre 2004</b>	<b>Enero - Diciembre 2005</b>
Personal SNP	9	9
Practicantes	6	6

PRODAME puede considerarse el programa público más antiguo, de alcance nacional, orientado a la formalización del emprendimiento de los micro y pequeños empresarios. No obstante ello, adolece de una serie de carencias que circunscriben su rol a la asistencia en la constitución de empresas sin que realice ningún seguimiento a la trayectoria de esas mismas empresas. Tan es así, que no se cuenta con estudios que permitan cuantificar cuántas de las empresas constituidas a partir de la asistencia del programa siguen operando en el mercado poco tiempo después de la constitución, que tipo de actividad desarrollan, cuántos trabajadores contrataron, etc.. Esta crítica no sólo es extensiva a Prodame pues en general la mayor parte de los programas de asistencia

técnica y capacitación no hacen evaluaciones de esta naturaleza y sus cifras no consideran impactos sino fundamentalmente cobertura.

### **Agenda para la formalización de empresas**

Los principales temas a resolver en el futuro inmediato, vinculados al tratamiento que las micro, pequeñas y medianas empresas <sup>93</sup>deben tener para facilitar su formalización, y que debieran estar basados en los principios de presunción de veracidad y fiscalización posterior, son los relacionados a:

1. Expedición de Licencias Municipales de Funcionamiento; en general resulta necesario definir un marco general que pueda darle un tratamiento homogéneo a la disparidad de normas y criterios -que amparados en una mal entendida autonomía municipal- generan distorsiones y trabas burocráticas en buena parte de las municipalidades a nivel nacional.<sup>94</sup> Esta situación produce niveles de discrecionalidad en los funcionarios responsables que son los principales causantes de trabas ilegales o procedimientos innecesarios. Específicamente deben revisarse los tratamientos que actualmente regulan temas como:
  - Compatibilidad de Uso
  - Autorizaciones de Defensa Civil
2. Régimen Tributario; en el capítulo del marco legal se hizo referencia a la dificultad que supone la imposibilidad de que los usuarios del RUS no puedan emitir facturas, hecho que hace prácticamente imposible el encadenar las actividades de estos pequeños empresarios con las grandes empresas. Por ello, es necesario revisar la propuesta que originalmente se formuló en el proyecto de ley que dio origen a la Ley N° 28015 y plantear incentivos concretos en este tema, toda vez del carácter meramente declarativo que tiene el artículo 42° de la mencionada Ley.
3. Régimen Laboral; desde diversos sectores se plantean reformas que van desde la ampliación del régimen laboral Mype a todos los sectores, hasta la ampliación de su vigencia –que la Ley señala en 5 años-. Creemos que debe darse un plazo que garantice a los micro empresarios reglas claras y eso no puede generarse con lo que resta del plazo (menos de 3 años) de la Ley actual. Por ello, se recomienda darle carácter permanente al régimen, o en su defecto, extender el plazo por lo menos a 10 años.
4. Notarios Públicos/ Registros Públicos; Programas que apoyan la formalización de micro empresarios, como PRODAME, utilizan una serie de convenios con Registros Públicos y Colegios de Notarios a fin de acortar tiempos, establecer procedimientos simplificados o abaratar costos en la constitución e inscripción de las nuevas empresas. Ello se ha demostrado como insuficiente, por el lado de los plazos y también por el lado de los costos. Se requiere normas específicas que hagan razonables los tiempos de inscripción en los RRPP y que los costos del notariado correspondan al valor agregado que proporcionan.

---

<sup>93</sup> En reciente estudio “Agenda priorizada de reformas y tareas para promover la inversión privada en diversos sectores”, preparado por diversos consultores a solicitud del Proyecto Crecer, se mencionan una serie de propuestas de modificación y de regulación que van en el sentido de las necesidades que las Mipymes requieren.

<sup>94</sup> Proyectos ejecutados desde PROPLI y CRECER vienen desarrollando reingenierías legales con Municipios a fin de eliminar las trabas burocráticas en la expedición de las licencias de apertura. A pesar de lo focalizadas que están estas intervenciones (sólo 8 distritos en el caso de PROPOLI y 3 en el caso de CRECER) creemos que los criterios que las sustentan pueden ser implementados como políticas que sean recogidas normativamente.

5. Asociatividad/Confianza, No es posible asumir costosos programas de promoción de asociaciones de empresarios sin que estos vayan acompañados de componentes relacionados a la generación de confianza entre los propios empresarios y respecto de ellos frente a las otras instancias públicas y privadas. Ejemplos importantes como los desarrollados por MINKA en la Libertad deberían estudiarse y verificar las posibilidades de su réplica, a fin de garantizar la sostenibilidad de las organizaciones que se creen.
6. Simplificación Administrativa/TUPA  
Como se señalaba líneas arriba, hemos sufrido serios retrocesos en las medidas de simplificación administrativa que se lograron en los últimos años. Por ello, planteamientos como el silencio administrativo positivo, la eliminación de registros sectoriales, la eliminación de registros de proveedores, la aprobación de marcos generales para la aprobación de TUPAs se hace absolutamente indispensable.

## **Instituciones y Programas de carácter regional**

En esta sección presentamos a las Instituciones y Programas de promoción y apoyo a las MIPYMEs que hemos encontrado en los viajes realizados a 9 ciudades del país: Piura, Chiclayo, Trujillo, Tarapoto, Huancayo, Pucallpa, Ayacucho, Arequipa y Juliaca. En algunos casos estos programas son de carácter nacional y son ejecutados en diversas regiones del país, y en otros casos son instituciones propiamente regionales. En ambas situaciones resulta muy útil comparar el funcionamiento de dichos programas e instituciones con sus similares nacionales afincadas en Lima. En cada una de las ciudades se presentan las principales instituciones y sus programas de promoción; en el corto tiempo que hemos tenido para realizar todo el estudio, y los pocos días de visita a esta ciudades ha sido imposible realizar una evaluación exhaustiva de todos los programas e instituciones. De todas formas el trabajo realizado nos da una clara idea del esfuerzo que están realizando las diversas instituciones analizadas por contribuir al desarrollo regional y a la descentralización.

### **Ayacucho**

#### **Información general**

La actividad económica se centra básicamente en: Agricultura, Agroindustria (alcachofa, ají, pimiento piquillo), Turismo (hoteles, restaurantes, agencia de viajes), Artesanía (tapices, retablos).

También presenta actividades relacionadas a: Apicultura, Fruticultura (lúcuma, palta, chirimoya), Crianza y comercialización de caracoles, cochinilla, entre otras.

Existen algunas instituciones (asociaciones) que agrupan micro y pequeñas empresas: son los casos del rubro hotelería, artesanía, agroindustria, apicultura. No obstante, dichas asociaciones no agrupan a una parte significativa de los empresarios. Por otro lado, el RENAMYPE prácticamente no tiene mayor presencia en la ciudad.

#### **Instituciones y Programas de apoyo a las MYPEs**

A continuación se describe brevemente aquellas acciones concretas y efectivas que están llevando a cabo algunas de las instituciones entrevistadas, que apuntan al desarrollo de las pequeñas y micro empresas.

#### **Subgerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad de Huamanga**

Parte de los servicios de desarrollo empresarial que brinda dicha institución, los orienta exclusivamente a las iniciativas de creación de pequeñas y microempresas. En una primera etapa brinda asesoría en formalización y orientación tributaria, para lo cual tiene firmados convenios con notarias de modo tal que el costo que tiene que pagar el empresario se reduce a la mitad. También es interesante resaltar que para la campaña de información de las ventajas de la formalización entre los microempresarios, la Municipalidad recluta jóvenes universitarios de las carreras de economía, administración y contabilidad, los capacita adicionalmente y les toma una prueba antes que inicien la promoción respectiva.

Una vez que las empresas se han formalizado, pueden participar en el concurso "Ideas de Negocios", que se lanza de manera anual y se orienta a quienes tengan menos de 35 años. En esta etapa se tienen firmados convenios con Cooperativas y Cajas Municipales (para que cofinancien los proyectos ganadores) y con empresas del sector privado (para

que brinden asistencia en la primera fase de la ejecución del proyecto). Este año han sido 5 los proyectos ganadores, relacionados a la agroindustria, artesanía, transformaciones de hierbas aromáticas, comercio (*fast food*) y servicios (guías turísticas).

### **Centro de Competitividad de Ayacucho**

En esta institución se promueven espacios para el diálogo entre distintas instituciones de Ayacucho. Los socios del Centro de Competitividad se clasifican en dos grandes grupos: los actores y los facilitadores. Entre los primeros destacan los productores (agroindustriales, apicultores, etc) y las asociaciones de dichos empresarios. Entre los facilitadores existen tanto instituciones privadas como públicas.

Este espacio promovido por el Centro ha permitido la formación de tres Redes: de Turismo, de Artesanía y de Agroindustria. Cada una de ellas ha conseguido logros importantes siendo acaso la más cohesionada la de Turismo: de acuerdo a lo referido por el representante del Centro, ello se debería a que casi todos los integrantes de dicha Red tienen educación superior, hecho que no sucede con la Red de Artesanos por ejemplo.

### **Instituto para el Desarrollo del Sector Informal (IDESI)**

IDESI cuenta con un programa de comercialización, orientado fundamentalmente al sector rural productivo. Este Programa se desarrolla a través de varias etapas: a) estudio de productos potenciales competitivos en Ayacucho (como tuna, palta, cochinilla); b) organizar a los productores en el campo para que trabajen estos productos; c) brindarles capacitación, d) seguimiento y asistencia técnica en los centros de producción, y e) durante la etapa de comercialización, IDESI actúa como comprador directo o como facilitador (intermediario).

Para llevar a cabo ello, existe una persona responsable de cada uno de las etapas previamente descritas. Pero además hay una marcada interrelación con el Programa de Créditos que IDESI implementa a través de la EDPYME ProEmpresa (que nace de IDESI): así por ejemplo, el ingeniero agrónomo encargado otorgar créditos, al momento de evaluar la solicitud de un cliente X, pide opinión a quienes se encargaron de la organización, capacitación y seguimiento de dicho cliente, y en base a ello puede tomar una mejor decisión.

### **ADRA Perú - Proyecto “Derechos Humanos” de Agencia de Desarrollo de Recursos Asistenciales**

Dentro de los proyectos de ADRA PERU existe uno denominado “Derechos Humanos” y dentro de este proyecto hay un componente que apunta el incremento de oportunidades económicas. El público objetivo del componente y del proyecto son mujeres en extrema pobreza y la idea subyacente es que la posibilidad de generar ingresos para una mujer, tiende a equiparar las relaciones de poder en el hogar y, por lo tanto, a reducir las posibilidades de violencia hacia la mujer.

El proyecto se inicia con una etapa de sensibilización a las mujeres acerca de la importancia de generar ingresos económicos. Paralelamente, el proyecto busca mercado para actividades específicas en las cuales puedan entrar a tallar las mujeres que decidan ser microempresarias. Por ejemplo, este año se han encontrado oportunidades de mercado en rubros como: elaboración de tarjetas de saludo y de cumpleaños, artesanías, crianza de animales menores, cultivo de fresas, etc.

En la segunda etapa se “dividen” a las mujeres en dos tipos: aquellas que únicamente se van a dedicar a la producción (sea porque no tienen mayores habilidades empresariales

o porque no quieren serlo) y quienes tienen deseos y potencial de ser empresarias, quienes serán las que compren a las primeras y luego vendan los productos al mercado.

Justamente a ellas está orientada la siguiente etapa del proyecto, que es la de capacitación en habilidades técnicas, habilidades sociales para que puedan desempeñarse mejor en el negocio. Por lo tanto, las capacitaciones son distintas según si el beneficiario pertenezca a uno u otro grupo: a unas se les dará capacitación en habilidades técnicas y a otras en habilidades sociales y de manejo de negocios.

### **Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena.**

Una de las modalidades de crédito que ofrece la cooperativa se llama Rápidario y tiene como objetivo la asistencia en el mercado para la cobranza diaria. Los clientes son principalmente comerciantes informales (unas 2,000 aproximadamente) que se encargan de la compra / venta de productos y/o servicios: lustrabotas, artesanos, vendedores de caramelos.

El monto máximo del préstamo es 2,000 soles y los micro comerciantes deben pagar de manera diaria entre 5 y 10 soles. Una de las particularidades es que son los representantes de la Cooperativa los que se acercan a cobrar al mercado donde labora el comerciante.

Si bien este componente ha tenido especial acogida, existe una mayor morosidad entre estos clientes (respecto a los que solicitan créditos comerciales de pago mensual). La razón está en que estos comerciantes suelen sobrecargarse de crédito y acuden a distintas fuentes utilizando para ello al “grupo familiar”: esposa, hermanos, hijos, sobrinos, de manera tal que “formalmente” son clientes distintos pero en realidad es un solo negocio.

### **Oportunidades y proyectos futuros**

A continuación se mencionan algunos de los proyectos más resaltantes que se espera implementar en el corto y mediano plazo.

Respecto al tema de los servicios de capacitación y asistencia, la Cooperativa Santa María Magdalena está pensando incursionar en servicios de desarrollo empresarial, es decir, combinar crédito con asesoramiento técnico e implementar un programa de “Riesgo Compartido”, una especie de incubadoras de negocios, financiado en partes iguales por la cooperativa y el socio, coadministrado por ambos hasta que el negocio empiece a funcionar. No obstante, una de las limitantes a vencer es que los microempresarios son reacios a financiar una idea de negocios, son adversos al riesgo

Respecto a la comercialización, en IDESI se contempla la posibilidad de llevar a cabo un Proyecto de Comercio Justo, cuya característica distintiva es que el gran beneficiado sería la sociedad en general. Para ello será necesario que tanto quien produce un bien como quien lo compra renuncien ligeramente a sus márgenes de ganancia e invertir dicha diferencia en postas médicas, hospitales, colegios, etc.

Respecto a las iniciativas empresariales, el proyecto “derechos humanos” tiene planeado replicarlo en otros departamentos, con la posibilidad de incluir varones. Además, pretenden crear nuevas microempresas que produzcan principalmente para Ayacucho y de esta manera fortalecer el mercado local.

### **Limitantes del desarrollo de las micro y pequeñas empresas**

A partir de las entrevistas realizadas, se podría decir que los factores que estarían contribuyendo a limitar el desarrollo de las pequeñas y micro empresas son principalmente:

**Mentalidad del empresario:** sumamente adverso al riesgo, no está dispuesto a invertir nada en una iniciativa de negocio. Está acostumbrado al asistencialismo y en ello ha influido mucho la labor de las ONG en el período post – Sendero Luminoso. Tampoco está convencido de la importancia de la capacitación y la asistencia técnica y aún siendo gratis, no quieren ser capacitados. Finalmente, es autosuficiente y tiene muchos reparos en asociarse con otros microempresarios.

**Costos de la formalización:** el empresario no quiere formalizarse y no solamente porque ello le representan un costo inicial (en dinero y en tiempo) sino por los impuestos que empezaría a pagar y principalmente, por temor a la fiscalización, multas e inspecciones por parte de la SUNAT, del Ministerio de Trabajo y en general de las instituciones públicas

**Oferta no organizada** Las débiles habilidades empresariales, la desinformación sobre lo que demanda el mercado y la poca disposición a la asociatividad, lleva a una oferta desorganizada que muchas veces no se da abasto para satisfacer lo que demanda el mercado.

## **Huancayo**

### **Información general**

La Región Junín se divide en tres grandes zonas geográficas: el Valle del Mantaro (Huancayo, Concepción, Jauja), la Sierra Alto Andino (Yauri, Tarma) y la Selva Central (Chanchamayo, Satipo).

La actividad económica es bastante variada, destacando los siguientes productos:

Agropecuarios (papa, maíz, alcachofa, maca, arbejas)

Crianza de cuyes, Turismo, Artesanías (oro, plata), Piscicultura (truchas), Café (en la zona de la Selva), también existe actividad relacionada a: Textiles (hilados de alpaca, algodón),

Lácteos, Plantas aromáticas, Frutas (piña, naranja, mandarina), Calzado.

De acuerdo al Director de Empleo y Formación Profesional, el 99.5% de las empresas son pequeñas o micro: de éstas, el 96% son micro, y finalmente de este universo, el 90% se dedican a los sectores comercio y servicios.

Algunas de estas empresas (no son la mayoría) están organizadas en gremios. Así, existen gremios asociados a la artesanía (8 en total), agroindustria (3), calzado (4), comercio y turismo. Varios de estos gremios están inscritos en el COREMYPE. Sin embargo, ninguno lo está en el RENAMYPE<sup>95</sup> principalmente por temor a la fiscalización por parte de las instituciones estatales.

### **Instituciones y Programas de promoción a las MYPEs**

A continuación se describe brevemente aquellas acciones concretas y efectivas que están llevando a cabo algunas de las instituciones entrevistadas, que apuntan al desarrollo de las pequeñas y micro empresas.

### **Ministerio de Agricultura – Dirección de Promoción Agraria**

---

<sup>95</sup> Dicha institución solamente tiene inscrito a la Cámara de Comercio.

Ha desarrollado la Promoción de la Organización de Pequeños Productores de Leche, con el objetivo de producir un volumen mayor y tener, de esta manera, mayor poder de negociación con quienes les compran. El plan comprende tres etapas bien marcadas: a) la organización (qué forma asociativa conviene más), b) estatutos, reglamentos y formalización ante Registros Públicos, y c) el acceso al mercado y la venta de sus productos.

Como experiencia concreta, se tiene que PRONAA compra leche para los desayunos escolares y exige al comprador que inviertan en plantas transformadoras (envase y distribución). Ante ello, desde el 2,003 se han formado 8 organizaciones productivas (cada una entre 20 y 30 socios) y 5 transformadoras, todas ellas pequeñas empresas. Actualmente, estas organizaciones venden desayunos escolares a través de PRONAA (14,000 litros de leche al día). También venden a GLORIA, que tiene una planta de acopio en Huancayo.

De esta manera, cada socio de estas organizaciones se ha dado cuenta que de esta manera pueden ganar más que si lo hacen individualmente. Además, recién en ese momento se dan las condiciones para que el socio reinvierta y para que se le capacite en obtener una mayor productividad.

Lo interesante es que esta experiencia se espera repetir con la crianza de cuyes con la maca, la papa nativa, etc. En cada uno de los productos, la organización del proyecto está a cargo de un responsable, principalmente ingeniero o zootecnista.

### **Dirección Regional de Producción**

Se viene implementando la Asociación de Piscigranjeros con el objetivo de incrementar la producción de trucha así como su oferta exportable. Actualmente, se producen 1700 TN de trucha, de las cuales 700 se exportan, y toda la exportación se concentra en una sola empresa.

En primer lugar, se le brinda asistencia técnica y capacitación al “truchero”: la particularidad es que dicha asistencia se hace a manera de “internado” puesto que dura un mes en el Centro de Ingenio de PRODUCE. En el 2,004 fueron 40 quienes recibieron dicha capacitación y en el 2,005 más de 60. Además, hasta 15 de estos microempresarios pueden continuar su capacitación en el Instituto Tecnológico de Piscicultura, luego de lo cual reciben un certificado oficial del Ministerio de la Producción Y en segundo lugar, se facilita el proceso de comercialización de truchas, estableciendo contactos previos con consumidores de la región y de Lima.

Bajo esta misma lógica se viene trabajando en las ramas de metal mecánica, carpintería, panadería y agroindustria.

### **Escuela de Emprendedores.**

Esta ONG ha conformado una Asociación de productores de cuyes (13 en total) que ya se encuentran exportando. Asimismo, una Asociación de artesanos textiles (180 en total) que exportan hilados de alpaca y algodón a Japón y Estados Unidos.

Para lograr ello, la ONG parte de la búsqueda de información acerca de lo que está demandando el mercado. Luego, recluta a quienes serán los encargados de producir para abastecer dicha demanda (los artesanos)<sup>96</sup>, se les capacita de manera

---

<sup>96</sup> Dado que se busca satisfacer pedidos con altos requerimientos de calidad, el reclutamiento consiste en identificar, principalmente en las cooperativas populares, a los líderes vecinales que ya han sido capacitados y tomarles además alguna prueba de habilidad.

eminentemente práctica (haciendo muestras) y finalmente estos artesanos trabajan desde sus casas con una supervisión periódica por parte de la ONG.

En esta ONG laboran 4 personas y parte del éxito lo han logrado promoviendo de manera efectiva la asociatividad entre microempresarios, y manteniendo una relación constante con otras instituciones (como Perú Emprendedor quienes brindan la capacitación, municipalidades distritales quienes brindan infraestructura y efectivo)

### **Centro de Promoción Empresarial (CEPROEM)**

Cuyas actividades se orienta principalmente a mujeres (tienen alrededor de 3,500 clientes). Han creado una Red de Articulación Comercial que les permite a los beneficiarios tener un acceso más fluido al mercado. Esta Red tiene tres grandes eslabones:

Un grupo de socias productoras (15 en total) que se encargan de producir bienes. Estos bienes deben ser de alta calidad y venderse a un precio razonable

La institución, que en este caso es GCOD<sup>97</sup>, compra los bienes a las socias productoras y los vende al consumidor final a través de las socias comercializadoras

Un grupo de socias comercializadoras (50 en total) que compran los bienes a GCOD (necesariamente una parte al contado), los venden (con un margen de ganancia para ellas) y se comprometen a pagar puntualmente a GCOD la parte que “le compraron” a crédito.

### **Servicios Educativos de Promoción y Apoyo Rural (SEPAR) / Cámara de Comercio de Huancayo**

En ambas instituciones se vienen promoviendo espacios para el diálogo entre distintas instituciones de Huancayo. En el caso de SEPAR, han creado el Consorcio para el Desarrollo Sostenible Regional (2000 – 2005) donde participan ONGs, Municipalidades, Cámara de Comercio, instituciones financieras, etc. En el caso de la Cámara, representan la Presidencia Ejecutiva del Plan de Competitividad Regional que impulsa el Gobierno Regional.

Además de ello, son instituciones que ya han entrado al tema de la certificación de la calidad, que permita a los microempresarios que reciban dicha certificación poder ofrecer sus productos a precios más competitivos y orientados al mercado externo. Al respecto, la Cámara ha firmado convenios con instituciones como CENTRUM Católica, Comercio Exterior y Aduanas, ADEX, Certipyme, a quienes considera socios estratégicos en esta idea de promover una mayor orientación hacia la competitividad.

### **Centro de Promoción y Desarrollo Empresarial de la Municipalidad de Huancayo (CEPRODE)**

Habiendo identificado como un problema central la ausencia de formalización en los micro y pequeños empresarios, y como una causa principal de ello el tiempo excesivo y los engorrosos trámites que hay que un empresario debe hacer para constituirse formalmente, CEPRODE ha implementado un sistema que permite otorgar licencia municipal provisional (tiene vigencia de un año) en 5 minutos.

Para ello, el empresario debe presentar su ficha RUC, dos declaraciones juradas (una que declare que es microempresario y otra de “compatibilidad de uso”) y pagar 103 soles. No obstante, según refiere el Director de CEPRODE, del total de empresarios que realizan este trámite, un año después el 70% ya no funcionan porque han cerrado o porque han preferido regresar a la informalidad.

---

<sup>97</sup> GCOD es la ONG que da origen a CEPROEM. Se crea en 1998 y un año después se crea CEPROEM.

## **Caja Municipal**

La Caja Municipal ha experimentado en los últimos años un crecimiento promedio anual de 25% en colocaciones. Actualmente, tienen 200 millones de soles en colocación y 100,000 clientes y ahorristas, lo que lo coloca a la par con el Banco de Crédito de Huancayo. Ante la creciente competencia, el Banco busca capturar a los mejores clientes de la Caja Municipal, la cual a su vez está abocado a reducir costos administrativos, campañas de fidelización del cliente, etc.

Una de las experiencias más innovadoras es la del Programa de Ahorro Programado: si un cliente ahorra una cantidad (20 soles) cada mes durante todo un año, la Caja le paga el 5% por sus ahorros y además el cliente se “gana” el derecho a que la Caja le pueda prestar el siguiente año el doble de la cantidad que le prestó en el presente. De esta manera, se incentiva el ahorro en una población poco acostumbrado a ello por un tema de recursos pero también por un tema de mentalidad.

## **Oportunidades y proyectos futuros**

A continuación se mencionan algunos de los proyectos más resaltantes que se espera implementar en el corto y mediano plazo.

Respecto al tema de la asociatividad y consorcio de pequeños productores, es donde se vislumbra mayores oportunidades. Algunos ejemplos:

- El Ministerio de Agricultura espera dar un impulso fuerte a varios productos como papa nativa (ecológica, y con un potencial importante para la exportación), los cuyes (alto contenido en proteínas) y la maca (múltiples propiedades beneficiosas para la salud).
- SEPAR espera ejecutar un proyecto asociativo, financiado por la Fundación Interamericana, que apunte al fomento de la agroindustria y el turismo rural
- La Sociedad Nacional de Industrias (SNI) espera firmar un convenio con una empresa de muebles de Italia para que establezca una industria en Huancayo y lo que produce dicha industria lo compraría la matriz en Italia y lo vendería a Sudamérica. Ante ello, es necesario formar un consorcio de empresas de muebles en Huancayo porque individualmente no podrán atender la demanda de la casa matriz.
- Un Consorcio de 10 empresas de metal mecánica en Huancayo ganó una licitación para producir y vender 1,000 cocinas a gas para PRONAA. Se está a la espera de que finalice el período de protesta e impugnaciones para empezar la producción. Nuevamente aquí, sin el Consorcio (promovido por el SNI y PRODUCE) no sería posible cubrir la demanda solicitada

Respecto a la formalización, tanto la Cámara de Comercio como CEPRODE quieren implementar una Plataforma Unica de Servicios Empresariales para reducir los costos y el tiempo de formalización. En el caso de la Cámara dicha Plataforma funcionaría en el Centro de Convenciones que tienen en mente construir próximamente

Respecto a la exportación, PRODUCE espera triplicar la producción anual de trucha (de 1,700 TN a 5,000 TN) y ampliar la oferta exportable (de 700 TN a 1,700) para lo cual capacitará a los productores sobre las especificaciones técnicas precisas que se requieren para exportar, y firmará convenio con la Asociación de Exportadores (ADEX) para poder colocar el producto.

Respecto a la competitividad, el Gobierno Regional quiere crear antes que finalice el año el Centro de Innovación Tecnológica (CITE) en Artesanía para impulsar la promoción de la inversión privada en dicha actividad.

## **Limitantes del desarrollo de las micro y pequeñas empresas**

A partir de las entrevistas realizadas, se podría decir que los factores que estarían contribuyendo a limitar el desarrollo de las pequeñas y micro empresas son principalmente:

**Costos de la formalización:** el empresario no quiere formalizarse y no solamente porque ello le representan un costo inicial (en dinero y en tiempo) sino por los impuestos que empezaría a pagar y principalmente, por temor a la fiscalización, multas e inspecciones por parte de la SUNAT, del Ministerio de Trabajo y en general de las instituciones públicas. Debido a esta ausencia de formalización, la mayoría de PYMES no pueden acceder a servicios de desarrollo o participar en licitaciones.

**Mentalidad del empresario:** baja iniciativa, solo piensan en “recibir” (asistencialismo), desconfianza en las instituciones que capacitan, poco interés por la capacitación (sobre todo en los comerciantes que argumentan falta de tiempo o que el contenido de la capacitación no va a tener un efecto inmediato en su negocio)

**Deficientes servicios de apoyo al empresario:** Aunque es un problema que se ha ido superando con el tiempo, existe la percepción que hay capacitaciones y asesorías de baja calidad, y no vinculados al mercado. Es necesario conocer y asegurar la existencia de un mercado antes de pretender mejorar la productividad, la competitividad, la oferta exportable, etc.

**Ausencia de relación entre instituciones públicas y privadas** Aunque existen excepciones, por lo general estas instituciones no trabajan de manera conjunta. La institución pública es concebida como una institución muy burocrática y ello contrasta con la dinámica del empresario privado, que suele estar siempre “apurado”. Hay cierta desconfianza e intolerancia entre instituciones, así como competencias por llevarse los méritos de ciertos resultados exitosos.

Otros factores que también fueron sugeridos como limitantes, aunque en menor frecuencia fueron:

- La ausencia de información en la población (sobre temas importantes de actualidad como el TLC). A ello contribuye que el uso de herramientas informáticas (principal fuente de información en la actualidad) no está muy extendido entre empresarios (de los 530 empresas asociadas a la Cámara de Comercio, casi el 40% no posee correo electrónico).
- La ausencia de conocimientos y capacidades del empresario en temas de herramientas de gestión (flujos de caja, planificación estratégica, evaluación de alternativas de inversión)
- Reticencia a la asociatividad: algunos empresarios prefieren trabajar de manera individual, conciben riesgoso asociarse con otros y solamente lo hacen cuando es visible la ganancia que reporta esta forma de producción
- El poco compromiso del empresario con la ciudad: los pocos que acumulan, invierten el excedente en Lima y no en Huancayo
- Las instituciones financieras cobran tasas de interés altas, exigen garantías y solamente prestan a comerciantes y no a industriales o a quienes se dedican al agro.

## **Arequipa**

### **Información general**

Arequipa es una de las ciudades del país más golpeada por la recesión y con las tasas de desempleo en promedio más altas del país

Su estructura productiva está constituida sobre la base de servicios (financieros, turísticos, salud, educación, comunicaciones), industria (especialmente en textiles, alimentos y bebidas) y el sector agropecuario

La actividad exportadora principal gira en torno a la fibra de alpaca

En el RENAMYPE sólo hay 2 instituciones inscritas: la Asociación de Micro y Pequeños Empresarios del Pueblo Joven Ciudad de Israel y la Asociación Central de Centros de Acopio de Leche, estando ausentes las principales organizaciones de la región (por ejemplo la Cámara de Comercio, Cámara Pyme, Asemin)

## **Instituciones y Programas de promoción a las MYPES**

### **PRODUCE**

Se ocupan de los temas relativos a pesca e industria

Brindan servicios de capacitación en metal mecánica, agroindustria e industria textil a través de convenios con empresas como Aceros Arequipa (en metal mecánica) y Exsa (soldaduras). También con Alicorp para traer expositores, maquinarias y equipos. Las capacitaciones se hacen 2 veces al año desde hace 3 años.

Vienen apoyando la cadena Uva – Pisco donde se han propuesto meta de 25 productores para el 2006 (hoy tienen 15) y donde el requisito de los productores para ingresar es producir no menos de 1000 litros al año

Reconocen como representantes activos de la mypes a la Cámara Pyme de A. M. Choquehuanca, a MESUR (Mujeres Empresarias del Sur), al Directorio de Curtiembres, a ASEMÍN y a la Comisión nacional de Pymes de Rebeca Muñoz.

### **IPAC (Instituto Peruano de la Alpaca y CAMELIDOS) - CITE Textil CAMELIDOS del Perú**

Institución organizada por la industria textil alpaquera Grupos Sarfaty, Mejía, Inca y Michell)

85% de la producción mundial de fibra de alpaca se hace en el Perú (aprox. 6,640 toneladas anuales en el Perú de las cuales 85 es baby alpaca que tiene precio de US \$ 14 dólares el kilo)

En el Perú hay 140, 000 familias productores de fibra de alpaca, de los cuales el 95% son micro criadores de subsistencia; el ingreso promedio sobre 100 alpacas es de 850 dólares anuales

Hay algunas tareas pendientes: (i) introducir a través de los centros de acopio creados por IPAC un sistema de comercialización de la fibra que acerque más a los micro productores con las industrias, estos centros de acopio operan en función de la demanda de los industriales con normas técnicas para la compra; (ii) ganar capacidad de negociación a través de consorcios; (iii) mejoramiento genético, que debe ser visto junto con el tema de la comercialización (para no ir a compras al barrer que degeneran la calidad genética de la fibra); (iv) campaña nacional e internacional para el posicionamiento de la fibra de alpaca;

Valor agregado de la fibra debe darlo fundamentalmente la pequeña empresa pues hoy el 70% de la fibra producida se vende en tops (bruto), es decir del total de las 6,400 toneladas anuales sólo 700 toneladas son fibra procesada como prendas.

### **PERÚ Emprendedor**

Tiene las mismas limitaciones que el programa tiene identificadas en todo el país. Limitada capacidad de atención con los servicios de asistencia técnica y capacitación, demoras en el pago a proveedores de servicios, reducción del mercado de proveedores de servicios, reducción de metas

Han priorizado los sectores de textiles y turismo

Autoridades del MTPE desconocen temas relacionados a las mypes

No es relevante discusión sobre traslado a Produce pues sino se dan los recursos necesarios para operar eficazmente no importa ubicación del programa.

### **Gobierno Regional de Arequipa (Gerencia de Desarrollo Social)**

La Gerencia que tiene a su cargo el tema Mype es la de desarrollo Económico pero hasta la fecha no se ha convocado al Coremype. Planean asignar la función al Director Regional de Trabajo.

Han desarrollado un Proyecto de inversión pública –que ha sido declarado viable en julio 2005- para la construcción de consorcios empresariales mype en la Región Arequipa. Comprende el establecimiento e implementación de centros proveedores de información con la instalación de 08 computadoras a los micro y pequeños empresarios, la cual permitirá la conexión vía Internet a las MYPE de la Región Arequipa, contando con los servicios de búsqueda de información asistida o realizada, así como una labor constante de filtrado y difusión de información existente en Internet que pueda significar oportunidades de mercado o asimilación de conocimiento y tecnología a las MYPE. Desarrollan regularmente capacitaciones a la Unión de Mujeres Empresarias.

### **EL TALLER (Asociación de Promoción y Desarrollo)**

Es una de las organizaciones líderes en lo que a SDE se refiere, principalmente orientados al sector confecciones y tejidos en la región sur.

Cuentan con una fuerte presencia en consultoría empresarial relacionada a la asistencia técnica, la formulación de perfiles técnicos para obtener financiamiento, certificaciones de calidad, selección de personal y determinación de estándares de producción.

En cuanto a capacitación brindan cursos y seminarios técnicos especializados en confecciones y tejidos, programas de operatividad de máquinas industriales, programas de reentrenamiento de operarios en confecciones y tejidos, de operatividad de máquinas industriales y de creación de nuevas empresas.

Respecto a la comercialización y eventos participan en la representación de proveedores de insumos, investigación de mercados y elaboración de colecciones, habiendo desarrollado un banco de información de proveedores, operarios y servicios en confecciones y textiles.

### **Empresa INCALPACA**

Incalpaca, una de las empresas privadas más importantes de Arequipa se articula con aprox. 150 micro empresas proveedoras de fibra. INCALPACA es la empresa alpaquera peruana más grande en valor agregado (mas del 50%)

El último censo arrojó aprox. 3.5 millones de alpacas, determinándose que el hato promedio es de 100 animales/familia, tener menos de 1,000 alpacas es hablar de economías de subsistencia.

La tarea de IPAC es lograr hatos más grandes y mayor fineza de la fibra, mientras que por su lado, el Grupo INCA ha establecido un fundo en Pacamarca (entre los límites de Puno y Cuzco) con el fin de desarrollar centros genéticos.

### **Cámara de Comercio e Industria de Arequipa**

Se ha constituido, al interior de la Cámara, la Cámara Joven para que aproximadamente 1,500 estudiantes universitarios y técnicos puedan acceder a capacitación en gestión empresarial a costos menores.

Tienen un proyecto que involucra a 15 pequeñas empresas en el Programa de Producción Mas Limpia financiado por el BID y CONAM.

El proyecto sobre el cual tienen mas expectativas es “Articulando el Sur” que busca vincular a empresas anclas con empresas pequeñas. El primer encuentro se realizó en Junio de este año con la ronda del sector minero. De 700 pequeñas empresas asistentes, 40 ya están trabajando con Cerro Verde. Se planean encuentros adicionales con Tintaya, Southern y Buenaventura.

La Cámara brinda capacitación periódica a sus asociados en temas aduaneros, comerciales, tributarios, etc.

Tiene 450 empresarios agremiados (grandes, medianos y pequeños, no micros) que representan el 80% del PBI de Arequipa.

**Cámara PYME** (Cámara de Industria, Comercio y Artesanía de la Micro y Pequeña Empresa de Arequipa y de la región Sur)

Creada en 1997, están inscritos en RRPP, y señalan representar a 90 gremios en 13 rubros productivos en las 8 provincias de Arequipa, con participación en el Codemype y la Coordinadora nacional de Gremios Empresariales Pymes del Perú.

Brinda servicios de capacitación y asesoramiento a Mypes

Manifiesta descontento del papel desempeñado por el MTPE apoyando el traslado del tema Mype a Produce

Cuestiona que Perú Emprendedor tiene como proveedores de servicios en su mayoría a ONGs que muchas veces no tienen ni instalaciones ni profesionales calificados (que dan capacitación teórica pues desconocen los temas prácticos) y que en el programa Mujeres Emprendedoras se incluyen a artesanas que ya están capacitadas como parte de los procesos de capacitación que tienen.

.Destaca la importancia del tema Confianza dentro de los gremios

Han celebrado un convenio con Universidad Católica Santa María con la que vienen preparando la priorización de cadenas y proyectos productivos: para la fibra de alpaca y Cite rural (Cailloma), para las cadenas de turismo rural y trucha (Cailloma), para la cadena de camarones (Camaná), para agua potable (Camaná), para la cadena de la industria vitivinícola (Condesuyos), para la cadena de cultivos andinos – siembra orgánica para la agro-exportación (La Unión) , proyecto de refosrestación en la siembra de tara, la constitución de un centro integral de apoyo al desarrollo urbano-rural Pyme (Arequipa).

De las reuniones sostenidas es uno de los gremios que se muestra más activo.

**ASEMIN (Asociación de Empresas Industriales de Arequipa)**

Funcionando desde 1976 e inscrita en RRPP desde 1979.

Promotores de Parque Industrial de El Palomar (aún cuando en su opinión ninguno de los parques industriales de Arequipa funciona como tal)

Asemin nace para la búsqueda de infraestructura cuando la actividad industrial de Arequipa era mucho mas intensa que la actual. Asemin tenía en 1979 1050 empresas inscritas, hoy se han reinscrito 137 (principalmente en metal mecánica, curtiembre, panadería)

Estiman posibilidades de negocios a partir de producción alternativa de Cusco y Madre de Dios con la infraestructura de Arequipa (por ejemplo en sector de carpintería en madera , cajonería)

Participaron en creación de FENAPI

No se han inscrito en el Renamype pero participa en el Coremype y están a la espera de la convocatoria del Gobierno Regional

Señalan que en el tema financiero antes el Banco del Sur servía al 80% o 90% de las empresas de Arequipa y que ahora la Caja Municipal de Arequipa (en la que participaron en su creación y donde tienen un asiento en el Directorio) tiene intereses mas caros que los bancos y colocan buena parte de sus recursos fuera de Arequipa

Sugiere la necesidad de crear un programa de reconversión industrial que permita que determinadas industrias puedan cambiar de giro , reordenando sus activos

## Pucallpa

### Información general

La explotación forestal es la más importante actividad económica de esta región, a la que se suma la agricultura y agroindustria. Sólo los distritos de Callería y Yarinacocha – dentro de la Provincia de Coronel Portillo- suman casi 290,000 habitantes que tienen una de las tasas de desocupación crónica mas mas altas a nivel nacional (bordeando el 30%). Su población esta conformada básicamente por inmigrantes de la costa, sierra y selva alta. Los cultivos más importantes desde la seguridad alimentaria son el banano, maíz, arroz, yuca y menestras. De los cultivos agroindustriales regionales los mas relevantes son el algodón, la palma aceitera, los cítricos, la caña de azúcar, el café y el pijuayo.

Aunque el sector agropecuario se caracteriza por el predominio de pequeñas unidades de producción con baja productividad existe un potencial muy grande en el trabajo de las restingas (áreas de sembrío que pueden utilizarse en las épocas que baja el nivel de las aguas). Otro problema importante es que la actividad de extracción maderera se realiza independientemente de la transformación con niveles ínfimos de integración vertical. Las principales líneas de producción de productos forestales en la región son: madera aserrada, triplay y chapas decorativas, parquet y otros productos derivados como el carbón y la leña. Un inventario de industrias realizado por el Ministerio de Industrias en el año 2000 arrojó 933 microempresas (39% en la transformación forestal y 27% en agroindustria), 153 pequeñas empresas (52.3% en la transformación forestal y 25.5% en la agroindustria) , 26 medianas empresas (53.8% aserraderos).

## **Instituciones y Programas de promoción a las MYPEs**

### **Dirección Regional de Trabajo**

En el tema de formalización se han hecho interesantes avances con COPAZO (Consortio de Productores Algodoneros de la Zona Oriente) que tiene más de 400 socios activos y un área de 2,500 has. Sembradas de algodón áspero, articulándose con empresa desmontadora de Lima. Es el mas activo propulsor del Coremype y tiene a su cargo las convocatorias regulares. Se está trabajando el plan estratégico junto con el gobierno regional y la cámara de comercio en el seno del Coremype. FOGAPI se ha instalado en la Cámara de Comercio hace poco mas de 2 meses y de un total de 50 empresas interesadas en acceder a financiamiento sólo 3 han presentado la documentación necesaria.

### **Proyecto PRA (Proyecto de Reducción y Alivio a la Pobreza)**

Tiene como principio impulsar el desarrollo económico en zonas pobres del país pero con potencial económico a partir de la demanda (“Producir lo que se Vende”). Por ello, el PRA lo que ayuda a armar es el negocio, mas que la cadena, para luego de identificada la demanda se pueda organizar la oferta. Esto es tarea fundamentalmente del sector privado, que es quien debe generar las oportunidades de empleo y de aumento de ingresos sosteniblemente. El rol del Estado es complementar la tarea del sector privado mediante la creación de infraestructura económica básica (caminos, energía y agua para riego).

Por ello, su lógica es identificar como “ clientes” a empresas anclas a partir de algunos sectores o productos específicos. En el caso del maíz amarillo trabajan con SEM PERÚ que está articulada a dos organizaciones de productores (Los Cascabeles y Mar del Plata) que agrupan a 300 agricultores y 300 has. Que vienen desarrollando procesos de formalización.

En el algodón el articulador es COPAZO conformada por 5 organizaciones de productores con aprox. 2,500 asociados. Acopian casi un millón y medio de kilos de algodón y actualmente tienen problemas con los dirigentes enquistados, por lo que están

iniciando trabajos con una nueva empresa Agroindustrias Campoverde que reúne a 400 productores..

Para la palma aceitera trabajan con CONCEPU (Comité Central de Palma Aceitera de Ucayali) que tiene 380 productores que reúnen 1300 has de palma aceitera y que han creado su propia empresa: OLAMSA, en la que CONCEPU tiene el 52% de las acciones y el otro 48% está entre agricultores individuales. El MINAG no participa de este esfuerzo.

Se viene diseñando la siembra en las “restingas” (zonas que deja el río cuando baja y que son aptas para sembrar). Solo en Ucayali se calculan en 300,000 Has. En el sector forestal hay 200 concesiones, trabajando el PRA sólo con 4 (entre ellos American NCS Forestal que exporta a China pisos de madera). Enfrentan sobrecostos por el lado de la energía y el transporte. Hay un mercado no explotado de nuevas especies.

### **CITE Madera (Centro de Innovación Tecnológica de la Madera)**

Opera desde el 2002 y tiene como objetivo apoyar a los actores de la cadena productiva maderera para elevar el nivel tecnológico, la calidad y la capacidad de innovación en la cadena productiva maderera., además de suministrar información para el desarrollo competitivo de las diferentes etapas de transformación de la madera, asistencia técnica, mantenimiento de elementos cortantes, servicio de transformación y secado de madera. Reconoce como los gremios más importantes en el sector a APROFU (Asociación de productores Forestales de Ucayali, 60 empresas entre medianas y pequeñas) y a AEMRU (Asociación de Extractores de Madera y reforestadores de Ucayali, que dicen agrupar a 400 asociados).

Sus principales servicios son: taller de afilado, habilitación de madera, identificación y reconocimiento de maderas y capacitación. También hacen trabajos de experimentación en algunos casos cofinanciados por INCAGRO para incrementar los volúmenes aprovechables de especies maderables.

### **Ministerio de la Producción (Dirección de Industria)**

Cuentan con un Maquicentro desde el que ejecutan el Proyecto “Mejoramiento de la Producción y Fomento del Empleo a partir del adiestramiento en el Maquicentro de Madera Pucallpa” dirigido a carpinteros y que consta de 7 cursos de los que actualmente han dictado 4. Participan alrededor de 20 carpinteros por curso y han incorporado información sobre normatividad y medio ambiente. También brindan cursos sobre líneas de financiamiento para PYMEs, así como cursos en cerrajería artística. Todas sus capacitaciones son gratuitas.

### **Gremios inscritos en el RENAMYPE: ASIMA, AAMYPE y ALBERGUE SAKURA**

Los representantes de los gremios visitados reconocieron el escaso número de socios (no más de 20 en todos los casos) y las dificultades de convocatoria que regularmente tienen. El caso del Albergue Sakura es distinto toda vez que no constituye una organización de microempresarios sino mas bien es una asociación de discapacitados que carecen de experiencia empresarial y reciben periódicamente asistencia de organizaciones religiosas y el Gobierno Regional.

Los dos primeros gremios son básicamente de carpinteros que crecieron principalmente a partir de las compras de carpetas que Foncodes efectuó durante la década pasada. Reciben regularmente asistencia técnica desde PRODUCE y el CITE MADERA en apilado, maquinado y ensamble y acabados. Tienen dificultades para participar en licitaciones públicas por la desconfianza que les generan concursos que consideran amañados. Consideran que la capacitación que necesitan es principalmente la de identificación de mercados mas que en gestión.

El COREMYPE se reúne regularmente y tiene una participación activa de sus miembros, aún cuando algunos de ellos critican que sólo se discuten “planes” y no se definen cosas “concretas”. No se han podido contactar con gremios de Villa El Salvador pero creen que eso puede ser una salida a su problema de mercado.

### **Cámara de Comercio e Industria de Ucayali**

Manejan un proyecto de cooperación con la cooperación alemana para extractores madereros en el manejo de bosques, involucrando a los gremios mas grandes y representativos del sector (APROFU y AEMRU), coordinando con PRODUCE para no duplicar esfuerzos. Con el FIAC, CARE y COPEME manejan fondos concursables para la articulación de mercados. Brindan capacitación en marketing, logísticas y ventas. Son alrededor de 250 socios activos.

## **Juliaca - Puno**

### **Información general**

La ciudad de Juliaca hace 20 años tenía 10 mil habitantes; hoy tiene 250,000. Uno de los problemas mas graves de la región es la falta de educación y las dificultades de capacitar a los empresarios mayores (que generalmente sólo llegan a tener primaria completa), por lo que muchos esquemas de capacitación se hacen con los hijos de estos micro empresarios. A esto se suma el efecto de las actividades ligadas al contrabando que distorsionan el mercado laboral. Siendo las confecciones uno de sus principales sectores productivos tienen un altísimo grado de informalidad.

En el RENAMYPE no aparecen gremios inscritos procedentes del departamento de Puno.

### **Instituciones y Programas de promoción a las MYPEs**

#### **Oficina Zonal de Producción**

Las principales actividades industriales se encuentran en el sector textil, de calzado, de industrias alimentarias y de metal mecánica. La oficina de Producción brinda servicios de capacitación y asesoramiento a Mypes pero a través de convenios que se planifican desde Lima, donde la oficina local se encarga de las tareas de convocatoria y organización. Por ello, no tiene idea de lo que se programa en Lima ni participa en la selección de los proveedores de servicios que casi siempre son de Lima.

El directorio de empresas industriales arrojó 4,971 empresas formales (que contaban con Registro Unificado); en los últimos dos años alrededor de 100 empresas solicitaron la expedición de su RPIN ( Registro de Productos Industriales Nacionales), donde los principales solicitantes son los fabricantes de carrocías de ciclo taxis y los del sector de industrias alimentarias, pues los confeccionistas y los fabricantes de calzado en su inmensa mayoría son informales.

APEMIPE es el gremio más activo en Juliaca y tiene interés en desarrollar el proyecto de un parque industrial. Se encuentra el hecho absurdo de haberse asignado (hacia finales del gobierno de Fujimori) un maquicentro de calzado a la Asociación de tricicleros, razón por la cual hasta hoy está inactivo.

#### **Oficina de Comercio Exterior y Turismo**

Juliaca tiene el 70% del movimiento industrial de Puno pero no cuenta con un parque industrial. Las organizaciones gremiales carecen de representatividad. Sólo en el sector calzado se estiman no menos de 200 empresas (representadas en 4 o 5 gremios) y sin embargo no se cuenta con una curtiembre en la zona por lo que deben ir a comprar a Arequipa

De la intervención del sector público en el tema MYPE señala que Produce tiene escasa participación y que el MTPE es casi nada. Por ejemplo Perú Emprendedor coloca el 80% de sus servicios en Puno donde las MYPEs son muy pocas. Se plantea la creación de un centro de competitividad que permita un cambio de actitud de los empresarios, que apoye la gestión empresarial y la transferencia de tecnologías, que promueva el acceso al financiamiento muy poco utilizado (están presentes en Juliaca la Caja Municipal del Cusco y Arequipa, Edificar y Solución)

En el tema de Artesanías hay 25 asociaciones formales constituidas que van desde 20 a 500 miembros y que representan a aprox. 5000 artesanos (sólo la Asociación Velarde Soto tiene a 1,500 artesanos inscritos de los cuales no menos de 300 están activos). Las principales instituciones, programas o proyectos desde los que se provee de SDE son Perú Emprendedor, CITE-Camélidos, Proyecto Corredor Puno-Cusco, Cluster Artesanal, Produce, Mincetur, la Dirección Nacional de Artesanías, ONG Cirma, Proyecto PARA, Alpa Vida, la Cámara de Comercio, CARE, PRADERA, Pro Mujer, CIAP (Central Interregional de Artesanías del Perú).

### **Proyecto Desarrollo Competitivo del Cluster Artesanal Puno**

Proyecto que busca incrementar la productividad y las ventas de los talleres, el nivel de ingresos y de empleo de los artesanos del sector textil y cerámica en Puno, promoviendo la integración vertical y horizontal de las empresas exportadoras, talleres y grupos de artesanos.

Participan en el proyecto el INPAR (Instituto Peruano de Artesanías), ADEX (51 empresas exportadoras), la Asociación CECOALP y la ONG Entorno. Los dos primeros buscan el mercado, CECOALP agrupa a 2,000 familias que proporcionan la materia prima y la ONG brinda capacitación en gestión y competencias.

El Proyecto tiene 4 componentes: (i) Promoción de negocios y alianzas estratégicas, se han creado 2,000 empleos temporales de 1 a 4 meses; (ii) Posicionamiento de la artesanía elaborada en Puno, participando en eventos nacionales e internacionales; (iii) Desarrollo de productos e innovación en procesos y equipos, apoyando el proyecto con control y calidad, se ha creado un fondo económico para dar créditos a los artesanos y productores para financiar materias primas y (iv) Desarrollo de competencias técnicas y de gestión empresarial, a solicitud de los exportadores.

El costo del proyecto es de S/. 2'200,000 de los cuales Fondoempleo aporta 1'400,000

### **Red Empresarial Juliaca Export**

Conformada por 16 micro empresarios consorciados en redes horizontales (promovidas por la ONG El Taller de Arequipa). Exportan a través de brokers.

Reconocen que tienen problemas de confiabilidad entre ellos mismos y que eso dificulta sobremanera el trabajo en equipo. A esto se suma el hecho que la dirigencia no tiene credibilidad.

La mayoría de sus integrantes comenzaron a organizarse a partir de las compras que hacía Foncodes (polos, buzos) comenzando con 20 empresarios de los que quedaron 6 constantes. Participan en las Ferias de Perú Moda.

Han celebrado convenios con Incalpaca, con Franky Riky de Arequipa, ahora vienen trabajando con Michell. Aunque reconocen la existencia de Apemipe como gremio no

participan en la vida orgánica del gremio. Usan muy poco los SDE que vienen del Estado por falta de tiempo.

### **Proyecto Corredor Puno - Cusco**

Es un Proyecto que tiene como objetivo elevar los ingresos y desarrollar capacidades de los campesinos y micro empresarios(as) y contribuir a la reducción de las condiciones de pobreza extrema y fortaleciendo cadenas productivas; opera como fondo concursable (convocatorias son bimensuales) para empresas, asociaciones de productores y comunidades campesinas.

Su ámbito de intervención está constituido por 129 distritos, ubicados en 15 provincias: 5 ubicadas en el Departamento de Puno, integrantes de la Hoya del Titicaca, Puno, San Román, Lampa, Azángaro y Melgar; 10 en el Departamento de Cusco, conformantes de la Cuenca del Río Vilcanota – Urubamba y Apurímac: Canchis, Canas, Acomayo, Quispicanchi, Paruro, Cusco, Calca, Urubamba, La Convención y Anta.

Son usuarios las familias y unidades micro empresariales ubicadas en zonas rurales y pequeñas ciudades intermedias, así como aquellas micro empresas que se ubican en las ciudades de Cusco, Sicuani, Juliaca y Puno, y cuya producción o servicio eslabona a las primeras.

Los montos de los proyectos financiados son entre S/.8,000 y S/.10,000, con una duración de 6 a 8 meses, con un co-financiamiento no menor al 20%. El Comité que aprueba las propuestas está conformado por representantes de la Cámara de Comercio, Alcaldes, del Gobierno regional, Foncodes y de las organizaciones de usuarios. En el Comité Directivo del Proyecto participan FIDA, el MEF, Foncodes, el Coordinador del Proyecto y representantes de las organizaciones de usuarios.

El Proyecto es ejecutado por FONCODES, a través del Núcleo Ejecutor Central del Proyecto Corredor Puno-Cusco, que se inscribe en el Programa “A Producir” de FONCODES, con financiamiento del Gobierno del Perú y del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA). Su duración es por el período 2001 -2007 y el monto total del proyecto es de 30 millones de dólares (19’ FIDA, 6’ aportes de usuarios, 5’ Gobierno Peruano)

### **Programa de Generación de Empleo Fronterizo – Puno**

Busca reconversión económica de micro empresarios en zonas que se encuentran en riesgo de contrabando. Los sectores que vienen trabajándose son los de truchas, fibra de alpaca, tunta (chuño blanco), confecciones textiles y lácteos. Se brinda asistencia técnica para gestión, capacitación, identificación de mercado, alianzas estratégicas.

La niveles de intervención del programa frente a la magnitud del problema del contrabando (algunas cifras estiman en 905 el porcentaje de micro empresas que trabajan con productos de contrabando) es minúscula: tiene un presupuesto anual de S/.130,000 e involucra, por ejemplo, en el caso de la trucha a 300 personas, en el caso de la fibra de alpaca a 7 cooperativas (2,000 productores), en los lácteos a 20 micro empresas y en la tunta a 5 asociaciones de productores. El proyecto tiene como objetivo llegar a 1,600 personas al año.

## **Tarapoto y Moyobamba**

### **Información General**

El PBI de la Región San Martín está conformado por: Actividades agropecuarias 32%, Comercio y Turismo 23%, Manufactura 11%, Sector Público 9%, Construcción 6%, Alquileres 4%, Otras actividades 15%.

En el año 2000, la SUNAT tenía registradas un total de once mil trescientos treinta y tres (11,333) unidades productivas contribuyentes en la Región San Martín, de las cuales el 73,47% se dedicaba al comercio y servicios, en tanto que el 18,21% a la agricultura, ganadería, selvicultura, pesca y explotación de minas y canteras. Solo el 8,32% se dedicaba a las actividades manufactureras.

Como una alternativa para el alivio y reducción de los niveles de pobreza y extrema pobreza que en la actualidad alcanzan el 67% y 36% respectivamente, las Mypes constituyen como un segmento clave para la reactivación económica y productiva de la región, por su dinamismo, capacidad de absorción de mano de obra y generación diaria de ingresos.

La Dirección Regional de la Producción, reporta que la estructura empresarial regional está conformada por una gran masa de micro y pequeñas empresas (98% del total de las empresas de la Región), en su mayoría, constituidas y conducidas por personas naturales, identificándose en el año 2001, las necesidades que tienen la Mypes en la Región San Martín según detalle: Ampliación de Mercado 63%, Asesoría y Asistencia Técnica 26,25%, Capacitación 33,75%, Financiamiento 80,63%, Marketing 31,88%.

## **Instituciones y Programas de promoción a las MYPES**

### **Centro de Servicios Económicos – Proyecto PRA**

El proyecto empezó en el año 2000 y tiene programado continuar hasta el 2007; es financiado por el USAID y ejecutado por la empresa Chemonics International Inc. de Estados Unidos, que tiene como subcontratista local a MEDA SAC de la ciudad.

El proyecto tiene un carácter nacional, empezó con 10 oficinas en las principales ciudades del país, a las que se sumaron dos: una en Huancayo y otra en Piura.

Las orientaciones estratégicas del proyecto son: (i) está orientado por el mercado, por la demanda de productos y servicios, (ii) se promueve la articulación empresarial, principalmente la vertical (entre grandes y pequeñas empresas).

Su principal línea de acción es el desarrollo y organización de proveedores locales a las empresas medianas y grandes que existen en la región; en esa medida trabajan con las micro y pequeñas empresas existentes.

La meta del proyecto en Tarapoto es la producir 16 millones de dólares en ventas, adicionales a las que se hubieran dado sin la intervención del PRA.

Si bien no tenían una especialización productiva a priori, el sector en el cual se están concentrando es el sector agrícola. Han trabajado con un total de 20 a 25 empresas regionales de tamaño mediano y pequeño.

Las principales empresas a las que han apoyado son las siguientes:

- a) Algodonera de la Selva, que tiene 2,000 proveedores pequeños de algodón.
- b) Romero Trading, también en rubro del algodón, y tiene 2,000 proveedores. En ambos casos la empresa grande entrega semillas certificadas y brinda asistencia técnica a los pequeños agricultores
- c) Agro Forestal SAC, dedicada a la siembra de arroz en sus propias tierras
- d) Agrícola El Biavo, también dedicada a la producción de arroz
- e) Peruvian Coffee, empresa que cultiva, cosecha y compra café para la exportación.

- f) Rain Forest Trading, empresa comercializadora que compra café para la exportación.
- g) Tabacalera del Oriente, empresa dedicada al cultivo de tabaco, que empezó desde muy pequeña y hoy tiene un millón de dólares de capital.

### **Gobierno Regional de San Martín**

La Gerencia Regional de Desarrollo Social tiene a su cargo el impulso al tema micro y pequeña empresa (MYPEs). Ellos se inscriben dentro de los lineamientos y actividades estipuladas en la Ley 28015: Ley de Promoción y Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas.

Como parte de sus actividades de promoción al sector han elaborado y discutido un Proyecto Regional denominado “Fortalecimiento de las MYPEs de la Región de San Martín”, que ha sido concertado con la Mesa PYME regional y el COREMYPE (Comité Regional de la MYPE), y finalmente aprobado por el Gobierno Regional, el que asignó un monto de 700,000 Soles (que ha sido aprobado también por el SNIP).

Uno de los objetivos de esta gerencia social es la formalización de las MYPEs pues han diagnosticado que por lo menos el 60% de las empresas son informales; para ello cuentan con la participación de los dos gremios representativos: el APEMYPE y la Cámara de Comercio y Producción.

Por su parte la Dirección Regional de Producción también tiene interés de apoyar a las MYPEs regionales. Las principales actividades productivas son: (i) Madera y carpintería – 31%, Alimentos 24%, Ladrilleras 11%, Metal Mecánica 10%, Imprentas 7% y Textiles 6%. También son importantes las actividades de secadoras de café y molinos de arroz, ambas en la agroindustria. Una de las actividades importantes y quizás la que más posibilidades tiene de crecimiento en el futuro es la piscicultura: actualmente existen aproximadamente 1,000 piscicultores con una 450 Ha. de espejo de agua. Las especies más promisorias son: Gamitana, Paco, Doncella, Boqui Chico, Paiche, Tilapia y Carpa.

La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo también trabaja con las MYPEs regionales, en particular con los artesanos de la región (hay varios gremios representativos con los que coordina el apoyo). En lo que respecta al comercio exterior, la región ya tiene su Plan Regional de Exportaciones (PERX) en el que se le ha adjudicado un rol importante a las MYPEs regionales, particularmente en las actividades de: Café, Cacao, Algodón, Sachainchi (especie de maní), que son los productos con mayor potencial.

### **Intermediate Technologies Development Group – ITDG**

Esta institución que tiene su matriz en Inglaterra ha empezado a trabajar en la región de San Martín en 1990, al inicio en el área de prevención de desastres, en la gestión local y el desarrollo de nuevas tecnologías apropiadas al medio.

Actualmente ejecuta un programa con Jóvenes que se denomina: Jóvenes Ya. Se trata de un programa de fomento a los emprendimientos de los jóvenes a través de un Concurso que organizan junto con la Cámara de Comercio y Producción de San Martín. La metodología que emplean es la de “Haz realidad tu negocio” en la que se lanza un Concurso en el que participan los jóvenes y los mejores proyectos presentados son premiados y se les ayuda a conseguir financiamiento.

Paralelamente efectúan estudios sobre la situación del empleo en la región para conocer las verdaderas necesidades de los jóvenes.

Participan en la Mesa PYME Regional, y actualmente ocupan el cargo de Secretaría Técnica. Esta mesa elaboró y presentó un proyecto al Gobierno Regional para el apoyo integral a las MYPEs de la región y obtuvo un financiamiento con cargo al presupuesto regional. Los problemas políticos derivados del cambio del Presidente Regional han limitado la ejecución del Proyecto.

Los jóvenes están bastante bien organizados en la región; de hecho son considerados por el CONAJU, como la región mejor organizada de todas. Tienen Consejos de Participación Juvenil (CPJs), y participan en varias actividades, incluyendo la presentación a los concursos de proyectos.

### **Cámara de Comercio y Producción de San Martín**

La Cámara es la entidad empresarial más representativa de la región, y tiene como objetivos lograr que las empresas de la región sean cada vez más competitivas, garantizar la seguridad jurídica y la estabilidad en las reglas de juego, y también crear las mejores condiciones para la inversión privada.

La realidad empresarial de la región es que salvo dos empresas (la fábrica de Cemento y la plantación de Palma Aceitera del grupo Romero), todas las demás empresas son pequeñas y micro. La Cámara tiene aproximadamente 380 afiliados, la mayoría pequeñas y micro empresas.

Según su presidente, uno de los problemas que enfrentan es que una parte de la población tiene una mala imagen de los empresarios por acción de políticos irresponsables que les echan la culpa de la pobreza y otros males de la región. Los dirigentes del Gobierno Regional dejan mucho que desear, el anterior Presidente fue vacado y el actual tiene muchas deficiencias.

Los servicios que presta la Cámara a las empresas locales son:

- a) Asistencia Técnica y Capacitación
- b) Información sobre financiamiento en convenio con COFIDE
- c) Concurso de Proyectos Innovadores
- d) Plataforma tecnológica empresarial en convenio con Perú-Cámaras

Las actividades económicas más importantes y que tienen mayores perspectivas en el futuro son: agricultura, turismo, comercio, madera (explotación forestal sostenible), plantas medicinales y piscicultura.

### **Asociación de Pequeños y Medianos Empresarios (APEMYPE)**

Esta es la asociación de micro y pequeña empresa más antigua de la región; ya que tiene 22 años de fundada. En sus primeras épocas tuvo mucho respaldo de la cooperación internacional (Fundación Konrad Adenauer) y de la FENAPI de Lima (en tiempos en que su Presidente era el Ing. Máximo San Román). Actualmente tiene 120 empresas afiliadas, las que cubren sus cuotas regularmente.

Participan en la Mesa de Trabajo para la Competitividad de las MYPEs junto con el Gobierno Regional, el Municipio, la Cámara de Comercio y otras entidades representativas. Colaboraron en la formulación del Proyecto Regional de Fortalecimiento de las MYPEs aprobado por el Gobierno Regional

Evalúan que los BONOPYME y los BONOGREMIO han sido muy positivos para las empresas del gremio; habiendo permitido la legalización de muchas de ellas y del propio gremio. El servicio que ellos más valoran y necesitan es el de las compras del Estado, que actualmente ve Prompyme, pero que tendría que delegar en alguna entidad regional.

## Piura

### **Información General**

La Región Piura se encuentra políticamente dividida en 8 Provincias y 64 Distritos. Su extensión territorial es de 35,892.49 km<sup>2</sup>, equivalente al 3,0% del territorio nacional. La franja costera es la más ancha del Perú y alcanza 200 Km. desde el mar hasta los contrafuertes de la Cordillera Occidental de los Andes.

Su población es de 1,660,952 habitantes.

Al analizar la estructura productiva sectorial, se advierte la importancia de los cultivos de arroz, limón, plátano, maíz amarillo duro, mango, café, papaya, melón, sandía, coco, tamarindo, palto, etc. Existe también importante producción de Hidrocarburos, Derivados de Petróleo, Fosfatos y Gas Natural..

La actividad industrial o de transformación, se sustenta principalmente en la producción de hilados de algodón, conservas de pescado, bebidas gaseosas, aceite de limón, industrialización de frutales, entre otras actividades de menor escala.

### **Instituciones y Programas de promoción a las MYPEs**

#### **Gobierno Regional de Piura**

Desde la Gerencia de Desarrollo Económico, precisan cuatro líneas de acción:

- Cadenas Productivas: Organizar agricultores y buscar financiamiento.
- Minería: Artesanales. Buscar formalización.
- Comercio Exterior y Turismo: Artesanos de Catacaos: tejido de paja, orfebrería.
- Pesquería e Industria: Programa para formalización.

En Bayóvar (Valle Río Dulce) oportunidad de desarrollar micro empresas. Existe un fideicomiso de \$2'000,000.00 por concesión de fosfatos. Los comuneros son 10,000 aproximadamente. Las condiciones son propicias para desarrollar proyectos con otras instituciones. En Talara, PYMES trabajan para Petroperú, buscan impulsar turismo y otros. En los Valles de Chira, Bajo Piura y Alto Piura, se organiza a los productores para Cadenas Productivas..

Desde la Gerencia de Desarrollo Social, Sub Gerencia de Normas y Supervisión, se dirige el COREMYPE de la Región Grau que como en otros lugares padece la escasa asistencia de sus miembros a las reuniones. Su principal interés es la Simplificación Administrativa (Licencias), la creación de Ferias Itinerantes y la capacitación de manera más didáctica.

El Gobierno Regional tiene Programa de Apoyo Social (PAS) que depende de la Presidencia y desarrolla proyectos productivos.

#### **Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo**

Se apoya sectores de Cerámica y Joyería, con los CITES de Chulucanas y Catacaos respectivamente, que brindan capacitación, tecnología, diseños, suministro de material de calidad, entre otros.

Se busca promover los tejidos de fibra vegetal (sombreros, floreros con paja toquí) y articular a los productores. En diciembre tuvieron pedido de S/.80,000.00 y hace dos meses les pidieron quinientos sombreros a Narihualá.

En Catacaos, el CITE apoya la formalización de cinco pequeñas empresas de filigrana. Promueve exportación, pero al centrarse sólo en joyería, genera descontento de mayoría. Los artesanos no están identificados con él, porque no perciben beneficios tangibles.

En cuanto a Turismo, existen 385 establecimientos de hospedaje, sólo 40 categorizados. Es notoria la falta de capacitación en atención al turista. Se gestionó para desarrollar la campaña "Cebiche Imagen del Perú" en Piura.

Tienen proyecto de Parque Temático, para visita de las familias.

### **Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo**

Desarrollan dos programas: PRODAME y PERÚ EMPRENDEDOR; en RENAMYPE tienen inscritos a tres gremios.

En COREMYPE, buscan actuar en cuatro ejes: Formalización (Licencias Municipales), Acceso a Mercados (Jornadas Itinerantes y Proyecto Herramientas en Internet para buscar Mercados"), Capacitación y Asociatividad.

Destacan la inasistencia a las reuniones y la falta de presupuesto en COREMYPE, que a pesar de ser un ente consultivo, se le pide ejecutar acciones.

No hay trabajo concertado. Por ejemplo, en nuevos emprendimientos, cada Institución por su lado desarrolla iniciativas similares:

- Escuela Emprende (Ministerio de Trabajo)
- CID
- Iglesia de los Mormones
- Colegio Montessori.

### **Dirección Regional de Agricultura**

Desde la Dirección de Promoción Agraria, se viene organizando a los productores y promoviendo Cadenas Productivas. Se empieza con Diagnóstico y Sensibilización, luego se da paso a la Organización y Formalización, después a las Alianzas Productivas y Mesas de Concertación para articular Cadenas Productivas. Se trabaja con el eslabón Productores Organizados y con el Comprador. Esta labor se inicia en el 2001.

Se cuenta con relación impresa de Asociaciones y diskette de Cadenas Productivas.

### **Caja Municipal de Piura**

Sus principales datos e indicadores son los siguientes:

- Colocaciones ascienden a S/. 460'000,000
- Captaciones a 550'000,000
- En el Norte están desde Tumbes hasta Lima y en la zona de Selva.
- En Piura son líderes en Captaciones y Colocaciones, segundo el Banco de Crédito e Interbank, respectivamente. en Lambayeque, la Caja es tercera en Colocaciones y cuarta en Captaciones.
- Las tasas de créditos (efectiva anual) van de 31.37 a 57.35.
- En Depósitos a Plazo M.N. del 4% al 12%.
- Sus colocaciones están el 88% en las PYMES y el 12% en Créditos de Consumo (convenios). Sector agrícola restringido.
- Líneas de Créditos Pesca: Sechura, Tumbes, Piura y Chiclayo.
- Préstamos desde \$20,000.00 con garantías inscribibles; menores con garantías blandas: electrodomésticos, máquinas, mercadería.
- Préstamos mínimos : \$100.00
- El 90% presta menos de \$10,000.00
- En crédito PYME el promedio es \$1,700.00 y en crédito de consumo S/.5,000.00
- En el Sistema de Cajas ocupan el primer lugar, seguidos de Arequipa y Trujillo. Tienen 23 años en el mercado.
- Hoy tienen Fundación Piura para desarrollar labores culturales; y proyecto para año próximo crear Escuela de Capacitación para la Microempresa, con un porcentaje de las utilidades de la Municipalidad.
- Tienen 650 trabajadores y cuentan con un Plan Intensivo de Capacitación que incluye financiamiento de Maestrías.

- Productos Estrella: Crédito PYME y Depósito a Plazo Fijo.
- Competencia mayor con Bancos. Su estrategia: Atención personalizada, costos razonables (tasas de interés sin costos adicionales), flexibilidad de pago acorde con necesidades de clientes. En Captaciones, tasas más altas y solidez.
- Es urgente bajar costos, aplicación de herramientas para modificar evaluación crediticia, acceso de Cajas a Tarjetas de Créditos... recién Tarjetas de Débitos. Buscar expansión a zonas rurales (Chota , Cutervo).
- Se ofrecerán operaciones en internet a partir de próximo año y se busca modificación de estructura para emitir Bonos AFP por ejemplo, sin abandonar captaciones, pero reestructurarla para hacerla más económica.
- Mayor información en [www.cmacpiura.com.pe](http://www.cmacpiura.com.pe) y los últimos Informes Regionales en WEB BCR/SUCURSALES/INFORMES REGIONALES.

### **Proyecto PIDE CAFÉ**

Es una ONG que Ejecuta hace 10 años el Proyecto de Cooperación Internacional con la Central Piurana de Cafetaleros que agrupa 60 Organizaciones de Base y 4,000 agricultores. Abarca Piura, Jaén, Amazonas y San Martín, a través de otras organizaciones: Central Fronteriza de Cafetaleros (Nor Oriente-Jaén), Cooperativa Oro Verde de Lomas (Tarapoto), Cooperativa de Pequeños Asociados (Ayabaca, Huancabamba y Morropón) y Cooperativa Lomya (Amazonas).

Los productos orgánicos que se cultivan son café, caña de azúcar y mango.

**CEPI CAFÉ** es la empresa comercializadora que coloca los productos en el mercado internacional (Estados Unidos, Holanda, Alemania), enmarcado en los conceptos de Comercio Justo y producción ecológica.

### **PERÚ Emprendedor**

Recién está activándose, estuvo parado desde Diciembre del 2004 hasta agosto del 2005. Tienen presupuesto este año para desarrollar 20 Asistencias Técnicas y capacitar a 200 empresarios (8 cursos). Cuentan con 8 Proveedores de SDE, 3 Instituciones y 5 profesionales independientes.

### **Centro IDEAS**

ONG también con sede en Lima y Cajamarca. En Piura, están desde hace 15 años en la agricultura orgánica. Desde 1996, en los Distritos de Chulucanas y Salitral., trabajan la formación de la Asociación de Pequeños Productores y Productoras Ecológicos del Alto Piura (APPEAP) y que luego la vinculan a mercado solidario.

Son 120 productores que tienen de una a tres hectáreas y se les articuló a través de fideicomiso.

Hoy prestan servicios y cobran por la Asistencia Técnica a los agricultores que les interese incursionar en la agricultura orgánica: 10% por el valor de tonelada que es de S/. 1,000.00 en el caso del mango orgánico.

Su trabajo es de muchos años con mujeres (ciudadanía, salud, derechos...) hoy lo complementan con tema económico (transformación, agroindustria...), crean AMPRODESCH, Asociación de Mujeres Promotoras del Desarrollo Sostenible del Distrito de Chulucanas, a las que vienen además ofreciendo microcréditos con Caja Municipal.

Se viene también trabajando acercamiento con Central Piurana de Bananeros Orgánicos (CEPIBO).

### **CARE Perú**

Ha desarrollado Programa de Frontera buscando fortalecer capacidades agropecuarias y comerciales, orientados al Mercado. En el marco del Fondo Binacional, realizó Proyectos Pilotos Productivos en la Sierra y zona de frontera, buscando vender productos de Sierra a mercados costeros: lúcumas, fresas, cochinilla, tuna, tara,

granadilla, hierbas aromáticas. También desarrolla proyectos de papa lavada, leche de cabra, yogurt, hilados y telar, orquídeas, engorde de cerdos, ecoturismo. Lo más resaltante es que han quedado las Organizaciones con las que se desarrollaban los proyectos y siguen trabajando.

A través del CEDEPAS/PRA se evalúa recoger experiencias del Proyecto de Agro Negocios (90-91) y del 2001 al 2004.

### **Gremios empresariales de la región**

Los principales gremios empresariales en la región con los siguientes:

- a) Cámara de Comercio de Piura
- b) APEMIPE Región Grau
- c) Asociación de Artesanos de Catacaos
- d) Asociación Calixto Romero
- e) Asociación de Pequeños Artesanos Unidos
- f) Asociación Virgen de la Puerta
- g) Asociación Virgen del Socorro

## **Chiclayo**

### **Información General**

La Región Lambayeque está dividida en tres provincias: Chiclayo con 20 distritos, Lambayeque con 12 distritos y Ferreñafe con 6 distritos. Su capital es la ciudad de Chiclayo .

Cuenta con una población total de 1´047,259 habitantes y tiene una superficie de 14,231 km2., incluyendo el territorio insular: las islas Lobos de Tierra y Lobos de Afuera.

Se sitúa, estratégicamente, en el centro de un nudo de vías de comunicación hacia el norte, el sur, hacia la serranía y el nor oriente, convirtiéndose en eje carretero del norte del Perú.

Sus principales cultivos son arroz, caña de azúcar, frutales y pan llevar. Sus principales actividades económicas, además de la agricultura son el turismo y el comercio.

### **Instituciones y Programas de promoción a las MYPES**

#### **Perú Emprendedor**

El Programa se cortó en noviembre de 2004 y se reinicia en abril, luego se suspende nuevamente el 1º de junio y se activa en agosto.

Hasta diciembre de este año (2005) hay presupuesto para realizar 20 Asistencias Técnicas y capacitar a 315 personas. Para el presente período se ha priorizado turismo, bosques secos y café. Se busca colocar bonos en coordinación con la Asociación de Hoteles y Restaurantes. Con las interrupciones se ha enfriado el mercado, antes se realizaban cursos con 23, 24 participantes, hoy con 4 ó 5. Las PYMES no buscan bonos, hay que visitarlas uno a uno... no hay presupuesto.

Es preciso mejorar mecanismos de asignación de bonos. Se cuenta con 8 instituciones que han renovado su contrato de Proveedores de SDE y con 25 profesionales independientes.

#### **Gobierno Regional de Lambayeque**

Desde la Coordinación de PYMES:

El COREMYPE no funciona, nunca llegan a reuniones, sólo asisten 2 ó 3 de 16 y suplentes. El Plan MYPE de la Región Lambayeque no fue aprobado, a raíz de las descoordinaciones con MTPE.

Se recoge información de compras de Instituciones de la Región y se informa a PROMPYME. Se organizó Feria de Servicios Empresariales en mayo. A fines del mes de agosto, se realizará Feria de Proyectos. Apoyan organización de ferias de diversas instituciones con stands. Se programó para el martes 6 de setiembre una reunión con el fin de tomar decisiones que reorganicen y hagan funcionar el COREMYPE. Para diciembre se ha programado realizar Feria de Mujeres con UMEP.

Desde la Gerencia de Desarrollo Económico:

Plantean que es prioritario fortalecer asociatividad: El COREMYPE y el Consejo Regional para la Competitividad no funcionan, se reestructuraran. Sí funciona el Consejo Ejecutivo para las Exportaciones. Se busca desarrollar proyectos para organizar e impulsar productividad de PYMES por Distritos.

Fomentar asociatividad en sector rural, se media en conflicto tributario con agricultores. Convocatoria a quienes trabajan Cadenas Productivas y se les reúne en Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT) para unificar criterios y definir metodología que evite confusión de mensajes: se estructura el programa "Gestores de Cadenas Productivas." Buscan financiamiento para su ejecución.

Se fomenta el emprendedorismo en jóvenes: Feria de Proyectos en toda la Región, se enseña a hacer Perfiles, Planes de Negocios. Luego se hará rueda de negocios para buscarles financiamiento. El Gobierno Regional participa en Proyecto de Promoción Turística Cultural de Distrito de Monsefú, orientado a promover el desarrollo cultural y turístico de Monsefú: gastronómico, artesanal; y fortalecer la cultura turística, la capacidad de gestión empresarial (artesanía, gastronomía, orfebrería) y su Marketing Turístico. Participan además, la Dirección de Trabajo y Promoción del Empleo, DIRCETUR, IDESI, COPEME, SICAP, SNV Y Asociaciones de Productores.

### **Dirección Regional de Agricultura**

Se viene implementando la Norma de Registro de Asociaciones Agropecuarias: Ley 28062 de Desarrollo y Fortalecimiento de Organizaciones Agrarias y su Reglamento. Se tiene interés en lograr Cadena Regional, ahora en fase de organización y consolidación. Recién se inicia registro, se han venido promoviendo y brindándoles apoyo técnico para mejorar calidad. Existen Asociaciones formadas, pero no tiene capacidad de gestión, de negociación.

El Programa "Vaso de Leche" es el que origina despegue de productores lácteos, el decidirse a comprar leche fresca. Se multiplican las Asociaciones de Ganaderos y la producción, en tres años, crece de 45,000Lts. a 200,000Lts. Se adjunta relación de Asociaciones de Productores Agrícolas, de Ganaderas Vacunas de Leche y de Productores Ovinos de Pelo.

### **Junta de Usuarios de Chancay-Lambayeque**

Agrupada a 24,347 agricultores con un total de 118,000 Has., sembradas con arroz 35,000. Está organizada en base a 14 Comisiones de Regantes y 140 Comités de Regantes por Canal. Brindan servicios de distribución de agua para regadío, entrega de agua para uso poblacional, energía y agroindustria. También brindan capacitación a los Directivos, Administrativos y Técnicos de la Junta de Usuarios; Directivos de las Comisiones de Regantes y Comités de Regantes por Canal.

La capacitación y asesoría que se brinda abarca diversos temas: manejo de agua, infraestructura, derechos, manejo de conflictos, tributación, gestiones con SUNAT, planes estratégicos, aspectos legales, agrarios, gestión empresarial, normas de control interno, TLC, Reglamentos y Estatutos, entre otras. El Presupuesto de la Unidad de capacitación en este año es de S/. 55,000.00 Nuevos Soles; por sequía, el 2004 no hubo presupuesto, sólo se realizaron acciones en coordinación con otras instituciones.

Cada Comisión de Regantes tiene contador y se les brinda asesoría especial en momento de comercialización.

El D.S. 9398 exige contabilidad completa a agricultores (de 1 a 3 Has.). Se ha pedido aclaración y se ha presentado propuesta para su modificación. El Presidente de la Junta de Usuarios Chancay-Lambayeque, es el Vicepresidente de la Junta Nacional de Usuarios, que agrupa a 109 Juntas de Usuarios, las que reconocen a la de Chancay-Lambayeque como la más adelantada y la visitan constantemente. En Lambayeque se cuenta con local nuevo y amplio construido el año pasado, se acaban de adquirir cuatro camionetas y tiene instalado moderno software de gestión. Tiene convenio con Imar Costa Norte e Idal para la Escuela de Promotores Agrarios; con DEPOLTI por 10 años, para la operación y mantenimiento del riego de Tinajones; otro para elaborar propuesta que resuelva sustracción de agua en el Taymi.

### **Eagle Condor Humanitarian - Asociación para el Desarrollo**

Tiene un Programa de Promoción de PYMES con una duración de dos años. Se inicia con un proceso previo de selección estricta, en el que durante seis meses se les brinda capacitación y asesoría para determinar sus necesidades reales. Quienes cumplen con las exigencias y tienen la paciencia suficiente para esperar pasan a la fase 1: durante seis meses reciben dos visitas semanales en las que se realiza arqueo general, auditoría financiera, contable y de gestión, coaching y acompañamiento. Del 7º al 12º mes, se realiza una visita semanal. Del 13º al 18º mes, la visita es quincenal. En los últimos seis meses, fase de estabilidad y crecimiento, la visita es mensual. Posteriormente se buscará establecer Redes Empresariales y articularlas al mercado internacional, a través de un Fondo de Riego. Ya han realizado primera micro exportación.

Desde el 2004, hay 37 empresas vigentes, empezaron 45. En el 2005 hay 13 empresas terminando ya fase de prueba. Los aspirantes saben que si no son honestos, quedan fuera del programa. Están ubicadas en Trujillo, Lambayeque, Sullana y Piura. Adicionalmente, como actividad para generar ingresos, tiene Programa de Perforación de Pozos y de Construcción de Módulos Básicos para Vivienda.

### **CICAP**

Con el Gobierno Regional, desarrolla capacidades de producción y gestión en pobladores de Bosques Secos. Proyecto por S/. 800,000.00 se inició el 2004, participan 500 familias y busca ser alternativa a tala de árboles. Se han implementado tres Centros para Procesamiento y Estandarización de Miel de Abejas y Vaina de Algarrobo. Cada Centro cuenta con pequeñas Plantas de Procesamiento. Este año se implementará un nuevo Centro. Se generarán diversos productos para el mercado local y de exportación. Las 10 Asociaciones de Apicultores existentes, forman empresas que manejan los cuatro Centros de Procesamiento.

Otro proyecto impulsa negocios rurales vía financiamiento a mujeres. Ejemplo, el café, y la compra y venta de animales. Beneficia a 150 familias. También se participa en el Consorcio que dirige proyecto en Monsefú. En fruticultura, mango para exportación, se busca complementar la producción con la formación de Empresas de Servicios constituidas por jóvenes: trabaja con cuatro Organizaciones y beneficia a 400 familias.

Se forma a los jóvenes en fumigación, preparación y venta de abonos orgánicos, poda, cosecha de mangos; se les organiza, pero no formaliza, por SUNAT.

Con la Central Cafetalera del Nor Oriente (CECANOR) que agrupa a 6 Organizaciones y 2,200 productores; y con la Caja Rural como soporte financiero, siembran café orgánico en San Miguel, Florida, Niepas, Kañaris, Utcubamba, Luya y Rodríguez de Mendoza. Forman PROASA para comercializarlo en el extranjero: mercado orgánico, de comercio justo y solidario. Crean marcas de origen: Femenino, Oro de los Andes, Penachí. Buscan ahora establecer Plataforma de Servicios, siguiendo modelo de trabajo con mangos para exportación.

Están iniciando nuevo proyecto para jóvenes empresarios: “Transformación y Comercialización de Caña Guayaquil”; también comienzan proceso para Eco-turismo. La ONG, tiene dos áreas de especialización: Desarrollo Económico y Gobernabilidad.

### **Dirección Regional de PRODUCE**

Desde Industria:

Están prácticamente desligados de PYMES. Se crea PROMPYME. Desactualizados en información. En industria se aplica normatividad a industrias. Actualmente abocados a campaña de RPIN y Cómprale al Perú. Se mantiene estadística industrial mensual y de insumos químicos. El 70 u 80% son PYMES, pero no tienen mecanismos para clasificarlos. Actualmente son 500 inscritos en el Registro Industrial (RPIN), en el 99 eran 5,000. Tienen una limitación económica; no hay partida del Ministerio, del Gobierno Regional S/.2,000.00

Desde pesquería:

Existen en Lambayeque 900 procesadores artesanales; 4,000 pescadores y 15 Asociaciones de Acuicultores (pescado y conchas de abanico). Se prestan servicios técnicos y administrativos, Lima envía expertos. El Gobierno Regional viene preparando Proyecto de Inversión Pública para Crédito a Pescadores. Se inicia en el mes de setiembre Proyecto de Gobierno Regional para reducir contaminación en Pimentel y Santa Rosa: “Reciclaje de Desperdicios de Pescado en Abono Orgánico”; por US \$ 100,000.

Vía PROMPEX, se trata de insertar en exportación, a agricultores y procesadores, buscando contactos para exportar a través de otros. Para mejorar, son necesarias mayores líneas de crédito, más flexibles; mayor capacitación a acuicultores e instalar un sistema efectivo de vigilancia costera e insular.

### **COPEME - Chiclayo**

Facilita el trabajo del Consejo Regional de Turismo, colabora en la elaboración del Plan Estratégico 2005. Se logra financiamiento para Proyecto de Señalización de Playas. Se exporta modelo a regiones vecinas (TURISMAN). Se programan, con Dirección Regional de Trabajo, Cámara de Comercio y COPEME, los Lunes Emprendedores, también Cursos de Planes de Negocios para Jóvenes y se trabaja en Áreas de Ferias en Municipalidades. Se impulsa alianza con Servicio Alemán para proyectos. Se financian con 11,000.00 Euros: Certificación en Madera, Cite Mate Burilado y Telares (iconografía). COPEME tiene 7 ONGs asociadas en la región.

### **Cáritas Chiclayo**

Brindan Créditos solidarios a las MYPEs. Ingresan a turismo con proyecto del Fondo Italo-Peruano: mujeres en cerámica y telares. Actúan en formación de Redes, capacitación, asistencia técnica, búsqueda de mercados, certificación y consolidación. Es réplica de proyecto Cáritas Chachapoyas. Otorgan créditos solidarios en PP.JJ.

### **IPR**

Desarrolla proyecto de alcachofas en zona de Cajamarca y de Turismo con Colegios para Rescate de Identidad Cultural en Zona Eten.

### **Solidaridad**

Supervisan el Fondo Peruano-Alemán, mantienen crédito La Chanchita. Tienen la EDPYME Solidaridad. Desarrollan proyecto en Mochumi: “Fortalecimiento y Asociatividad de Jóvenes Emprendedores” (Banco Mundial). En Zaña: “Jóvenes para Rescatar Identidad Cultural”.

### **Gremios empresariales**

Se llegó a tener contacto con representantes de APEMIPE LAMBAYEQUE, APEMIPE FERRE-ÑAFE, APIC, Sociedad Nacional de Industrias (SIN), APIMECO, Organización Nacional de Mujeres de la Industria Azucarera (ONMA).

## Trujillo

### **Información General**

La población estimada de los 10 distritos que conforman la Provincia de Trujillo en el departamento de La Libertad supera los 720,000 habitantes. Los sectores agricultura y manufactura representan en conjunto alrededor del 55% del PBI regional, marcando una preponderancia de estas actividades sobre el sector servicios que se concentran especialmente en la ciudad de Trujillo. Se considera importante el aporte de la Mypes en términos de participación de la mano de obra pero por su baja escala de producción y la carencia de soporte organizativo y tecnológico no se logra un crecimiento sostenido.

Entre sus principales productos regionales se tiene al espárrago, que ha puesto al Perú dentro de los países líderes a nivel mundial en la exportación de este producto, además de la caña de azúcar. Destaca Trujillo además por una pujante industria del calzado, que nació en la década del 60 que sólo en el distrito de El Porvenir cuenta con más de 2,000 unidades productivas.

### **Instituciones y Programas de promoción a las MYPEs**

#### **MINKA**

Es una institución especializada en redes empresariales, clusters, cadenas productivas y desarrollo local. Fue fundada en 1987, y aplica una metodología de redes empresariales probada en el campo de diversas regiones de América Latina. Para ello dispone de un equipo multidisciplinario, de experiencia y capacidad innovadora. Sus ejes de intervención las acciones promocionales para PYMES, promoviendo las aglomeraciones de PYMES urbanas y de pequeños agricultores, potenciando iniciativas empresariales conjuntas que hagan viable la conformación y desarrollo de grupos, generando confianza para viabilizar estrategias de generación y consolidación de empleos e ingresos.

Potencia enlaces con mercados locales, corredores económicos, y oportunidades de exportación. Busca priorizar productos que deriven en una cadena productiva o tengan una clara perspectiva empresarial.

Tiene una gama de proyectos –financiados por diversas fuentes de cooperación internacional y programas gubernamentales- que pasan por capacitación para jóvenes, bonos para micro empresarios, etc. Da énfasis al trabajo de redes (de alcachofas en Cajamarca, de cerámica en Chulucanas, de calzado en Trujillo, de artesanía en Ayacucho, de metal mecánica en Los Olivos). Un listado de las principales:

Centro de Servicios de Maquinaria y Abastecimiento de Madera Para los Carpinteros del Distrito de la Esperanza.

MINKA - Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa.

Programa de Apoyo a la Comercialización Para la Micro y Pequeña Empresa de Calzado de Trujillo.

Fortalecimiento de la Capacidad de Innovación Tecnológica de Sector Cuero y Calzado de Trujillo.

Participación en Ferias de Mujeres Empresarias.

Cursos Talleres de Formación de Articuladores de Redes Empresariales.  
Bonos de Capacitación Laboral Empresarial. BONOPYME.  
Capacitación Laboral Juvenil. Projoven -.  
Convenio MINKA - Universidad de Linz [Austria].  
Curso de Diseño de Calzado con Asistencia Técnica en su Confección.  
Curso de Patronaje y Modelaje de Calzado.  
PROGRAMA PROMpyme MACROREGION NORTE - 2001.  
Apoyo a la Microempresa y al Pequeño Productor de Calzado de Trujillo.

Vienen promoviendo alianzas de Cámaras de Comercio con Universidades y Municipios.

### **Gobierno Regional de La Libertad**

Su trabajo sobre MYPEs es casi inexistente. La gerencia de promoción de inversiones era la encargada del tema antes de pasarlo al Ministerio de Trabajo. El COREMYPE, formalmente a cargo del Gobierno regional, no se reúne. Otro problema es que son las Gerencias de Desarrollo social las que se encargan del tema MYPE donde se junta con temas de salud y educación, con funcionarios responsables totalmente alejados de su competencia profesional. No existe coordinación del Gob. Regional con programas de PRODUCE o Agricultura.

### **Dirección Regional de Producción**

No tienen proyectos específicos que sean manejados desde la Dirección regional. Tienen uno con la Municipalidad de El Porvenir (2004-06) para la normalización (donde participan gremios de cuero y calzado y Cámara de Comercio), mejora de la competitividad y capacitación ha permitido la creación de 7 consorcios. Sus principales tareas están en verificar el cumplimiento de la normatividad y al apoyo de la competitividad a través de convenios interempresariales.

### **Asociación de Comerciantes e Industriales de Trujillo (ACIT)**

Tienen aproximadamente 450 socios inscritos pero están activos no más de 120. Manifiestan su descontento por parálisis del proyecto del parque industrial, que llegó a ser lotizado, y que hoy ya está siendo destinado a fines no industriales. La responsabilidad es del gobierno regional de acuerdo a ellos.

Se busca una mayor participación de las universidades para lograr que algunas industrias puedan reconvertirse (en Arequipa se planteó lo mismo) al haber quedado maquinaria obsoleta, contar con materias primas mas caras que en el exterior que afectan la capacidad de competir. Tienen convenios con Sunat para información tributaria. Casi no conocen los programas del MTPE. Manifiestan dificultades en el acceso al crédito por los plazos largos que se toman las cajas y los bancos.

### **Municipalidad de El Porvenir**

En el distrito de El Porvenir hay aproximadamente 2,000 unidades productoras de calzado. Para los empresarios, todos los organismos públicos están desprestigiados, incluso la propia municipalidad. El convenio que tienen con Produce les ha permitido organizar 10 consorcios de micro empresas de calzado a partir de acciones para apoyar la asociatividad, la asistencia técnica en gestión y la asistencia en formalización. Quieren utilizar Bono Pyme (buscando que se les de asistencia técnica y no capacitación). Tienen un proyecto por 3.5 millones de soles con el Concejo de Lombardía (Italia) por el período 2005-10 que es manejado a través del gobierno regional para la formación de no menos de 100 consorcios, capacitación, pasantías a Italia y la mejora de viviendas taller.

## **Capítulo 4: Los Gremios Empresariales**

### **4.1 El inicio de los Gremios en el Perú**

Los inicios de la actividad gremial de la pequeña y microempresa en nuestro país se remontan a la década del 70, cuando se crea el Comité de la Pequeña Industria (COPEI) de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI) para enfrentar a la Ley de la Comunidad Industrial del gobierno del general Velazco Alvarado. En dicha ley se decía que las pequeñas empresas no tendrían tal comunidad, por lo que los empresarios organizados en la SNI crearon el COPEI y muchos se afiliaron al mismo. Ciertamente no es un inicio muy positivo, pero esa es la realidad.

Hacia finales de la misma década algunos empresarios del sector consideraron que la SNI no los representaba ni defendía adecuadamente. Un grupo de asociados del COPEI lo abandonan y forman la Asociación de la Pequeña y Mediana Industria del Perú – APEMIPE. Entre los primeros promotores de este gremio encontramos a Justo Orellana (su primer Presidente), Rosa Gálvez de Martínez y Máximo San Román. Posteriormente este grupo de empresarios con el apoyo de algunas ONGs organizan APEMIPEs en las principales ciudades del país, para finalmente, agrupando a estas organizaciones, formar la Federación Nacional de la Pequeña Industria (FENAPI-PERÚ) hacia principios de los 80.

Desde el año 1980, se inicia, con significativos recursos, el Programa de Formación de Líderes y Dirigentes Empresariales y el Programa de Apoyo a la Organización de FENAPI-PERÚ. En 1988, con una proyección de 10 años, un nuevo proyecto complementa los anteriores: “Acceso de la Pequeña Empresa a la Estructura del Poder.” Ambos estuvieron a cargo del CINSEIT, con financiamiento de la Konrad Adenauer de Alemania.

Durante todo ese período el COPEI - SNI, por un lado, y la FENAPI-PERÚ con sus APEMIPEs, por otro lado, asumen un comportamiento de cierta competencia y enfrentamiento, de gran perjuicio para el sector. En este marco de dualidad, se crean nuevos gremios, principalmente de carácter sectorial, como es el caso de APIC (Asociación Peruana de la Industria de la Confección) y APEMEFAC (Asociación de Pequeños y Medianos Fabricantes de Calzado y Afines) , así como otras de carácter local, como es el caso de varias Asociaciones de Gamarra (la aglomeración de empresas más importante del país, ubicada en el distrito de La Victoria en Lima) y en varios otros lugares del país. Ello debilitó la capacidad de interlocución que dificultaba el diálogo con otros actores, principalmente el gobierno y la cooperación internacional.

En 1990, al asumir Alberto Fujimori la presidencia del país, Máximo San Román, en ese momento Vice Presidente de FENAPI-PERÚ, llega a ser Primer Vicepresidente de la República, Senador y Presidente del Congreso y de la Cámara de Senadores; y junto con él, cinco dirigentes gremiales son elegidos parlamentarios, Max Santolaya, Torres Cacya, Burga, entre ellos. Desgraciadamente, el movimiento PYME no estaba aún para tamaña responsabilidad.

Justo Orellana, Presidente de FENAPI-PERU es nombrado Director Nacional de Industrias en el Ministerio de Industria (MITINCI).

A partir del autogolpe de Estado de 1992, los Gremios de la Pequeña y Micro Empresa, atraviesan por una etapa de reactivación aparente, vinculada inequívocamente a los intereses del gobierno enfrentó y utilizó a las Asociaciones Gremiales para sus fines particulares. Era común entonces observar avisos de saludo e identificación con el gobierno, así como muchas otras manifestaciones. Esta etapa reforzó, en los dirigentes de Gremios, conductas y vicios de lo que podríamos denominar “Cultura Sindical”.

En 1995, con el segundo período de Fujimori, se elige a Ricardo Márquez, empresario emergente, como Primer Vice Presidente de la República. A nivel gremial, se propicia la creación de la Confederación Nacional de Gremios de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE). Nunca antes se percibió con tanta claridad la manipulación de los Gremios. Hacia fines de los 90, cuando decae el apoyo, esta organización se debilita, hasta prácticamente desaparecer.

En los meses previos a la caída del Gobierno de Fujimori y dada la posición contraria asumida por cierto sector de las MYPES, entre los que se encontraba David Weissman, entonces Presidente del COPEI que lideró una cierta oposición al gobierno en compañía de otros gremios como la Coordinadora de Gamarra, la FENAPI, algunos APEMIPES, entre otros. A raíz de ello, es invitado a formar parte de la plancha presidencial de Perú Posible, llegando a convertirse en el Segundo Vicepresidente de la República en el año 2001.

En el Gobierno de Transición, según evidencia Sara Pait en su Informe de Consultoría realizada para OIT/MTPE en el 2001, “PROMPYME convocó a gremios del interior y promovió su organización por departamentos, con participación en su Consejo Consultivo; también se promovió a dirigentes remunerados en provincias como interlocutores de la institución, a cargo de “maquicentros”<sup>98</sup>; lo cual es cuestionable pues puede ser considerado como una forma de captación o neutralización de dirigentes”.

Ya en este gobierno, el de Alejandro Toledo, las Asociaciones Gremiales ingresan a una etapa de marcada inercia, reflejada en muy poca actividad hacia el interior de sus organizaciones, lo que devino en un debilitamiento de su representatividad.

A mediados del 2005, fecha en que se inicia este estudio, la actividad gremial del sector MYPE empieza a vivir algo así como un período de renacimiento. Es clara la influencia del impulso exportador, el TLC, la dinámica comercial, la cercanía del proceso electoral y como respuesta a un cierto cambio de actitud en cierto sector de dirigentes gremiales. Existe un número aún indeterminado de gremios que agrupan a estas Unidades Económicas, aunque su proyección podría llevarnos a varios cientos.

En el ambiente político, a varios meses de un nuevo proceso electoral en abril del 2006, observamos nuevamente la presencia de líderes vinculados al sector de la pequeña y micro empresa: Susana Pinilla, fundadora de IDESI (Instituto de Desarrollo del Sector Informal, ONG creada a mediados de los 80) y de reconocida trayectoria, ha constituido el Movimiento “Perú Emergente”; Marco Arrunátegui, quien fuera en algún momento

---

<sup>98</sup>. Este fue uno de los proyectos más importantes en el gobierno de Fujimori, que demuestra el desorden de la promoción al sector en esa época (del que hemos hablado en páginas anteriores), pues: (i) fue promovido y ejecutado por la Casa Militar de Palacio de Gobierno (que obviamente no tenía mucho conocimiento del tema); (ii) se incurrió en endeudamiento público (se estima en 50 millones de dólares) para importar módulos de máquinas de fabricación china (de dudosa calidad) en las actividades más comunes como confecciones, calzado, metal-mecánica; (iii) inicialmente cada maquicentro fue administrado por los gremios empresariales de los conos y de las provincias del interior (muchos débiles y sin la capacidad de cumplir esta tarea) y finalmente, (iv) algunos maquicentros ni siquiera se usaron, y muchos de ellos terminaron en manos de CEOs e ISTs del Ministerio de Educación (que tampoco tenía mucha idea de qué hacer con ellos).

Secretario de CONAMYPE, viene ya hace algún tiempo liderando su Movimiento “Proyecto País” y transmitiendo lo que busca convertir en “mensaje PYME”. El propio Máximo San Román aparece como candidato presidencial de Avanza Perú, otro partido nuevo y pequeño.

Además, es notorio que en otras tiendas políticas existe interés en destacar los temas PYME y en contar con representantes que estén vinculados a la realidad del sector. Cada vez más, el análisis y la proyección de la Pequeña Empresa forma parte prioritaria de la agenda política nacional.

## **4.2 Los Gremios en la actualidad**

Para efectos del estudio realizado, se tomó en cuenta como base inicial, a los Gremios inscritos en el RENAMYPE, Registro Nacional de Asociaciones de la Micro y Pequeña Empresa, instituido por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo-MTPE.

Son sólo 36 Asociaciones Gremiales las que se encuentran registradas en Lima y 12, las registradas en los RENAMYPE de las 9 Regiones visitadas, (aunque en el Registro Nacional, cuadro adjunto, sólo figure un gremio de la Región Lambayeque y en el Registro Regional de Lambayeque se cuente con dos inscritos).

A esas 48 Asociaciones Gremiales se fueron adicionando, por referencias de expertos, otros dirigentes y directivos de organismos públicos, tanto en Lima como en las demás Regiones visitadas, otros Gremios que eran considerados representativos por las personas e instituciones referentes, llegándose a un total de 133 para nuestro estudio. De esas 133 Asociaciones Gremiales pertenecen a Gamarra 22, a Villa El Salvador 16 y a las demás Regiones del estudio, 45 (la relación completa se encuentra en anexo adjunto).

Obviamente esta relación es parcial, pues existen un número mucho mayor de Gremios en los distritos, provincias y regiones, muchos de los cuales vienen del pasado y su representatividad está muy venida a menos. También encontramos gran cantidad de Asociaciones en el sector comercial, cuya pujanza y crecimiento es notorio, aunque su aporte al desarrollo de las MYPES, aun no es valorado.

Un estudio de mayor profundidad permitiría determinar el real potencial de las Asociaciones Gremiales, tanto tradicionales como las nuevas que están surgiendo principalmente en el sector comercial, aunque también en el sector agro exportador. Permitiría, precisar qué porcentaje de las 2'518.617 de pequeñas y micro empresas existentes en el país se encuentran representadas en los gremios actuales que reclaman representatividad; estimamos que no llegan a agrupar ni al 1% del total de empresas del sector.

## **4.3 Los Gremios más representativos a nivel nacional**

De todas ellas encontramos que la **Coordinadora Nacional de Gremios PYME PERU**, es un esfuerzo importante y constituye en este momento una privilegiada opción de unidad nacional de las pequeñas y micro empresas.

Surge como una respuesta a la necesidad de que el sector MIPYME tenga un interlocutor válido, luego de las primeras rondas de conversaciones del TLC y ante la mirada del Estado, dadas las exigencias y características de esta instancia de diálogo.

Ha logrado convocar a 14 Gremios de nuestra capital; está integrada por el Comité de la Pequeña Industria (COPEI) de la Sociedad Nacional de Industrias, el Comité de la Pequeña y Mediana Empresa (PYMEADDEX) de la Asociación de Exportadores, y la Asociación de Empresarios Metal Mecánicos - ATEM Perú, así como representantes de gremios locales como los de Villa El Salvador y Gamarra.

Es importante destacar el rol de liderazgo de estas tres significativas instituciones empresariales, lo que ha contribuido a que esta nueva organización asuma la iniciativa de este esfuerzo unificador y logre ya decisivos avances. Cabe destacar que el COPEI cuenta con 420 asociados<sup>99</sup>, el PYMEADDEX con 200 aproximadamente, número en sostenido crecimiento; por su parte ATEM también cuenta con un número significativo de afiliados muy activos.

Luego de casi 10 meses de gestación, la Coordinadora Nacional de Gremios de la PYME, ha logrado, además de la representatividad ante el Foro del TLC, el apoyo económico de la CAF para desarrollar un proyecto que les permite ya contar con un equipo de apoyo (Secretario Técnico, Asesor Legal y Coordinador) para alcanzar, en el más breve plazo, su formalización y consolidación.

Los pasos que hasta hoy han seguido les aseguran avanzar de manera firme; por su trascendencia, el haber adoptado una organización cuya dirección asume la forma de Presidencia Colegiada (de las tres organizaciones mencionadas), enfrenta de manera directa el problema histórico de las Asociaciones Gremiales de las PYMES: el personalismo y las distorsiones por intereses personales o de grupo y el fracaso institucional que ha significado en el pasado.

En una perspectiva de crecimiento resulta importante que en la primera Presidencia Colegiada estén representantes del COPEI (Eduardo Hoyle), PYMEADDEX (Rosario Guisado) y ATEM PERU (Angel Neyra), tres organizaciones muy bien organizadas y en permanente actividad a favor del sector PYME. Dos de estas organizaciones tienen una institución matriz de prestigio, como es el caso de la Sociedad Nacional de Industrias y a ADEX (Asociación de Exportadores del Perú).

Es también decisiva para su consolidación y crecimiento, la presencia de un equipo técnico rentado, que monitoreará su evolución. El proceso no será sencillo, pero existen ya bases sólidas que contribuirán con ello. Será sí necesario, además de su formalización, trazarse el objetivo de convocar a otros Gremios representativos y organizados que aún no se integran; y salir también a las Regiones para alcanzar la dimensión nacional.

El gran reto central se enfoca en iniciar una exhaustiva tarea de capacitación dirigida a todos los asociados, soporte indispensable para lograr no sólo mejores Organizaciones sino también mejores líderes y sobretodo mejores personas. Este aspecto es central y transversal a todas las pequeñas empresas y sus gremios.

Encontramos también como Gremio Representativo Nacional, a la **Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú, APEMIPE PERÚ**, presidida por el señor

---

<sup>99</sup>. Información proporcionada por los propios dirigentes del gremio.

Víctor Álvarez. Tienen representantes en diversos lugares del país. Durante el estudio realizado, se constató representatividad en Tarapoto, Piura, Chiclayo, y Juliaca-Puno.

En el mes de mayo (20 y 21) de 2005, con APEMIPE Cusco y la Asociación de Mecánicos Automotrices del Cusco, realizaron el Primer Congreso Regional MYPE del Sur del País, congregando a cerca de 1,000 representantes de las pequeñas y micro empresas, autoridades e instituciones locales. El 27 de agosto en la ciudad de Piura, organizaron el Primer Congreso Regional MYPE del Norte del País, reuniendo a 1,200 participantes.

APEMIPE PERÚ cumple este 2005, 31 años de vida institucional, tiene representatividad en diferentes instituciones y viene trabajando siete propuestas para el nuevo gobierno: declaratoria en emergencia del sector PYME por cinco años, creación del Ministerio PYME, puesta en funcionamiento del Banco PYME, modificación de la Ley MYPE, activación de Parques Industriales, legislación sobre la representatividad PYME y reactivación y generación del empleo desde la PYME.

Tiene programado para diciembre en Chiclayo, la realización del Primer Congreso de Mujeres Emprendedoras Empresarias del Perú; y para mayo en Lima su Congreso Nacional.

Un tercer Gremio con aspiraciones de representatividad nacional es el **Consejo de Organizaciones de la Micro y Mediana Empresa del Perú, COMPYMEP**, dirigido por Rómulo Fernández. Tienen registrados 118 Gremios en las 23 Regiones del país; aunque en los 9 lugares visitados por el equipo del estudio no se encontró representantes que se identificaran como bases de este gremio<sup>100</sup>.

Cuentan con un Plan Estratégico para el desarrollo de las PYMES, 14 Comités Especializados por temas y un Comité Consultivo Público-Privado integrado por representantes del Ministerio de Trabajo, PRODUCE, Colegio de Ingenieros, Asociación Nacional de Rectores, CONCYTEC, entre otras Instituciones.

Realizaron un Encuentro Macroregional en Cusco, con cerca de 1,000 representantes de 8 Regiones, participaron cuatro Ministros. El 19 de julio de 2005 presentaron un Plan de Emergencia PYME al Ministro de Trabajo. Han realizado ocho Audiencias Públicas sobre el TLC y diez asambleas de dirigentes a nivel nacional.

Su actividad gremial tiene tres líneas de acción: Defensa Gremial (instalarán Defensoría de la Micro y Pequeña Empresa), Negocios Estratégicos y Propuestas Técnicas. El 15 de octubre de este año realizarán un evento sobre TLC; lo aceptan, pero exigen mejorar condiciones de PYMES para poder competir.

**La Unión de Mujeres Empresarias (UMEP)** es una institución creada en 1995 que también expresa tener presencia nacional. Se han encontrado filiales en Lambayeque, Piura y Trujillo. Han programado realizar el presente año en las diversas Regiones del país, el Seminario Panel "Concertación y Competitividad para el Desarrollo Integral Sostenible". Desarrollarán su V Congreso Nacional, del 1º al 10 de diciembre de 2005.

---

<sup>100</sup>. Es importante precisar lo que afirmamos: en cada una de las visitas a las 9 ciudades más importantes del país, el equipo que elaboró este estudio se reunió con las instituciones públicas y privadas más representativas (como por ejemplo el Gobierno Regional, el Municipio, la Cámara de Comercio, etc.), y a cada una de ellas se les pedía que nos nombraran los gremios más representativos de la ciudad y región. En ninguno de los casos apareció alguna de las bases del COMPYMEP. Esto no quiere decir que no existan dichas bases; sólo estamos afirmando que no las hemos visitado porque no fueron reconocidas por la institucionalidad PYME local, y por lo tanto no aparecen citadas en el estudio.

Se puede mencionar también a **PYMEDIS, Sociedad Nacional de la Pequeña y Microempresa de Personas con Discapacidad del Perú**, con representantes en Ayacucho, Trujillo y Chiclayo. Se creó en 1997. Buscan apoyar a que ese 13% de personas con discapacidad de nuestra población, tengan posibilidades preferenciales de desarrollar actividades productivas o económicas y constituirse como empresas promocionables: con ventajas para licitaciones y en Municipalidades (en Los Olivos no pagan nada por constitución) y existen líneas de crédito preferenciales en COFIDE.

### **Los Gremios más representativos a nivel local**

Además de los Gremios que buscan tener representatividad nacional, encontramos en el pujante conglomerado de Gamarra que reúne a más de 10,000 empresarios de la Pequeña, Mediana y Micro Empresa, también otro interesante esfuerzo de unidad.

Lo constituye el denominado **Frente Único de Gremios de Gamarra** que busca desarrollar proyectos que beneficien no sólo el desarrollo empresarial sino también la calidad de vida de quienes habitan en tan reconocido emporio comercial. Busca también impulsar la innovación tecnológica y asumir la defensa auténtica de sus miles de asociados.

Un importante proyecto que ahora está muy cerca de concretarse, es el CITE Confecciones para Gamarra, de carácter privado, con apoyo del gobierno y que cuenta con una directiva integrada por representantes de los diferentes Gremios que lo conforman. Está presidido por Antonio Siapo, de CIDEMYPE.

Otros de sus proyectos de trascendencia, es la Cooperativa de Servicios Múltiples Gamarra, cuyo trámite de inscripción está en marcha, aunque ya hace dos años que viene prestando dinero a sus asociados, de un fondo rotativo formado con el aporte de 128 empresarios. La preside Carlos Choque, ex Presidente de la Federación de Empresarios de Gamarra.

Entre sus asociados se encuentran 16 Gremios de Gamarra de todas las actividades económicas que allí se desarrollan, 15 formalmente constituidos y uno en proceso de formalización. Este esfuerzo de unidad gremial consideramos que es de gran trascendencia por estar focalizado en una realidad caracterizada por el accionar de muchas Asociaciones Gremiales, tradicionalmente enfrentadas entre sí. Está dirigido por René Cobeña del Gremio ADEPYMEGA como Presidente y por Manuel Salazar de la Asociación de Pequeños Empresarios de Gamarra, como Vicepresidente.

Su enfoque de gestión está centrado en desarrollar experiencias privadas, buscando sí el apoyo del gobierno, pero fundamentalmente siendo conscientes y así lo expresan, que de su accionar directo dependerá que al fin consigan dejar atrás toda una historia de conflictos, pleitos, fracasos y esperas vanas.

Encontramos también en Gamarra, a la **Coordinadora de Empresarios de Gamarra**, (que preside Diógenes Alva); ellos afirman representar a 2,000 empresarios, aunque algunos dicen que representan principalmente a los propietarios de galerías.

Son los creadores y promotores de la Tarjeta Gamarra Card y es reconocida su posición frente a las salvaguardas y al contrabando. Desarrollan capacitación para sus asociados, tiene un convenio con INDECOPI, mantienen constantes reuniones con autoridades para mejorar las condiciones de las PYMES en Gamarra y están abocados al ordenamiento de Gamarra para facilitar el acceso y comodidad de los clientes.

Este gremio, al igual que el anterior afirma que los demás Gremios de Gamarra no tienen mayor representatividad y por tanto no es conveniente ningún intento para lograr la unidad más allá del propio gremio.

En ninguno de estos dos gremios mencionados, que como hemos dicho cuentan con cierta representatividad, se encuentra AMPIC GAMARRA PERÚ que preside Isidro Zapata. Si bien es un dirigente muy activo, que participa en muchas reuniones y encuentros, es claro que su gremio no tiene representatividad. Si bien es muy difícil decir quién o qué gremio representa a Gamarra, entre el Frente Único y la Coordinadora, lo que sí se puede afirmar con bastante certeza es que AMPIC no representa a este conglomerado.

Otro importante esfuerzo de unidad y organización gremial lo encontramos en el Parque Industrial de Villa El Salvador, singular experiencia desarrollada en nuestro país, que tiene su **Central de Asociaciones Empresariales y Empresarios de la Micro y Pequeña Empresa del Cono Sur de Lima (APEMIVES)**.

Este gremio, al igual que otros del país, venía atravesando por una situación de crisis y reducción de asociados. Hoy está en franco proceso de recuperación, con una sostenida actividad y con valiosos proyectos en ejecución. APEMIVES integra a 11 de las 16 Asociaciones Gremiales existentes en Villa El Salvador. No incluye a cuatro asociaciones ubicadas en las parcelas I y II (fuera de su ámbito) y a una Asociación Pro Ecología.

Está presidida por Carlos Acevedo Silvestre del Gremio de Carpintería (ASIMVES) y su más importante proyecto es la construcción del futuro Complejo Empresarial en un terreno de 5.000 m<sup>2</sup>. que vienen pagando. Han reactivado y revitalizado el Fondo Revolvente que fuera creado en Octubre pasado para prestar asistencia económica a sus asociados, y cuyo capital inicial fue producto de la realización de exitosas polladas. También están implementando un Parque Industrial Privado en Pucallpa en convenio con la Municipalidad de esa ciudad.

Tienen muy claro su objetivo de superar largamente el actual número de asociados (600), son conscientes de las crisis que originaron su disminución y están convencidos que activando servicios y desarrollando proyectos que los beneficien volverán. Su posición ante los programas que realiza el gobierno es muy crítica, reclaman que tomen en cuenta la realidad y desarrollen actividades que de verdad los beneficien. Mencionan como ejemplo el CITE MADERA, que tiene un horno que excede los volúmenes que pueden acopiar las pequeñas empresas. También, la capacitación dada que no responde a sus requerimientos y nivel. Su rol de defensa gremial se percibe sólido.

En el rubro comercio, del sector MIPYME, encontramos también esfuerzos interesantes de asociatividad; existen una cantidad importante de Asociaciones de Centros Comerciales. Apreciamos que varias de ellas están orientadas no al “gremialismo tradicional”, sino centradas en buscar resultados empresariales que beneficien directamente a sus asociados.

Es el caso de **UDAMPE – LAS MALVINAS**, Asociación del rubro ferretero que está formada por 700 asociados del Centro Comercial “Las Malvinas”, ex ambulantes de la Av. Argentina que fueron desalojados consiguiendo su reubicación.

El proyecto se inició hace dos años, lográndose conformar la Asociación y construir el Centro Comercial que ahora los alberga. Es un esfuerzo netamente privado que se concreta a través de financiamiento del Banco Wiese, bajo un esquema de negociación

innovador para las PYMES. Ahora están abocados con 100 de sus asociados a la creación de una Empresa Importadora para comprar directamente sus productos en China.

### **Los Gremios representativos a nivel regional**

En la **Región Lambayeque** se encuentran inscritas en RENAMYPE, sólo la Asociación de Pequeños y Microempresarios de Comercialización de las Galerías Comerciales Plataforma Balta Mercado Modelo (APYMECO) y la Asociación de Carpinteros en Madera “San José de Lambayeque”, la primera con 30 asociados y la segunda con 12 aproximadamente. Ambas son de reciente creación, no más de un año.

Sin embargo, la principal organización representativa es APEMIPE Lambayeque, también viene funcionando APEMIPE Ferreñafe. Tanto APIC Filial Lambayeque como APEMIPE Chiclayo, han prácticamente desaparecido como Organizaciones Gremiales, aunque la primera mantiene representantes en SENATI y FOGAPI. Existen sí adicionalmente algunas Asociaciones de Artesanía en Monsefú y otros lugares. En el sector Turismo, AHORA Lambayeque. La ONMA, desarrolla dentro de sus actividades un notorio impulso a la actividad productiva de las mujeres de la industria azucarera.

En la **Región Grau** encontramos como Asociación Gremial más representativa a APEMIPE Región Grau. También existen APEMIPES en las provincias de Sullana, Paita, Sechura, Piura, entre otras. Están inscritas en el RENAMYPE las de Paita, Piura y la Región Grau.

En Artesanía, es representativa la Asociación de Artesanos de Catacaos (ASARAT), también aunque en menor medida, la Asociación de Pequeños Artesanos Unidos (ASPAU). También están organizados en Narihualá, las Asociaciones Virgen de la Puerta y Virgen del Socorro. En el sector Turismo funciona AHORA Piura.

En la **Región La Libertad**, son Gremios significativos la Asociación de Pequeños Industriales y Artesanos de Trujillo (APIAT) y el Consorcio Industrial “La Alameda del Calzado”.

Se encuentra también un gremio tradicional, en proceso de decrecimiento: la Asociación de Comerciantes e Industriales de Trujillo. En el Distrito de “El Porvenir” que alberga cerca de 2,000 productores de calzado y afines, se ubican varias Asociaciones, entre ellas las más importantes son AMINCAE y la Asociación de Microempresarios de Calzado El Porvenir Trujillo. Sólo la Cámara de Comercio está inscrita en RENAMYPE.

En la **Región Junín** se encuentran Asociaciones representativas por sectores: la Asociación de Productores “La Casa del Artesano” (hoy La Casa del Artesano S.A.) integrada por 91 artesanos de Huancayo, Cochabamba, San Jerónimo, Mito y San Pedro de Cajas de Tarma; que han logrado comprar amplio local frente a la Plaza Constitución con una inversión de US \$ 860,000 compartido entre todos y con apoyo de la EDPYME Confianza.

Está también la Asociación del Centro Comercial de la Plaza Constitución, integrada por 250 propietarios, mayoritariamente ex ambulantes del sector comercio, que también han unido esfuerzos y han logrado construir de manera conjunta, el más moderno Centro Comercial de Huancayo, con una inversión aproximada por persona (a 5 años) de US \$ 8,000.

Además tenemos a la Asociación de Fabricantes de Calzado Quinta Industrial “PYME Export Huancayo”, que agrupa a 34 asociados, fabricantes y comerciantes de calzado. Evalúan la posibilidad de comprar el local donde están instalados.

APEMEFAC Huancayo, es la Asociación de Fabricantes de Calzados, Artículos Afines y Complementarios, es un Gremio tradicional que se formaliza en 1994, dicen tener 300 asociados aunque al parecer atraviesan una situación crítica.

Inscritos en el RENAMYPE están la Cámara de Comercio y la Cámara de Turismo del Valle del Mantaro, ambas de significativo aporte para el desarrollo empresarial de la Región Junín.

En la **Región Arequipa**, los gremios más importantes son dos: la CÁMARA PYME, que dice representar a 90 gremios de 13 rubros productivos en las 8 provincias de Arequipa, participan en el CODEMYPE y en la Coordinadora Nacional de Gremios Empresariales Pyme Perú. Han celebrado un convenio con Universidad Católica Santa María con la que vienen preparando la priorización de cadenas y proyectos productivos.

También tenemos a la Asociación de Empresas Industriales de Arequipa – ASEMÍN, promotores del Parque Industrial de El Palomar.

Sólo están inscritos en RENAMYPE dos gremios menores: la Asociación de Micro y Pequeños Empresarios del PPJJ Ciudad de Israel y la Asociación Central de Centros de Acopio de Leche.

En la **Región San Martín**, es APEMIPE San Martín el gremio reconocido y que tiene participación en varias instancias del Gobierno Regional y de la Municipalidad. Está inscrito en RENAMYPE, junto con la Asociación de Pequeños y Medianos Empresarios Transformadores y Comercializadores Los Cedros-Apimetic Los Cedros.

En la **Región Puno**, sucede lo mismo con APEMIPE Juliaca, aunque no está inscrito en RENAMYPE.

En la **Región Ucayali**, son tres Asociaciones pequeñas las inscritas en RENAMYPE: ASIMA, AAMYPE y ALBERGUE SAKURA, tienen no más de 20 asociados cada una. La última de ellas es de discapacitados que carecen de experiencia empresarial y reciben periódicamente asistencia de organizaciones religiosas y el Gobierno Regional. Los dos primeros gremios son básicamente de carpinteros. APEMIPE es el gremio más activo en la Región y tiene interés en desarrollar el proyecto de un Parque Industrial.

En el sector maderero está APROFU - Asociación de Productores Forestales de Ucayali, (60 empresas entre medianas y pequeñas) y AEMRU - Asociación de Extractores de Madera y Reforestadores de Ucayali, que dicen agrupar a 400 asociados.

En la **Región Ayacucho**, existen algunas asociaciones que agrupan micro y pequeñas empresas: son los casos del rubro hotelería, artesanía, agroindustria, apicultura; sin embargo, no agrupan a una parte significativa. Por otro lado, la presencia del RENAMYPE pasa inadvertida.

Ahora, lo que hay que decir respecto a los gremios en las regiones del país, es que las **Cámaras de Comercio**<sup>101</sup> de las Regiones visitadas, constituyen sin lugar a dudas, los

---

<sup>101</sup>. En algunos lugares se denominan de “Comercio y Producción”, en otros aun conserva su nombre original de “Comercio, Agricultura e Industrias” en ambos casos incluyen empresas del sector turismo.

Gremios Empresariales más representativos de todos, con la mejor infraestructura y soporte técnico, con los mayores recursos económicos y posibilidades de acción. Sus asociados superan los varios cientos y entre ellos se cuenta a empresas grandes, medianas, pequeñas empresas y algunas microempresas. Si bien los gremios de las MYPEs consideran que las Cámaras no son representativas de las empresas del sector, en realidad son bastante más representativas de la pluralidad empresarial en las regiones. En ellas prácticamente no hay grandes empresas, por lo tanto las Cámaras están llenas de pequeñas y medianas; típicamente PYMEs. Una política razonable sería impulsar la afiliación de las microempresas a las Cámaras de manera de tener una sola entidad representativa de las MIPYMEs. De esta manera se podría evitar la gran dispersión que vemos hoy día y que hace tan difícil para las instituciones públicas y privadas contar con interlocutores válidos del sector.

#### **4.4 Situación actual y perspectivas de los Gremios Empresariales**

El panorama que acabamos de presentar, es el resultado de analizar la información obtenida de las entrevistas realizadas a representantes de poco más de cincuenta Asociaciones Gremiales, en Lima y en las distintas regiones comprendidas en el presente estudio.

Nos permite afirmar que hemos podido percibir lo que podríamos llamar “un despertar” alentador en el mundo gremial de las Pequeñas y Micro Empresas de nuestro país; que puede ser conducido hacia objetivos realmente positivos. Esta etapa de reactivación, mucho tiene que ver con el crecimiento de la economía, el tema de las exportaciones, el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, el dinamismo del sector comercial, así como la proximidad de las elecciones generales en abril del 2006.

Una señal adicional de este “despertar gremial” la encontramos también en las actitudes más modernas expresadas por un importante sector de dirigentes, que contrasta con las actitudes “dependientes y pedionas” fruto de la tradicional política asistencialista del pasado. También se nota una mejora sustantiva en la calidad de los proyectos e iniciativas presentadas por los nuevos dirigentes.

La presencia de cinco gremios en el CODEMYPE y su activa participación en la elaboración del Plan Nacional MYPE 2005, junto con instituciones del Estado y la Sociedad Civil, habla de su capacidad de propuesta, interés y decisión responsable de mejorar la realidad de la pequeña y microempresa.

Intervienen en el CODEMYPE, la Central de Asociaciones Empresariales y Empresarios de la Micro y Pequeña Empresa del Cono Sur de Lima – APEMIVES Cono Sur, la Asociación de propietarios del Parque Industrial, El Asesor – APPIA, el Comité de la Pequeña Empresa Exportadora de ADEX - PYMEADDEX, la Sociedad Nacional de Confeccionistas y la Cámara Pyme Arequipa. Se espera que el Plan se exprese en políticas concretas y se lleve a la práctica.

En cuanto a la visión que en los Gremios se tiene del Estado y de los Programas de Promoción para el Fomento de las MYPES, hemos encontrado algunas posiciones críticas hacia ellos, afirmando que estos no responden a la realidad del empresario, ni están organizados, programados y ejecutados, tomando en cuenta sus opiniones y situación real.

Se aprecia, desde esta misma perspectiva crítica, una saturación de reuniones, estudios, análisis, evaluaciones, que no conducen al cambio sustancial. Ellos piden tener

presencia concreta y efectiva en el diseño e implementación de los diversos Programas, y están dando ya algunos pasos en ese sentido.

Para impulsar el desarrollo gremial, es conveniente que se ponga especial énfasis, en detectar aquellas Asociaciones Gremiales que se organizan con el convencimiento de que son los principales actores de su destino, asumiendo responsabilidades económicas; y con claros enfoques centrados en la temática empresarial, en la búsqueda de mercados y en consolidarse para lograr mejores posibilidades de negocios y proyectos de apoyo al sector.

Es prioritario no dejar de lado el sector comercial, superando el inicial sesgo pro-industrial de los gremios, cuyo dinamismo y crecimiento es notorio; junto al sector servicios ofrecen la posibilidad de desarrollar experiencias donde es decisivo el esfuerzo colectivo y donde la presencia de Programas de Apoyo a las MYPES complementaría y reforzaría su consolidación y crecimiento.

Una experiencias singular icono de una concepción moderna de Asociación Gremial PYME, está dado por la organización de pequeños y micro empresarios para la compra de Centros Comerciales, tal es el caso, por ejemplo, de La Casa del Artesano y el Centro Comercial de la Plaza Constitución en Huancayo, Las Malvinas de UDAMPE en Lima y tantos otros casos que se van replicando. Los empresarios de la MYPE asumen compromisos económicos (mientras que los gremios tradicionales no aportan ni una mínima cuota), asumen decisiones importantes respecto a su futuro, dejando de lado actitudes pasivas y sólo de reclamo al Estado. Es recomendable apoyar su esfuerzo con Programas de Reforzamiento para mejorar sus habilidades de gestión, visión empresarial y estrategias para incrementar mercados.

Este es el momento propicio para que la participación de los actores centrales: los empresarios unidos en Gremios y Asociaciones, sean efectivamente tomados en cuenta, desde el diseño, para la ejecución de medidas que contribuyan a su respectiva consolidación y crecimiento sostenido.

Es de vital importancia que desde el Estado se asuman políticas firmes y claras, para impulsar la consolidación de los Gremios de las PYMES; se tomen acciones concretas orientadas al fortalecimiento institucional-gremial y además se mejoren los mecanismos de participación que ya existen y se creen los que sean necesarios.

El RENAMYPE, es un mecanismo que debe perfeccionarse, buscando su adecuación a la realidad actual, dotándolo de los elementos necesarios y criterios uniformes para su aplicación. Existen ciertas situaciones que no favorecen su fortalecimiento, como el reconocimiento del Estado a Gremios no registrados; es el caso del CODEMYPE, donde, de los cinco gremios que participan, sólo APEMIVES CONO SUR está en el RENAMYPE. Ello denota evidentes deficiencias, sobretodo de sintonía con la realidad, También es clave cuidar la concertación entre las instituciones del Estado.

La Consultoría realizada por Sara Pait en diciembre del 2001, recomendó entre otras medidas "El MTPE debe considerar la necesidad de establecer programas de fortalecimiento gremial que promuevan el desarrollo institucional de las organizaciones de pequeños y micro empresarios. El rol del Ministerio debe ser de fortalecimiento de entidades intermediarias que puedan ejecutar tales programas, igual que con los servicios financieros y no financieros". En los años transcurridos muy poco se ha hecho al respecto.

No se desarrollan en ninguna instancia Programas Integrales de Consolidación Gremial, hay algunas iniciativas aisladas sin mayor repercusión. El Bonogremio no tuvo los resultados esperados, quizás por su vinculación taxativa con la formalización y hoy carece de presupuesto para su relanzamiento por Perú Emprendedor. Es conveniente rediseñarlo y plantear programas que logren como productos, Organizaciones Gremiales y dirigentes con visión de futuro, enfoque empresarial, orientación al mercado y firmemente centrados en valores.

Los Cursos de Capacitación que se organicen para lograrlo deben tener un enfoque holístico, integrado, no parcial; y contar con la metodología y continuidad necesaria para obtener resultados, no para alimentar estadísticas.

Deben tener en cuenta la singular realidad del tradicional dirigente gremial PYME, las debilidades del empresario PYME en general: su actitud dependiente, carente de compromiso y responsabilidad individual muchas veces, su común incumplimiento de compromisos económicos, su tendencia a no participar activamente, su motivación más por intereses personales que de grupo, su proclividad más al conflicto que a las soluciones, su costumbre de quejarse y resistirse a la acción personal para lograr el cambio.

Es imperativo también, revisar el funcionamiento de los Consejos Regionales de la Micro y Pequeña Empresa – COREMYPE, como instancia de efectiva participación gremial. En las diferentes regiones visitadas el balance es poco positivo: la asistencia de sus integrantes a las reuniones es mínima y sus acciones no tienen mayor incidencia en la realidad de las pequeñas y microempresas. Es conveniente revisar su legislación, en cuanto a su naturaleza consultiva, a su composición y a la urgencia de asignarle un presupuesto y precisar los recursos con los que funcionará y la responsabilidad de los Gobiernos Regionales en su conducción.

Facilitar la modernización del movimiento gremial coadyuvará a validar los interlocutores y favorecerá obtener de quienes mejor conocen su realidad, las mayores posibilidades de información y su compromiso, hecho que permitirá actuar certera-mente para lograr MIPYMES competitivas.

Se requiere un trabajo sostenido e integral, empezando por profundizar el conocimiento del potencial gremial existente en cada región y en cada ciudad, y que no deje de lado sino priorice las experiencias de Asociaciones Comerciales, que al parecer se han diseminado en todo el país, teniendo un impacto generador de experiencias exitosas.

La realidad gremial en las diez regiones en las que se ha realizado el estudio, amerita un mayor análisis, no sólo cuantitativo sino también cualitativo. Es posible llegar a conocer su situación exacta y entonces desarrollar programas a la medida, que permitan hacer de este factor estratégico, una poderosa herramienta para lograr mejorar las posibilidades y competitividad de las MIPYMES.

## **Capítulo 5: Políticas Públicas de promoción al sector MIPYME<sup>102</sup>**

Una de las críticas más importantes que se han hecho en el pasado a la promoción de las MIPYMEs ha sido la ausencia de políticas públicas explícitas que orienten y le den coherencia al esfuerzo de promoción que desde muchos años realiza el Estado. En efecto, podemos reconocer que desde la década de los 80s instituciones públicas como el Banco Industrial y COFIDE venían brindando servicios financieros a las pequeñas empresas y a la artesanía; por su parte Artesanías del Perú, también brindaba algunos servicios de desarrollo empresarial; aunque se trataba de acciones aisladas que no formaban parte de un todo coherente. En los 90s proliferaron los programas estatales de promoción al sector<sup>103</sup>, los que ciertamente aumentaron los servicios financieros y no financieros al sector pero se mantenían como esfuerzos aislados sin coordinación entre sí, y sin una orientación común.

Es verdad que a lo largo de estos años se han venido dando diversas leyes de promoción y fomento de las pequeñas, medianas y micro empresas<sup>104</sup>, generalmente al final del período de los sucesivos gobiernos (Morales Bermúdez, Belaúnde Terry, García Pérez y Fujimori Fujimori) y que tuvieron escasa aplicación y efecto en el sector. Ellas, por lo general obedecían a presiones y exigencias de los gremios empresariales de las MYPEs que empezaban a tener una mayor presencia en la escena nacional. Estas leyes de alguna manera representaban un esfuerzo de racionalizar las actividades que venía realizando el Estado a favor del sector, y contenían algunos aspectos de la política pública respecto a las MIPYMEs. Sin embargo, no llegaban a constituir cuerpos enteros y representativos de las políticas públicas que sí existían en otros países de la región.

Sin desconocer estos avances parciales realizados en las décadas pasadas, se debe reconocer que es a partir del año 2001 que se han realizado los mayores esfuerzos por dotar al Estado de una política coherente y comprensiva de promoción a las MYPEs. Debe señalarse en primer lugar que el rol protagónico que le tocó cumplir al sector MYPE en estos últimos años se debe a su íntima relación con el empleo. En otras palabras, la mayor prioridad que se le otorgó al sector MYPE en el gobierno de Alejandro Toledo se ha debido a su capacidad de generar y mejorar el empleo, que era precisamente la orientación básica inicial del actual gobierno. Esta decisión estatal tuvo la siguiente secuencia lógica: se priorizó el empleo como tema central del gobierno<sup>105</sup>, luego se reconoce el rol clave de las MYPEs en la generación y mejoramiento del empleo, para finalmente concluir que debía apoyarse de manera destacada y prioritaria al sector MYPE.

Esta decisión estratégica respecto del empleo es la que rompe el “empate” que existía en la década de los 90 sobre la promoción al sector. Como se ha analizado a profundidad<sup>106</sup>,

---

<sup>102</sup>. Este capítulo no estaba contemplado en la primera versión del documento, y tampoco se encuentra claramente estipulado en los términos de referencia del estudio, sin embargo en las conversaciones con los clientes (MINCETUR y USAID) se consideró necesario incluirlo.

<sup>103</sup>. Que fueron documentados extensamente en el trabajo ya citado de Villarán y Chíncharo (1998).

<sup>104</sup>. Las principales normas para el sector, desde que se empezó a hablar del tema en el Perú, han sido: Ley 21435 – Ley de la Pequeña Empresa del Sector Privado de 1976, Decreto Ley 23189 Nueva Ley de la Pequeña y Mediana Empresa de 1980, Ley N° 24062 - Ley de Promoción de la Pequeña Empresa Industrial de 1985, Decreto Legislativo N° 705 - Ley de Promoción de Micro Empresas y Pequeñas Empresas de 1991, Ley N° 27268 - Ley General de la Pequeña y Microempresa.

<sup>105</sup>. Esta prioridad estuvo reflejada incluso en la propia campaña electoral del entonces candidato: Toledo más Trabajo. También tuvo un lugar privilegiado en el Plan de Gobierno de Perú Posible: Para Salir de la crisis, en el que incluso se hablaba explícitamente de las micro y pequeñas empresas.

<sup>106</sup>. Ver trabajo de Villarán y Chíncharo.

en ese momento (sobre todo a finales de los noventa) todos los ministerios importantes tenían programas de apoyo al sector: MEF (COFIDE, FOGAPI), Min. de la Presidencia, Agricultura, Industria, Trabajo, Pesquería, Educación, PROMUDEH, Transporte y la Primera Vicepresidencia de la República. Cada uno de estos sectores tenía sus propios programas (lo cual no tiene nada de extraño), pero lo que es más importante, sus propias políticas y orientaciones, que generalmente eran bastante diferentes a las de los otros sectores.

Un perfecto ejemplo del desorden que tenía la promoción a las MYPEs en los noventa es el Programa “Maquicentros”: módulos de maquinarias para las actividades más comunes de las MYPEs como confecciones, calzado, metal-mecánica, alimentos, que debían servir para capacitar y dar servicios de maquinado a las MYPEs de cada uno de estos sectores. Tuvo las siguientes características: (i) fue promovido y ejecutado por la Casa Militar de Palacio de Gobierno (que obviamente no tenía mucho conocimiento del tema); (ii) se incurrió en endeudamiento público externo (se estima en 50 millones de dólares) para importar módulos de máquinas de fabricación china (de dudosa calidad y pertinencia); (iii) inicialmente cada maquicentro fue administrado por gremios empresariales de los conos de Lima y de las provincias del interior (muchos débiles y sin la capacidad de cumplir esta tarea) y (iv) finalmente, ante la inoperancia del esquema propuesto (pues incluso algunos maquicentros ni siquiera se llegaron a utilizar) se entregaron a los CEOs (Centros Educativos Ocupacionales) e ISTs (Institutos Tecnológicos Superiores) del Ministerio de Educación (que tampoco tenía mucha idea de qué hacer con ellos). En todo este proceso no era muy claro quién tomaba estas decisiones (de endeudarse, de pasarlo a los gremios, de pasarlos al sector Educación, etc.), quién se responsabilizaba por ellas, y menos aún, quién le hacía seguimiento y se encargaba de que cumplan sus objetivos y metas.

Como se ha dicho, no había una coordinación efectiva entre los ministerios y sectores involucrados, y menos un liderazgo que pudiera poner cierto orden y concierto. Cada sector reclamaba no sólo su independencia respecto de los otros, sino también el liderazgo (que por supuesto el resto no le reconocía), aduciendo diversos argumentos como la competitividad, la política productiva, el apoyo social, la descentralización, el desarrollo tecnológico, de acuerdo al lugar y sector desde donde se realizaba. Esto es lo que hemos llamado un “empate” que en la práctica significó un desorden de la promoción y por lo tanto un perjuicio para las MIPYMEs.

Con la priorización del empleo como tema central en este gobierno se rompe este empate y se avanza significativamente en la organización de la promoción estatal a las MYPEs. Se decidió que la institución que lideraría la reforma en este campo sería el Ministerio de Trabajo<sup>107</sup>.

Los argumentos para otorgar el rol de liderazgo al Ministerio de Trabajo fueron los siguientes: (i) el sector MYPE es multisectorial y la promoción al mismo también tiene que serlo, de manera que había que encontrar un ministerio con esta cualidad; (ii) la característica más distintiva de las MYPEs es su capacidad de generar empleo (de hecho el 75% del empleo en el Perú se encuentra en este sector, realidad semejante en la mayoría de países del mundo) y de paso es también el problema más importante del país, por lo que parecía lógico que el tema fuera manejado por el mismo ministerio; (iii) en plena globalización la institucionalidad pública nacional debía adecuarse a la

---

<sup>107</sup>. Hacia afuera se tiene la imagen que esta decisión fue de carácter personal, del ministro de trabajo de ese momento (Fernando Villarán), pero esto no refleja la realidad. Esta decisión fue discutida y aprobada en el Concejo de Ministros, y tuvieron un rol protagónico en ella principalmente el Presidente Alejandro Toledo, el Primer Ministro Roberto Dañino y el Ministro de Industria y Primer Vicepresidente Raúl Diez Canseco, los que no sólo estuvieron de acuerdo sino que la respaldaron a lo largo de su ejecución.

institucionalidad internacional, y es la OIT (Organización Internacional del Trabajo) la encargada en el mundo de ver ambos temas (empleo y MYPEs); (iv) los subsidios internos y la propia cooperación internacional sólo se van a justificar por razones sociales (como el empleo) y mucho menos por razones productivas y de competitividad; (v) la promoción a las MYPEs es realizada cada vez más por instituciones privadas y menos por el Estado (que actúa como segundo piso), de manera que el conocimiento especializado o sectorial de las empresas no es tan importante para el Estado que se encarga de las políticas generales; (vi) las dificultades de coordinación que vimos en los noventa se originaban en la convicción de que los sectores tienen igual jerarquía y no se sometían a las orientaciones de sus pares<sup>108</sup>.

Es importante mencionar que el concepto de liderazgo que se tuvo en esos momentos (que va mucho más allá del formal concepto de “entidad rectora”) no significaba el monopolio o la exclusividad de la promoción a las MYPEs que es claramente contraproducente, sino principalmente tener claridad de objetivos y metas, contar con un mínimo de programas propios, y poder convencer (no imponer mediante una ley) no sólo al sector público sino principalmente al sector privado de ir en una misma dirección en el largo plazo. La palabra clave en la promoción a las MYPEs es la coordinación de las diferentes instituciones públicas y privadas, y sus respectivos programas y/o proyectos; esta es la exigencia mínima en el momento actual, y para ello se necesita un liderazgo que tenga la suficiente autoridad legal, pero sobre todo intelectual y moral para que estas instituciones actúen en función a objetivos superiores y de largo plazo.

Las reformas que culminaron en el cuerpo de políticas públicas que hoy están vigentes para las MYPEs empezaron por los cambios en el propio Ministerio de Trabajo. Como se sabe, antes del 2001 se denominaba Ministerio de Trabajo y Promoción Social (concepto dentro del cual se incluían diversos objetivos y programas) y se preocupaba principalmente de regular las relaciones laborales, aunque tenía algunos programas de empleo y apoyo a las MYPEs, claramente subordinados al tema laboral. Por ello la tarea central consistió en cambiar de orientación al ministerio, sin abandonar sus responsabilidades en el campo de las relaciones laborales, ya que se dedicaría principalmente a la promoción del empleo. Para tal efecto: (i) se creó el Viceministerio de Promoción del Empleo y las MYPEs, la Dirección General de la Micro y Pequeña Empresa (MYPE); (ii) se transfirió a la principal institución estatal de promoción a las MYPEs al ministerio: PROMpyme, que en ese momento pertenecía a la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM); (iii) se concentraron algunos de los principales programas de apoyo al sector (que estaban dispersos en diversos ministerios y dependencias públicas, como fue el caso de FONDEMI que estaba en el MITINCI), de tal manera que se puso al ministerio en un claro rol de liderazgo en la promoción pública a las MYPEs. Desde esta posición, no sólo se pudo ordenar la dispersión existente en el sector público en materia de promoción, sino que se logró construir un solo interlocutor válida con los actores, principalmente los gremios de las MYPEs y las instituciones privadas de promoción, que por cierto eran mucho más numerosas e importantes que la propia promoción estatal. Como corolario de esta política se cambió el nombre del Ministerio a: Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), siguiendo el ejemplo de Brasil y otros países en desarrollo que unen trabajo con empleo (las dos caras de una misma moneda).

Como se dijo, este cambio, y esta nueva orientación, fue aceptada por el Presidente y todo el gabinete, y varios ministros pasaron algunos de sus programas y proyectos con el

---

<sup>108</sup>. Es evidente que también existen otros argumentos que pueden contradecir los expuestos, y argumentos que podrían justificar que sea otro sector, como el Ministerio de la Producción o la PCM, el que lidere la promoción a las MIPYMEs, y que todavía están circulando en los medios académicos y gremiales; aunque en ese momento (2001 y 2002) se tomaron en cuenta los anteriores que sustentaron las decisiones que se describirán a continuación, y cuyo principal mérito ha sido poner fin al desorden existente.

sector MYPE al MTPE para consolidar y darle consistencia al liderazgo propuesto<sup>109</sup>. Surge la pregunta: ¿Cómo es que se pasa de la prioridad nacional en el empleo a la prioridad en las MIPYMEs? Y la respuesta es bastante sencilla: las MIPYMEs es donde se encuentra el grueso de la fuerza laboral, es el sector que más empleo nuevo genera, y es donde se presentan los mayores problemas de calidad del empleo.

En efecto, el diagnóstico de la situación del empleo en el Perú nos indica que el principal problema no es, como en la mayoría de países desarrollados, el desempleo (que alcanza el 7% de la Población Económicamente Activa - PEA), sino el subempleo (que alcanza el 55% de la PEA), y que el grueso de los subempleados urbanos se encontraban en el autoempleo, la microempresa y la pequeña empresa. Por otro lado, desde el punto de vista de las relaciones laborales, se sabe que sólo el 25% de la PEA tenía derechos laborales y beneficios sociales, y que el grueso de los trabajadores no tenían ninguna protección legal. Por todo ello era perfectamente lógico que las prioridades desde el punto de vista del empleo se ubicaran claramente en el campo del autoempleo, la microempresa y la pequeña empresa.

La política en materia de empleo se organizó en cuatro grandes áreas: (i) la Promoción de la Micro y Pequeña empresa para mejorar la calidad del empleo<sup>110</sup>, (ii) la Capacitación de los trabajadores para mejorar la empleabilidad, productividad e ingresos, (iii) la Información sobre el mercado laboral para facilitar la inserción en el mismo, sobre todo de los jóvenes de menores ingresos (programas Red-CIL, ProJoven y ProEmpleo), y (iv) el apoyo a los Nuevos Emprendimientos para crear nuevo empleo, principalmente en la población joven (Programa Perú Emprendedor)<sup>111</sup>. Antes del 2001 el ministerio ya se encontraba trabajando en las áreas de (ii) capacitación e (iii) información laboral, las cuales por supuesto se mejoraron y fortalecieron; evidenciando que el valor agregado a las políticas de empleo y aporte al Ministerio fue el desarrollo del trabajo con las MYPEs (área i) y los nuevos emprendimientos (área iv), llamada también entrepreneurship. Queda de esta manera claro, por un lado las argumentaciones y la secuencia para introducir el tema MYPE dentro del MTPE, y por otro lado, explicar la justificación para que el MTPE asuma el liderazgo en este tema.

Entrando al tema específico de las políticas públicas de promoción a las MIPYMEs vigentes en estos momentos, se debe expresar que ellas están plasmadas en la Ley de Promoción y Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas (Ley 28015)<sup>112</sup>

La política para las micro y pequeñas empresas (MYPEs) tiene como objetivos: (i) desarrollar la contribución del sector MYPE a la competitividad del país, (ii) facilitar la formalización de las empresas informales, (iii) incrementar y mejorar la calidad del empleo, (iv) aumentar la productividad y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas (MYPEs), (v) ampliar su aporte al Producto Bruto Interno, (vi) mejorar su participación en

---

<sup>109</sup>. Los que tienen alguna experiencia en la función pública saben que nadie cede una institución, un programa, y menos un proyecto con fuentes de cooperación (es decir, poder) fácilmente. Esto fue posible no solamente por contar con el respaldo del Presidente y del Primer Ministro, sino sobre todo porque el tema del empleo era una prioridad del gobierno y había sido el tema principal en la campaña.

<sup>110</sup>. El trabajo con el sector MYPE desde el MTPE ha sido extensamente documentado en el libro de Carmen Vildoso: "Dos años en el Ministerio de Trabajo, Agenda: Micro y pequeña empresa", Fundación Ford, Instituto para la Educación Internacional, Lima, Junio 2004.

<sup>111</sup>. A las que se debe sumar las políticas de promoción de la inversión privada, nacional y extranjera, para la creación de nuevas empresas y la ampliación de las existentes, que son la principal fuente de nuevo empleo, y que se ejecutan en otros ministerios y dependencias.

<sup>112</sup>. El contrapunto entre la norma legal y el diseño de las políticas para las MYPEs se encuentra descrito y analizado en el trabajo de Carmen Vildoso: Dos años en el Ministerio de Trabajo, Agenda Micro y Pequeña Empresa, Fundación Ford, Lima, (2004); que contiene además la descripción detallada del proceso de discusión y negociación que supuso la aprobación de dicha norma.

la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y (vii) incrementar su contribución en la recaudación tributaria.

La Ley empieza por definir ambos conceptos. Micro Empresas son aquellas que abarcan de uno a diez trabajadores; Pequeña Empresas son aquellas que tienen entre 11 y 50 trabajadores, incluyendo al propietario y sus familiares. La otra variable utilizada fue la de ventas; las microempresas debían además vender menos de 50,000 dólares y las pequeñas empresas menos de 750,000 dólares.

Las orientaciones estratégicas de la política estatal actualmente en vigencia son las siguientes: (i) garantizar un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPEs y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacional, Regionales y Locales; (ii) establecer un marco legal e incentivar la inversión privada, promoviendo y generando una oferta de servicios empresariales (tanto financieros como de desarrollo empresarial) destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las MYPEs; (iii) desarrollar políticas que permitan la organización y asociación empresarial (tanto vertical como horizontalmente), así como el fortalecimiento de sus gremios representativos, para el crecimiento económico con empleo sostenible.

Se definió como órgano rector del sector MYPE al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), superando la dispersión y rompiendo el “empate” que hemos descrito líneas arriba. Se creó el Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CODEMIPE) como órgano de diálogo para debatir, concertar y sugerir al MTPE las políticas, programas y medidas de apoyo y promoción del sector MYPE. Participan en este organismo representantes de los gremios principales del sector, representantes del gobierno (principales ministerios), de los organismos privados de promoción a las MYPES, de las universidades, y otras instancias relevantes en el apoyo al sector; la cooperación internacional asiste como invitada. También se crean los Consejos Regionales y Locales con la misma composición institucional a nivel de cada una de las 25 regiones existentes en el país y gobiernos locales (municipios) que tuvieran la capacidad y voluntad de apoyar al sector.

Los instrumentos de promoción para el sector MYPE se agruparon en cinco áreas: (i) Los mecanismos de acceso a los servicios de desarrollo empresarial y aquellos que promueven el desarrollo de los mercados de servicios; (ii) Los mecanismos de acceso a los servicios financieros y aquellos que promueven el desarrollo de dichos servicios; (iii) Los mecanismos que faciliten y promueven el acceso a los mercados, y a la información y estadísticas referidas a la MYPE; (iv) Los mecanismos que faciliten y promueven la inversión en investigación, desarrollo e innovación tecnológica, así como la creación de la MYPE innovadora; (v) Instrumentos y mecanismos para la formalización y legalización de las empresas del sector. En todos cada una de estas áreas se incluye las orientaciones de política, así como a los principales mecanismos e instituciones encargadas de la promoción, con sus respectivos roles y actividades.

Finalmente, como parte importante de las políticas para el sector MYPE, se establece un régimen laboral especial para los trabajadores de las microempresas. Dicho régimen tenía como filosofía otorgar derechos laborales y un mínimo de protección a los trabajadores del sector que no tenían ninguna protección y derecho. Este régimen especial, que tenía una duración de 5 años, que contemplaba los siguientes aspectos: jornada de trabajo de 8 horas, descanso semanal de 1 día, seguro de salud, vacaciones de 15 días al año (el régimen general es de 30), una indemnización por despido de 15 días (el régimen general es de 45 días), no había derecho a gratificaciones de navidad y fiestas patrias, reparto de utilidades, ni Compensación por Tiempo de Servicios (CTS), y

la jubilación en el sistema privado era opcional. Esta propuesta era parte de la estrategia de formalización del sector, mayoritariamente informal. Sin embargo, como en todos los países, las modificaciones al régimen laboral generaron una encendida polémica nacional. Los dirigentes sindicales (de los trabajadores de las grandes empresas formales, pues los trabajadores de las MYPEs no estaban organizados) protestaron airadamente por esta pretensión arguyendo que se reducían los derechos de los trabajadores y se estaban creando ciudadanos de segunda categoría, lo que finalmente ponía en riesgo sus conquistas laborales. Los abogados laboristas (salvo muy pocas excepciones) también se opusieron argumentando que no podían existir dos regímenes laborales al mismo tiempo. Los empresarios, tanto pequeños como grandes, estuvieron de acuerdo con la propuesta y la apoyaron. Los partidos políticos se dividieron, algunos miembros o sectores apoyaban la reforma y otros estaban en contra. Al final, se logró la correlación necesaria en el Congreso para la aprobación de este régimen especial.

Uno de los principales trabajos de investigación de los últimos tiempos sobre las micro y pequeñas empresas es el efectuado por GRADE<sup>113</sup>, en el que se evidencia la ausencia de políticas estatales claras para el sector MYPE. Al mismo tiempo propone un conjunto de “lineamientos” para el marco normativo y las políticas públicas, que se pueden resumir en los siguientes: (i) las políticas de promoción deben ser compatibles con una economía de mercado y abierta al comercio internacional; (ii) se requieren programas permanentes y estables pero que brinden apoyos temporales a las empresas; (iii) las políticas de promoción deben estar dirigidas a quienes más las valoren, por ello deben utilizarse sistemas de co-pago y evitar subsidios totales; (iv) es crucial el desarrollo de un mercado de microfinanzas; (v) es necesario promover el financiamiento por el lado del patrimonio-capital de riesgo; (vi) se deben satisfacer los requerimientos de servicios de desarrollo empresarial bajo el principio de subsidiar temporal y parcialmente a las empresas con posibilidades de crecimiento; (vii) para lograr el “arranque” de los mercados de servicios se justifican los subsidios parciales a la demanda (bajo esquemas de co-pago) que sean decrecientes en el tiempo; (viii) la complementariedad de los servicios (incluyendo los financieros) es altamente recomendable; (ix) hay que crear mecanismos para certificar la calidad de los proveedores de SDEs; (x) deben idearse “mecanismos inteligentes” que ayuden a orientar los SDEs en función a la demanda; (xi) la capacitación ha probado ser el servicio de mayor impacto en las empresas cuando se orienta a formar capital humano; (xii) se deberá promover una mayor articulación entre las empresas (micro, pequeñas, medianas y grandes), en sus dos opciones, la horizontal (empresas del mismo tamaño) y la vertical (empresas de diverso tamaño)<sup>114</sup>.

Es claro que las nuevas políticas públicas elaboradas a partir del 2001 recogen y aplican estas orientaciones y recomendaciones; así como las propias experiencias (positivas y negativas) de la actuación del Estado en los últimos 20 años.

Como consecuencia de estas nuevas políticas públicas, y como evidencia de sus principios y orientaciones, el MTPE diseña y ejecuta el Programa Perú Emprendedor. Este tuvo como base el Proyecto FONDEMI de la Unión Europea (iniciado en 1995), cuya característica principal era la de no sólo apoyar a las empresas existentes sino que también incluía a un grupo social muy importante, los jóvenes. Por ello, por un lado, está dirigido a atender las demandas de financiamiento y servicios de desarrollo empresarial de las micro y pequeñas empresas que realizan actividades industriales, comerciales y de servicios; y por otro lado, el programa apoya las nuevas iniciativas empresariales especialmente de los jóvenes y ex trabajadores que deseen emprender un negocio. En lo que respecta a las nuevas iniciativas empresariales, el Programa brinda servicios de

---

<sup>113</sup> Robles, Saavedra et. al. 2001.

<sup>114</sup> Recomendaciones y propuestas de política contenidas en las páginas 414 a 423.

capacitación, asesoría y acompañamiento a los jóvenes de 18 a 30 años de edad, con secundaria completa, que cuenten con habilidades, actitudes emprendedoras y que deseen poner en marcha un negocio. La capacitación incluye la elaboración de un Plan de Negocios, a partir de la idea del emprendedor, mientras que la asesoría incluye la gestión del financiamiento y la puesta en operación.

La principal institución de promoción al sector por parte del Estado es PROMpyme, la que desarrolla sus múltiples actividades según las orientaciones dadas por las políticas de promoción y formalización a las MYPEs. Si bien esta institución ya tenía sus propios lineamientos desde su creación en 1997, ellos se vieron reafirmados y reforzados por las nuevas políticas y la nueva normatividad.

Ahora bien, estas políticas en vigencia han tenido un producto que las refuerza, profundiza y desarrolla: el Plan MYPE 2005 elaborado por el CODEMYPE (Consejo Nacional para el Desarrollo de la Microempresa) con la participación del Estado, los Gremios empresariales más representativos, las instituciones de promoción privadas, y la cooperación técnica internacional. Este documento es un paso adelante muy importante, no sólo porque se trata de un ejercicio de concertación entre los principales actores del sector MIPYME, sino también porque avanza en la concreción y puesta en práctica de muchas, con el establecimiento de metas e indicadores, de los objetivos de la política general vigente.

La Visión que propone el Plan al 2009 es la siguiente: Aspiramos a un país de emprendedores(as) que se desarrolla sosteniblemente en base a un tejido empresarial articulado, competitivo y descentralizado, donde las Micro y Pequeñas Empresas generan oportunidades económicas y empleo digno, en el marco de un sistema de promoción con políticas concertadas a nivel local, regional y nacional.

Su Misión institucional es la siguiente: El país cuenta con una institucionalidad MYPE, basada en un sistema multisectorial, descentralizado y público-privado de promoción a las empresas del sector, que fomenta la competitividad y el compromiso ético y práctico por la construcción de una sociedad sostenible económica, social y ambientalmente.

Los ejes de intervención estratégicos y las líneas de acción para el desarrollo de las MYPEs y los nuevos emprendimientos son los siguientes:

1. Fomento de la productividad y la competitividad de las MYPE.
2. Entorno favorable para la formalización y la calidad del empleo.
3. Institucionalidad Público-Privada de Promoción de las MYPE y los Nuevos emprendimientos.

Estos ejes estratégicos se plasman en *líneas de acción* para cada uno de los estratos empresariales: microempresas de acumulación, microempresas de subsistencia y nuevos emprendimientos. A la vez para cada Línea de Acción se desarrollan en Objetivos, Metas, Acciones y las instituciones Responsables de darles viabilidad.

A continuación se presentan los tres ejes de intervención con sus principales líneas de acción en cada uno:

#### I. Fomento de la Productividad y Competitividad de las MYPEs

- Fomento de la articulación y la cooperación empresarial.
- Promoción del acceso al mercado de bienes y servicios Nacional e internacional.
- Desarrollo de Capacidades
- Servicios de Desarrollo Empresarial
- Formación Profesional
- Formación de una Cultura Emprendedora
- Promoción y Acceso a Servicios Financieros

- Desarrollo Tecnológico: Innovación y transferencia Tecnológica
- Tecnología de Información y Comunicación-TIC
- Fomento de la Infraestructura Adecuada para el Desarrollo de la MYPE y los Nuevos Emprendimientos

II. Entorno favorable para la formalización y calidad del empleo

- Reducción de las barreras a la formalización..
- Régimen Laboral Especial
- Promoción de un Régimen Tributario Racional y Equitativo.

III. institucionalidad Pública-Privada de Promoción a la MYPE y nuevos emprendimientos

- Políticas e Instrumentos Concertados y Coordinados
- Fortalecimiento de la asociatividad empresarial y gremial

La propuesta del Plan MYPE 2005 representa un hito en el desarrollo de las políticas públicas a favor de las micro y pequeñas empresas en el Perú ya que se está basando en los lineamientos de política contenidos en la Ley de Promoción y Formalización de las MYPEs (28015). Tiene el valor de ser producto del esfuerzo concertado entre los principales actores del sector. Ha dado el paso decisivo de asumir que la promoción y formalización de las MYPEs no es exclusiva responsabilidad del Estado sino de todos los sectores involucrados, principalmente de las propias empresas del sector y de la institucionalidad privada de apoyo.

Por todo ello podemos reafirmar que en materia de políticas públicas para las MIPYMEs, las vigentes representan el esfuerzo más serio, sostenido y consensuado que ha tenido la corta historia de promoción al sector.

## **Capítulo 6: Marco legal y regulatorio**

Resulta útil dar una mirada al tratamiento legal que el tema MIPYME tiene en algunos países de la región<sup>115</sup>. De hecho, encontramos que si bien todos los países tienen leyes para la promoción y fomento del sector, se encuentran diferencias desde la definición misma de Pyme, Mype o Mipyme, según sea el caso, utilizando elementos como número de trabajadores, valor de los activos o volumen de ventas, de manera conjunta (como Argentina) o independientemente (como Brasil, donde sólo usan ventas). Algunos sesgos hacen que las normas al regular el tema tengan como ámbito de aplicación sólo al sector industrial (como el caso mexicano), aún cuando estos casos son ahora más bien las excepciones. Otras legislaciones hacen énfasis en normas sobre intermediación financiera (como en Colombia), mientras que la mayoría de países de la región ha optado por regular el tema de las compras estatales.

El tratamiento tampoco es uniforme en cuanto a la regulación de incentivos tributarios – tema que en el caso peruano fue expresamente excluido del proyecto discutido en el Congreso y posteriormente aprobado- pues países como Venezuela, Colombia, México y Brasil contemplan medidas fiscales de apoyo a las Pyme. En temas relativos a simplificación administrativa, México ha creado un canal único que permita a los microempresarios realizar los trámites que deben llevar a cabo ante varias instancias administrativas. La ley colombiana por su parte, se han integrado una serie de registros en el Registro Único Empresarial, a cargo de las cámaras de comercio.

En el caso chileno, si bien no hay una ley general que regule el tratamiento a las MIPYMEs, en el 2002 se aprobó un Estatuto -jurídico y económico- para que apoye y fortalezca las políticas de fomento implementadas en las últimas dos décadas. Puede afirmarse que el contexto de crecimiento del que Chile ha gozado durante los últimos años ha hecho que la aplicación de las políticas de fomento –y su efectividad- hayan requerido recién con posterioridad la aprobación de un estatuto legal y económico que garantice el mantenimiento de esas políticas.

No siendo la intención de este documento hacer un análisis detallado del tratamiento que la legislación comparada le da a las MIPYME, no deja de ser relevante la comparación de legislaciones que buscan, de manera general, promover e incentivar los esfuerzos de los micro y pequeños empresarios a través de diversos instrumentos. Por ello, para el caso peruano, es importante resaltar el esfuerzo por consolidar en una “ley madre” la participación de los distintos actores involucrados con el sector, así como poder concentrar en una norma los lineamientos principales que en materia de promoción, ordenamiento institucional y definición de políticas, se hacían necesarios ante la dispersión normativa y la falta de liderazgo que se requiere para ordenar la agenda pendiente. Esto, ciertamente, en un marco descentralizador y de generación de consensos que permita además la participación activa de los representantes gremiales.

### **6.1 La Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa**

---

<sup>115</sup> Ver “Análisis comparativo de las leyes para el fomento de las Pymes en Argentina, Brasil, Colombia, México y Venezuela” del Centro de Estudios Económicos y Legales de Venezuela (Octubre, 2001)

## Por qué una Ley MYPE?

En Julio del 2003 se promulgó la Ley N° 28015 , Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, la misma que fue reglamentada mediante Decreto Supremo N° 009-2003-TR en Setiembre del mismo año. Ello fue el resultado de un largo y complejo proceso<sup>116</sup> iniciado dos años antes (julio del 2001) desde el –en ese entonces- Ministerio de Trabajo y Promoción Social, que al poco tiempo cambio de nombre por el de Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) que conserva hasta ahora.

A pesar de la anterior vigencia de la Ley N° 27268, Ley General de la Pequeña y Microempresa, su antecedente el Decreto Legislativo N° 705 - Ley de Promoción de Micro Empresas y Pequeñas Empresas, y mucho mas antes la Ley N° 24062 - Ley de Promoción de la Pequeña Empresa Industrial, la normativa, reflejo del tratamiento institucional que desde el Estado y la sociedad civil se le había dado durante las décadas anteriores al sector de la MYPE, era fragmentada y dispersa, incluso considerando esfuerzos como el de la creación de Prompyme hacia finales de los 90's, o –desde el sector privado- la creación de COPEME.

Por ello, la frondosa maraña legal que regulaba los distintos aspectos relativos a las MYPE originaban, y de alguna manera aún hoy subsisten, dificultades en el acceso a la información por parte de los microempresarios, así como dificultades en el diseño de políticas que se complementen y articulen en los distintos niveles y sectores involucrados.

Ese escenario impulsó la necesidad de consolidar normativa e institucionalmente los esfuerzos que desde el sector público se venían realizando, con la presentación al Congreso – por parte del Presidente de la República en Julio del 2002- del proyecto de ley para la promoción de la micro y pequeña empresa, así como para centralizar en el Ministerio de Trabajo los principales esfuerzos que el Estado venía desarrollando en la promoción de las micro y pequeñas empresas. Esto llevó a la posterior modificación de la Ley Orgánica del Ministerio de Trabajo, a fin de crear una flamante Dirección Nacional de Micro y Pequeña Empresa, reformulando la conformación del Viceministerio de Promoción Social para convertirlo en el Viceministerio de Promoción del Empleo y la Mype.

En cuanto al proyecto de ley mencionado, fue ampliamente debatido en la sociedad civil, al interior del Gobierno, en talleres, en foros descentralizados de discusión en los que participaron representantes de gremios, académicos, autoridades, organizaciones públicas y, ciertamente, en el propio Congreso. Esta norma ha sido una de las más discutidas y debatidas, contra la opinión de aquellos cuyas posiciones finalmente no fueron recogidas en la versión final de la Ley y cuyas críticas – en algunos casos generadas desde el interés particular- .

### Contenido Principal de la Ley y su reglamento

Como se ha señalado la Ley busca articular los actores, las políticas y los instrumentos que le den al sector un tratamiento integral. En lo fundamental, se establecen :

Requisitos para considerarse como Micro y Pequeña Empresa (artículo 3°, Ley) y que deben cumplirse de manera conjunta:

En relación al número total de trabajadores:

- microempresa: 1 hasta 10 trabajadores inclusive.

---

<sup>116</sup> Ver Carmen Vildoso, Op. Cit. (2004).

- pequeña empresa: 1 hasta cincuenta 50 trabajadores inclusive.

En relación a los niveles de ventas anuales:

- microempresa: hasta el monto máximo de 150 UIT.

- pequeña empresa: a partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 UIT.

El cómputo del número máximo de trabajadores debe considerar a aquellos que tengan relación laboral con la MYPE; y que, para el caso de ventas anuales, éstas deben considerar las ventas brutas anuales (artículo 2°, Reglamento).

#### Del Marco Institucional de las Políticas de Promoción y Formalización

La ley aprueba lineamientos estratégicos respecto a la acción del estado en la promoción de las Mypes.

Define, además, un marco institucional en el cual el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo asume el carácter de órgano rector, mientras que crea el CODEMYPE (Consejo Nacional para el Desarrollo de la Microempresa) como un órgano adscrito al MTPE (artículo 7°), que a diferencia del proyecto propuesto cuenta con facultad de aprobación de planes (es decir no cuenta con carácter meramente consultivo). Cuenta con una Secretaría Técnica a cargo de la Dirección Nacional de la MYPE (artículo 8°). Y tiene, entre otras, como funciones principales aprobar el Plan Nacional de Promoción y Formalización para la Competitividad y Desarrollo de las Mypes (lo cual fue efectuado el 28 de junio pasado), supervisar el cumplimiento de las políticas, contribuir a la coordinación, promover la asociatividad, promover el acceso de las Mypes a los mercados financieros, de desarrollo empresarial y de productos, entre otros.

Crea en cada región además, con interés descentralizador y de generación de consensos, los Consejos Regionales de las MYPEs (COREMYPES), cuyo liderazgo deberán ejercer los Gobiernos Regionales para promover el acercamiento entre las diferentes asociaciones de las MYPE, entidades privadas de promoción y asesoría a las MYPE y autoridades regionales; dentro de la estrategia y en el marco de las políticas nacionales y regionales.

#### Instrumentos de Promoción para el Desarrollo y la Competitividad

Se parte de la premisa que el Estado promueve los servicios de capacitación y asistencia técnica, priorizando la creación de nuevas empresas, fortalecimiento de las MYPE y asociatividad empresarial de MYPES con potencial exportador y generación de empleo (Artículo 16°).

Asimismo, se establece las medidas promocionales a instituciones privadas que brinden capacitación y asistencia técnica a las MYPE (artículo 17°), como la formación de consultores y capacitadores, concursos de mejores prácticas, pasantías, incentivos a la oferta de servicios de desarrollo empresarial, promoción de la especialización de la oferta de servicios de desarrollo empresarial, transferencia de metodologías, programas de voluntariado por intermedio de cooperantes internacionales.

Acceso a los mercados y la información

Asociatividad Empresarial: El Reglamento establece que las MYPE pueden asociarse o celebrar contratos asociativos para tener un mayor acceso al mercado privado y compras del Estado (artículo 18°).

Compras Estatales

El Reglamento señala que PROMPYME facilita el acceso de las MYPE a las Compras Estatales (artículo 19°), a través de:

- Difusión de planes anuales, convocatorias y buena pro.
- Mecanismos de articulación de demanda y oferta de bienes y servicios y obras previstas en la legislación.
- Promoción de consorcios.
- Programas de subcontratación.
- Mecanismos centralizados de negociación (ejm. Bolsa de Productos).

Asimismo, se dispone:

- La preferencia de las MYPE regionales y locales del lugar donde se realizan las compras estatales.
- Sistema alternativo a la obligación de presentar garantía de fiel cumplimiento.
- Obligación de las Entidades del Estado de presentar a PROMPYME su presupuesto anual para su difusión, a efectos de la atención del 40% de las compras globales de éstas por parte de las MYPE.
- Para la acreditación de las microempresas en las compras estatales adicionalmente a la declaración jurada señalada en el artículo 5º del presente Reglamento, se deberá presentar una declaración jurada de cumplir con las normas del régimen laboral especial o del general, de ser el caso. (artículo 20º)
- Obligación de reportar cada dos meses a PROMPYME las compras que realicen las entidades, bajo sanción por incumplimiento (artículo 21º)

#### Promoción de las Exportaciones

La Dirección Nacional de la MYPE en coordinación con PROMPYME y otras entidades mencionadas en el artículo 23º del Reglamento, difundirán información actualizada sobre las oportunidades de exportación para las MYPE.

#### Del acceso al Financiamiento

Le asigna al Estado la promoción del acceso de las MYPE al mercado financiero y al mercado de capitales, fomentando la expansión, solidez y descentralización de dichos mercados. Respecto a COFIDE, le encarga, entre otras funciones, articular integralmente el financiamiento, diversificando, descentralizando e incrementando la cobertura de la oferta de servicios de los mercados financiero y de capitales en beneficio de las MYPE, así como el diseño de metodologías para el desarrollo de Productos Financieros y tecnologías que faciliten la intermediación a favor de las MYPE; implementar un sistema de calificación de riesgos para los productos financieros que diseñen en coordinación con la Superintendencia de Banca y Seguros.

#### Instrumentos de Formalización para el Desarrollo y la Competitividad

En cuanto al acceso a la formalización se señala que es el Estado quien fomenta la formalización de las MYPE a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior. Las Municipalidades en un plazo no mayor de siete (7) días hábiles, otorgarán la licencia de funcionamiento provisional (previa conformidad de la zonificación y compatibilidad de uso correspondiente). Pasado ese plazo, si la Municipalidad no cumple con la expedición de la Licencia, se entenderá otorgada la licencia de funcionamiento provisional.

Se incluye, mas bien con un carácter meramente declarativo, un capítulo con sólo un artículo (42º), sobre el régimen tributario de las PYME. Allí la norma indica aspiraciones respecto a la aspiración de lograr que un mayor número de contribuyentes se incorpore a la formalidad, así como a la responsabilidad del Estado en promover campañas de difusión sobre el régimen tributario, en especial el de aplicación a las MYPE con los sectores involucrados.

Este es -tal vez- una de las debilidades mas marcadas de la ley en tanto no se aprovecha la utilización de herramientas fiscales que permitan generar incentivos concretos a los empresarios, tal como se hace en varios países de la región y la norma se limita a mencionar de manera general que la .SUNAT adopta las medidas técnicas, normativas, operativas y administrativas, necesarias para fortalecer y cumplir su rol de entidad administradora, recaudadora y fiscalizadora de los tributos de las MYPE.

### Régimen Laboral

Este capítulo fue uno de los más debatidos y –en algunos sectores- resistidos en el proceso de aprobación de la Ley. Sin embargo, es necesario decir que no es el primer caso de un régimen especial en el establecimiento de normas aplicables a un sector en particular con una duración de tiempo determinada. El antecedente más cercano es el régimen establecido por la Ley N° 27360, expedida a finales del 2000 y reglamentada dos años después, que aprueba la Normas de Promoción al Sector Agrario. Dicha norma declara de interés prioritario la inversión y desarrollo del sector agrario y establece beneficios durante los 10 años siguientes, que se dirigen a productores agropecuarios o dedicados a la actividad agroindustrial con productos nacionales, incluyendo regímenes tributario y laboral de naturaleza excepcional. La Ley MYPES, en cambio, no contempla beneficios tributarios específicos, si bien contempla un régimen laboral de excepción que corresponde únicamente a las microempresas.

A efectos de comparación vamos a reseñar las principales características del régimen laboral agrario de excepción:

- Al igual que la Ley MYPE tiene carácter temporal (hasta el 31 de Diciembre del 2010) pero no es aplicable en todo el territorio nacional, pues se excluye la actividad agroindustrial en al provincia de Lima y en la Provincia Constitucional del Callao.
- Se reduce a la mitad la tasa del Impuesto a la Renta (15%), así como se establece una depreciación acelerada de ciertas inversiones (20% anual) para infraestructura hidráulica u obras de riego, además de aprobarse un sistema de recuperación anticipada del Impuesto General a las Ventas. No hay en la ley MYPE nada parecido a estas normas.
- Crea un régimen laboral y de seguridad social que, entre otros puntos, establece una Remuneración Legal Integral que comprende CTS, gratificaciones y que sólo es aplicable a remuneraciones por encima de 2 UIT.
- No excluye la asignación familiar ni la póliza de seguro de vida.
- Reduce el goce vacacional a 15 día, así como la indemnización por despido arbitrario a 15 días de remuneración por cada año de servicios con el tope de 180 días de remuneración.
- En cuanto al seguro de salud y régimen provisional se establece para el primero un aporte mensual del 4% de la remuneración mensual (a diferencia de régimen común que lo fija en 9%) mientras que hace optativo el régimen de afiliación a los sistemas previsionales.

Por su parte, el Régimen Laboral especial que contempla la Ley MYPE es sólo aplicable a las microempresas, tiene naturaleza temporal (5 años a partir de la vigencia de la norma) y establece, en lo fundamental, los siguientes derechos :

- Determina un período de descanso vacacional de 15 días (igual que régimen especial agrario).
- No establece diferencias para la Remuneración Mínima Vital
- Fija una Indemnización especial equivalente a 2 remuneraciones por cada año si el trabajador del régimen general es despedido para ser reemplazado por otro del régimen especial.
- Establece verificaciones de no menos del 20% de inspecciones anuales en las microempresas para verificar el cumplimiento del régimen especial.
- Hace no aplicable la sobretasa del 35% para el trabajo nocturno

- Le da el tratamiento general al Seguro social de salud pero deja a voluntad del trabajador el pago correspondiente al régimen pensionario.
- No se reconoce CTS, gratificaciones, participación en las utilidades, póliza de seguros de vida, asignación familiar.

Se conoce que hasta el momento se han acogido una fracción pequeña del universo existente de MYPEs. Ello, si bien puede ser una crítica al rol de difusión de la norma, abre aún hoy la posibilidad de crecer significativamente en el número de empresas que pueden aprovechar los mecanismos e instrumentos que la ley dispone. Y no sólo en cuanto al régimen laboral, pues podemos exigir –por ejemplo- que los Gobiernos regionales asuman el liderazgo en la articulación de políticas y actores vinculados al sector, de una manera que aún hoy no se percibe. Los COREMYPES cuando no están constituidos, tienen en su mayoría debilidades y precariedades institucionales que no les permiten constituirse en referentes regionales y activos fiscalizadores de velar –entre otros temas- por el cumplimiento de las normas relativas al tiempo de expedición y costo de las licencias municipales de funcionamiento.

Un punto que no se incluye dentro de los comentarios a la Ley 28015 es el relacionado a la promulgación en Agosto del 2004 de la Ley N° 28304, Ley de Promoción del Desarrollo Económico y Productivo, la cual incorpora una serie de políticas e instrumentos muy discutibles, que precisamente han generado hasta la fecha su inaplicabilidad, pues a un año de su promulgación esa norma sigue sin reglamentarse ante la indiferencia –e incluso resistencia- de los sectores responsables de su implementación.<sup>117</sup>

#### Impacto de la Norma

A casi dos años de vigencia de la Ley N° 28015 y en virtud del relativamente escaso número de microempresas que se acogieron al Régimen Laboral Especial contemplado en la Ley (1,601 empresas a mediados del 2005), el Ministerio de Trabajo solicitó la evaluación del impacto<sup>118</sup> de dicha norma con el fin de evaluar, entre otros puntos, los resultados obtenidos en términos de formalización por parte de las micro y pequeñas empresas desde la aprobación de la ley, así como proponer medidas alternativas para apoyar la formalización de las micro y pequeñas empresas.

Sobre el primer punto Garavito concluye en que: “el objetivo de la Ley MYPE era promover la formalización, desarrollo y competitividad de las micro y pequeñas empresas.

En el caso de las microempresas, la reducción de costos incluye el Régimen Laboral Especial, el cual permite una reducción de 30% en los costos laborales con respecto al régimen general. El reducido porcentaje de micro y pequeñas empresas que se han acogido a esta ley se debe a que los beneficios esperados de la Ley son menores a los costos que la formalidad implica”. Por otro lado, la misma consultora hace interesantes propuestas en relación a:

- Diseño de programas de capacitación adecuados a las necesidades específicas de cada tipo de empresa.
- Favorecer la penetración de nuevos mercados y la capacidad de competir de las empresas a través de la exoneración de impuestos entre las empresas que asociaciones horizontales.

<sup>117</sup>. Ver en Anexo Descripción de la norma.

<sup>118</sup>. Ver Cecilia Garavito “Impactos económicos de la extensión de la Ley Mype al resto de unidades económicas”, MTPE, Marzo 2005

- Mantener los 5 años de vigencia del Régimen Laboral Especial pero contados a partir del momento en que la microempresa se acoge a él y no desde la fecha de vigencia de la Ley (plazo que se cumpliría en Julio del 2008) .

## **6.2 Institucionalidad**

El tratamiento que países de la región le dan a la institucionalidad en el tema MYPE<sup>119</sup>, salvo algunas excepciones como el caso de Colombia o Chile, apunta a la creación -ya entrados los 90's- de instituciones ad hoc para la promoción de las MYPES. Incluso en los casos de los países con instituciones más antiguas, la relevancia y el fortalecimiento de esas instituciones se remonta principalmente a la última década. Y es regularmente en los Ministerios de Economía, Trabajo o Industria donde recaen las funciones de diseño de políticas para las Mypes.

El Plan Nacional de Promoción y Formalización para la Competitividad y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, aprobado el pasado 28 de junio en el seno del CODEMYPE recoge una relación de roles que debe asumir el Estado para superar las inequidades que sufren las Mypes en el acceso a los servicios y las imperfecciones en los mercados.<sup>120</sup> De acuerdo a dicho Plan el Estado tiene un rol normativo, facilitador, promotor, concertador y descentralizador.

A partir de esa asignación de roles tenemos a las siguientes instituciones involucradas en el cumplimiento de los roles mencionados:

### **Rol Normativo**

Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, responsable de coordinar, proponer, evaluar y supervisar la política nacional de las micro y pequeñas empresas, proponiendo la normatividad legal correspondiente.

### **Rol promotor**

PROMPYME; Es el Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa y constituye una instancia de promoción, coordinación y concertación de las acciones necesarias para contribuir con el incremento de la competitividad de la pequeña y micro empresa en los diferentes mercados en los que ésta participa.

COFIDE Debe adoptar las medidas técnicas, legales y administrativas necesarias para fortalecer su rol de fomento en beneficio de las MYPE para establecer las normas y procedimientos relacionados con el proceso de estandarización de productos financieros destinados a los clientes potenciales y de conformidad con la normatividad vigente.

### **Rol Concertador y descentralizador**

CODEMYPE (Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa) Se crea como órgano adscrito al Ministerio de Trabajo, con participación interinstitucional, y encargado entre otras cosas de aprobar el Plan Nacional de Promoción y formalización para la competitividad y desarrollo de las MYPE, mencionado líneas arriba, así como de contribuir a la coordinación y armonización de las políticas y acciones sectoriales, de apoyo a las MYPE y promover la asociatividad y organización de la MYPE.

COREMYPES (Consejos Regionales de la MYPE), con el objeto de promover el desarrollo, la formalización y la competitividad de la MYPE en su ámbito geográfico y su

---

<sup>119</sup> Véase Alejandro Solís y Pablo Angelelli "Políticas de Apoyo a la Pequeña Empresa en 13 Países de América Latina", BID (Diciembre2002)

<sup>120</sup> Que a su vez los toma de José Távora, "Propuestas para la elaboración de un Documento de Políticas públicas de la Mesa de Coordinación Pyme" (2001)

articulación con los planes y programas nacionales. Son creados por cada Gobierno Regional y conformados por representantes del sector público y las asociaciones representativas de las Mypes.

### **6.3 Registro de Asociaciones Empresariales**

RENAMYPE: En Octubre del 2003 fue creado el Registro Nacional de Asociaciones de Micro y Pequeñas Empresas con la finalidad de brindar información en el ámbito y grados de representatividad de las organizaciones que agrupan a las micro y pequeñas empresas. El relativamente escaso número de asociaciones inscritas, 56 a nivel nacional de las cuales 35 están en Lima, que representan a 4,680 microempresas, así como el número mínimo de microempresarios exigido para constituir e inscribir una asociación (10), hace que el grado de representatividad no se vea fortalecido<sup>121</sup>, generando por el contrario una dispersión de los temas de agenda.

Instancias de representación de las MYPES. Proyecto de regulación de la participación de representantes de las MYPES.

A fin de graficar la enorme dispersión de las instancias en que representantes de diversos gremios de las Mypes participan, veamos un listado preliminar:

- a) Consejo Nacional del Trabajo y Promoción del Empleo
- b) Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa
- c) ESSALUD
- d) PROMPYME
- e) PROMPEX
- f) Consejo Nacional de Competitividad
- g) Comisión de Lucha contra los delitos aduaneros y la piratería
- h) Todos los COREMYPES
- i) Consejo Nacional del SENATI
- j) FOGAPI
- k) FONDEPES
- l) Todos los CITES
- m) Sub Comité Técnico de Normalización de Calidad en el Sector Pymes
- n) Cajas Municipales de Ahorro y Crédito
- o) Consejo Nacional de Concertación Agraria para la Reactivación y Desarrollo del Sector Agrario (CONACA)
- p) Consejo Nacional del Algodón
- q) Consejo Nacional del Café
- r) Consejo Nacional del Banano Orgánico, etc.

Para regular esta dispersión es que se ha planteado un interesante Proyecto de Ley que está pendiente de aprobación en el Congreso<sup>122</sup>, el cual busca ordenar la participación de los representantes de las Mypes en las diferentes instancias públicas.

### **6.4 Régimen Tributario**

De los Regímenes Vigentes:

Régimen Único Simplificado - RUS (Decreto Legislativo 937)

Para las personas naturales que obtengan rentas de 3ra. categoría por actividades de comercio y/o industria o actividades de servicios y para personas no profesionales que persigan rentas de cuarta categoría hasta 80,000 nuevos soles en un cuatrimestre calendario. Bajo este régimen, las empresas no emiten facturas sino boletas de venta y

<sup>121</sup> Revisar en el capítulo .... cuadro con la actual composición del RENAMYPE.

<sup>122</sup> Proyecto de ley 13009 del Congresista Juan Manuel Figueroa.

pagan un impuesto sobre los ingresos brutos (3%), que sustituye al impuesto a la renta y al IGV. No están obligados a llevar libros contables y sólo pueden emitir Boletas de Venta.

En los hechos, estas limitaciones implican que los usuarios del RUS carezcan de posibilidades de engancharse a encadenamientos con empresas medianas o grandes, en la medida que esas empresas no gozarían de l beneficio del crédito fiscal.

Régimen Especial del Impuesto a la Renta – RER (decreto legislativo 938)

Para las MYPES, sean estas personas naturales o jurídicas, que requieran emitir facturas. Requiere comprobantes de pago (facturas, Guía de remisión, ) y libros y/o registros contables.

Lo utilizan las empresas con ingresos anuales inferiores a los 216 mil soles, pero sin los requisitos adicionales exigidos por el RUS. Las empresas que se acogen a este régimen pagan por concepto de Impuesto a la Renta de tercera categoría, con carácter de pago definitivo, el 2.5% de sus ingresos netos mensuales provenientes de rentas de tercera categoría. Sin embargo, no pueden acogerse al RER las personas dedicadas a la construcción y a los servicios comprendidos en las normas del IGV.

Régimen General

Para las Mypes contribuyentes del RUS y el RER que hayan sobrepasado los 216,000 soles anuales: en estos casos es necesario llevar contabilidad completa (caja, inventarios y balances, libro diario, etc.)

Agenda pendiente

El tratamiento tributario que la Ley aplica se circunscribe a un solo artículo, el artículo 42°, que señala: “El Régimen Tributario facilita la tributación de las MYPE y permite que un mayor número de contribuyentes se incorpore a la formalidad. El Estado promueve campañas de difusión sobre el régimen tributario, en especial el de aplicación a las MYPE con los sectores involucrados. La SUNAT adopta las medidas técnicas, normativas, operativas y administrativas, necesarias para fortalecer y cumplir su rol de entidad administradora, recaudadora y fiscalizadora de los tributos de las MYPE”.

Esto es consecuencia de las negociaciones y concesiones que se hicieron en el proceso de aprobación de la Ley 28015. Por ello, hay hasta la fecha una serie de temas que cuya discusión sería interesante:

- Exoneración del IGV al pago de intereses que efectúen los usuarios de microcréditos.
- Estabilidad tributaria para las Mypes
- Incremento del porcentaje del 3% que establece el RUS para efectos del crédito fiscal

## **Capítulo 7: Principales conclusiones, lecciones y recomendaciones**

### **Conclusiones**

1. Si bien todavía existe cierta discusión a nivel internacional sobre las definiciones de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME), cada vez se logra un mayor consenso en utilizar al número de personas ocupadas como la variable para definir las (aunque también se usan otras variables como ventas anuales y activos fijos), principalmente por su facilidad de obtención y utilidad para las comparaciones inter países. En base a ella, las definiciones más comunes a nivel internacional (tanto en países desarrollados-en especial en la Unión Europea- como en países en desarrollo) son: (i) autoempleo, 1 persona ocupada; (ii) micro empresa, de 2 a 10 personas ocupadas; (iii) pequeña empresa, de 11 a 50 personas ocupadas, y (iv) mediana empresa, de 51 a 250 personas ocupadas. En el Perú, la Ley de Promoción y Formalización de las MYPEs (28015) aplica estas últimas definiciones en lo que respecta a la micro y la pequeña empresa; todavía no hay una definición oficial de la mediana empresa. Se recomienda mantener la definición vigente para la micro y pequeña empresa y avanzar en la de mediana empresa, quizás a través de una ampliación de la ley 28015.

2. En todos los países del mundo, tanto desarrollados como en desarrollo, existen políticas específicas para las MIPYMEs, instituciones públicas y privadas de apoyo y promoción, y los gobiernos destinan recursos significativos para ello. En el caso de Estados Unidos, la SBA (Small Business Administration) tiene un presupuesto operativo de 671 millones de dólares anuales; en Brasil, el SEBRAE (Servicio de apoyo a la pequeña y micro empresa) tiene un presupuesto de 350 millones de dólares anuales; y en Chile CORFO (Corporación de Fomento Productivo) destina aproximadamente 50 millones de dólares en diversos programas para el sector. En contraposición, en el Perú, PromPYME tiene un presupuesto de 1.9 millones de dólares. Resulta evidente que los estos recursos destinados a la promoción de las pequeñas empresas son muy escasos; por lo que deviene en indispensable realizar un esfuerzo nacional para ubicarnos en un rango intermedio de países de la región, como es el caso de Chile y Colombia. Se propone elevar el presupuesto de promoción a las pequeñas empresas (no sólo de PROMpyme, sino de todo el sistema de promoción) a 25 millones de dólares anuales en el plazo de tres años (entre 2006 y 2009).

3. Las razones para apoyar a las MIPYMEs son múltiples, casi cada país tiene las suyas de acuerdo a su historia y cultura, aunque destacan algunas ideas con claridad: es el sector con mayor capacidad de generación de empleo (sobre todo el nuevo empleo), es una fuente muy importante de innovación y dinamismo tecnológico, es el principal factor de articulación empresarial, contribuye a la estabilidad social y mejora la distribución del ingreso, es la principal fuente de oportunidades de realización de las personas, sobre todo para los jóvenes emprendedores, su principal característica (la flexibilidad) está en plena sintonía con la economía globalizada y post-moderna, entre otras razones. Si bien estas razones tienen muchos estudios y experiencias exitosas detrás, no son conocidas en nuestro país, de tal manera que no son parte del sentido común de los intelectuales, académicos, funcionarios públicos y clase política; lo que en parte explica los escasos recursos destinados al sector. Urge realizar una campaña de difusión de estas políticas y programas exitosos para ampliar los consensos a favor de la promoción a la pequeña empresa, lo que eventualmente debe conducirnos al incremento de los recursos, instituciones y personas involucradas en este tema.

4. De todas las experiencias internacionales de apoyo a las pequeñas empresas, las más exitosas han sido las de: Italia con sus consorcios de exportación, sobre todo los de la región de Emilia Romagna<sup>123</sup>, Japón con la subcontratación generalizada entre grandes y pequeñas empresas, Taiwán y Corea con las políticas estatales de apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas<sup>124</sup>; en América Latina destacan Chile, Brasil y Colombia. También es posible afirmar que aquellas que se han orientado hacia la exportación han sido las que mejores resultados han mostrado los mejores resultados e impactos. Este es el caso de los Programas de Fomento (PROFOS) impulsados y administrados por CORFO en Chile, mediante los cuáles el Estado apoyaba a grupos de pequeñas empresas que presentaban proyectos para exportar; entre otros subsidios, financiaban a un gerente que se encargaba de formar el consorcio, conseguir los mercados y supervisar la transformación de las empresas para encarar exitosamente el mercado internacional. Estas experiencias han sido estudiadas y analizadas desde la perspectiva peruana<sup>125</sup>, y pueden convertirse en ejemplos a seguir.

5. En el Perú, según las cifras más recientes, el sector MIPYME representa el 99.5% de las empresas existentes, el 84% del empleo<sup>126</sup>, el 64% del PBI (las MYPEs y los independientes contribuyen con el 47% del total), y el 2% de las exportaciones (por parte de las micro y pequeñas empresas – MYPEs). La participación tan alta en las tres primeras variables contrasta con la baja participación en las exportaciones totales, sobre todo considerando que estamos (2005) en medio de un boom exportador. Ello va revelando los problemas estructurales de las MIPYMEs: baja productividad y competitividad, explicada por el poco conocimiento y tecnología aplicadas, y la escasa articulación con los estratos empresariales más grandes y los mercados más dinámicos.

6. En total, existen en el Perú 2.5 millones de MIPYMEs, que dan empleo a 7.6 millones de personas (en esta cifra no se incluye el autoempleo), distribuidos 57% en el ámbito urbano y 43% en el ámbito rural (nos referimos a la PEA). El 74% de las MYPEs (micro y pequeñas) son informales, aunque en la medida que crecen se va incrementando el grado de formalización (sólo el 37% de las pequeñas son informales). Las MIPYMEs son bastante descentralizadas; su PEA ocupada se distribuye en: 29.1% en la macro región norte, 23.6% en la macro región sur, 16.0% en la macro región centro, 7.0% en la macro región oriente, y sólo 24.4% en Lima Metropolitana. Las actividades más importantes (en PEA ocupada) son: agricultura con 52.4%, servicios con 18.3%, comercio con 15.6%, industria con 8.9% y construcción con 4.1%.

7. Recientes investigaciones<sup>127</sup> para el ámbito urbano, muestran que el 37% de las MYPEs tienen una mayor productividad, 20% son media y baja productividad (calificadas como de acumulación simple), y 43% son de subsistencia. Esta última cifra contrasta con anteriores investigaciones y estudios (en los 80s y 90s) donde se estimaba que las MYPEs de subsistencia alcanzaban el 60 a 70% del total. Ello se comprobaría con el hecho de que los clientes del sistema de microfinanzas se han venido incrementando paulatinamente, hasta llegar a los 714,000 actuales (Dic. 2004); todos los cuales tienen que ser empresas (e individuos independientes) viables económicamente, pues si no lo fueran no podrían mostrar los bajos niveles de morosidad que presenta el sistema.

---

<sup>123</sup>. Ver ERVET 1989 y Becattini 1989.

<sup>124</sup>. Son conocidos los trabajos del profesor Albert Berry del Canadá, mostrando el rol dinámico que tuvieron las PYMEs en ambos países.

<sup>125</sup>. Ver el trabajo de Marisela Benavides y Cecilia Rivera: "Chile: estructura e instrumentos para la promoción productiva", Swisscontact, Lima, 1998.

<sup>126</sup>. Tanto en las variables empleo como PBI, se incluye al autoempleo.

<sup>127</sup>. Ver Trejos, Juan Diego, "La microempresa en el Perú a inicios del siglo XXI: magnitud, importancia y características" (IPES – Promoción de desarrollo sostenible – Serie: Desarrollo Económico Local #1), 2003.

8. El sistema de microfinanzas en el Perú está compuesto por: 10 bancos comerciales (entre los que destacan el Banco de Crédito, del Trabajo y MIBANCO, que concentran el 80% de las colocaciones hacia el sector), 14 Cajas Municipales-CMACs, 12 Cajas Rurales y 14 EDPYMEs<sup>128</sup> que tienen una cartera de créditos que asciende a 3,152 millones de soles (Dic 2004), tienen, como dijimos, un total de 714,000 clientes activos (a dic. 2004), las colocaciones del sistema han crecido a un promedio de 25% anual en los últimos cuatro años (las de las CMACs crecen al 38% anual), y la rentabilidad (ROE) de las Cajas Municipales es de 26%. Estas cifras son verdaderamente espectaculares, y ponen al sistema de microfinanzas en una posición de franco liderazgo en el mundo<sup>129</sup>.

9. Los Servicios de Desarrollo Empresarial (SDEs), compuestos por la capacitación, la asesoría, la asistencia técnica, la información, la consultoría, acceso a los mercados, la tercerización, entre los principales, están en pleno desarrollo en el Perú. Han empezado mucho después que los servicios financieros (10 años) por lo que no pueden mostrar los mismos resultados, y sin embargo, como ellos, se encaminan hacia la pertinencia, eficiencia y sostenibilidad. Las principales instituciones en este campo son: PromPYME, COPEME, Perú Emprendedor-MTPE, CITEs-MinProduce, IDESI Nacional, Foncodes-MIMDES, Centros de Servicios Económicos del PARA, Consorcio de CDEs, y una importante cantidad de empresas consultoras y consultores individuales; ellas están brindando una gama muy amplia de servicios empresariales, cada vez más eficientemente, a las MIPYMEs del país.

10. Un campo relativamente nuevo en el Perú es el del emprendedorismo (traducción de los autores del término entrepreneurship del inglés), en que se incluyen todas las actividades conducentes a promover el espíritu empresarial, la creación de nuevas empresas, las incubadoras de empresas, la formación emprendedora, el apoyo a las empresas de jóvenes, los concursos de proyectos y planes de negocios, entre otras actividades. Es un tema de mayor dinamismo a nivel mundial, en la medida que los países van reconociendo que el emprendedorismo es una de las principales fuentes del crecimiento y la generación de empleo. Las instituciones que están trabajando activamente en este campo son: el Colectivo Integral del Desarrollo-CID, Asociación Pro Bienestar y Desarrollo-PROBIDE, Bono Emprende del MTPE, Programas para jóvenes de secundaria de Junior Achievement, y las principales Universidades e Institutos del país, dentro de los que destacan: el Centro de Innovación y Desarrollo-CIDE de la PUC, la Universidad del Pacífico, la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de INICTEL, la U. San Ignacio de Loyola, entre las principales.

11. En años recientes se viene perfilando una nueva área de trabajo con las MIPYMEs que podemos calificar de Promoción de la Competitividad, las Exportaciones, las Cadenas Productivas y los Clusters; la que intenta adecuar a este amplio sector empresarial a las exigencias que impone la creciente globalización. En el Perú tenemos un conjunto de instituciones que se integran en esta área con programas y proyectos novedosos; entre ellas destacan: MINKA de Trujillo con redes empresariales y fomento de cadenas productivas, PROMPEX con el apoyo para exportar, el Consejo Nacional de Competitividad – CNC con sus líneas de articulación productiva y de innovación

---

<sup>128</sup>. Significa: Empresas de desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa, creadas por la Ley de Bancos y supervisadas, junto con el resto del sistema, por la SBS. Hay que señalar también que en algunos casos se incluyen a unas 160 cooperativas de ahorro y crédito dentro del sistema de microfinanzas, pues también financian a microempresas e independientes.

<sup>129</sup>. Varias Cajas Municipales y otras instituciones del sistema han recibido premios del BID y otros organismos internacionales; así como muchos consultores peruanos se encuentran en Centro América y los ex países socialistas transfiriendo sus conocimientos y experiencia.

tecnológica, el Ministerio de la Producción con el impulso a 11 Cadenas Productivas, el Fondo de Iniciativas de Articulación Comercial – FIAC de COPEME, entre otros.

12. En las 10 ciudades visitadas: Piura, Chiclayo, Trujillo, Tarapoto, Moyobamba, Huancayo, Ayacucho, Ucayali, Arequipa y Juliaca, se ha encontrado también una apreciable actividad de las micro y pequeñas empresas (predominando la agricultura, el comercio, el turismo y la industria), y una creciente institucionalidad de apoyo. Las instituciones privadas, principalmente ONGs, lideran el esfuerzo de promoción, que es acompañado por representativas Cámaras de Comercio y Producción; desgraciadamente tanto los Gobiernos Regionales como los Municipios todavía no terminan de entender la importancia del sector, tienen otras prioridades y presentan una debilidad organizacional y escasez de recursos.

13. Por su parte, los gremios empresariales del sector MIPYME muestran una debilidad notoria. Si bien en los últimos años se han creado muchos gremios, tanto de carácter nacional, sectorial, regional y local, estos en general muestran poca representatividad, débil estructura organizativa y escasa formalidad. Un factor perturbador que explica en cierta forma esta situación es la política; muchos dirigentes gremiales han accedido en altos cargos públicos (como es el caso de los Vicepresidentes Máximo San Román y David Waisman); y durante los 90s hubo una ingerencia gubernamental que debilitó aún más a los gremios. Los gremios más representativos en el momento son: (i) la Coordinadora de Gremios PYME, formada por el COPEI de la SNI, PYME-ADEX y ATEM-Perú, que agrupa a (ii) la Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú – APEMIPE, con bases fuertes en varias regiones del país, (iii) la UMEP – Unión de Empresarias Mujeres del Perú, y a nivel local: (iv) las Cámaras de Comercio e Industria (o Producción) de la mayoría de regiones del país que muestran representatividades consistentes en lo que se refiere a participación de la pequeñas y medianas empresas (y en muchos casos también de las microempresas), (v) la APEMIVES – Asociación de Empresas y Empresarios de la Micro y Pequeña Empresa del Cono Sur de Lima. Existen, por supuesto, muchos otros gremios empresariales<sup>130</sup> que incluso se declaran los “únicos” o los “auténticos” pero en nuestra investigación estos reclamos no ha probado ser ciertos.

14. Respecto del marco legal, encontramos que la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa – Ley 28015, representa una pieza legislativa moderna, en consonancia con las mejores prácticas internacionales, pues incluye los siguientes elementos: (i) Define los conceptos de micro y pequeña empresa, (ii) Ordena la institucionalidad estatal vigente, creando el CODEMYPE y los CORAMYPE, (iii) Alienta y regula la promoción al sector (realizada principalmente por el sector privado de promoción), en capacitación y asistencia técnica, acceso al financiamiento, la asociatividad, las compras estatales, la promoción de las exportaciones, la creación de nuevas empresas, y la organización gremial empresarial (creando el RENAMYPY), (iv) fomenta la formalización con simplificación de trámites y reducción de costos (lo que desgraciadamente viene siendo incumplido por los Municipios), (v) el establecimiento de un régimen laboral especial, que ha sido una de sus innovaciones más importantes. Quedan pendientes a nivel del marco legal, los temas de la tributación adecuada (una

---

<sup>130</sup>. Hay dos casos que merece la pena aclararse: (i) Gamarra, que es la principal aglomeración (cluster) de empresas MYPEs en el Perú, la que cuenta con dos organizaciones de segundo piso (Frente Unico de Gremios de Gamarra y la Coordinadora de Empresarios de Gamarra) y un gremio individual (AMPIV Perú), los que están enfrentados y se desautorizan mutuamente; y (ii) COMPYMEP – Consejo de organizaciones de la Micro y Pequeña Empresa del Perú, que reclama tener 118 gremios afiliados en 23 regiones del país, y que en las 9 ciudades visitadas ninguna de las instituciones públicas y privadas entrevistadas nos confirmó su presencia, tanto a nivel local como nacional.

antigua aspiración del sector que todavía no se ha logrado concretar<sup>131</sup>) para el sector, así como el de la seguridad social, del que la mayoría de MYPEs no goza.

### **Las lecciones aprendidas: lo que ha funcionado bien**

15. El exitoso sistema de microfinanzas es una magnífica fuente de lecciones. Una de las principales es que debe asegurarse que las instituciones financieras privadas (o cualquier otra institución de promoción al sector) sean autosostenibles, es decir, que sus ingresos les permitan cubrir sus costos. Ello significa que las tasas de interés se deben fijar libremente de acuerdo al mercado; cosa que es necesario resaltar cuando escuchamos algunas iniciativas desde el Congreso para controlar las tasas de interés. Sólo cabe recordar la década del 80 en que las tasas eran controladas, subsidiadas y no se cobraban los préstamos; ningún privado prestaba el sector, sólo lo hacían los bancos de fomento. En esas épocas muy pocas MYPEs privilegiadas tenían “acceso” a estos subsidios, mientras que hoy día son cientos de miles de MYPEs las que tienen acceso libre a este vital servicio.

16. La especialización en finanzas ha sido una de las claves para explicar el éxito; antes de los 80s, muchas ONGs que se dedicaban a apoyar a las MYPEs brindaban toda clase de servicios, de lo más variados, sin eficiencia en ninguno. Concentrándose en uno de ellas (o muy pocos servicios relacionados) las instituciones financieras han podido calificar a su personal, obtener y perfeccionar sus tecnologías financieras, conocer a fondo el comportamiento del sector, relacionarse con otras instituciones complementarias; es decir, sabiendo cuál es su negocio principal (core business) han podido alcanzar los niveles de excelencia que conocemos.

17. La colaboración entre el sector público y privado es fundamental; en el caso de las microfinanzas la actual Ley de Bancos (elaborada por la SBS, el sector privado y los organismos internacionales), como marco regulador moderno, el rol de la propia SBS, como supervisora de las instituciones financieras, y el papel de COFIDE, como banca de segundo piso que obtiene líneas de crédito internacionales y nacionales. Todas ellas han sido piezas claves que explican el buen funcionamiento del modelo. Se ha podido crear un clima de mucha libertad pero con una supervisión imparcial y efectiva. Esta es otra lección que debe continuar y convertirse en regla en todos los programas de promoción al sector. Hoy día, además, hay que tener en cuenta que existen nuevos actores públicos, como los gobiernos regionales, que pueden jugar un papel decisivo en este terreno.

18. Hemos visto que instituciones públicas, como las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMACs) pueden ser muy efectivas y eficientes en brindar servicios financieros a las MYPEs. La clave ha sido lograr impedir la ingerencia política de los alcaldes y regidores en el manejo técnico y transparente que requiere toda institución financiera. Este sistema fue diseñado con la colaboración de la cooperación alemana a principios de los 80; y entre otras cosas, determinaba que los alcaldes tenían absoluta minoría en el directorio de las Cajas, a pesar de ser los dueños formales.

19. Por el lado de los Servicios de Desarrollo Empresarial (SDEs) las lecciones tienen que ver con la orientación al mercado: los proyectos empresariales y el apoyo a las empresas del sector empieza por reconocer cuál es la demanda específica del servicio o

---

<sup>131</sup>. Un problema urgente es que el actual régimen tributario dificulta, más propiamente desalienta, las articulaciones entre grandes y pequeñas empresas; siendo esta una de las estrategias principales de promoción de las MYPEs.

el bien que producen o que quieren producir; si esta no existe (si no hay un comprador o muchos compradores realmente existentes) no se continúa con el proyecto o la iniciativa. En esto se ha avanzado mucho respecto de la antigua promoción basada en la “oferta”: cuando se trataba de apoyar a un determinado grupo de MYPEs o artesanos (sobre todo a los que hacían mayor presión social) algún servicio sin siquiera mirar la demanda.

20. El enfoque que ha prevalecido ha sido el de “desarrollar los mercados de servicios”, de manera que se puedan crear muchas instituciones y empresas privadas que brinden servicios de forma sostenible al sector MYPE. Esto también significa la superación de la idea que es el Estado el que tiene que asegurar esos servicios actuando desde el primer piso; el rol de Estado es crear el clima apropiado para que el sector privado se comprometa en seguir brindando estos servicios en forma continuada e ininterrumpida. Un mecanismo que ha sido bastante efectivo en el desarrollo de los mercados han sido los BONOS (como es el caso de BonoPyme, primero de FONDEMI y luego de Perú Emprendedor), pues incide tanto en la demanda (crea la necesidad del servicio) como en la oferta (los ofertantes se esmeran por conseguir los bonos brindando un buen servicio).

21. Ello no debe dejar la idea que no es necesario trabajar la oferta de servicios; no es así. Los servicios para las MYPEs en el pasado (y aún hoy día) han sido muy generales, o adaptados de productos creados para empresas más grandes, de tal forma que no servían para las MYPEs y no les ayudaban a transformarse en unidades productivas y competitivas (y por ello también la demanda real era escasa). Es necesario focalizar, nuevamente especializarse, en servicios diseñados específicamente para las empresas del sector; y un mecanismo que contribuye sustantivamente son las redes de instituciones, como es el caso de COPEME, la Asociación de Consultores PYME, y el Consorcio de CDEs, que permiten difundir las mejores prácticas e intercambiar experiencias (al mismo tiempo que mantienen una sana competencia).

22. En esta misma línea de reflexión se ha comprobado que cada uno de los tres segmentos que componen el sector MIPYME, es decir, la micro empresa, la pequeña empresa y la mediana empresa, requieren de servicios y productos diseñados para cada uno de ellos. Es algo que ha sucedido tanto en el campo del crédito, la capacitación y la asesoría; y debe tenerse en cuenta para el diseño de nuevos productos.

### **Las lecciones aprendidas: lo que no ha funcionado**

23. La Banca Estatal de Fomento ha venido apoyando financieramente a la artesanía, la micro y la pequeña empresa urbana desde los años setenta, específicamente a través del Banco Industrial del Perú. Este banco tenía una División de la pequeña empresa y la artesanía que no sólo otorgaba créditos sino que también brindaba servicios de desarrollo empresarial, como es el caso de capacitación y organización de eventos, los que se otorgaban en forma gratuita. Los créditos estaban subvencionados ya que la tasa de interés se encontraba por lo general debajo de la inflación (que en los 70s y 80s era bastante alta). Esta limitación a las tasas de interés realizado por el propio Estado hizo que las instituciones financieras privadas no incursionaran en los préstamos a las MYPEs y la artesanía; la entrega gratuita de otros servicios también desincentivó a las instituciones privadas a ofrecerlos. Si bien el caso del Banco Industrial no fue tan grave como el Agrario (en el cual no sólo se entregaban créditos subsidiados sino que directamente no se cobraban, iniciando un mal ejemplo que dura hasta el día de hoy), pues las pérdidas anuales no eran tan elevadas, estas tuvieron que ser cubiertas con aportes del tesoro público, que restaban fondos para educación, salud e infraestructura. Esta situación era, por supuesto, insostenible. Lo más grave de la situación era que estos subsidios alcanzaban a muy pocos: el número de créditos aprobados fueron 10,900 en el

año 1982, 9,400 en el 83, y 10,300 en el 84<sup>132</sup>. Por su parte, los montos fluctuaban alrededor de los 50 millones de dólares anuales. Estas cifras, tanto en número de créditos como en monto, se ven ridículas cuando las comparamos con la performance del sistema de microfinanzas, que tiene 700,000 clientes activos y cerca de 1,000 millones de dólares en colocaciones al sector; frente a ellas, las cifras del Banco Industrial sólo representan el 1.5% y el 5%, respectivamente. La pretensión de algunos congresistas y dirigentes gremiales del sector de volver a los tiempos de la banca estatal y las tasas de interés subsidiadas sólo puede explicarse en la ignorancia de estos hechos, pues no creemos que ellos estén buscando conscientemente privilegios para unos cuantos y perjudicar a la gran mayoría de empresas del sector.

24. El Programa “Maquicentros” es un perfecto ejemplo de lo que no hay que hacer en materia de promoción a la pequeña empresa. Como sabemos, fue lanzado a fines de los 90s en el gobierno de Alberto Fujimori, y tuvo las siguientes características: (i) fue promovido y ejecutado por la Casa Militar de Palacio de Gobierno (que obviamente no tenía mucho conocimiento del tema); (ii) se incurrió en endeudamiento público externo (se estima en 50 millones de dólares) para importar módulos de máquinas de fabricación china (de dudosa calidad y pertinencia); (iii) inicialmente cada maquicentro fue administrado por gremios empresariales de los conos de Lima y de las provincias del interior (muchos débiles y sin la capacidad de cumplir esta tarea), (iv) en el intermedio fue administrado por el Ministerio de la Presidencia, y (v) finalmente, ante la inoperancia del esquema propuesto (pues incluso algunos maquicentros ni siquiera se llegaron a utilizar) se entregaron a los CEOs (Centros Educativos Ocupacionales) e ISTs (Institutos Tecnológicos Superiores) del Ministerio de Educación (que tampoco tenía mucha idea de qué hacer con ellos). En todo este proceso no era muy claro quién tomaba estas decisiones (de endeudarse, de entregarlo a los gremios, de pasarlos al sector Educación, etc.), quién se responsabilizaba por ellas, y menos aún, quién le hacía seguimiento y se encargaba de que cumplan sus objetivos y metas. Estamos frente a un caso de claro populismo, subsidios indiscriminados, incompetencia en la ejecución, y probablemente corrupción que no tuvo ningún efecto en el desarrollo de la pequeña empresa peruana. Ha sido un despilfarro injustificable, en el que están involucrados no sólo funcionarios públicos sino también dirigentes gremiales cercanos al gobierno de entonces.

25. La intromisión del Estado en la organización gremial del sector ha sido muy negativa. Desde que se inició, en los setentas, al movimiento gremial de las MYPEs ha estado signado por la dispersión y debilidad (salvo quizás a fines de los 80s en que tuvo su mejor momento organizativo, lo que permitió a Máximo San Román llegar a la presidencia de la FENAPI en 1990), pero nunca pasó por una intervención estatal como en la década de los 90. El gobierno de entonces financió a varios gremios empresariales, ayudándolos a solventar sus propias necesidades administrativas, la organización de eventos y congresos, y finalmente para la publicación de avisos en los diarios; ello significó que pudieron incrementar su filiación y presencia nacional. A cambio de este apoyo, los gremios brindaban respaldo político al gobierno, de diversas maneras, grados y estilos. Esto no significa un juicio de valor contra los dirigentes de algunos de esos gremios, pues en muchos casos no les quedaba otra cosa que aceptar las donaciones; es sí una crítica directa a la intromisión estatal. El resultado es ampliamente conocido: mayor dispersión, divisionismo y debilitamiento gremial, pues al final, cuando se acabó el financiamiento estatal, desaparecieron las instituciones creadas con este.

---

<sup>132</sup>. Cifras obtenidas del estudio “Reactivación Industrial: de corto y mediano plazo”, Taller de Investigación, Fundación F. Ebert, elaborado por Martín Villafuerte, José Távora, Mercedes Araoz, Roberto Rodríguez y Fernando Villarán, 1986.

26. En los 70s y 80s muchas ONGs que apoyaban al sector MIPYME tenían la práctica de brindar “todos los servicios posibles” a las micro, pequeñas empresas con las que trabajaban. La intención era probablemente buena, se sustentaba en la idea de otorgar un “apoyo integral”; y posiblemente también tengan responsabilidad en esta orientación las propias fuentes de cooperación que lo permitieron. Pero los resultados fueron negativos: poca calidad y pertinencia de los servicios ofertados. Esta política iba de la mano con la entrega gratuita de los servicios lo que atentaba contra la posibilidad de crear un “mercado de servicios”. Afortunadamente, la mayoría de instituciones privadas han ido superando estos problemas pues han reconocido las dificultades generadas por la dispersión de servicios, y muchas de ellas hace un buen rato de que están en una ruta de la especialización en determinados servicios y el autosostenimiento económico, como lo prueba el caso de la creación de las EDPYMEs por parte de varias ONGs.

27. La entrega de instituciones públicas de promoción a los gremios empresariales ha sido negativa para el sector. Este fue el caso de PROMpyme en los años finales de la década de los noventa, en la que uno de los gremios representativos la tuvo en sus manos, a través de su presencia en el Consejo Directivo, la Dirección Ejecutiva, y algunos cargos claves de la institución. El problema principal con este esquema es que se basa en el supuesto que los dirigentes empresariales serían los mejores administradores de los programas a su favor; cuando en realidad sabemos que un empresario (por muy exitoso que sea) no necesariamente reúne los requisitos y competencias necesarias para gestionar una entidad pública de promoción. Esto significó un claro conflicto de intereses pues PROMpyme se dedica a apoyar a micro y pequeñas empresas que pueden ser parte de los mismos gremios empresariales. Ciertamente la participación de los gremios representativos no sólo es conveniente sino necesaria en las diferentes instituciones y programas de promoción al sector, pero debe ser acotada, transparente y sin permitir un control total de la institución. El mejor ejemplo en positivo de ello lo constituyen las Cajas Municipales, que son propiedad del municipio, pero éste no tiene mayoría en el Directorio ni puede designar unilateralmente a los principales ejecutivos.

28. Uno de los problemas mayores desde el inicio de la promoción a las pequeñas empresas y a la artesanía, sobre todo en los 70s y 80s, ha sido lo que se conoce como la “desviación de oferta”. Esta significa que las instituciones de promoción (públicas o privadas) diseñan programas y proyectos para apoyar a tal o cual sector, grupo o gremio de empresarios que tienen muchas y variadas necesidades. En este esquema se les daba capacitación, financiamiento, organización gremial, tecnología, entre otros servicios. Con esto ayudaban a que este grupo específico produjera más y probablemente con más eficiencia; sin embargo se olvidaban casi por completo de la demanda, de si estos productos o servicios iban a ser comprados por alguien. Esta desviación no es trivial, pues toda la justificación de la promoción a este sector descansa en apoyar a las empresas de carne y hueso, en lograr un impacto en ellas; es decir, que puedan mejorar el entorno económico, sus ventas, productividad, competitividad, empleo e ingresos. Por eso parece lógico trabajar con algún sector o grupo de ellas; el problema es cuando los programas actúan “populistamente”, cediendo a la “exigencias y necesidades” de ese grupo o sector y no se consideran las condiciones de los mercados en los que tienen que competir y vencer.

29. En los años 70s y 80s se dio un fenómeno de proliferación de proyectos, programas e iniciativas en apoyo a las pequeñas empresas, públicas y privadas, que en muchos casos devino en duplicación de recursos y actividades, y al final en ineficiente uso de recursos económicos y humanos. Esto fue particularmente serio en el campo privado pues cada ONG tenía su propio programa con su propia fuente de cooperación externa, y nadie tenía porqué enterarse de lo que hacía; bastaba que mandara un informe positivo y los

fondos seguían llegando. Una corriente de opinión considera que el Estado debe “controlar” a las ONGs para evitar esta dispersión e ineficiencia; procedimiento que en el pasado se ha intentado con escasos resultados. Si bien la supervisión del Estado es necesaria es mucho más eficaz la auto regulación y la coordinación privada, como es el caso de COPEME, que reúne prácticamente a todas las instituciones privadas de promoción, y en donde se comparte libremente información sobre los proyectos y programas de cada miembro, no sólo entre sí sino también para la opinión pública. También se ha avanzado, como hemos visto, en la coordinación del sector público de promoción, así como en la propia cooperación internacional. Son estos movimientos de coordinación y cooperación efectivos los que han permitido ir eliminando la dispersión y proliferación del pasado. Es bueno saber que existió para evitar que se repita en el futuro.

## Las recomendaciones

29. El principal reto para un país tan voluble como el Perú, es mantener las buenas políticas, las buenas prácticas y los buenos programas; sería terrible que venga un nuevo gobierno y, en la mejor tradición de nuestra clase política, tire por la borda lo que se está haciendo bien.

30. En el campo de las finanzas, se trata de consolidar y expandir el sistema de microfinanzas, y desde allí incursionar en dos campos: (i) el crédito rural pues el fenómeno actual es predominantemente urbano, con los riesgos que ello implica, y (ii) desarrollar productos para las pequeñas y medianas empresas, sobre todo para inversiones de mayor plazo, para bienes de capital y mejoras tecnológicas. También, y esto a un nivel más específico, se hace necesario superar las limitaciones que tienen las EDPYMEs respecto a las Cajas Rurales y Municipales, como por ejemplo la captación de ahorros y el pago de determinados impuestos, para tener un mercado más transparente, equitativo y que permita los mayores beneficios para los clientes del sector.

31. En el campo de los servicios de desarrollo empresarial todavía falta insistir en desarrollar los mercados de los principales servicios para las empresas del sector; para ello se debe insistir en los mecanismos de Bonos, que trabajen la demanda y la oferta, mejorar la propia oferta para hacerla más pertinente, e incursionar en el apoyo a una modalidad poco difundida: la asociatividad empresarial, que en países como Chile ha dado magníficos resultados.

32. En el campo del emprendedorismo, el Perú recién está empezando, y por lo tanto casi todo está por hacerse, aunque como vimos, tenemos algunas experiencias interesantes y lecciones aprendidas. Debemos seguir la corriente mundial de apoyo a los emprendedores, desde muy jóvenes, con cursos en las escuelas secundarias, institutos y universidades, continuar con el fomento de concursos de planes de negocios, el establecimiento de incubadoras, y la asesoría sistemática en las etapas críticas de la puesta en marcha. Pero quizás el principal reto en este terreno es el de lograr un mercado activo y dinámico de capital de riesgo, siguiendo el ejemplo del SEAF en el Perú, para conseguir más capitales que apuesten por ideas y proyectos innovadores, que están en las cabezas de nuestros jóvenes (y adultos) brillantes.

33. En el campo normativo todavía están las tareas pendientes en: (i) la simplificación de trámites y la reducción de costos<sup>133</sup>, sobre todo en los municipios, pero también en el

---

<sup>133</sup>. Es una vergüenza que el país de Hernando De Soto, figure entre los últimos en el índice de “Doing Business” elaborado por el Banco Mundial.

Ministerio de la Producción, que en algunos lugares del país ha permitido la reconstitución del fenecido RPIN<sup>134</sup>, (ii) el diseño de un sistema tributario que permita por un lado reducir la informalidad, ampliar la base tributaria, y al mismo tiempo facilitar la articulación entre las grandes y pequeñas empresas, (iii) ampliar y difundir el régimen laboral de la Ley 28015 para que cientos de miles de trabajadores sin protección y derechos los puedan ganar, y (iv) diseñar y aplicar un sistema de seguridad social para el sector, que nivele los servicios ofrecidos con el nivel de pagos que puede aportar el sector.

34. En el campo institucional resulta indispensable apoyar a los gremios de las MYPEs para que puedan lograr una capacidad de interlocución y acompañamiento a todas estas iniciativas y retos que se irán multiplicando en el futuro. Sabemos que esto no es fácil porque en el pasado los intentos para hacer esto desde el Estado han resultado manipulatorios y contraproducentes; quizás la participación del sector privado de promoción le pueda quitar el tinte político que le da el Estado.

35. La oportunidad (y al mismo tiempo reto) más grande que se le presenta al sector MIPYME es el de las Cadenas Productivas<sup>135</sup> y los Clusters que se vienen impulsando desde diversos sectores públicos y privados. El desarrollo y la competitividad de estas cadenas y clusters, en las que pueden participar masivamente las MYPEs (como es el caso de las agrícolas, las agroindustriales, las textiles y la cadena de la alpaca). Esta participación ordenada y significativa puede darle el contenido de inclusión que el país está buscando para el modelo de crecimiento y sociedad al que todos aspiramos; al lograr que muchos sean los que se benefician con el comercio internacional, las tecnologías nuevas y el conocimiento.

## **Las propuestas concretas**

Consideraciones metodológicas:

Las propuestas que se hagan deben inscribirse dentro de las nuevas prácticas aceptadas en la promoción de las MIPYMEs; esto es, que tengan un fuerte contenido de demanda, y que obedezcan a iniciativas y necesidades reales de los actores del sector, a partir de lo cual se asegura su compromiso en el diseño, ejecución y aportes de recursos. Por eso, el ejercicio de proponer medidas o acciones concretas debe ser muy cuidadoso para no caer en dos problemas comunes del pasado: (i) tener un sesgo de oferta que descuidaba el sostenimiento de la iniciativa en el tiempo, y (ii) buscar una cierta “originalidad” distintiva de la entidad promotora o financiadora, en desmedro de los buenos programas y prácticas existentes (que aparecen como convencionales o conocidas).

Por ello más que realizar propuestas de medidas, proyectos o programas específicos y originales, se trata de aprovechar oportunidades, encarar problemas reales, mejorar los procesos exitosos en marcha, y eventualmente llenar vacíos, complementar, y eventualmente crear nuevos procesos, que involucren a diversos actores, incluyendo a la cooperación internacional.

Actividades:

---

<sup>134</sup>. El Registro de Producción Industrial – RPIN, fue desactivado a mediados de los 90s, pero hemos comprobado que en algunas regiones ha sido repuesto, configurando un trámite y un costo adicional para las empresas, que los aleja de una posición competitiva.

<sup>135</sup>. Concepto sobre el que se ha tejido un consenso muy grande entre el sector privado, público, la sociedad civil e incluso los partidos políticos, que hay que saber aprovechar.

1. Considerando que estamos en una época electoral, el principal peligro en el corto y mediano plazo que enfrenta la promoción a la pequeña empresa es la discontinuidad de las políticas y programas que han funcionado adecuadamente en el país. Por lo tanto, debe ser preocupación central de las instituciones de promoción, tanto públicas como privadas, y de la cooperación internacional, asegurar la continuidad de las buenas políticas y prácticas. Para ello podría ser conveniente organizar reuniones (Seminarios, Talleres, Encuentros) con los principales partidos y movimientos políticos para informarles de los avances en la promoción a las MIPYMEs, de manera que ellos, libremente, puedan tomar la decisión y el compromiso de mantener las buenas políticas y las prácticas (como por ejemplo, las microfinanzas, los SDEs, los mecanismos de acceso a Compras del Estado, entre otras). Estas reuniones se podrían organizar en conjunto con los principales gremios empresariales, las principales instituciones interesadas en mantener las políticas (instituciones financieras, ONGs, Consultores), las agencias de cooperación internacional, y el Estado (las principales agencias)

2. En el tema de la articulación empresarial y las cadenas productivas, ubicado como el campo de mayor potencialidad económica y social para las MIPYMEs en el futuro inmediato, a la luz de los TLCs con USA y otros países, se propone:

- (i) Realizar un estudio de cuáles serían las fortalezas y potencialidades de las pequeñas empresas en las cadenas y clusters exportadores, incluyendo el análisis de algunos casos específicos de cadenas en funcionamiento (si bien hay algunos estudios sobre cadenas, estos no se han hecho desde la perspectiva de la participación de las pequeñas empresas).
- (ii) Realizar un estudio de las capacidades que tienen los organismos públicos que están impulsando cadenas y clusters exportadores, como el MINCETUR, MINPRODUCE, MINAGRO, PROMPEX, CNC y otras, para trabajar, reconocer, incluir y potenciar a las pequeñas empresas (que puede concluir en un programa de capacitación y reforzamiento institucional).
- (iii) Organizar un seminario internacional para conocer las mejores prácticas internacionales en materia de participación de pequeñas empresas en cadenas y clusters exportadores.
- (iv) Organizar un taller o seminario, con las grandes empresas (y sus gremios) que ya están trabajando en cadenas o clusters exportadores para conocer sus perspectivas y actitudes para trabajar con las pequeñas empresas (incluyendo las dificultades reales o imaginarias);
- (v) Establecer (o fortalecer) un mecanismo de coordinación y concertación de los programas y proyectos con cadenas y clusters, principalmente de carácter privado, para intercambiar experiencias, lecciones, mejores prácticas. El objetivo y el valor agregado de todo este trabajo sería el de maximizar la participación de las MYPEs en las Cadenas y Clusters exportadores.

3. En el campo del emprendedorismo:

- (i) Apoyar la mejores iniciativas que se están desarrollando en este campo, así como incentivar el surgimiento de nuevas, como los cursos de planes de negocios, conferencias, concursos de proyectos, encuentros de emprendedores, entre otros. El mecanismo concreto sería el establecimiento de un fondo concursable para financiar las mejores iniciativas.
- (ii) Pensar en un proyecto de gran envergadura (aunque no necesariamente de gran inversión) involucrando al Ministerio de Educación para interesarlo y ayudarlo a incluir cursos en la curricula de secundaria, a nivel nacional; se podría empezar con una experiencia piloto en dos o tres regiones del país.

- (iii) Trabajar también, y paralelamente, con los colegios privados para incluir cursos de emprendedorismo en sus curriculas (de hecho muchos ya lo están haciendo); puede ser a través de la Asociación de Colegios Católicos, Fé y Alegría u otras similares.
- (iv) Apoyar y fortalecer la red de Incubadoras de Empresas de las principales Universidades e Institutos Tecnológicos del país, encabezada por el CIDE de la PUC, ampliando las actividades a otras áreas relacionadas con el emprendedorismo.

4. El Programa Perú Emprendedor es uno de los más sólidos y articulados por parte del Estado; sin embargo, al haber disminuido los recursos de cooperación que impulsaron su creación e implementación, corre el riesgo de desaparecer o reducirse a su mínima expresión, principalmente por la desconfianza que generan sus actuales problemas de financiamiento. Es necesario apoyarlo para conseguir fuentes de recursos permanentes y diseñar mecanismos que permitan darle estabilidad pues se ha visto muy afectado por los cambios políticos recientes; una consultoría internacional especializada para resolver estas dificultades quizás sea la mejor alternativa.

5. En el campo de los servicios financieros, abrir procesos en las nuevas áreas mencionadas (financiamiento rural, financiamiento para activos fijos y tecnología, y capital de riesgo) que conduzcan a proyectos y actividades concretas. Se podría preparar el terreno para iniciar procesos de gran envergadura y mucha participación de actores con algunas actividades como las que siguen:

- (i) Seminario Internacional sobre el financiamiento rural.
- (ii) Estudio sobre las mejores prácticas financieras en financiamiento de mediano plazo para activos fijos y tecnología.
- (iii) Seminario Internacional sobre capital de riesgo (USA, Brasil, Chile, otros)

6. Organizar un programa de fortalecimiento de los gremios empresariales en el Perú, que contemple las siguientes actividades

- (i) Un seminario internacional sobre las mejores prácticas internacionales a realizarse en Lima. Es importante dotar a los gremios de sentido de realidad, y probablemente sus pares internacionales ayuden en esto.
- (ii) Siendo las Cámaras de Comercio e Industria los principales gremios en la mayoría de regiones del país, se justifica un programa de fortalecimiento de las mismas, con el objetivo de que puedan integrar en su seno a las micro empresas (las pequeñas y medianas ya estarían representadas), que tengan prácticas inclusivas y parámetros democráticos, y se puedan convertir en los principales articuladores empresariales de las regiones.
- (iii) Un programa de capacitación y fortalecimiento de los gremios nacionales más importantes para que mejoren su capacidad de organización y representatividad; el mecanismo podría ser un fondo concursable para poder apoyar a los más representativos, los que tienen mejores iniciativas, los que más impacto pueden tener en sus respectivas regiones.
- (iv) Fortalecimiento del RENAMYPE haciendo que las entidades públicas en donde tienen representación las micro y pequeñas empresas exijan a los gremios que quieren participar, o a sus dirigentes, estar inscritos en el RENAMYPE. También se propone la creación del Registro Nacional de Instancias de Representación en las Entidades del Estado de la Micro y Pequeña Empresa, que permita ordenar y democratizar la participación de los gremios en las distintas instancias públicas, conforme a lo planteado por el Proyecto de Ley N° 13009 - 2004 que se encuentra en el Congreso de la República.

7. Los Gobiernos Regionales y locales todavía no asumen un rol activo y promotor para el desarrollo de las PYMES, lo que significa una traba muy importante para el desarrollo del sector en las regiones y las localidades. Se podría desarrollar un programa de capacitación y asesoría, a través de fondos concursables, para lograr un mayor involucramiento en el desarrollo de sus pequeñas empresas regionales y locales.

8. La política tributaria y el accionar de la SUNAT se ha convertido en una barrera significativa para lograr la formalización de las PYMES, así como para la articulación con las grandes empresas. Es indispensable iniciar un trabajo con la SUNAT y el MEF, y los otros actores involucrados para definir mecanismos que permitan a las micro y pequeñas empresas contar con un marco tributario adecuado a su realidad. Un punto de partida podría ser un seminario internacional sobre regímenes especiales para las pequeñas empresas (si los hubiera) pues es no deberíamos tratar de inventar la pólvora en este terreno.

## **Bibliografía**

- Adams, Norma y Valdivia, Nestor, *Los otros empresarios*, IEP, Lima, 1992.
- Andriani, C., Biasca, R., Rodríguez, M., *Un nuevo sistema de gestión para lograr PYMES de clase mundial*, Norma, México, 2003.
- Banco Mundial, *Globalization, Growth and Poverty: building an inclusive world economy*, Oxford University Press, Washington, 2002.
- Becattini, Giacomo, “Los distritos industriales y el reciente desarrollo italiano”, *Sociología del Trabajo*, No. 5, Madrid, 1989.
- Benavides, M. y Rivera C., “Chile: estructura e instrumentos para la promoción productiva”, Swisscontact, Lima, 1998.
- Berry, Albert, “SME Competitiveness: The Power of Networking and Subcontracting”, IDB, Washington, 1997.
- BID, *El nuevo rostro empresarial – Indagación sobre el empresariado juvenil en América Latina y el Caribe*, Colombia, marzo 2004.
- Brugger, E., Nelson J., Timberlake, L., *The cutting edge: small business and progress*, FUNDES, Switzerland, 1994.
- Centro de Estudios Económicos y Legales de Venezuela, *Análisis comparativo de las leyes para el fomento de las Pymes en Argentina, Brasil, Colombia, México y Venezuela*, Octubre, 2001.
- COPEME, “Promoviendo el Desarrollo – Memoria 2002”, junio 2003.
- “Reporte financiero de MicroFinanzas”, marzo 2005
- Cuánto S.A, Anuario Estadístico Perú en Números, Lima, 2001.
- De Soto, Hernando, *El Otro Sendero*, Ediciones El Barranco, Lima, 1986.
- ERVET, *Emilia-Romaña Principales Indicadores Económicos de la Región*, Boloña, 1989.
- Garavito, Cecilia, *Impactos económicos de la extensión de la Ley Mype al resto de unidades económicas*, MTPE, Marzo 2005.
- IDESI Nacional, *Pequeña y Micro Empresa – Competir El reto de Vivir*, Fondo de Cultura Pirámide, Lima, agosto 1998.
- IFC (International Finance Corporation), *From Proposal to Action*, Small and Medium Enterprise Facility, 2004.
- ILO, “Global Employment Agenda”, Geneva, 2002.

INDECOPI, “La oferta de servicios de INDECOPI a las pequeñas y microempresa”, (Documento de Trabajo 001 – 2001, Gerencia de Estudios Económicos de INDECOPI), 2001.

Lévano, Cecilia, “Elaboración de estadísticas de la micro y pequeña empresa” (Ministerio de Trabajo), 2005.

Linares, Dino, *Jóvenes emprendedores – Entre la realidad y el deseo del negocio propio*, Colectivo Integral de Desarrollo (CID), Lima, 1997.

- *Haz Realidad tu Negocio*, CID, UNESCO, Lima, 1999.

- *Formación de jóvenes emprendedores y creadores de negocios*, CID, UNESCO, 2001.

López Cerdán, Carlos; *Redes Empresariales – Experiencias en la Región Andina*, MINKA, Trujillo, 2003.

Ministerio de Economía y Finanzas, “Marco Macroeconómico Anual 2006 – 2008”, 2005.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), “Plan Nacional de promoción y formalización para la competitividad y desarrollo de la micro y pequeña empresa” (Dirección Nacional de la micro y pequeña empresa), 2005.

MTPE, “El estado del empleo en el Perú: 2003”, 2004.

- “Magnitud y características de la economía informal en el Perú”, en: Boletín de Estadísticas Laborales Año 7, # 28-29 (Programa de Estadísticas y estudios laborales), 2004.

- *Exporta Perú – Exportando Sueños hechos realidad*, MTPE, USAID, CRECER, 2004.

- “Las Pequeñas Empresas y los Servicios de Asistencia Técnica del Programa Perú Emprendedor”, Néstor Valdivia, Programa FONDEMI-BONOPYME, Lima, octubre 2004.

- *La mujer en el mercado laboral peruano*, PEEL, Lima, marzo 2005

Oliva, Carlos; Castilla, Luis Miguel y Benavides, Marcela; “Obstáculos para el aumento de la competitividad en el Perú” (Instituto Peruano de Economía, Corporación Andina de Fomento), 2002.

Pérez, Carlota, *Technological Revolutions and Financial Capital*, Edward Elger, Chentelham UK, 2002.

Piore, Michael y Sabel, Charles, *The Second Industrial Divide*, Basic Books, New York, 1984.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano – Peru 2002 – Aprovechando las potencialidades*, Lima, junio 2002.

- *Mapa de las Potencialidades del Perú – Una primera aproximación a nivel Provincial*, Lima, 2003.

PromPyme, *Las tecnologías de la Información al servicio de la Micro y Pequeña Empresa*, MTPE, Prompyme, Lima, julio 2005.

Reinert, Eric, editor, *Globalization, Economic Development and Inequality – An Alternative Perspective*, Edward Elger, Cheltenham, UK, 2004.

Robles, M., Saavedra, J., Torero, M., Valdivia N., Chacaltana, J. *Estrategias y racionalidad de la pequeña empresa*, OIT, GRADE y Mesa PYME, Lima, 2001.

Sánchez, Guido, *Cómo iniciar una Empresa de éxito*, 6ta. Edición, SYSA, Lima, 2004.

- *Cómo organizar y gestionar una Empresa con éxito*, 3era. Edición, SYSA, Lima, 2002.

- *Cómo preparar planes de negocios y perfiles de inversión*, SYSA, Lima, 1997.

Sánchez, G., Becerra S., *Aprendiendo a emprender*, SYSA, Lima, 2005.

Schwaag, S., Hansson, E., “Competing in the single market – SMEs and Innovation in the Baltic Countries and Poland”, IKED, Sweden, 2004.

Solís, A. y Angelelli P., *Políticas de Apoyo a la Pequeña Empresa en 13 Países de América Latina*, BID Diciembre 2002.

Távora, José, *Propuestas para la elaboración de un Documento de Políticas públicas*, Mesa de Coordinación Pyme, Swisscontact, 2001.

Trejos, Juan Diego, “La microempresa en el Perú a inicios del siglo XXI: magnitud, importancia y características” (IPES – Promoción de desarrollo sostenible – Serie: Desarrollo Económico Local #1), 2003.

Vildoso, Carmen, *Dos años en el Ministerio de Trabajo*, Agenda Micro y Pequeña Empresa, Fundación Ford, 2004.

Villafuerte, M., Távora, J., Araoz, M., Rodríguez R., Villarán, F., “Reactivación Industrial: de corto y mediano plazo”, Taller de Investigación, Fundación F. Ebert, Lima, 1986.

Villarán, Fernando, *La pequeña empresa: una alternativa tecnológica para el desarrollo industrial*, Fundación F. Ebert, Lima, 1987.

- *Riqueza Popular: pasión y gloria de la pequeña empresa*, Lima, Ediciones del Congreso del Perú, 1998.

- “APEC Symposium: Micro and Small Enterprise financing: a tool for mainstreaming the informal sector?”, 2005.

Villarán, F., Chíncharo S., *Promoción Estatal a la PYMEs en el Perú*, Swissontact, Lima, 1998.

Villarán, F., Gutierrez, JJ., *La medición de efectos en los clientes de los Centros de Desarrollo Empresarial*, Lima, COSUDE, DESIDE, SWISSCONTACT, 2001.

Villarán F., Hnyilicsa, E., "Entrepreneurship and institutional innovations: the path to competitiveness in Latin America", presented in the Conference Unleashing Entrepreneurship: mobilizing financial, human and social capital, April 6-8, Ottawa, IDRC, U. of York, CIDA, 2005.

Vissert, E., Távora, J., "Gamarra al Garete – Concentración local y aislamiento global", Cuadernos DESCO, CIES, Lima, 1995.

Womack, Jones, Ross y Sammons, *The Machine that Changed the World*, Macmillan Publishing Company, 1990.

Páginas WEB consultadas:

Small Business Administration de USA: [www.sba.gov](http://www.sba.gov)

Organización Internacional del Trabajo: [www.ilo.org](http://www.ilo.org)

Banco Interamericano de Desarrollo: [www.iadb.org](http://www.iadb.org)

Banco Mundial: [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo: [www.undp.org](http://www.undp.org)

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial: [www.unido.org](http://www.unido.org)

Superintendencia de Banca y Seguros – Perú: [www.sbs.gob.pe](http://www.sbs.gob.pe)

Small Enterprise Assistance Fund: [www.seaf.com](http://www.seaf.com)

Corporación Financiera de Desarrollo – Perú: [www.cofide.com.pe](http://www.cofide.com.pe)

Consortio de Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa - Perú: [www.copeme.org.pe](http://www.copeme.org.pe)

Fondo de Garantía para la Pequeña Industria - Perú: [www.fogapi.com.pe](http://www.fogapi.com.pe)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Perú: [www.mincetur.gob.pe](http://www.mincetur.gob.pe)

Comisión para la Promoción de la Pequeña y Micro Empresa – Perú:  
[www.prompyme.gob.pe](http://www.prompyme.gob.pe)

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Perú: [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)

Consortio de Investigación Económica y Social – CIES: [www.consortio.org](http://www.consortio.org)

Cámara de Comercio de Lima: [www.camaralima.org.pe](http://www.camaralima.org.pe)

Ministerio de la Producción – Perú: [www.produce.gob.pe](http://www.produce.gob.pe)



## **Anexo 1: Relación de personas entrevistadas según departamento**

### **(A) Representantes de instituciones**

#### **Lima**

1. Mercedes Inés Carazo, Coordinadora Nacional, Red CITES, Tel: 224-3119, Email: [redcites@produce.gob.pe](mailto:redcites@produce.gob.pe)
2. José Luis Chicoma, Consejo Nacional de Competitividad, Tel: 243-1033.
3. Jorge Feliciano, Gerente General FONCODES, Tel: (014)217707), E-mail: [ifeliciano@foncodes.gob.pe](mailto:ifeliciano@foncodes.gob.pe)
4. José Durant, Coordinador de Monitoreo de Proyectos IDESI NACIONAL. Tel: (012) 217284
5. Iván Mifflin, Director Ejecutivo de PROMPYME, Tel: 222-0878, E-mail: [direccion@prompyme.gob.pe](mailto:direccion@prompyme.gob.pe)
6. Agnes Franco, Asesora, PROMPYME, Tel: 221-0018, E-mail: [afranco@prompyme.gob.pe](mailto:afranco@prompyme.gob.pe)
7. Mauricio Osorio, Especialista, PROMPYME, Tel: 211-0018, E-mail: [mosorio@prompyme.gob.pe](mailto:mosorio@prompyme.gob.pe)
8. María Rosa Moran, Asesora del Ministro, MINCETUR, Tel: 513-6100 A. 1650, E-mail: [mmoran@mincetur.gob.pe](mailto:mmoran@mincetur.gob.pe)
9. María Cecilia Pérez, Especialista MINCETUR, Tel: 513-6100 A. 1650, E-mail: [mperez@mincetur.gob.pe](mailto:mperez@mincetur.gob.pe)
10. José Lombardi, Presidente COPEME, Tel: 470-2666, 471-9526, E-mail: [jlombardo@copeme.org.pe](mailto:jlombardo@copeme.org.pe)
11. Francisco Dumler, Gerente General COPEME, Tel: 470-2666, 471-9526, E-mail: [fdumler@copeme.org.pe](mailto:fdumler@copeme.org.pe)
12. Jack Burga, Vice Presidente de COPEME, Tel: 470-2666, 471-9526, E-mail: [jburga@copeme.org.pe](mailto:jburga@copeme.org.pe)
13. Dino Linares, Presidente de Colectivo Integral de Desarrollo-CID, Tel: 475-0381, E-mail: [d\\_linares@millicom.com.pe](mailto:d_linares@millicom.com.pe)
14. Fernando Zelada, Presidente del Consorcio de Centros de Servicios a las PYMEs, Tel: 242-9676, E-mail: [zelada\\_f@mercadeando.com](mailto:zelada_f@mercadeando.com)
15. Guido Sánchez, Presidente de la Asociación de Consultores PYME del Perú, Tel: 241-5757.

16. Alfredo Stecher, Consultor de RECURSOS SA, Tel: 444-4044, E-mail: [astecher@recursossa.com](mailto:astecher@recursossa.com)

17. Cecilia Rivera, Directora de Swisscontact, Tel: 264-1707, 264-2547, E-mail: [ceciliar@swisscontact.org.pe](mailto:ceciliar@swisscontact.org.pe)

18. Kenia Ordonio, Consultora de Swisscontact, Tel: 264-1707, 264-2547, E-mail: [keniao@swisscontact.org.pe](mailto:keniao@swisscontact.org.pe)

19. Melina Burgos, Dirección Nacional de Micro y Pequeña Empresa, MTPE, Tel: 315-7200 A. 1102.

20. Natalia Gamarra, Dirección de Promoción de Nuevos Emprendimientos, MTPE, Tel: 315-7200 A. 1102.

21. Víctor Palma, Director Ejecutivo del Proyecto INCAGRO, Tel: 471-4242, E-mail: [victor.palma@incagro.gob.pe](mailto:victor.palma@incagro.gob.pe)

22. Fernando Cillóniz, Presidente de InformACCION

23. Cayetana Aljovín, Consultora

### **Arequipa**

1. Ana María Choquehuanca, Directora Promoción y Desarrollo, Cámara PYME, Tel: (054) 46-4008, Email: [camarapyme\\_desarrollo@hotmail.com](mailto:camarapyme_desarrollo@hotmail.com)

2. José Solorio, Presidente, ASEMÍN (Asociación de Empresas Industriales de Arequipa), Tel: (054) 21-7481, Email: [aseminarequipa@yahoo.es](mailto:aseminarequipa@yahoo.es)

3. Denis Román Román, Director Regional y Director de Industria, PRODUCE, Tel: (054) 23-5166, Email: [minpes\\_arequipa@produce.gob.pe](mailto:minpes_arequipa@produce.gob.pe)

4. Eliseo de los Ríos Perea, Gerente General, IPAC (Instituto Peruano de la Alpaca y Camélidos; CITE Textil Camélidos del Perú), Tel: (054) 22-7405, [ipac@ipacperu.org](mailto:ipac@ipacperu.org)

5. Alfredo Obregón Claros, Coordinador Oficina Arequipa, Perú Emprendedor, Tel: (054) 22-2058, Email: [are-emprendedor@speedy.com.pe](mailto:are-emprendedor@speedy.com.pe)

6. María Teresa López, Gerencia Desarrollo Social, Gobierno Regional de Arequipa, Tel: (054) 46-4562, Email: [desarrollosocial@regionarequipa.gob.pe](mailto:desarrollosocial@regionarequipa.gob.pe)

7. Jeannette Pacheco Santos, Directora General, El Taller Asociación e Promoción y Desarrollo, Tel: (054) 20-1363, Email: [direccion@eltaller.org.pe](mailto:direccion@eltaller.org.pe)

8. Juan Carlos Chirinos, Gerente Administrativo Financiero y Jefe de Recursos Humanos, Tel: (054) 25-1040

9. Martín Cotrina, SubGerente Administrativo, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, Tel: (054) 23-3920, Email: [mcotrina@camara-arequipa.org.pe](mailto:mcotrina@camara-arequipa.org.pe)

10. Gabino Martínez, Director Regional de Trabajo, Dirección Regional de Trabajo de Arequipa, Email: [drarequipa@speedy.com.pe](mailto:drarequipa@speedy.com.pe)

11. Alonso Villasante, Coordinador Regional, Programa de Capacitación Laboral Juvenil PROJOVEN, Email: [avillasante@projovent.gob.pe](mailto:avillasante@projovent.gob.pe)

### **Ayacucho**

1. Carlos Pozo, Gerente General, Cooperativa Santa María Magdalena. Tel (066) 31-5828, Email: [c\\_pozo@hotmail.com](mailto:c_pozo@hotmail.com)

2. Carlos Gutiérrez, Secretario Técnico, Centro de Competitividad de Ayacucho, Tel (066) 31-1422, Email: [ayacuchocompetitivo@hotmail.com](mailto:ayacuchocompetitivo@hotmail.com)

3. Waldo Ccenhua, Gerente de Desarrollo Institucional, Instituto de Desarrollo del Sector Informal (IDESI), Tel (066) 31-7346 Email: [idesi\\_ayacucho@terra.com.pe](mailto:idesi_ayacucho@terra.com.pe)

4. Nelly Torres, Directora, Perú Emprendedor, Tel (066) 31-7759, Email: [ayaemprendedor@speedy.com.pe](mailto:ayaemprendedor@speedy.com.pe)

5. Pedro Flores, Director de la Subgerencia de Desarrollo Económico, Municipalidad de Huamanga, Tel (066) 31-2580, Email: [pedroflores1977@hotmail.com](mailto:pedroflores1977@hotmail.com)

6. Jesús Quispe, Presidente, Cámara de Comercio de Ayacucho, Tel (066) 81-2998, Email: [ayacucho@camaralima.org.pe](mailto:ayacucho@camaralima.org.pe)

7. Juan Aparicio, Administrador, Proyecto “Derechos Humanos” de ADRA Perú

### **Chiclayo**

1. Rubén Ríos, Gerente de Desarrollo Económico Gobierno Regional de Lambayeque. Tel: (074) 201470

2. Itala Tejada, Responsable de PYMES del Gobierno Regional de Lambayeque. Tel: (074) 201470

3. Marcos Chuica, Coordinador Perú Emprendedor Lambayeque. Tel: (074) 201221.

4. Renato Sánchez, Gerente Regional COPEME Filial Lambayeque. Telfax (074) 222014, E-mail: [filiallambayeque@copeme.org.pe](mailto:filiallambayeque@copeme.org.pe)

5. César Vargas, Director de Industria, Dirección Regional PRODUCE – Lambayeque.

6. Lila Suárez, Funcionaria de la Dirección Regional PRODUCE Lambayeque.

7. Manuel Zapata, Director de Promoción Agraria, Tel: (074) 234471

8. Gloria Gonzáles, Coordinadora de Cultivos, Dirección de Promoción Agraria. Tel: (074) 234471, E-mail: [gloriagonzales15@hotmail.com](mailto:gloriagonzales15@hotmail.com)

9. Luis Bringas, Coordinador de Crianzas, Dirección de Promoción Agraria. Tel: (074) 234471

10. Miguel Quevedo, Especialista de la Dirección de Promoción Agraria. Tel: (074) 234471

11. Alfredo Díaz, Jefe de Unidad de Capacitación Junta de Usuarios del Distrito de Riego Chancay Lambayeque. Tel: (074) 231635, E-mail: [alfredodiazayona@hotmail.com](mailto:alfredodiazayona@hotmail.com)
12. Oswaldo Tello, Presidente Asociación Eagle Cóndor Humanitarian. Tel: (074) 234928
13. Gilbert Bustamante, Director Ejecutivo de CICAP. Telfax: (074) 231587, E-mail: [cicap@cicap.com.pe](mailto:cicap@cicap.com.pe)
14. Luis Vilchez, Sub Director de Formación Profesional, Empleo y Micro y Pequeña Empresa – DRTPE. Tel: (074) 229203

## **Huancayo**

1. Lourdes Ríos, Directora, ONG “Escuela de Emprendedores”, Tel: (064) – 419228, Email: [emprendedores@yahoo.com.mx](mailto:emprendedores@yahoo.com.mx)
2. Manuel Gonzáles, Director, Centro de Promoción Empresarial (CEPROEM), Tel: (064) 25-2023, Email: [ceproemsde@hotmail.com](mailto:ceproemsde@hotmail.com)
3. Alfonso Reynaga, Director, Dirección de Promoción Agraria del Ministerio de Agricultura, Tel: (064) 24-6400
4. César Montañez, Asistente Técnico, Coordinadora Rural del Perú Región Centro
5. Percy Flores, Presidente Ejecutivo, Servicios Educativos de Promoción y Apoyo Rural (SEPAR), Tel: (064) 21-2557, Email: [separ\\_udi@terra.com.pe](mailto:separ_udi@terra.com.pe)
6. Aldo Palomino, Gerente, Cámara de Comercio de Huancayo, Tel: (064) 23-1432, Email: [cch@camaralima.org.pe](mailto:cch@camaralima.org.pe)
7. Juan Pineda, Director, Centro de Promoción y Desarrollo Empresarial (CEPRODE) de la Municipalidad de Huancayo, Tel: (064) 234411. Email: [ceprode@munihuancayo.gob.pe](mailto:ceprode@munihuancayo.gob.pe)
8. Germán Vega, Gerente de Desarrollo Económico del Gobierno Regional, Tel:(064) 23-2230, Email: [presidencia@regionjunin.gob.pe](mailto:presidencia@regionjunin.gob.pe)
9. Orlando Ricaldi, Director de Empleo y Formación Profesional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, Tel: (064) 24-7776
10. Maritza Seguín, Directora, Perú Emprendedor, Tel: (064) 24 -6991, Email: [jun-emprendedor@speedy.com](mailto:jun-emprendedor@speedy.com)
11. William Rodríguez, VicePresidente, Caja Municipal de Huancayo, Tel: (064) 88-1000
12. Jorge García, Presidente, Cámara Regional de Turismo (CARETUR), Tel: (064) 23-3994, Email: [caretur@caretur.com](mailto:caretur@caretur.com)
13. Pompeyo Santana, Miembro del Directorio, Asociación de Fabricantes de Calzados, Artículos Afines y Complementarios
14. Faustino Maldonado, Gerente General, Centro Artesanal Tahuantinsuyo, Tel: (064) 36 – 9925, Email: [ecotextil@hotmail.com](mailto:ecotextil@hotmail.com)

15. Giovanna de la Peña, Coordinadora Regional, Sociedad Nacional de Industria, Tel: (064) 25-1945

16. Jorge Veliz, Director Regional, PRODUCE, Tel: (064) 23-2361, Email: [minpes\\_huancayo@produce.gob.pe](mailto:minpes_huancayo@produce.gob.pe)

### **Juliaca**

1. Alfredo Atayupanqui, Jefe Zonal, Oficina Zonal PRODUCE

2. Lucio Mamani Ticona, Jefe Zonal, Oficina Zonal MINCETUR, Email: [luciomati@hotmail.com](mailto:luciomati@hotmail.com)

3. Norberto Giurfa Morán, Jefe de Proyecto, Proyecto Desarrollo Competitivo del Cluster Artesanal Puno, Tel: (051) 325068, Email: [n.giurfa@asociacion-entorno.org](mailto:n.giurfa@asociacion-entorno.org)

4. Guillermo Calcina, Gerente, Red Empresarial Juliaca Export, Tel: (051) 32-5225, Email: [guicch@hotmail.com](mailto:guicch@hotmail.com)

5. José Vilcherrez, Coordinador Juliaca, Proyecto Corredor Puno – Cusco, Email: [jvilcherrez@corredorpc.org](mailto:jvilcherrez@corredorpc.org)

6. Belmar Velásquez, Promotor Región Puno, Perú Emprendedor, Tel: (051) 369701, Email: [pun-emprendedor@speedy.com.pe](mailto:pun-emprendedor@speedy.com.pe)

7. José Francisco Terroba, Coordinador Regional Puno, Programa de Generación de Empleo Fronterizo Puno (PRODUCE), Tel: (051) 36-3747, Email: [generaempleopuno@yahoo.es](mailto:generaempleopuno@yahoo.es)

8. Alejandro Delgado, Director Regional, Dirección Regional de Trabajo Puno, Email: [alejandrodeldgadosanroman@hotmail.com](mailto:alejandrodeldgadosanroman@hotmail.com)

### **Piura**

1. Mario Arellano, Gerente Regional de Desarrollo Económico, Gobierno Regional de Piura, Tel: (073) 328232-243, E-mail: [marellano@regionpiura.gob.pe](mailto:marellano@regionpiura.gob.pe)

2. Ana María Flores, Sub Gerente de Normas, Gerencia de Desarrollo Social del Gobierno Regional Piura. Tel: (073) 328232-244, E-mail: [aflores@regionpiura.gob.pe](mailto:aflores@regionpiura.gob.pe)

3. Luis Cueva, Director Regional DIRCETUR. Tel: (073) 308289, Email: [lcueva@mincetur.gob.pe](mailto:lcueva@mincetur.gob.pe).

4. Laura Rimache, Gerente de Ahorros CMAC PIURA S.A.C, Tel: (073) 884300, E-mail: [laura@cmacpiura.gob.pe](mailto:laura@cmacpiura.gob.pe)

5. Antonio Valdivieso, Director de Promoción Agraria, Tel: (073) 344369, E-mail: [dpapiu@minag.gob.pe](mailto:dpapiu@minag.gob.pe)

6. Félix Suárez, Sub Director ONG PIDE CAFÉ, Tel: (073) 341162

7. Jorge García Reátegui, Director DRTPE, Tel: (073) 327152, E-mail: [piura\\_dr@mintra.gob.pe](mailto:piura_dr@mintra.gob.pe)

8. Robert Bernales, Coordinador Perú Emprendedor, Tel: (073) 327152

9. Carlos Cabrejos, Director Centro IDEAS. Tel: (073) 332418, E-mail: [dir@ideaspiura.org.pe](mailto:dir@ideaspiura.org.pe)

10. Lucy Harman, Directora Regional CARE Piura. Tel: (073) 304675, E-mail: [lharman@care.org.pe](mailto:lharman@care.org.pe)

### **Pucallpa**

1. Alejandro Pinchi, Secretario General de ASIMA, Tel: (061) 805413.

2. Asunción Carbajal, Sociaci3n Autogestionaria de Micros y Peque1os Empresarios de Ucayali (AAMYPE – Ucayali)

3. James Perez, Albergue Sakura, Encargado de la Gesti3n, Tel: (061) 59-7247

4. Ing. Juan Mu1oz Abanto, Jefe, Centro de Servicios Econ3micos del Proyecto PRA, Tel: (061) 578410, E-mail: [jmunoz@prapucallpa.com](mailto:jmunoz@prapucallpa.com)

5. Ing. Javier Soto Calder3n , Gestor de Negocios, Centro de Servicios Econ3micos del proyecto PRA Tel: (061) 57-8410, E-mail: [jsoto@prapucallpa.com](mailto:jsoto@prapucallpa.com)

6. Teodoro Apacla, Direcci3n Regional de Trabajo y Promoci3n del Empleo, Director de Empleo, E-mail: [jesusapacla@hotmail.com](mailto:jesusapacla@hotmail.com)

7. Mario Quevedo, CITE MADERA, Director, Tel: (061) 579085, E-mail: [citemad\\_pucallpa@produce.gob.pe](mailto:citemad_pucallpa@produce.gob.pe)

8. Dotty Flores, C3mara de Comercio e Industria de Pucallpa, Telf. E-mail: [dottibetsy@yahoo.es](mailto:dottibetsy@yahoo.es) o [camaraucayali@speedy.com.pe](mailto:camaraucayali@speedy.com.pe)

9. Ing. Jos3 Quispe, Direcci3n de Industria de PRODUCE, E-mail: [ucayali\\_ind@produce.gob.pe](mailto:ucayali_ind@produce.gob.pe)

### **Tarapoto y Moyobamba**

1. Oscar Orbegoso Montalva, Jefe del Centro de Servicios Econ3micos del proyecto PRA, Tel: (042) 52-8244 y 52-2633, E-mail: [orbegoso@pratarapoto.com](mailto:orbegoso@pratarapoto.com)

2. Fernando Echeandía Vanderghem, Especialista en negocios, Centro de Servicios Econ3micos del proyecto PRA, Tel: (042) 52-8244, E-mail: [fecheandia@pratarapoto.com](mailto:fecheandia@pratarapoto.com)

3. Flavio Vera Lino, Especialista en Negocios, Centro de Servicios Econ3micos del proyecto PRA, Tel: (042) 52-8244 y 52-2633, E-mail: [fvera@pratarapoto.com](mailto:fvera@pratarapoto.com)

4. Johny Puerta Castro, Consultor de la C3mara de Comercio y Producci3n de San Mart3n, Tel: (042) 52-2872, E-mail: [ccpsm@perucamaras.com](mailto:ccpsm@perucamaras.com)

5. Carlos Sandoval, Presidente de la Asociaci3n de Peque1os y Medianos Empresarios (APEMIPE) de San Mart3n

6. Segundo Mego Rodr3guez, Gerente Regional de Desarrollo Social, Gobierno Regional de San Mart3n, Tel: (042) 56-2092, E-mail: [smego@regionsanmartin.gob.pe](mailto:smego@regionsanmartin.gob.pe)

7. Luis Castañeda Sanguinetti, Director Regional de Comercio Exterior y Turismo, Gobierno Regional de San Martín, E-mail: [sanmartin@mincetur.gob.pe](mailto:sanmartin@mincetur.gob.pe)

8. Jorge Barbero Morales, Subgerente de Promoción del Empleo, Gobierno Regional de San Martín, Tel: (042) 56-3948, E-mail: [jbarbero@regionsanmartin.gob.pe](mailto:jbarbero@regionsanmartin.gob.pe)

9. Angel López Malaverri, Director Regional de Producción, Gobierno Regional de San Martín, Tel: (042) 56-2036, E-mail: [malaverri@yahoo.es](mailto:malaverri@yahoo.es)

10. Ivo Encomenderos, Programa de Soluciones Prácticas de ITDG, Tel: (042) 52-6549, E-mail: [ivo@solucionespracticas.org.pe](mailto:ivo@solucionespracticas.org.pe)

## **(B) Representantes de gremios empresariales**

### **Lima**

1. ACOMPIA, Rogelio Fernández, Vocal Presidente del Comité del Centro Comercial, Tel: (013) 361557
2. APEGA, Manuel Salazar Vargas, Presidente, Tel: (013) 242555
3. APEMIAVES, Aquilino Ferrer Huamán, Presidente
4. APEMINAVES, José Castro Navarro, Presidente
5. APEMIVES, Carlos Acevedo Silvestre, Presidente, Tel: (014) 930554
6. APIC, Samuel Díaz, ex Gerente, Tel: (019) 8230510
7. APC – PIVES, Samuel Laura Medina, Vicepresidente, Tel: (012) 879834
8. CAPRODEM, Jorge Rodríguez Funegra, Presidente, Tel: 014 (451216), E-mail canprodem@yahoo.com
9. Coordinadora Nacional de Gremios PYME- PERÜ, Eduardo Hoyle y Rosario Guisado, Presidentes Colegiados, Tel: (016) 183333
10. COPEI - SNI, Eduardo Hoyle, Presidente, Tel: (014) 333540
11. ECOPIVES, Néstor Sánchez Sequén, Presidente
12. Frente Único de Gremios de Gamarra, Reneè Cobeña, Presidente, Tel: (013) 739940
13. PYMEDIS, Jesús Quispe, Gerente, Tel: (015) 243372, E-mail [pymedis@yahoo.es](mailto:pymedis@yahoo.es)
14. PYMEADEX, Rosario Guisado Salinas, Presidenta, Tel: (013) 462530-177, E-mail [pymeadex@adexperu.org.pe](mailto:pymeadex@adexperu.org.pe)
15. UDAMPE - Las Malvinas, Román Miu, Gerente, Tel: (019) 6292868, E-mail [rmiu@sni.org](mailto:rmiu@sni.org)
16. UMEP, Elsa Enríquez Carpio de Vega, Presidenta, Tel: (014) 269347
17. APEMIPE-PERÚ, Víctor Alvarez Cabrera, Presidente, Tel: (013) 250862, E-mail [apemipe@hotmail.com](mailto:apemipe@hotmail.com)
18. Coordinadora de Empresarios de Gamarra, Diógenes Alva, Presidente, Tel: (019) 7529687
19. COMPYMEP, Rómulo Fernández Medina, Presidente, Tel: (014) 420887, E-mail [consejopymes\\_peru@infonegocio.net.pe](mailto:consejopymes_peru@infonegocio.net.pe)

### **Huancayo**

1. Asociación de Productores “La Casa del Artesano”, Julio Llacza Montes, Presidente Ejecutivo

2. Asociación Centro Comercial Plaza Constitución, Ulises Sáenz Arana, Presidente, Tel: (064) 215065
3. Asociación de Fabricantes de Calzado Quinta Industrial "PYME Export Huancayo Angel Cueva Mucha, Presidente
4. APEMEFAC, Pompeyo Santana, Fundador y Ex Presidente
5. CAMATUR, Jorge García, Presidente, Tel: (064) 216979

### **La Libertad**

1. Asociación de Pequeños Industriales y Artesanos de Trujillo (APIAT), Alejandro Ramírez Lozano, Ex Presidente, Tel: (044) 220627,
2. Asociación de Comerciantes e Industriales de Trujillo, Francisco Sánchez Castro, Presidente, Tel: (044) 231751
3. Consortio Industrial de Trujillo "Alameda del Calzado", Rosa Rego Valdivia, Presidenta Comité Electoral y Presidenta 1999
4. Asociación de Microempresarios de Calzado El Porvenir-Trujillo, Marco Rubio Mariños, Presidente
5. Asociación de la Industria del Calzado para Exportación (AINCAE), Richard García, Presidente

### **Lambayeque**

1. APEMIPE Lambayeque, Norma Muro, Secretaria
2. APEMIPE Ferreñafe, Segundo Vásquez, Presidente
3. APIC, Lupe Fernández, Ex Presidenta
4. S.N.I – Lambayeque, Lupe Fernández Presidenta, Tel: (074) 221174
5. APIMECO, Roger Vidarte, Secretario
6. Organización de la Mujer de la Industria Azucarera, Magdalena Santa María, Directora Ejecutiva, Tel: (074) 205390

### **Piura**

1. APEMIPE REGIÓN GRAU, Juan Carlos Ruíz Valencia, Presidente
2. Asociación de Artesanos de Catacaos, Nicolás Barrientos, Presidente

3. Asociación de Pequeños Artesanos Unidos, Rosario Ancojima, Presidenta
4. Asociación Calixto Romero, Giovanni Ramos Galón, Presidente
5. Asociación Virgen de la Puerta de Narihualá, María Villegas de Mendoza, Presidenta
6. Asociación Virgen del Socorro, Mercedes Flores Chunga, Presidenta

### **San Martín**

1. Carlos Sandoval, Presidente de la Asociación de Pequeños y Medianos Empresarios (APEMIPE) de San Martín
2. Sandro Rivero Uzátegui, Presidente de la Cámara de Comercio y Producción de San Martín, Tel: (042) 52-2872, E-mail: [ccpsm@perucamaras.com](mailto:ccpsm@perucamaras.com)

**Anexo 2: Estadísticas de las MIPYMEs**

**Distribución de la PEA Ocupada en micro y pequeña empresa,  
según categoría ocupacional (2002)**

Categoría ocupacional	Micro empresa		Pequeña empresa		Micro y pequeña empresa	
	# (en miles)	%	# (en miles)	%	# (en miles)	%
Empleadores	586	<b>9.2</b>	41	<b>4.7</b>	<b>627</b>	<b>8.7</b>
Asalariados	1,795	<b>28.3</b>	806	<b>92.2</b>	<b>2,600</b>	<b>36.0</b>
TNFR	2,081	<b>32.8</b>	27	<b>3.1</b>	<b>2,107</b>	<b>29.2</b>
Independientes con TFNR	1,892	<b>29.7</b>			<b>1,892</b>	<b>26.1</b>
<b>Total</b>	<b>6,353</b>	<b>100.0</b>	<b>874</b>	<b>100.0</b>	<b>7,226</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Lévano (2005) "Elaboración de estadísticas de la micro y pequeña empresa"  
Elaboración propia

**Distribución de la PEA Ocupada en micro y pequeña empresa  
a nivel CIU tres dígitos: sectores agropecuario y manufactura (2002)**

<b>CIU</b>		<b>PEA Ocupada (en miles)</b>
130	Actividades agrícolas y ganaderas de tipo servicio, excepto las veterinarias	2,419
111	Cultivos de cereales y otros cultivos	953
113	Cultivos de frutas, nueces, plantas	188
121	Cría de ganado vacuno y de oveja, cabras, caballos	136
154	Elaboración de productos de panadería, azúcar, cacao, chocolate, confitería y otros productos alimenticios	99
361	Fabricación de muebles	83
181	Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel	83
112	Cultivos de hortalizas y legumbres	49
269	Fabricación de productos de cerámica, de cemento, de artículos de hormigón, cal y yeso	35
192	Fabricación de calzado de cuero o plástico	34
281	Fabricación de productos metálicos para uso estructural	33
173	Fabricación de tejidos de punto y ganchillo	31
222	Actividades de impresión	29
369	Fabricación de joyas y artículos conexos, de instrumentos industriales, de artículos deportivos, de juegos y juguetes	25
155	Producción de alcohol etílico, elaboración de vinos, bebidas malteadas, bebidas no alcohólicas	22
289	Tratamiento y revestimiento de metales, fabricación de artículos de cuchillería, de otros productos elaborados de metal	21
122	Cría de otros animales domésticos	21
242	Fabricación de plaguicidas, pinturas, barnices, productos farmacéuticos, jabones, detergentes y otros productos químicos	15
172	Fabricación de artículos confeccionados con materias textiles excepto prendas de vestir, fabricación de tapices y alfombras, cuerdas y cordeles	15
202	Fabricación de hojas de madera, partes y piezas de carpintería, recipientes de madera y otros productos de madera	13
171	Preparación e hilatura de fibras textiles, acabado de productos textiles	13
200	Silvicultura, extracción de madera	12
153	Elaboración de productos de molinería, almidones y piensos preparados	10
152	Elaboración de productos lácteos	9
201	Aserradero y acepilladura de madera	9
151	Elaboración de carne, pescado, frutas, aceites	9
252	Fabricación de productos de plástico	8
140	Caza ordinaria	7
191	Curtido y adobo de cueros, fabricación de maletas y bolsos de mano	6
210	Fabricación de pasta de papel, papel y cartón	5
293	Fabricación de aparatos de uso doméstico	4
273	Fundición de hierro y acero	4
291	Fabricación de bombas, compresores, grifos y válvulas, de otro tipo de	4

Instituciones y Programas de apoyo a las MIPYMEs en el Perú

	maquinaria de uso general	
261	Fabricación de productos de vidrio	3
725	Mantenimiento y reparación de maquinaria de oficina, contabilidad e informática	3
251	Fabricación de productos de caucho	3
221	Edición de libros, folletos, periódicos, revistas	2
331	Fabricación de equipo médico y quirúrgico	2
292	Fabricación de otro tipo de armas de uso especial	2
372	Reciclamiento de desperdicios y desechos no metálicos	2
351	Construcción y reparación de buques y embarcaciones	1
313	Fabricación de hilos y cables aislados	1
343	Fabricación de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores	1
353	Fabricación de aeronaves	1
319	Fabricación de otros tipos de equipo eléctrico	0.4
314	Fabricación de acumuladores de pilas	0.4
272	Fabricación de productos primarios de metales preciosos	0.3
241	Fabricación de sustancias químicas básicas	0.3
160	Elaboración de productos de tabaco	0.2
371	Reciclamiento de desperdicios y desechos metálicos	0.2
<b>Total</b>		<b>4,431</b>

Fuente: Lévano (2005) "Elaboración de estadísticas de la micro y pequeña empresa"

**Clasificación de Microempresas formales,  
según rama de actividad (2002)**

	<b>Microempresas formales</b>	
	<b># (en miles)</b>	<b>%</b>
Manufactura	66	<b>11.0</b>
Comercio	299	<b>49.7</b>
Servicios	201	<b>33.3</b>
Agricultura	17	<b>2.9</b>
Construcción	15	<b>2.5</b>
Otros*	4	<b>0.6</b>
<b>Total</b>	<b>602</b>	<b>100.0</b>

Fuente: SUNAT (2004)

Elaboración propia

\* Energía, minería, pesca

**Clasificación de Micro y pequeñas empresas,  
según nivel de productividad (2001)**

	<b>De mayor productividad</b>	<b>Acumulación simple</b>	<b>De subsistencia</b>	<b>Total</b>
<b>Micro empresas</b>				
Número de micro empresas (en miles)	189	102	248	<b>539</b>
<b>% Total</b>	<b>35.0</b>	<b>18.9</b>	<b>46.1</b>	<b>100.0</b>
Número de trabajadores	628	323	722	<b>1,674</b>
<b>% Total</b>	<b>37.5</b>	<b>19.3</b>	<b>43.1</b>	<b>100.0</b>
<b>Pequeñas empresas</b>				
Número de pequeñas empresas	25	13		<b>38</b>
<b>% Total</b>	<b>65.8</b>	<b>34.2</b>		<b>100.0</b>
Número de trabajadores	434	200		<b>634</b>
<b>% Total</b>	<b>68.3</b>	<b>31.7</b>		<b>100.0</b>

*Fuente: Trejos (2003) "La microempresa en el Perú a inicios del siglo XXI: Magnitud, importancia y características"  
Elaboración propia*

**Clasificación de microempresa con acceso a crédito,  
según rama de actividad (2004)**

<b>Sector / Tipo de institución financiera</b>	<b>Banca Múltiple (en miles)</b>	<b>Cajas Municipales (en miles)</b>	<b>Cajas Rurales (en miles)</b>	<b>Edpymes (en miles)</b>
Administración Pública y de Defensa	0.3	2	0.002	0.01
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	3	18	0.01	7
Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	30	10	2	2
Comercio	167	183	25	53
Construcción	2	1	0.1	0.2
Electricidad, Gas y Agua	1	0.05	0.01	0.01
Enseñanza	1	5	0.2	0.1
Hogares privados c/ Serv. Doméstico y Órganos Extraterritoriales	15	1	0.1	1
Hoteles y Restaurantes	3	9	0.4	1
Industria Manufacturera	21	16	1	9
Intermediación Financiera	0.4	0.2	0.04	0.1
Minería	1	0.2	0.01	0.03
Pesca	1	2	0.2	0.3
Servicios Sociales y de Salud	2	2	0.1	0.1
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	13	23	2	5
Otras Actividades	30	9	2	23
<b>Total</b>	<b>288</b>	<b>281</b>	<b>46</b>	<b>103</b>

*Fuente: Lévano (2005) "Elaboración de estadísticas de la micro y pequeña empresa"  
Elaboración propia*

**Las 10 instituciones que brinda mayor crédito a las microempresas al 31/12/04**

<b>Nombre de la Institución</b>	<b>Total (en millones de nuevos soles)</b>	<b>%</b>
Banco de Crédito	557	17.7
Banco de Trabajo	380	12.1
MiBanco	293	9.3
CMAC Arequipa	226	7.2
CMAC Piura	204	6.5
Banco Wiese	166	5.3
CMAC Trujillo	160	5.1
EDPYME Edyficar	123	3.9
CMAC Sullana	117	3.7
CMAC Cusco	97	3.1
<b>Total 10 Instituciones</b>	<b>2,324</b>	<b>73.7</b>
<b>Total</b>	<b>3,153</b>	<b>100</b>

*Fuente: SBS (2004)*

### **Anexo 3: Relación de Gremios empresariales**

#### **Gremios que tienen Denominación Nacional**

- Coordinadora Nacional de Gremios de la Pequeña Empresa PYME PERÚ.
- APEMIPE - PERÚ
- Consejo de Organizaciones de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa del Perú – COMPYMEP.
- Unión de Mujeres Empresarias del Perú – UMEP.
- Sociedad Nacional de la Pequeña y Microempresa de personas con discapacidad del Perú-PYMEDIS.
- Comité de la Pequeña Empresa Exportadora de ADEX-PYMEADEX.
- Asociación Peruana de Industriales Confeccionistas-APIC.
- Asociación de Talleres y Empresas de Metalmecánica del Perú – ATEM PERU.
- Asociación de Mujeres Industriales y Artesanas del Perú – AMIAP.
- Federación de la Micro y Pequeña Industria-FEDAMPI.
- Cámara de las PYMES Exportadores del Perú – CAPIMEXPE.
- Asoc. de Micro y Pequeños Empresarios Confeccionistas del Perú – AMPECOM PERU.
- Sociedad de la Micro y Pequeña Empresa del Perú – SOMIPE.
- Cámara Nacional de Empresarios del Perú – CANEP PERÚ.
- Asociación Nacional de Microempresarias Generando Empleo OSB Panaderías de los Comedores Populares, Clubes de Madres y Vasos de Leche.
- Asoc. de Micro y pequeños Empresarios Confeccionistas del Perú – AMPECOM PERÚ.
- Asociación Civil Cámara de Artesanos del Perú.
- Asociación Corporación de Medianas y Micro-Pequeñas Empresas del Perú.
- ACYAMYPE
- CONAMYPE
- Sociedad Nacional de Confeccionistas
- CIDEMYPE
- Unión Nacional de Empresarios Textiles – UNETE.
- Cámara Nacional de la Producción y el Emprendimiento – CAPRODEM.

#### **Son de Nivel Sectorial**

##### Metalmecánica:

- Asociación de Talleres y Empresas de Metalmecánica-ATEM-PERÚ.
- APIMEAVES

##### Confecciones y Textiles:

- Cámara de las PYMES Exportadores del Perú – CAPIMEXPE.
- Asoc. de Micro y Pequeños Empresarios Confeccionistas del Perú – AMPECOM PERÚ.
- Asociación Civil Maquicentro Textil Huaycán.
- APEMICOVES
- Asociación Peruana de Industriales Confeccionistas-APIC.
- Coordinadora de Empresarios de Gamarra.

- Corporación de Propietarios y Empresarios del Damero de Gamarra
- Sociedad Nacional de Confeccionistas
- CIDEMYPE
- AMPIC Gamarra Perú
- Federación de Empresarios de Gamarra – FEDEGA.
- Unión Nacional de Empresarios Textiles – UNETE.
- Asociación de Pequeños Empresarios de Gamarra -APEGA
- Asociación de Industriales Textiles de Gamarra.
- Asociación de Empresarios de la Pequeña y Micro Empresa de Gamarra ADEPYMEGA.

Carpintería:

- Asoc. de Industriales de Muebles y Afines de San Juan de Lurigancho – AIMYA SJL.
- Asociación de Productores Industriales de Muebles y Afines – APIMA SJL.
- Asociación de Micro y Pequeños Empresarios de Muebles Felipe Castillo Alfaro
- AMIPEM FCA.
- Asociación de Productores Comerciantes de Muebles del Cono Este – PROCOMUS.
- ASIMVES

Panificación:

- Asociación de Mujeres Microempresarias Trabajando por el Desarrollo del País.
- Asoc. de Micro Ind. en Panadería y Pastelería del Distrito de Carabayllo – ASMIPPAC.
- Asoc. Nacional de Microempresarias Generando Empleo OSB Panaderías, comedores Populares, Club de Madres y Vasos de Leche.

Comercio:

- Asociación de Propietarios del Centro Comercial Polvos Azules.
- Centro Comercial Electro Ferretero Paruro.
- UDAMPE – Las Malvinas.
- Asociación 21 de Octubre.
- Asociación Centro Comercial América - ASCENCA.
- Asociación Copacabana Shopping Center.
- Asociación de Comerciantes y Saldos Textiles de Gamarra-ASONCOSATEX.
- Asociación de Propietarios de Galería Santa Lucía.
- Asociación de Pequeños Comerciantes 8 de Enero-APECOR.
- Asoc. De Comerciantes Señor de Chacos.

Artesanía:

- Talleres Asociados Wari Ayllu de Quinoa Tawaq.
- Asociación Civil Cámara de Artesanos del Perú.
- ADIPIVES
- Federación de Artesanos de Lima y Callao.

Fundición:

- AFAPIVES

Calzado:

- APC-PIVES
- Asoc. de Pequeños Ind. de Calzado y demás Ramos Prod. Unidos Perú – APICUP.
- Cámara de Comercio del Calzado.

Ambiental – Ecológica:

- ECOPIVES

Agricultura:

- Asociación de Productores Agro APAKISAMA.

Transporte:

- Asociación de Mototaxistas 1 de Mayo.
- ASETRANG.

Pesca:

- ANEPAP

**De Carácter Local**

- Central de Asociaciones Empresariales y Empresarios de la Micro y Pequeña Empresa del Cono Sur de Lima “APEMIVES CONO SUR”.
- Asociación de Propietarios del Parque Industrial de Villa El Salvador – APROPIVES.
- Asoc. de Pequeñas Empresas Industriales del Parque Industrial N° 1 de Huaycán.
- Asoc. de Micro y Pequeños Industriales Artesanos del Pueblo Joven Santa Rosa del Rímac – AMPIASAR.
- Asoc. de la Pequeña y Mediana Ind. Alimentaria y Afines de VES APEMINAVES.
- Asociación de Micro y Pequeñas Empresas Solidarias del Sur – AEMPRESUR.
- Asociación de Mujeres Emprendedoras para Mejor Futuro – AMENF.
- Asociación de Exportadores Cóndor Pasa.
- Corporación de Pequeños y Microempresarios del Cono de Lima – COPYME.
- Asociación de Micro y Pequeños Empresarios Industriales Hermanos Israelitas Pachacamac Cieneguilla – AMPEIHIPAC
- Asociación de Industrias Unidas Micro y Pequeñas Empresas de Carabaylo.
- Asoc. de Micro y Pequeñas Empresas y Afines de Cantagallo Perú – AMPEACP.
- ADEICOSUR
- AMITAVES
- APEMIC
- APEMIAVES
- ACYAMYPE
- Asociación de Propietarios del Parque Industrial El Asesor - APPIA
- CAPEA – NUEVO QUIPAN
- Asociación de Pequeños Empresarios de Lima Metropolitana.
- Asoc. de Pequeñas y Medianos Comerciantes Industriales de Ancón -ACOMPIA.
- Central Única de Asoc. de la Pequeña y Mediana Empr. del Cono Norte-CUAPEME.

- Frente Único de Gremios de Gamarra.
- Asociación de Servicios de Emolientes de La Victoria-ASEV.
- Asociación de Propietarios Galería Santa Lucía.
- Seguridad del Damero de Gamarra-SEDAGA
- Asociación de Comerciantes de Galerías La Victoria- ACOMGOVI
- Asociación 21 de Octubre.
- ASCENCA.
- Asociación Copacabana Shopping Center.
- ASONCOSATEX.
- Asociación de Propietarios de Galería Santa Lucía.
- APECOR.
- Asociación de Comerciantes Señor de Chacos.
- Federación de Empresarios de Gamarra – FEDEGA.
- Asociación de Pequeños Empresarios de Gamarra -APEGA
- Asociación de Industriales Textiles de Gamarra.
- ADEPYMEGA
- ASETRANG
- Coordinadora de Empresarios de Gamarra.
- Corporación de Propietarios y Empresarios Damero de Gamarra-COPROGAMARRA.

### **Gremios en las Regiones**

#### La Libertad

- APIAT Trujillo.
- Consorcio Industrial de Trujillo La Alameda del Calzado.
- Asociación de Comerciantes e Industriales de Trujillo.
- Asociación de Microempresarios de Calzado El Porvenir.
- Asociación de la Industria de Calzado para Exportación.

#### Lambayeque

- APEMIPE Lambayeque.
- APEMIPE Ferreñafe.
- APIC Lambayeque.
- SNI Lambayeque.
- APYMECO.
- Asociación de Carpinteros en Madera San José de Lambayeque.
- ONMA.
- UMEP Lambayeque.
- AHORA Lambayeque.

#### Piura

- APEMIPE Región Grau.
- APEMIPE Sullana.
- APEMIPE Paíta.
- APEMIPE Piura.
- APEMIPE Sechura.
- Asociación de Artesanos de Catacaos.
- Asociación de Pequeños Artesanos Unidos.

- Asociación Calixto Romero.
- Asociación Virgen de la Puerta de Narihualá.
- Asociación Virgen del Socorro de Narihualá.
- AHORA Piura.

#### Huancayo

- Asociación de Productores “La Casa del Artesano”.
- Asociación Centro Comercial “Plaza Constitución”.
- Asociación de Fabricantes de Calzado Quinta Industrial.
- APEMEFAC - Huancayo.
- Asoc. De Pequeños y Medianos Empresarios – APEYMELO Yauli La Oroya.
- CAMATUR.
- Sociedad Peruana de Criadores de Alpacas y Llamas.
- Asociación de Agencias de Viajes y Turismo.

#### San Martín

- APEMIPE San Martín.
- APIMETIC Los Cedros.

#### Arequipa

- CÁMARA PYME - Cámara de Industria, Comercio y Artesanía de la Micro y Pequeña Empresa de Arequipa y la Región Sur.
- Asociación de Empresas Industriales de Arequipa – ASEMÍN.
- Asociación de Micro y Pequeños Empresarios del PPJJ Ciudad de Israel.
- Asociación Central de Centros de Acopio de Leche.

#### Ucayali

- ASIMA.
- AAMYPE.
- ALBERGUE SAKURA.
- Asociación de Productores Forestales de Ucayali – APROFU.
- Asociación de Extractores de Madera y Reforestadores de Ucayali – AEMR

#### Puno

- APEMIPE Juliaca.