

ENCUESTA 2020 SOBRE EMPRENDEDORES Y MIPYMES EN EL PERÚ:

FOMENTO DE LA CAPACIDAD DE LAS MIPYMES MEDIANTE EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL



ASIA PACIFIC
FOUNDATION
OF CANADA

FONDATION
ASIE PACIFIQUE
DU CANADA

ÍNDICE

Resumen Ejecutivo	3
Sobre la Fundación Asia-Pacífico de Canadá	5
Sobre la Asociación de Negocios en Crecimiento de Apec-Canadá	6
Sobre The Evidence Network	7
Agradecimientos	8
Lista de tablas y gráficos	9
Metodología	11
Introducción	13
Sección 1: Perfiles de las compañías y los emprendedores	19
Sección 2: Planes de crecimiento y barreras para el crecimiento de las mipymes	27
Sección 3: Oportunidades y desafíos para el emprendimiento social	44
Conclusión	61

RESUMEN EJECUTIVO



La Encuesta 2020 sobre Emprendedores y Mipymes en el Perú: Fomento de la Capacidad de las mipymes mediante el Emprendimiento Social, realizada por la Fundación Asia-Pacífico de Canadá muestra los resultados de la encuesta de 250 encuestados que trabajan en micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) en el Perú. El informe ofrece un análisis del desarrollo empresarial en la economía con un enfoque específico sobre el emprendimiento social.

Este informe tiene tres secciones principales: perfiles de compañías y emprendedores de la población encuestada, un análisis de los planes de crecimiento de los encuestados y de las barreras que perciben para el crecimiento de las mipymes, así como una evaluación de las oportunidades y retos para el emprendimiento social en el Perú. Cada sección identifica tanto las tendencias generales como específicas, con datos desglosados por género, edad, industria y tamaño de la empresa.

Los principales hallazgos incluyen lo siguiente:

- Más de la mitad de los encuestados desconoce varias iniciativas de apoyo disponibles para ayudar a sus empresas;
- Las dos barreras más citadas para el crecimiento de las mipymes son el gobierno nacional y el financiamiento;
- Muy pocos emprendedores de la población encuestada tienen experiencia internacional;
- Un tercio de los emprendedores encuestados dijo que se consideraban trabajando en una empresa social o en una mipyme con un propósito social; y
- El obstáculo más citado para el éxito de las empresas sociales es el gobierno, concretamente el insuficiente apoyo estatal a estas empresas.

Las recomendaciones de este informe incluyen:

- Revisar el marketing y la accesibilidad de las iniciativas de apoyo, para que más mipymes conozcan estos recursos disponibles;

- Revisar las políticas gubernamentales que los emprendedores han reportado como obstructivas para sus mipymes, tales como la burocracia municipal restrictiva;
- Fomentar la experiencia internacional, mediante la capacitación en línea en plataformas como la del Emprendedor Peruano del Ministerio de la Producción y mediante el reconocimiento de las mipymes que hacen negocios en el extranjero; y
- Desarrollar un apoyo especializado patrocinado por el gobierno para el emprendimiento social, utilizando las iniciativas y los socios existentes en este ecosistema.

SOBRE LA FUNDACIÓN ASIA-PACÍFICO DE CANADÁ



La Fundación Asia-Pacífico de Canadá (APF Canadá) es una organización sin fines de lucro que se ocupa de las relaciones del Canadá con Asia.

Nuestra misión es ser el catalizador de Canadá para el compromiso con Asia y el puente de Asia hacia Canadá. APF Canadá se dedica a fortalecer los vínculos entre el Canadá y Asia, centrándose en siete esferas temáticas: comercio e inversión, encuestas y sondeos, seguridad regional, tecnologías digitales, redes nacionales, desarrollo sostenible y competencia en Asia.

Nuestras investigaciones proporcionan información, conocimientos y perspectivas de alta calidad, pertinentes y oportunas sobre las relaciones entre el Canadá y Asia. Al proporcionar consideraciones de política e inteligencia empresarial a los interesados de toda la región de Asia Pacífico, nuestra labor incluye informes, notas de política, estudios de casos, y un boletín periódico de Asia Watch que, en conjunto, apoyan estas áreas temáticas.

APF Canadá también trabaja con empresas, gobiernos e instituciones académicas interesadas para proporcionar a las organizaciones canadienses investigaciones personalizadas, datos, sesiones informativas y capacitación en materia de competencia en Asia. Los servicios de consultoría están disponibles previa solicitud. Nos complacería trabajar con usted para satisfacer sus necesidades de investigación y de inteligencia comercial.

Visite APF Canadá en www.asiapacific.ca.

SOBRE LA ASOCIACIÓN DE NEGOCIOS EN CRECIMIENTO DE APEC-CANADÁ



La Asociación de Negocios en Crecimiento de APEC-Canadá es una iniciativa de cuatro años puesta en práctica conjuntamente por APF Canadá y el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC).

Financiada por Asuntos Globales de Canadá, esta iniciativa ayuda a desarrollar el potencial de las mipymes para promover la reducción de la pobreza y el crecimiento económico sostenible en la región del Asia- Pacífico.

La Asociación ofrece herramientas de mejores prácticas, ideas, conocimientos y conexiones críticas derivadas de la experiencia canadiense, adaptadas a los mercados locales de las economías de APEC. Las actuales economías en las que se centra son Indonesia, el Perú, Filipinas y Vietnam. Las esferas de interés de la Asociación tienen por objeto abordar los principales retos a los que se enfrentan las mipymes y los aspirantes a emprendedores de las economías en desarrollo de APEC en las esferas de la tecnología y la innovación, el acceso a los mercados, el capital humano y el emprendimiento social, haciendo hincapié en los temas intersectoriales de la mujer, la juventud, la gobernanza y el medio ambiente.

Visite APEC-Canada Business Partnership en <https://apfcanada-msme.ca/>

SOBRE THE EVIDENCE NETWORK

The Evidence Network (TEN) fue fundada en 2009 por el Dr. Brian Barge y la Dra. Margaret Dalziel, y se centra en la realización de evaluaciones de impacto para los facilitadores de la innovación, tanto grandes como pequeños, en toda América del Norte, Europa y Asia. La red TEN ha proporcionado evaluaciones a organizaciones facilitadoras de la innovación que van desde programas de incubación de empresas y organizaciones de investigación y desarrollo hasta programas de financiación de la innovación y organizaciones de desarrollo económico.

AGRADECIMIENTOS

INVESTIGADORES PRINCIPALES

Justin Kwan

Gerente de Programa,
Asociación de Negocios en Crecimiento
de APEC-Canadá
Fundación Asia-Pacífico de Canadá

Phebe M. Ferrer

Asistente de Investigación,
Asociación de Negocios en Crecimiento
de APEC-Canadá
Fundación Asia-Pacífico de Canadá

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LA ENCUESTA

Ashley Walker

Presidenta y Directora de Operaciones
The Evidence Network Inc.

Mariel Eugenia Barros Uría

Dirección del APEC
Ministerio de Relaciones Exteriores del
Perú

Carla Grados Villamar

Directora Ejecutiva
Kunan Perú

DISEÑO CREATIVO

Jamie Curtis

Diseñador Gráfico
Fundación Asia-Pacífico de Canadá

TRADUCCIÓN

María del Rosario Grados Bazalar

Traductora Certificada
Colegio de Traductores del Perú

REVISIÓN EDITORIAL

Dr. Charles Labrecque

Gerente de Investigación
Fundación Asia-Pacífico de Canadá

Michael Roberts

Gerente de Comunicaciones
Fundación Asia-Pacífico de Canadá

COMUNICACIONES

Michael Roberts

Gerente de Comunicaciones
Fundación Asia-Pacífico de Canadá

Karina Kwok

Especialista en Medios Sociales y
Comunicaciones
Fundación Asia-Pacífico de Canadá

AGRADECEMOS LA COLABORACIÓN DE

Alisha Clancy

Gerente de Programa,
Asociación de Negocios en Crecimiento
de APEC-Canadá
Fundación Asia-Pacífico de Canadá

Amar Nijhawan

Gerente de Programa, APEC-Canadá Asoc-
iación de Negocios en Crecimiento
de APEC-Canadá
Fundación Asia-Pacífico de Canadá

Dr. Sreyoshi Dey

Gerente de Programa, Perspectives Asia
Fundación Asia-Pacífico de Canadá

Daniela Rodriguez

Investigadora Junior, Digital Asia
Fundación Asia-Pacífico de Canadá

LISTA DE TABLAS Y GRÁFICOS

TABLAS:

Tabla 1. Desglose de las mipymes registradas formalmente en el Perú

Tabla 2. Percepciones de los programas, instituciones e iniciativas de apoyo a la mipyme

Tabla 3. Utilización de determinadas iniciativas de apoyo, desglose por género y edad

Tabla 4. Aspecto demográfico de los emprendedores sociales en la población encuestada

Tabla 5. Definición del éxito como emprendedor social

Tabla 6. Planes de expansión de los emprendedores sociales, desglose por género y edad

Tabla 7. Estudios de casos de El Panorama Existente del Emprendimiento Social en el Perú

Tabla 8. Temas de capacitación en materia de emprendimiento social

Tabla 9. Percepciones de los emprendedores sociales sobre los programas de apoyo a las mipymes

GRÁFICOS:

Mipymes formales por región, 2017

Gráfico 1. Perfil de los encuestados

Gráfico 2. Proporción de mipymes Gráfico 3. Ingresos anuales

Gráfico 4. Razones para fundar una mipyme

Gráfico 5. Planes de crecimiento de las empresas, desglose por género y edad

Gráfico 6. Barreras para el crecimiento de las mipymes

Gráfico 7. Percepción de las barreras, desglose por género Gráfico 8. Percepción de las barreras, desglose por edad

Gráfico 9. Opiniones sobre la sostenibilidad del medio ambiente

Gráfico 10. Opiniones sobre la sostenibilidad del medio ambiente, desglose por género, edad y nivel de educación

Gráfico 11. Acceso a los servicios de apoyo

Gráfico 12. Definiciones de los encuestados sobre una empresa social

Gráfico 13. Mandatos de las empresas sociales que se autoidentifican

Gráfico 14. Obstáculos al crecimiento de las empresas sociales

Gráfico 15. Percepción de las barreras para las empresas sociales, desglose por género

Gráfico 16. Percepciones de las barreras para las empresas sociales, desglose por edad

APÉNDICE: (DOCUMENTO APARTE)

Aspecto demográfico de la población encuestada

Tamaño de la empresa

Concentración geográfica de las mipymes

Interés en la sostenibilidad del medio ambiente

Las compañías de las industrias más comunes que dan prioridad a la sostenibilidad ambiental

Opiniones sobre el impacto del cambio climático por parte de la industria Percepción de las barreras de las mipymes, desglose por género Percepción de las barreras de las mipymes, desglose por edad

Barreras para el crecimiento de las mipymes

Barreras para el crecimiento de las empresas sociales

METODOLOGÍA

ENCUESTA

APF Canadá encargó a The Evidence Network (TEN) realizar una encuesta a 250 emprendedores (fundadores y no fundadores que trabajaban en una mipyme) en el Perú por medio de entrevistas personales y encuestas telefónicas entre abril y junio de 2019. La encuesta se realizó en español e inglés y completarla tomó aproximadamente de 12 a 15 minutos.

La población de la encuesta fue seleccionada al azar a través de las redes empresariales existentes identificadas por TEN, incluidas las redes de emprendedores identificadas por el socio de TEN en el Perú. APF Canadá también consultó con el Ministerio de Relaciones Exteriores, el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables y Kunan Perú sobre el contenido y el diseño de la encuesta.

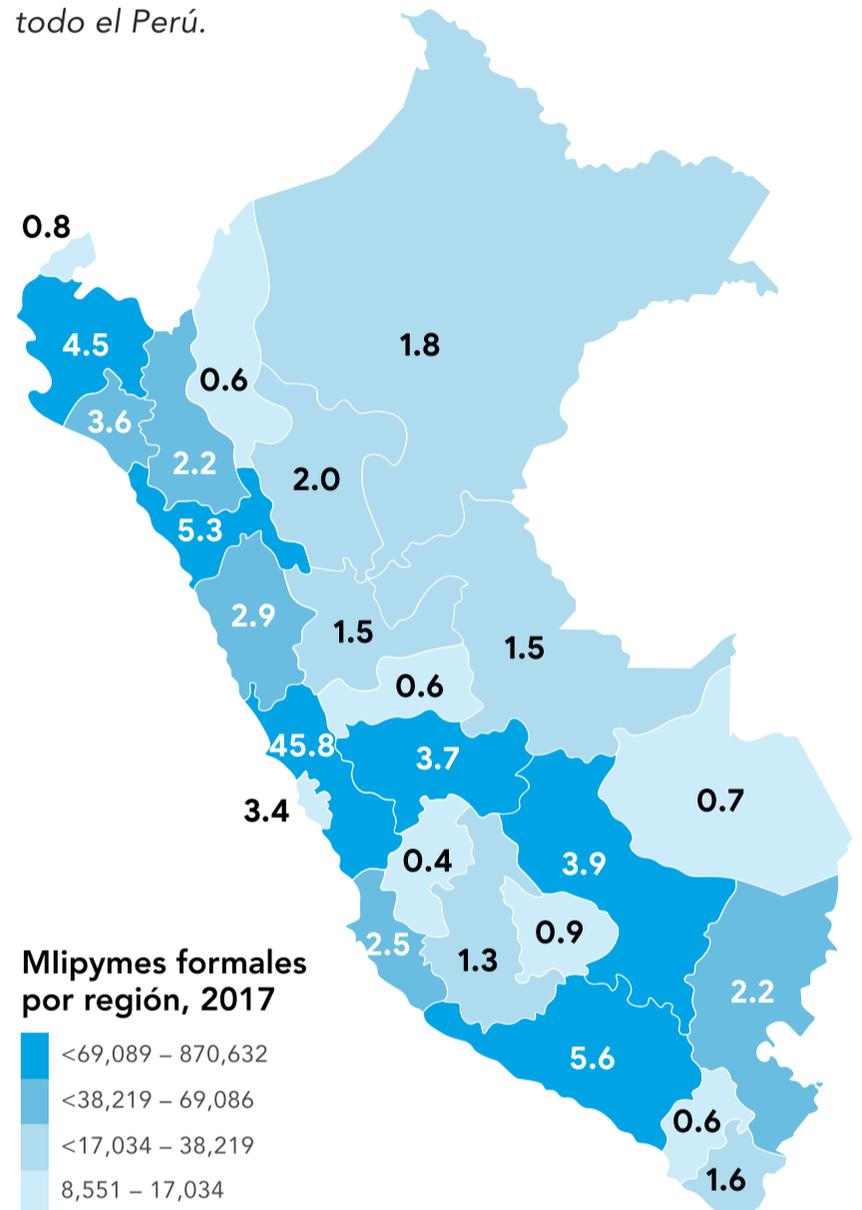
Los encuestados se encuentran principalmente en ciudades de la provincia de Lima (49% de los encuestados). Otra parte importante de la población encuestada procedía de las regiones de Arequipa y La Libertad (24% de los encuestados en cada una de ellas), mientras que el resto de los encuestados procedían de la provincia constitucional del Callao (3%). La población de la encuesta refleja los datos oficiales sobre la distribución de las mipymes en la economía, ya que el 60% de las mipymes del Perú están ubicadas en esas cuatro zonas.¹

Si bien la población de la encuesta se basa principalmente en las zonas metropolitanas del Perú, la muestra trata de abarcar una gama diversa de empresas

Los números en la leyenda representan el número de mipymes registradas en una región determinada.

Mipymes formales por región, 2017

Los números mostrados sobre cada región representan la cuota de porcentaje de las mipymes en la región en todo el Perú.



¹ Ministerio de la Producción, *Anuario Estadístico Industrial, Mipyme Y Comercio Interno 2018* (Lima, Perú: Ministerio de la Producción, 2018), p.143.

en términos de industria, liderazgo y fuerza laboral. La recopilación de datos de una variedad de emprendedores garantiza un nivel de representación de las actitudes, barreras y oportunidades a las que se enfrenta la población de la muestra en una variedad de contextos dentro del Perú.

Debido a la naturaleza del estudio y al tamaño de la muestra, el análisis de regresión multivariante de los datos no puede en gran medida proporcionar resultados estadísticamente significativos. Sin embargo, prevemos que las tendencias identificadas en este informe podrían explorarse más a fondo con un tamaño de muestra mayor. Cualquier discrepancia en o entre los totales se debe al redondeo.

FUENTES SECUNDARIAS E INVESTIGACIÓN

Los datos de la encuesta se complementan con los datos adicionales de la encuesta recopilados en dos eventos organizados por APF Canadá en Lima a principios de 2019: el *Día de Capacitación en Innovación Social, Competitividad y Mipymes de la Asociación de Negocios en Crecimiento de APEC- Canadá* y *Generadores de Cambio: Apoyo a los Emprendedores Sociales en el Perú*.

Los datos de la encuesta también se han contextualizado en el presente informe con estadísticas oficiales del Ministerio de la Producción y otros órganos gubernamentales, investigaciones de antecedentes sobre el contexto económico y empresarial del Perú y recursos secundarios de diversas organizaciones y expertos internacionales y regionales.

Introducción

MIPYMES: LA COLUMNA VERTEBRAL DE LAS ECONOMÍAS DEL APEC

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) han sido sistemáticamente las principales impulsoras del crecimiento económico y la innovación en las economías del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC). Las mipymes representan más del 97% de las empresas y emplean a más del 50% de la fuerza laboral en la región del APEC, y pueden aportar hasta el 40% del producto bruto interno (PBI) nacional en las economías emergentes.²

En Perú, las mipymes representan el 99,6% del sector privado formal.³ Emplean al 60% de la población económicamente activa ocupada del Perú (población económicamente activa, o PEA), y el 10% de este grupo son fundadores de las mipymes.⁴ La población económicamente activa del Perú se define como los individuos que tienen 14 años o más, y que cuentan con un trabajo o están desempleados y buscan trabajo activamente.⁵ A nivel local, se conoce a las mipymes como micro, pequeñas y medianas empresas y se las define tanto por su tamaño como por su nivel impositivo. Esta definición se establece en dos piezas principales de la legislación peruana: La Ley N.º 28015, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y Acceso al Empleo Decente, y la Ley N.º 30056, Modificación para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial.

Se define como microempresas aquellas empresas que tienen de 1 a 10 trabajadores y un límite de ventas anuales de 150 UIT (unidad tributaria creada por el Ministerio de Economía y Finanzas en la que una UIT equivale a S/ 4300 o aproximadamente C\$ 1600).⁶ Las pequeñas empresas emplean entre 1 y 100 trabajadores y tienen un

² Asia-Pacific Economic Cooperation, "Small and Medium Enterprises," Asia-Pacific Economic Cooperation, 2018, <https://www.apec.org/Groups/SOM-Steering-Committee-on-Economic-and-Technical-Cooperation/Working-Groups/Small-and-Medium-Enterprises>; World Bank, "Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance," World Bank, 2020, <https://www.worldbank.org/en/topic/sme/finance>.

³ Ministerio de la Producción, *Anuario Estadístico Industrial, Mipyme Y Comercio Interno 2018* (Lima, Perú: Ministerio de la Producción, 2018), p.134

⁴ Ministerio de la Producción, "Estadística MIPYME," Ministerio de la Producción, 2017, <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>.

⁵ Instituto Nacional de Estadística e Informática, Perú: Indicadores de Empleo e Ingreso por departamento, 2007-2017 (Lima, Perú: Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018), p.33.

⁶ Organization of American States, "LEY N.º 30056," Organization of American States, 2013, http://www.sice.oas.org/SME_CH/PER/Ley_30056_s.pdf; Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, "Características de la Micro y Pequeñas Empresas," SUNAT, <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>; Gobierno del Perú, "Valor de la UIT," Gobierno del Perú, 2020, <https://www.gob.pe/435-valor-de-la-uit>.

límite de ventas anuales de 1700 UIT.⁷ Por último, las empresas medianas tienen un límite de ventas anuales de 2300 UIT.⁸

En general, aunque el Perú es conocido por su sector empresarial altamente informal, las mipymes constituyen la mayor parte del sector empresarial formal de la economía, y la gran mayoría son microempresas.⁹ Las nuevas investigaciones sobre el emprendimiento social en el Perú, como el trabajo de [Kunan Perú](#),¹⁰ muestran que un gran número de mipymes también se consideran empresas sociales que se enfrentan a obstáculos singulares para lograr su mandato social. A pesar de ello, no existe una legislación que incluya las empresas sociales, lo que da lugar a una falta de estadísticas exhaustivas y programas específicos para esas empresas en el Perú.¹¹

MIPYMES EN EL CONTEXTO DEL PERÚ

Entre 2008 y 2018, el número de mipymes peruanas ha crecido a una tasa promedio anual de 8,1%.¹² Este crecimiento del sector empresarial se alinea con el crecimiento económico general del Perú, que tuvo una tasa de crecimiento promedio anual de 4,8% en el mismo período.¹³

TABLA 1: Desglose de las mipymes registradas formalmente en el Perú¹⁴

Tipo de empresa	Distribución (% del total de empresas formales)
Microempresa	95,9
Pequeña empresa	3,6
Mediana empresa	0,1
La gran empresa	0,4

7 Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, "Características de la Micro y Pequeñas Empresas," SUNAT, <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>

8 Organization of American States, "LEY N° 30056," Organization of American States, 2013, http://www.sice.oas.org/SME_CH/PER/Ley_30056_s.pdf.

9 Ministerio de la Producción, "Estadística MIPYME," Ministerio de la Producción, 2017, <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oee/estadisticas-mipyme>.

10 Kunan Peru, Reporte Sobre el Estado del Emprendimiento Social y Ambiental en el Perú (Lima, Peru: Kunan-Peru, 2019).

11 Kunan Peru, The Existing Landscape of Social Entrepreneurship in Peru (Vancouver, Canada: Kunan Peru, 2019).

12 Ministerio de la Producción, Anuario Estadístico Industrial, Mipyme Y Comercio Interno 2018 (Lima, Peru: Ministerio de la Producción, 2018), p.134.

13 Ibid., p.134

14 Ibid., p.136

En 2018, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo registró 2 211 981 mipymes.¹⁵ Aproximadamente el 98,4% de las mipymes peruanas tienen hasta cinco empleados, mientras que alrededor del 0,8% tienen de seis a diez empleados.¹⁶ Como se indica en la Tabla 1, las 2 200 000 mipymes registradas formalmente están compuestas predominantemente por microempresas. Existe una ausencia significativa de pequeñas y medianas empresas, lo que denota una debilidad en el desarrollo del sector privado y de la economía en general.¹⁷

Según el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, aproximadamente el 36% de las mujeres peruanas son emprendedoras que gestionan su propio negocio.¹⁸ Además, el 12% de las empresas exportadoras son negocios dirigidos por mujeres.¹⁹ Uno de esos ejemplos es el de Mónica Abarca, fundadora de qAIRa, una empresa social que se centra en la democratización de la información sobre la calidad del aire con el uso de drones y tecnología de vanguardia. Otro caso de éxito es Laboratoria, una empresa social que se centra en destacar el talento tecnológico de las mujeres latinoamericanas a escala mundial. Perú también cuenta con un número considerable de redes, organizaciones y opciones de financiamiento que apoyan a las mujeres emprendedoras, como [NESsT Investments](#), [Mujeres del Pacífico](#), [Kunan](#) y [Aequales](#). El apoyo a las mujeres emprendedoras no solo aumenta su impacto, sino que también contribuye a apoyar al Perú en el logro de sus metas para los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL: ¿ACCESIBLE PARA LAS MIPYMES?

El emprendimiento social tiene una variedad de definiciones empleadas por diferentes economías y organizaciones internacionales. El Global Entrepreneurship Monitor define ampliamente el emprendimiento social como «cualquier tipo de actividad, organización o iniciativa que tenga un objetivo social, ambiental o comunitario particular».²⁰ En el Perú, muchas empresas sociales nacen del deseo de los emprendedores de transformar su realidad, un papel y una responsabilidad

¹⁵ Ibid., p.134

¹⁶ Ibid., p.138

¹⁷ Ibid., p.134

¹⁸ El Peruano, "Cerca del 36% de Mujeres en el País son Emprendedoras," El Peruano, 2018, <https://elperuano.pe/noticia-cerca-del-36-mujeres-el-pais-son-emprendedoras-64775.aspx>.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Global Entrepreneurship Monitor, Special Topic Report: Social Entrepreneurship (London, United Kingdom: GEM, 2016), p.5.

que pocos asumen. Especialista en Formación e Innovación Social, Javier García Blázquez, coordinador del premio [Protagonistas del Cambio](#) de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, define las empresas sociales como una serie de iniciativas que generarán una transformación en la comunidad. Estas iniciativas normalmente se alinean con las metas y misiones relacionadas con la salud, la educación, la inclusión social y el desarrollo económico. Kunan, una red de emprendimientos para empresas sociales, también ha presentado una definición en la que un negocio tiene idealmente cuatro características: una misión social o ambiental explícita, un modelo de negocios sostenible, una solución innovadora y sistémica, y un método para medir su impacto.²¹

Algunos de los principales desafíos que enfrentan los emprendedores en el ámbito del emprendimiento social son la falta de capacitación, financiación y oportunidades internas. Esto se ejemplifica en una encuesta nacional preliminar de 80 empresas sociales en el Perú publicada por INCUBA (una iniciativa de laboratorio social de la Asociación Civil LUCARIS) en la que los resultados muestran que la escalabilidad, la autosostenibilidad y la comunicación estratégica son los tres principales desafíos.²² Además, el estudio halló que la mayoría de las empresas sociales no tienen relación con los principales actores clave del ecosistema del emprendimiento social, tales como los proveedores de fondos de inversión y aceleradoras.

En el presente informe se define a la empresa social como «una empresa con objetivos primordialmente sociales cuyos excedentes se reinvierten principalmente para ese fin en la empresa o en la comunidad, en lugar de estar impulsados por la necesidad de maximizar las utilidades para los accionistas y los propietarios». Además, utiliza datos desglosados por género, edad e industria para comprender las barreras que enfrentan los emprendedores en el Perú para el crecimiento de sus mipymes y específicamente para el emprendimiento social.

El presente informe de la encuesta incluye las siguientes conclusiones principales:

- Las iniciativas de apoyo más conocidas entre la población encuestada son COFIDE, Innóvate Perú, los Centros de Desarrollo Empresarial y la plataforma Emprendedor Peruano. Sin embargo, aparte de estas cuatro iniciativas, más de la mitad de los encuestados desconoce otros programas de apoyo a su disposición;

²¹ Kunan Peru, Reporte Sobre el Estado del Emprendimiento Social y Ambiental en el Perú (Lima, Peru: Kunan-Peru, 2019).

²² INCUBA, “Diagnóstico preliminar del ecosistema social del Perú” (PowerPoint presentation, Lima, July 2016).

- Los planes de crecimiento varían notablemente según la edad de los emprendedores. Los emprendedores de mayor edad (35 años o más) tienen más probabilidades de tener objetivos de crecimiento modestos (crecimiento de los ingresos inferior al 100% anual), mientras que los emprendedores más jóvenes persiguen objetivos de crecimiento elevados (duplicar los ingresos cada año);
- Las dos barreras más mencionadas para el crecimiento de las mipymes son el gobierno nacional y el financiamiento, que abarcan cuestiones como la burocracia municipal restrictiva, los altos impuestos y la incapacidad para adquirir financiamiento;
- Muy pocas personas de la población encuestada tienen experiencia internacional (estudiando o trabajando en el extranjero). El bajo nivel de experiencia internacional de los encuestados puede impedir que las empresas se expandan a los mercados internacionales o regionales;
- Un tercio de los emprendedores encuestados indicó que se consideraban trabajando en una empresa social o en una mipyme con un mandato social. El entendimiento conceptual más común sobre las empresas sociales es que se trata de empresas con fines de lucro que promulgan activamente un mandato social; y
- El obstáculo más citado para el éxito de las empresas sociales es el gobierno, concretamente el insuficiente apoyo estatal a estas empresas.

Además, en el presente informe del estudio se proponen recomendaciones de política, como las siguientes:

- Revisar el marketing y la accesibilidad de las iniciativas de apoyo, con la finalidad de asegurar que más mipymes sean conscientes de las opciones que tienen. Esto podría incluir una evaluación de los servicios que son populares entre los emprendedores y la forma en que las mipymes se enteran de ellos;
- Revisar las políticas gubernamentales, como las relacionadas con la tributación y la burocracia, para que sean menos restrictivas con las mipymes. Esto podría incluir un examen cualitativo de esas políticas mediante grupos de discusión y entrevistas que recojan las perspectivas de los emprendedores sobre estas cuestiones;
- Fomentar la experiencia internacional, a través de la capacitación en línea en plataformas como la de Emprendedor Peruano y premiando a las mipymes que hacen negocios en el extranjero. Esto incluye la capacitación de las

mipymes de las zonas montañosas y selváticas más remotas del Perú, ya que la concentración de empresas en las regiones costeras del Perú (en particular en Lima) da a estas mipymes una ventaja sobre otras en las zonas rurales; y

- Desarrollar un apoyo especializado auspiciado por el gobierno para el emprendimiento social, utilizando las iniciativas y los socios existentes en este ecosistema, lo que incluye la elaboración de legislación para las empresas sociales como una categoría específica dentro de las mipymes y la recopilación de datos nacionales sobre estas empresas, basándose en el trabajo realizado por Kunan, INCUBA y otras organizaciones.

Sección 1: Perfiles de las compañías y los emprendedores

GRÁFICO 1: Perfil de los encuestados²³

Pregunta 1.1: ¿Es usted el fundador de su compañía?

Pregunta 1.2: ¿Cuál es su edad actual?

Pregunta 1.4: ¿Con qué género se identifica?

Pregunta 1.5: ¿Cuál es su nivel más elevado de educación?

Pregunta 1.7: ¿Ha estudiado, trabajado, o participado en capacitación de fortalecimiento de habilidades en el extranjero?

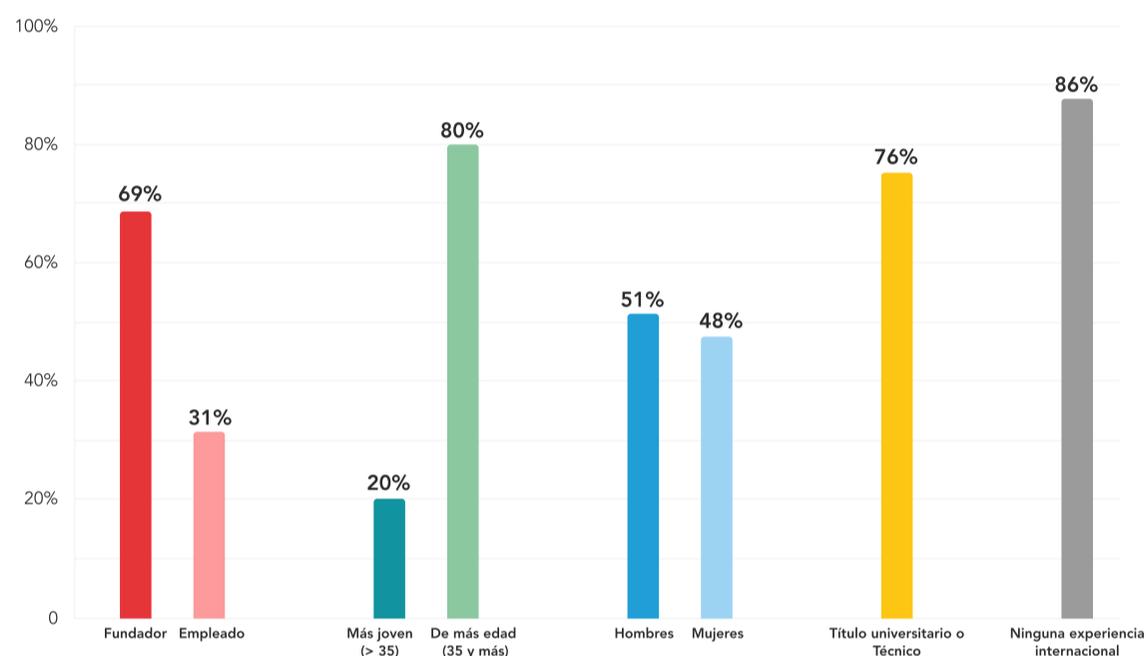


Tabla de datos disponible en el apéndice

La *Encuesta 2020 sobre Emprendedores y Mipymes en el Perú* cuenta con una población de encuestados diversa en cuanto a género, edad, trabajo, tamaño de la empresa e industria, a fin de garantizar una amplia gama de perspectivas. Los datos de la encuesta que figuran en el presente informe se recogieron a mediados de 2019 y en ellos se presenta las perspectivas y experiencias de 250 emprendedores del Perú. La encuesta se elaboró en consulta con el gobierno y los asociados empresariales, y fue distribuida por el asociado TEN de APF Canadá. En la siguiente sección se examinan las características de la población objeto de la encuesta y se la contextualiza en el entorno empresarial del Perú.

PEQUEÑAS PERO PODEROSAS

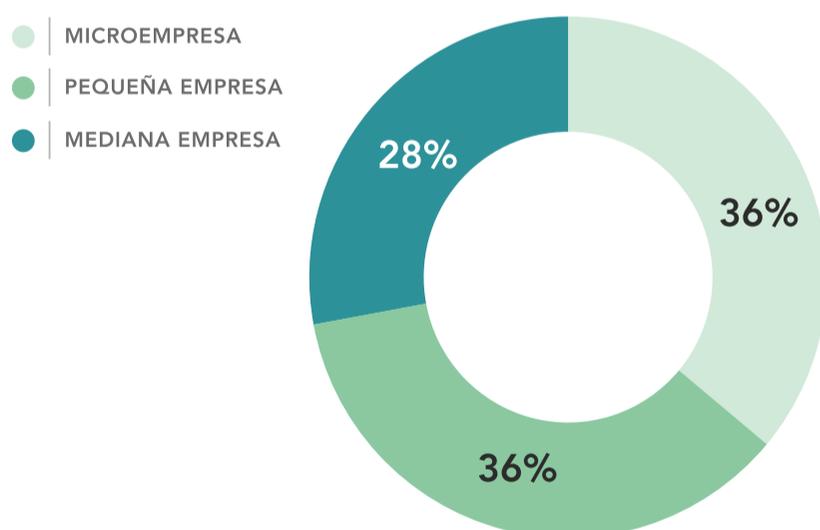
En general, el 69% de los emprendedores encuestados se identifican como fundadores de mipymes, mientras que el 31% restante son empleados. En cuanto al tamaño de la empresa, las mipymes encuestadas se dividen predominantemente en la categoría de micro y pequeñas mipymes: El 72% de los encuestados identifican su

negocio como una microempresa (n=90) o una pequeña empresa (n=90). En cuanto a los ingresos, el 60% de los encuestados informó de ingresos empresariales anuales de hasta S/ 1 999 999 (aproximadamente C\$780 000), mientras que más de la mitad de las empresas encuestadas tienen menos de 10 empleados remunerados a tiempo completo.

La mayoría de las empresas encuestadas (72% de los encuestados) se fundaron en la década del 2000, y la mitad de ellas se iniciaron en la década de 2010. Curiosamente, casi una quinta parte (17%) de todas las empresas encuestadas se fundaron en los últimos cinco años, de 2015 a 2019, lo que habla de la sólida cultura emprendedora del Perú.

En cuanto a las industrias en las que operan las empresas, más de un tercio de los encuestados (37%) trabajan en el sector del comercio al por mayor y al por menor, y la segunda industria más numerosa es la de manufactura (11%). Le siguen los servicios de alojamiento y alimentación (10%); las actividades profesionales, científicas y técnicas (7%); y la educación (6%). Esta distribución industrial refleja las estadísticas nacionales, que muestran que la primera actividad de las mipymes es el comercio al por mayor y al por menor (46,2% de las mipymes registradas).²³ Además, estas estadísticas muestran que los tres sectores económicos más importantes de las mipymes son el comercio (46,2% de las mipymes registradas), los servicios (40,6%) y la manufactura (8,4%).²⁴

GRÁFICO 2: Proporción de mipymes

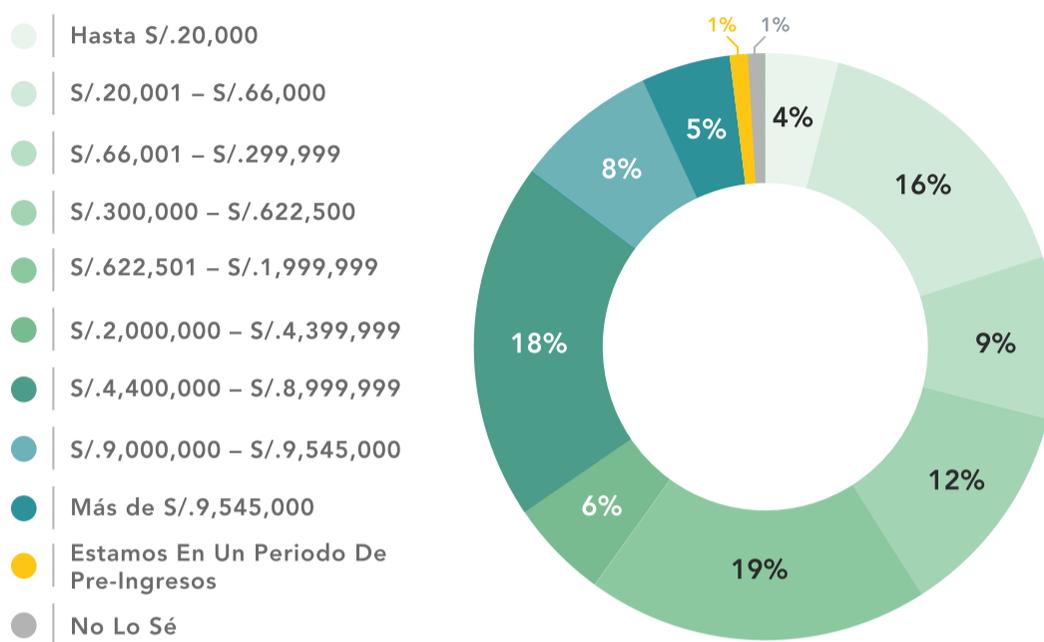


²³ Ministerio de la Producción, *Anuario Estadístico Industrial, Mipyme Y Comercio Interno 2018* (Lima, Perú: Ministerio de la Producción, 2018), p.141.

²⁴ Ibid., p.140.

GRÁFICO 3: Ingresos anuales

Pregunta 2.14: ¿Cuáles fueron los ingresos anuales de su empresa en el último año fiscal?



ASPECTO DEMOGRÁFICO DE LOS ENCUESTADOS

Considerando el género de los encuestados, la proporción de las mujeres (48% de los encuestados, n=121) es casi igual a la de los hombres (51% de los encuestados, n=128).²⁵ Contextualizada en relación con los niveles de paridad de género del Perú, la economía latinoamericana ha tenido un éxito variable en cuanto a garantizar la igualdad entre mujeres y hombres. Según el Informe Global de la Brecha de Género 2020, si bien el Perú se encuentra entre los 20 primeros países de la región de América Latina y el Caribe en lo que respecta a la paridad de género, también ocupa el lugar 66 de 153 economías en el índice global de la brecha de género.²⁶ Más aún, el Perú ocupa la posición 90 en cuanto a la participación económica y las oportunidades de la mujer.²⁷

Según las estadísticas oficiales sobre el panorama de género en el ecosistema de la mipymes del Perú, el 32% de los fundadores de empresas son mujeres, mientras que el 68% son hombres.²⁸ Por el contrario, entre la población encuestada, las mujeres encuestadas conforman la mayoría de los fundadores de empresas encuestados (52%), mientras que los hombres encuestados conforman la mayoría de los empleados (60%). Sin embargo, a pesar de este alentador resultado, un tercio de la población encuestada indicó que su empresa no tenía una fundadora.

²⁵ Uno de los encuestados optó por no especificar su género.

²⁶ World Economic Forum, *Global Gender Gap Report 2020* (Geneva, Switzerland: WEF, 2019), p.26 & p.285.

²⁷ Ibid., p.285.

²⁸ Ministerio de la Producción, “Estadística MIPYME: Perfil de la Mujer Emprendedora 2017,” Ministerio de la Producción, 2017, <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>.

Si se examina más a fondo, el 45% de los emprendedores encuestados señalaron que su empresa tiene más fundadores, en comparación con el 21% de los encuestados que señalaron tener más fundadoras. Además, solo el 28% de los encuestados informó tener un número igual de fundadores femeninos y masculinos. En conjunto, estos resultados ponen de relieve la disparidad de género en el panorama de las mipymes en el Perú.

En lo que respecta a la edad de los emprendedores, el Perú en general tiene una población nacional relativamente joven, con una edad media de 29 años y el 43% de su población es menor de 25 años.²⁹ Sin embargo, las estadísticas oficiales de la mipymes muestran que la mayoría de los emprendedores son mayores: la edad media de los fundadores de empresas es de 46 años entre las mujeres y de 49 años entre los hombres.³⁰

Se puede observar la misma brecha en la población encuestada entre los emprendedores de mayor edad y los más jóvenes. Los encuestados son en su mayoría emprendedores de más edad que tienen 35 años o más (80% de los encuestados, n=199), mientras que solo una quinta parte de los encuestados tienen 34 años o menos (n=49). En cuanto a la representación entre los fundadores de empresas, el 71% de los encuestados mayores son fundadores, en comparación con el 59% de los encuestados más jóvenes. En general, la mayoría de las empresas encuestadas (73%) están dirigidas por personas que tenían 35 años o más en el momento de su fundación.

Por último, también hay una importante dimensión urbano-rural en la población de la encuesta. Casi todas las empresas encuestadas tienen su sede en las zonas urbanas de la costa del Perú, concretamente en la provincia de Lima (49% de la población encuestada), la ciudad de Arequipa en la región de Arequipa (24%) y la ciudad de Trujillo en la región de La Libertad (24%). La distribución geográfica de la población encuestada refleja las estadísticas nacionales del Perú, que muestran que más de la mitad (56,7%) de las mipymes del Perú están ubicadas en estos tres lugares.³¹ Como resultado, la población encuestada no registra mipymes de las zonas rurales, montañosas y de la selva.

²⁹ Central Intelligence Agency, "The World Factbook: Peru," CIA, 2020, <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/pe.html>.

³⁰ Ministerio de la Producción, "Estadística MIPYME: Perfil de la Mujer Emprendedora 2017," Ministerio de la Producción, 2017, <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>.

³¹ Ministerio de la Producción, *Anuario Estadístico Industrial, Mipyme Y Comercio Interno 2018* (Lima, Peru: Ministerio de la Producción, 2018), p.143.

Este resultado pone de relieve la necesidad de abordar las diferentes circunstancias de las mipymes en el Perú según su ubicación geográfica. Durante el taller *Generadores de Cambio: Apoyo a los Emprendedores Sociales en el Perú* organizado en mayo de 2019 por APF Canadá y sus asociados peruanos,³² muchos participantes se refirieron a la importancia de abordar las diferentes necesidades de las mipymes ubicadas en la zona costera del Perú, a diferencia de las zonas montañosas y selváticas más remotas. El Ministerio de la Producción también ha declarado que la concentración de mipymes en la zona costera brinda a las empresas de esa zona un mayor acceso a los mercados locales e internacionales gracias a su proximidad a los puertos del Perú.³³ Esta división geográfica sirve, pues, como aspecto definitivo de las experiencias de las mipymes en el Perú, y merece que se le preste atención en las políticas nacionales de mipymes, así como en las investigaciones futuras.

EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA INTERNACIONAL DE LOS EMPLEADOS DE LAS MIPYMES

En conjunto, la población encuestada ostenta un alto nivel de educación entre los encuestados. De hecho, el 76% de todos los encuestados poseen un título de instituto o educación superior,³⁴ y los fundadores representan el 65% de ese total. Casi la mitad de los encuestados (45%) han obtenido un grado universitario, mientras que el 24% ha obtenido un título técnico. Las empresas encuestadas también indicaron que el 84% de su fuerza laboral, incluidos los fundadores, son profesionales técnicos y que el 88% tiene un título universitario.³⁵

Cuando se desagrega por tipo de negocio, los resultados de la encuesta muestran que el 57% de los emprendedores encuestados que trabajan en una microempresa poseen un título de instituto o de educación superior. De los encuestados en una pequeña empresa, el 81% tiene el mismo nivel de educación, al igual que el 94% de los encuestados de una mediana empresa. En un desglose por género y edad, la misma proporción de mujeres y hombres tienen un título de instituto o educación superior

³² Ministerio de la Producción, *Anuario Estadístico Industrial, Mipyme Y Comercio Interno 2018* (Lima, Perú: Ministerio de la Producción, 2018), p.143.

³³ Los socios de APF Canadá para este evento incluyeron al Ministerio de Relaciones Exteriores, Kunan Perú, y la Cámara de Comercio de Lima. APF Canadá contrató a [STATO SAC](#) para dirigir el taller.

³⁴ Ministerio de la Producción, *Anuario Estadístico Industrial, Mipyme Y Comercio Interno 2018* (Lima, Perú: Ministerio de la Producción, 2018), p.135.

³⁵ Se define como encuestados que han terminado la escuela técnica o profesional con un certificado, un grado de bachiller o estudios de posgrado.

³⁵ Tomado de la Pregunta 2.13: ¿Cuántos empleados (incluidos los fundadores) de su empresa son profesional-técnicos, son graduados de institutos superiores o universidades, o tienen certificados de comercio?; Contextualmente, el Perú tiene una tasa de matrícula del 69,2% en la educación post-secundaria. (UNESCO, 2016)

(76% cada una), mientras que un número similar de emprendedores jóvenes y mayores tienen el mismo nivel de educación (80% y 75%, respectivamente).

En cuanto al nivel de experiencia internacional de la población encuestada, alrededor de un tercio de los emprendedores encuestados (35%) señaló que los miembros de su fuerza de trabajo, incluidos los fundadores, habían trabajado o estudiado en el extranjero.³⁶ Sin embargo, casi la mitad del total de la población encuestada (47%) indicó que ninguno de sus trabajadores tiene experiencia internacional. Además, si bien los fundadores tienen marginalmente más experiencia internacional que los no fundadores, como grupo, solo el 12% de todos los encuestados señalaron que habían tenido algún tipo de experiencia internacional.³⁷ En general, existe una brecha significativa en el grado de experiencia internacional dentro de la población encuestada.

Al comparar los niveles de experiencia internacional entre las micro, pequeñas y medianas empresas, la mayoría de los emprendedores encuestados en cada tipo de negocio no poseen esta experiencia. De los encuestados en una microempresa, el 93% no tiene ninguna experiencia internacional, en comparación con el 87% en una pequeña empresa y el 84% en una mediana empresa. Desglosado por género y edad, el 89% de las mujeres y el 88% de los hombres no tienen esta experiencia, mientras que el 82% de los emprendedores más jóvenes y el 90% de los emprendedores de más edad también carecen de esta experiencia.

También existe una correlación positiva entre el nivel de educación de los encuestados y su experiencia internacional. En otras palabras, cuanto más educado sea el encuestado, más probable es que adquiera experiencia internacional.

En el contexto del emprendimiento social, la falta de experiencia internacional entre los emprendedores peruanos constituye un obstáculo importante para llegar a mercados internacionales más amplios. La inserción en nuevos mercados es uno de los objetivos estratégicos del *Plan Nacional para la Productividad y Competitividad de las Mipymes del Perú 2011-2021*.³⁸ Poder consolidar la exposición internacional de las mipymes en nuevos nichos de mercados nacionales e internacionales con

³⁶ Tomado de la pregunta 2.12: ¿Qué porcentaje de los empleados de su empresa (incluidos los fundadores) han estudiado o trabajado fuera del Perú?

³⁷ Tomado de la pregunta 1.7: ¿Ha estudiado, trabajado o participado en cursos de capacitación fuera del Perú?

³⁸ Ministerio de la Producción, *Plan Nacional para la Productividad y Competitividad de las MYPE 2011-2021* (Lima, Perú: Ministerio de la Producción, 2009).

competitividad y asociatividad es un pilar fundamental para la intervención de políticas con la finalidad de que avancen los servicios de apoyo del gobierno (dependientes del Ministerio de la Producción) avancen. Más allá de la vinculación de las mipymes con los gobiernos y las grandes empresas como estrategia de políticas, las mipymes deben aprovechar el marco establecido por el Estado peruano para fortalecer sus capacidades y asistencia destinadas a exportar o importar productos y servicios, así como la posibilidad de crear asociaciones con otras mipymes vinculadas por sectores económicos o cadenas de producción.³⁹

MOTIVACIONES DE LOS FUNDADORES PARA ESTABLECER MIPYMES

El Perú sigue teniendo una de las tasas más elevadas del mundo de actividad empresarial total en las etapas iniciales⁴⁰, como se indica en el informe del *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2018/2019*. Actualmente, esta cifra se sitúa en el 22,4%.⁴¹ El GEM atribuye este alto nivel de actividad empresarial a varios factores importantes, como un entorno social que fomenta el emprendimiento y una población con un alto nivel de confianza en su capacidad para iniciar un negocio.⁴²

Este alto nivel de confianza se refleja en los resultados de la encuesta que describe las motivaciones de los fundadores para iniciar las mipymes. Las dos razones más populares declaradas por los fundadores de empresas encuestados son la búsqueda de la independencia que conlleva el ser emprendedor (24% de los encuestados) y el deseo de lograr el bienestar personal (22%). Este resultado es una prueba de la sólida cultura emprendedora reportada en el Perú que muestra que los fundadores son conscientes de los beneficios personales de establecer sus propios negocios.

Al desglosar estos datos por edad, se encuentran diferencias estadísticamente significativas entre los puntos de vista de los encuestados más jóvenes y los de más edad en dos declaraciones. En primer lugar, para la justificación de ver una oportunidad de satisfacer una necesidad del mercado, el 48% de los fundadores más jóvenes indicó esta opción, mientras que el 27% de los fundadores mayores señaló lo mismo. Segundo, por la razón de querer alcanzar la prosperidad personal, el 17% de los fundadores más jóvenes indicó esta motivación, mientras que el 35% de los

39 Ibid.

40 Se define como el porcentaje de de la Produccion, la población de 18 a 64 años de edad que es un empresario incipiente o propietario-administrador de un nuevo negocio.

41 Global Entrepreneurship Monitor, 2018/2019 Global Report (London, United Kingdom: GEM, 2019), p.95.

42 Ibid.

fundadores mayores señaló lo mismo. Cabe destacar que la diferencia estadística entre las opiniones de los emprendedores sobre estas dos afirmaciones es pequeña. Sin embargo, esto apunta a una tendencia que podría hacerse más evidente en un estudio más amplio.

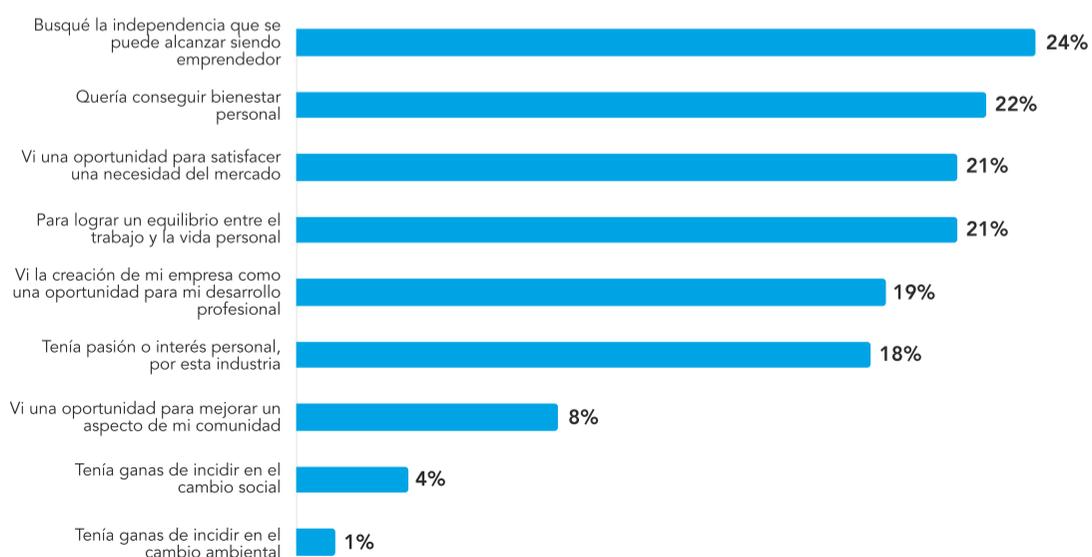
Teniendo en cuenta las intenciones de los emprendedores de iniciar una empresa social, sólo unos pocos fundadores indicaron que tenían la intención de ejercer un impacto social cuando fundaron su mipyme. Únicamente el 8% de los fundadores señaló que comenzaron su negocio con la intención de mejorar su comunidad, mientras que el 4% indicó querer efectuar un cambio social. Por último, solo el 1% de los fundadores afirmó que deseaban efectuar un cambio ambiental con su mipyme.

Estos resultados contrastan con el número de encuestados (tanto fundadores como empleados) que identificaron su mipyme como una empresa social. Casi un tercio de la población encuestada (31%) indicó que su negocio es una empresa social o que busca abordar temas sociales. Este resultado apunta potencialmente a la evolución del interés de los emprendedores en el emprendimiento social, así como a su comprensión cambiante de este concepto.

En general, pese a esta evidencia de la sólida cultura emprendedora del Perú, sigue habiendo bajos niveles de innovación en los emprendimientos peruanos, y muchas de las empresas de reciente creación no terminan convirtiéndose en negocios establecidos. En el informe GEM 2018/2019 se afirma que el fortalecimiento del ecosistema de las mipymes peruanas, como las políticas gubernamentales de emprendimiento y la financiación de las mipymes, es esencial para mejorar la situación.⁴³

GRÁFICO 4: Razones para fundar una mipyme

Pregunta 2.8: ¿Por qué creó esta empresa? Puede mencionar más de una opción.



43 Global Entrepreneurship Monitor, 2018/2019 Global Report (London, United Kingdom: GEM, 2019).

Sección 2: Planes de crecimiento y barreras para el crecimiento de las mipymes

Las mipymes del Perú contribuyen significativamente a la economía nacional. Además de proporcionar empleo a más de la mitad de la población activa del Perú, las mipymes contribuyeron con el 19% del PBI nacional en el año 2018.⁴⁴ En el *Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) 2025*, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo señaló que entre

los años 2003 y 2013, el 86% de las empresas exportadoras eran micro y pequeñas empresas.⁴⁵ Solo en el 2018, la proporción de mipymes que participaban en la exportación se registró en un 94%.⁴⁶ Sin embargo, a pesar de que un gran número de empresas exportadoras son mipymes, éstas constituyen sólo una décima parte de los valores de exportación anuales generados por el comercio internacional. En el año 2018, solo el 9% del valor total de las exportaciones del Perú provenía de las mipymes, mientras que las grandes empresas generaban la mayor parte de este monto.⁴⁷

Dada la posición variable de las mipymes en la economía nacional y el comercio internacional del Perú, surgen varias preguntas. ¿Cómo ven los emprendedores el crecimiento de sus mipymes en el futuro? ¿Qué factores obstaculizan el crecimiento de las mipymes? Teniendo en cuenta estas barreras, ¿a qué servicios de apoyo pueden acceder las mipymes y cómo han percibido los emprendedores los programas existentes dirigidos por el Estado peruano y otras organizaciones?

En esta sección se analizará los puntos de vista de los encuestados sobre estas preguntas, examinando las respuestas en cinco áreas relacionadas con el crecimiento de las mipymes:

- Los planes de crecimiento de los encuestados para sus negocios;
- Las barreras que los encuestados identificaron para el crecimiento de sus mipymes;

44 El Peruano, "Ventas de las mypes representan 19% del PBI," El Peruano, 2019, <https://elperuano.pe/noticia/ventas-de-mypes-representan-19-del-pbi-82195.aspx>.

45 Ministra de Comercio Exterior y Turismo, Plan Estratégico Nacional Exportador 2025 (Lima, Peru: Ministra de Comercio Exterior y Turismo, 2020), p.25.

46 Gestion, "Mipymes representan solo el 9% de las exportaciones peruanas, alerta Mincetur," Gestion, 2019, <https://gestion.pe/peru/mipymes-representan-solo-el-9-de-las-exportaciones-peruanas-alerta-mincetur-noticia/?ref=gesr>.

47 Ibid.

- Las opiniones de los encuestados sobre la importancia de la sostenibilidad ambiental en sus operaciones comerciales;
- El acceso de los encuestados a los servicios de apoyo a las empresas; y
- Las percepciones de los encuestados sobre los programas e iniciativas de apoyo del Perú.

PLANES DE CRECIMIENTO MODESTO DE LAS MIPYMES

En conjunto, la mayoría de los encuestados (88%) señaló que tenían un plan de crecimiento para su mipyme. Casi la mitad (46%) de la población encuestada indicó que su objetivo era un crecimiento modesto (crecimiento de los ingresos de menos del 100% anual), mientras que el

42% afirmó que su objetivo era un crecimiento elevado (duplicar los ingresos cada año). Estos resultados evidencian la confianza y el espíritu ambicioso de los emprendedores peruanos, que se ven animados por una sólida cultura emprendedora para expandir su negocio.

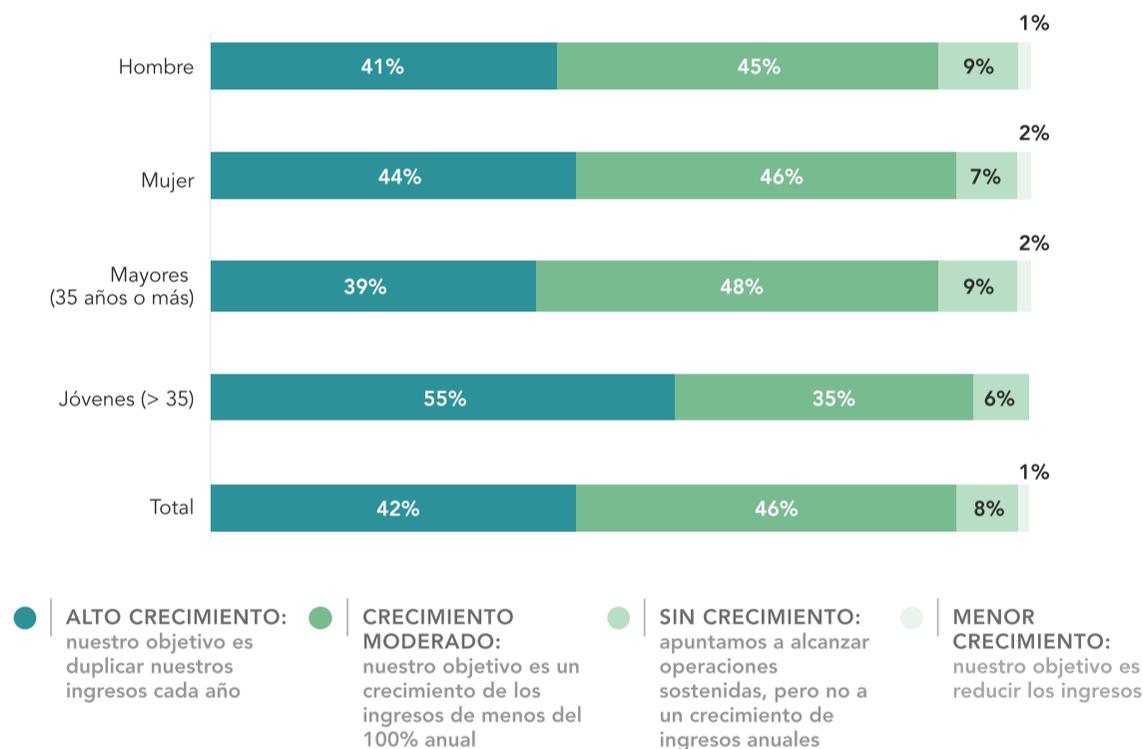
En el desglose por tipo de empresa, el 84% de las microempresas encuestadas señaló que tenían planes de crecimiento, mientras que el 91% de las pequeñas empresas y el 87% de las medianas empresas indicó lo mismo. En general, los emprendedores de las micro, pequeñas y medianas empresas aspiran a niveles similares de crecimiento. Entre las pequeñas empresas, el 46% de los encuestados aspira a un crecimiento alto y moderado, respectivamente. Mientras tanto, entre las empresas medianas, el 47% aspira a un crecimiento alto mientras que el 40% aspira a un crecimiento moderado. Cabe destacar que la mayoría de las microempresas apuntan a un crecimiento moderado (50% de este subgrupo), mientras que solo el 34% indicó que apuntan a un crecimiento elevado.

Cuando se desglosan por género, los resultados de la encuesta muestran que los planes de crecimiento de las mipymes son similares entre mujeres y hombres. Casi la mitad (46%) de las mujeres apuntó a un crecimiento moderado, al igual que el 45% de los hombres. En términos de alto crecimiento, el 44% de las mujeres emprendedoras apuntó a este nivel de crecimiento, mientras que el 41% de los hombres apuntaban al mismo objetivo.

Los planes de crecimiento de las mipymes varían en forma más evidente entre los emprendedores más jóvenes (menores de 35 años) y los mayores (35 años y más). Más de la mitad de los emprendedores más jóvenes (57%) afirmó que apuntaban a un alto crecimiento de su mipyme, en comparación con el 40% de los emprendedores de mayor edad que apuntó al mismo objetivo. Por otro lado, casi la mitad de los emprendedores mayores (49%) indicó que apuntaban a un crecimiento moderado de los ingresos, mientras que el 36% de los emprendedores más jóvenes señaló lo mismo. Este resultado sugiere que los emprendedores más jóvenes tienen objetivos de crecimiento más ambiciosos para sus mipymes, mientras que los encuestados de más edad están a favor de planes de crecimiento más moderados.

GRÁFICO 5: Planes de crecimiento de la empresa, desagregados por sexo y edad

Pregunta 2.15: ¿Cuáles son los planes de su empresa para incrementar sus ingresos?



Una importante advertencia en este sentido es que cuando el tipo de negocio, el género y la edad se someten a una regresión multivariante para ver su efecto en los planes de crecimiento, estos factores no producen diferencias estadísticamente significativas entre las respuestas de los participantes en los planes de crecimiento. Sin embargo, hay una pequeña diferencia estadística entre las opiniones de los emprendedores más jóvenes y los de más edad, que podría ser más pronunciada con un tamaño de muestra mayor.

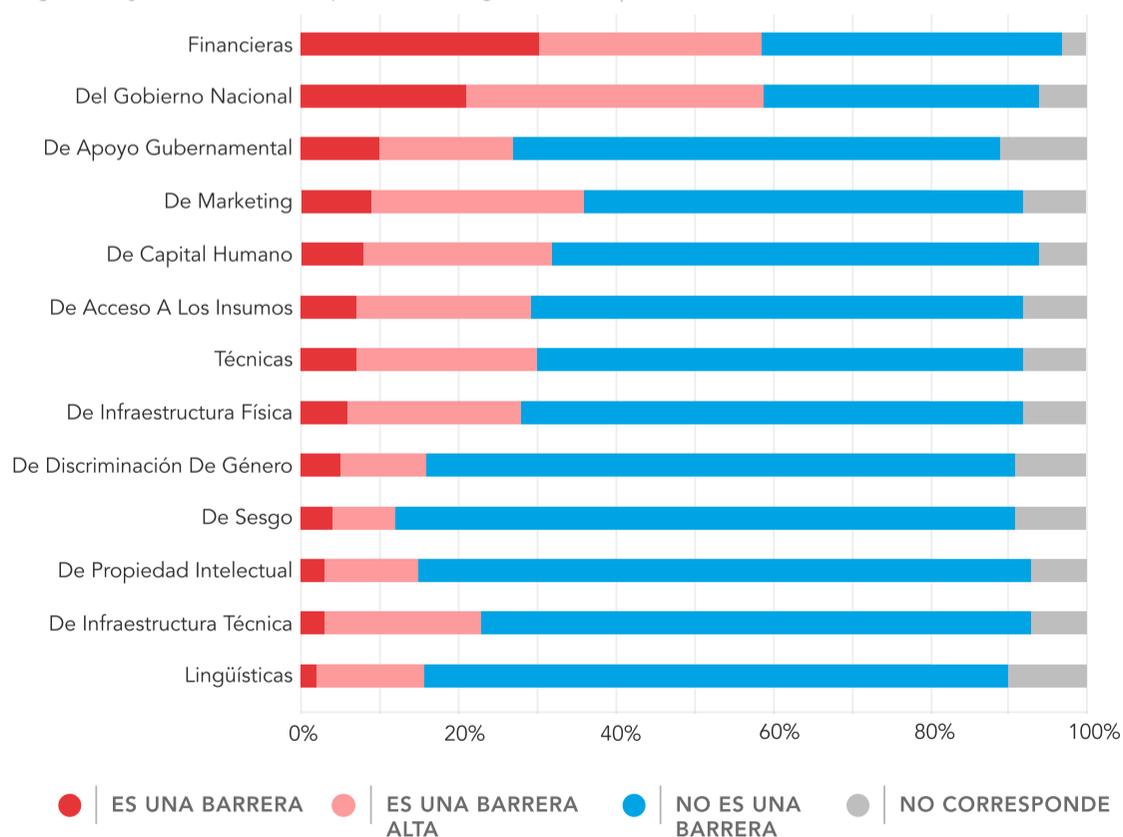
BARRERAS LOCALES PARA EL CRECIMIENTO: PERCEPCIONES DE LAS MIPYMES

Si bien los emprendedores encuestados tienen planes de crecimiento ambiciosos, también existen barreras sustanciales que obstaculizan el crecimiento de sus mipymes. En esta sección, se utiliza el término «barrera» para referirse a los factores que los encuestados han identificado como una barrera elevada o una barrera para el éxito de sus mipymes.

Según las respuestas de la Encuesta Nacional 2020 sobre Emprendedores y mipymes del Perú, las dos barreras más importantes para el crecimiento de las mipymes son el gobierno y el financiamiento. Más de la mitad de los encuestados (59%) sostuvo que el gobierno es una barrera para el crecimiento de sus mipymes, mientras que una proporción similar (58%) identificó el financiamiento como una barrera. En particular, un mayor número de emprendedores encuestados identificó el financiamiento como una barrera más importante que cualquier otro factor (30% de los encuestados). El análisis estadístico también muestra que la identificación de uno de estos dos factores como barrera hace que los encuestados consideren probablemente también el otro factor como una barrera, lo que sugiere que el gobierno y el financiamiento están interrelacionados como barreras.

GRÁFICO 6: Barreras al crecimiento de las MIPYME

Pregunta 9.1: ¿Cuáles son las barreras que limitan el éxito general de su empresa?



El cuadro de datos correspondiente se encuentra en el Apéndice

En primer lugar, el factor del gobierno nacional se refiere a si los encuestados consideran que los reglamentos o procedimientos administrativos del gobierno son restrictivos para sus mipymes, entre otros temas relacionados. De la población encuestada, el 38% indicó que este factor es una barrera para el crecimiento de su negocio, mientras que el 21% señaló que es una importante barrera para ellos. Cuando se les solicitó que especificaran, algunos encuestados señalaron las altas tasas de impuestos y la burocracia restrictiva de los municipios.⁴⁸

Los participantes en el evento del *Día de Capacitación en Innovación Social, Competitividad y Mipymes*, organizado por la APF Canadá y Kunan, también señalaron las barreras relacionadas con el gobierno. Cuando se les preguntó cuáles eran las principales barreras para sus mipymes, algunos mencionaron la «falta de conocimiento sobre las organizaciones estatales potencialmente útiles», «poco conocimiento sobre los gobiernos locales y regionales», «la falta de servicios gubernamentales para las mipymes» y «la legislación restrictiva».⁴⁹ Estos resultados coinciden con las conclusiones del informe GEM 2018/2019, en el que las políticas gubernamentales del Perú en materia de impuestos y burocracia, así como de apoyo y pertinencia empresarial, están por debajo del promedio regional y mundial.⁵⁰ En general, si bien el Perú cuenta con una diversidad de programas de apoyo para las mipymes, parece que los emprendedores desean políticas gubernamentales más sólidas y favorables a las empresas. Las opiniones de los encuestados sobre los programas de apoyo patrocinados por el gobierno se analizarán más adelante en esta sección.

En cuanto al financiamiento de las mipymes, el 28% de la población encuestada indicó que este factor es una barrera, mientras que el 30% señaló que es una gran barrera para su negocio. Una parte significativa de la población de la encuesta (43%) sostuvo que estaban buscando financiamiento al momento de la encuesta.⁵¹ Además, cerca de la mitad (46%) de los participantes en el evento antes mencionado citó el financiamiento y el acceso a los fondos como una de las tres principales barreras para su negocio.⁵²

48 Los encuestados explicaron con más detalle las tres principales barreras específicas de su mipyme en la pregunta 9.3, donde se les preguntó lo siguiente: «¿Cuáles son las tres principales barreras para el éxito de su compañía? Por favor, puede incluir barreras no enumeradas en la pregunta anterior».

49 Tomado de la encuesta de retroalimentación posterior al evento.

50 Global Entrepreneurship Monitor, 2018/2019 Global Report (London, United Kingdom: GEM, 2019).

51 Tomado de la pregunta 2.17: «¿Su compañía busca actualmente financiación o financiamiento?»

52 Esto incluye a los participantes en las sesiones de capacitación que mencionaron el financiamiento, el acceso a los fondos/capital/recursos y los costos prohibitivos de los bienes materiales entre los tres principales obstáculos para su mipyme.

El tema del financiamiento ha sido previamente identificado por el Ministerio de la Producción como un obstáculo para las mipymes.⁵³ Según el Ministerio, solo el 6% de las mipymes registradas pueden acceder al sistema financiero regulado.⁵⁴ El acceso al financiamiento también es desigual entre las mipymes: aunque el 62% y el 46% de las medianas y pequeñas empresas, respectivamente, pueden acceder al sistema financiero peruano, únicamente el 5% de las microempresas pueden hacer lo mismo.⁵⁵ Esta observación se repite en el informe GEM 2018/2019, donde se encuentra que el nivel de financiamiento empresarial en el Perú está por debajo del promedio mundial.⁵⁶

En particular, la discriminación por motivos de género (16% de los encuestados) y los prejuicios (12%) no se perciben como obstáculos importantes. Si bien la discriminación y el prejuicio por motivos de género siguen siendo problemas que enfrenta un segmento más pequeño de la población encuestada, esto es una prueba del progreso del Perú en materia de paridad entre los géneros, ya que la mayoría de las mujeres y los hombres encuestados no señalan estos dos factores como barreras para el éxito de su PYME.

En el desglose de los datos por género, se observa que tanto las mujeres como los hombres tienen percepciones similares acerca de estas barreras. Por ejemplo, el 57% de los hombres y el 62% de las mujeres indicó que las políticas del gobierno son una barrera para el crecimiento de sus mipymes. Las mujeres en un número ligeramente superior a los hombres identificaron este factor como una barrera elevada (25% y 18%, respectivamente), pero en general, los emprendedores de ambos géneros lo consideran de manera similar como una barrera general, las mujeres en un 37% y los hombres en un 39%. En cuanto al financiamiento, el 62% de los hombres y el 55% de las mujeres percibió este factor como una barrera para su negocio.

Si bien las respuestas de ambos géneros son similares, existen diferencias estadísticamente significativas en las opiniones sobre marketing y prejuicios, ya que es más probable que las mujeres los identifiquen como barreras. En cuanto al marketing, el 42% de las mujeres encuestadas lo consideran una barrera, en

53 Global Entrepreneurship Monitor, "Entrepreneurial Behaviour and Attitudes," GEM, 2018, <https://www.gem-consortium.org/economy-profiles/peru>.

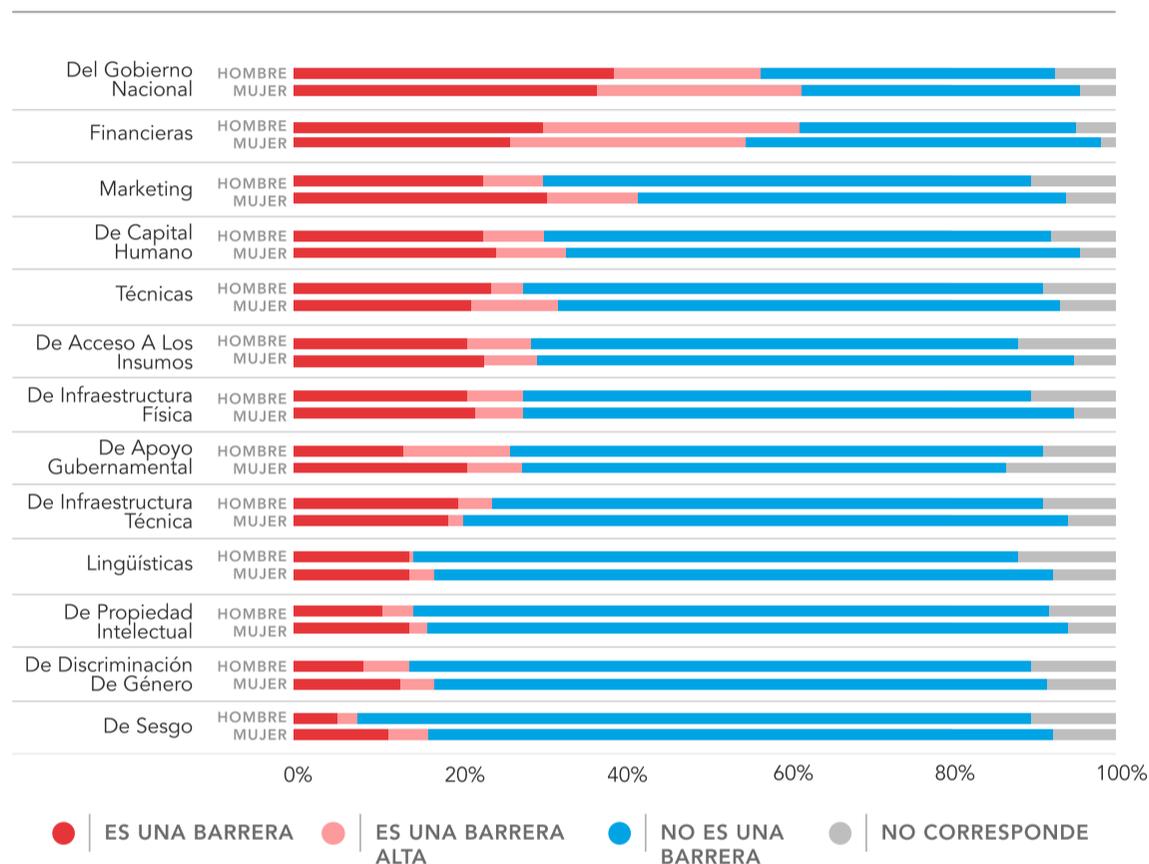
54 Ministerio de la Producción, "Estadística MIPYME," Ministerio de la Producción, 2017, <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oee/estadisticas-mipyme>.

55 Ibid.

56 Global Entrepreneurship Monitor, *2018/2019 Global Report* (London, United Kingdom: GEM, 2019).

comparación con el 30% de los hombres. En cuanto al prejuicio, el 17% de las mujeres lo perciben como una barrera, en comparación con el 8% de los hombres. Pese a ello, la mayoría de las mujeres y los hombres no consideran estos dos factores como barreras importantes para su mipyme. Sin embargo, existe una pequeña diferencia estadísticamente significativa en las opiniones de las mujeres y los hombres sobre estos factores que podría ser más pronunciada en un estudio más amplio.

GRÁFICO 7: Percepción de las barreras, desglose por género



El cuadro de datos correspondiente se encuentra en el Apéndice

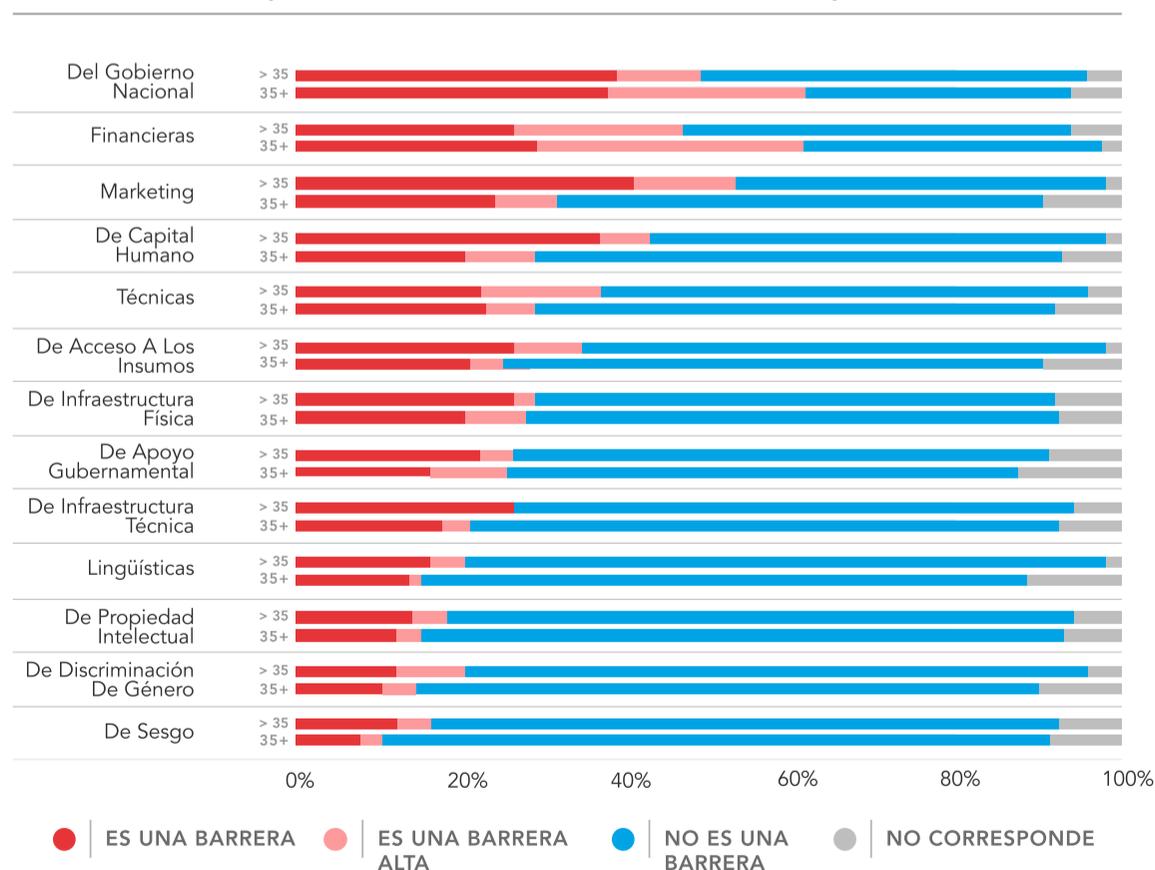
Finalmente, si se desglosan las opiniones de los encuestados por edad, se observa una diferencia notable entre la percepción de las barreras por parte de los emprendedores más jóvenes y los de más edad. En cuanto al gobierno, menos emprendedores jóvenes (49% de estos encuestados) reportan este factor como una barrera en comparación con los emprendedores de mayor edad (62% de estos encuestados). Del mismo modo, en lo que respecta al financiamiento, el 47% de los emprendedores más jóvenes y el 61% de los emprendedores de más edad considera que este factor constituye una barrera.

Para cada uno de estos dos factores, los encuestados de más edad, en un número ligeramente superior a los encuestados jóvenes, los consideran barreras elevadas. Casi una cuarta parte (24%) de los emprendedores de mayor edad considera que el

gobierno es una barrera importante, en comparación con el 10% de los encuestados más jóvenes. A su vez, el 32% de los emprendedores de mayor edad considera el financiamiento como una barrera importante, en comparación con el 20% de los participantes más jóvenes.

En cuanto a las opciones restantes, un mayor número de emprendedores más jóvenes considera estos factores como barreras en comparación con los emprendedores de más edad. Algunas de las diferencias más pronunciadas en la percepción de las barreras pueden observarse en el marketing, el capital humano, el apoyo gubernamental y las barreras lingüísticas. Respecto al marketing, el 53% de los emprendedores más jóvenes considera este factor como una barrera, en comparación con el 32% de los emprendedores de más edad. En cuanto al capital humano, el 43% de los encuestados más jóvenes indicó que este factor es una barrera, en comparación con el 29% de los encuestados de más edad. En cuanto al apoyo del gobierno, el 34% de los emprendedores más jóvenes lo perciben como una barrera, en comparación con el 26% de los encuestados mayores. Por último, en cuanto a las barreras lingüísticas, el 20% de los emprendedores más jóvenes informó de este factor, frente al 15% de los encuestados de más edad.

GRÁFICO 8: Percepción de las barreras, desglose por edad



El cuadro de datos correspondiente se encuentra en el Apéndice.

Se observan pequeñas diferencias estadísticas entre los puntos de vista de los emprendedores mayores y los más jóvenes en cuanto a las barreras financieras, lingüísticas y de marketing. Si bien las diferencias de las demás opciones no son estadísticamente significativas, podrían dar indicios de tendencias en las percepciones de los emprendedores más jóvenes y de mayor edad que podrían estudiarse en investigaciones posteriores.

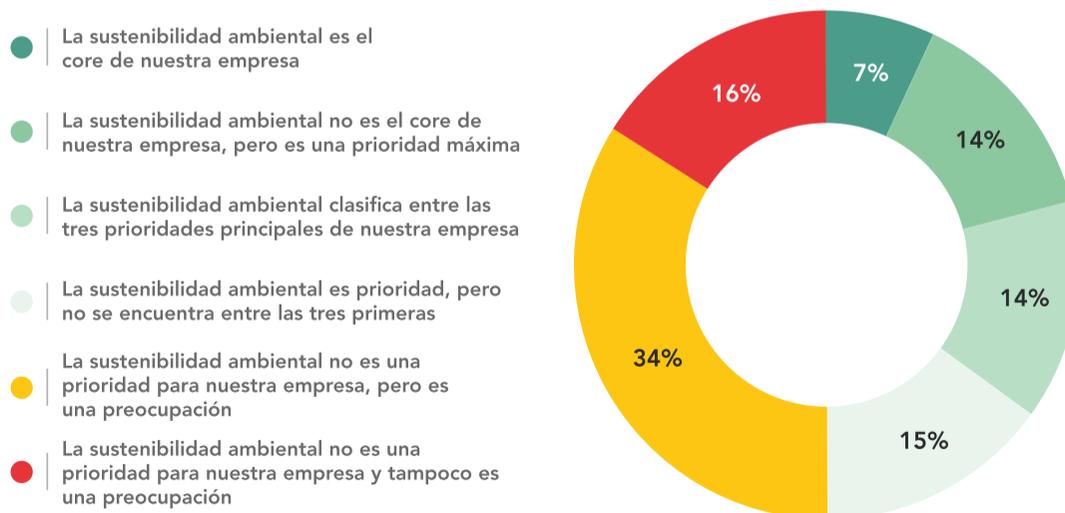
EL CRECIMIENTO Y EL MEDIO AMBIENTE: LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL COMO UNA PRIORIDAD DE LAS MIPYMES

Además de las barreras para el crecimiento empresarial, otra preocupación creciente de las mipymes es la naturaleza sostenible de sus operaciones comerciales. En 2018, el Perú aprobó su Ley Marco sobre el Cambio Climático (Ley N° 30754). La ley estableció el enfoque intergeneracional y las medidas de mitigación y adaptación al cambio climático del Perú, con el fin de reducir su vulnerabilidad al cambio climático, aprovechar las oportunidades de crecimiento con bajas emisiones de carbono y cumplir los compromisos internacionales contraídos en virtud de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.⁵⁷

Entre la población encuestada, el 84% de los encuestados indicó que la sostenibilidad ambiental es una prioridad o preocupación para su mipyme. Examinando más de cerca, la mitad de los emprendedores encuestados señaló que consideran la sostenibilidad ambiental como una prioridad para su empresa, ya sea que se trate de su mandato principal, una prioridad máxima, entre las tres prioridades principales de su empresa, o una prioridad general. Otro tercio de la población encuestada (34%)

GRÁFICO 9: Opiniones sobre la sostenibilidad del medio ambiente

Pregunta 6.1: ¿Hasta qué punto la sostenibilidad ambiental ha sido una preocupación para su empresa?



⁵⁷ London School of Economics and Political Science, "Peru – Framework Law no 30754 on Climate Change," Grantham Research Institute on Climate Change and the Environment, LSE, 2020, <https://climate-laws.org/cclow/geographies/peru/laws/framework-law-no-30754-on-climate-change>.

señaló que si bien la sostenibilidad ambiental no es una prioridad para su empresa, sí la consideran una preocupación.

Estas conclusiones complementan las opiniones de los encuestados sobre el impacto del cambio climático en su industria.⁵⁸ Tres cuartas partes de la población encuestada (76%) indicó que creen que el cambio climático tendrá algún impacto en su industria. En forma desglosada, el 34% de los encuestados señaló que creen que el cambio climático tendrá un impacto significativo, mientras que el 42% cree que tendrá un bajo impacto.

Entre los encuestados que piensan que el cambio climático tendrá un gran impacto en su mipyme, alrededor de un tercio (32%) corresponde a la industria mayorista y minorista, mientras que el 9% proviene de la industria manufacturera. Una nota importante aquí es que la mayoría de las mipymes de la población encuestada trabajan en estas dos industrias, lo que da lugar a un cierto sobremuestreo de estas empresas. Sin embargo, es de prever, ya que estas dos áreas son las principales actividades de las mipymes registradas en el Perú.

La mayor parte de la población encuestada (64%) también señaló estar «muy dispuestos» a incorporar prácticas de sostenibilidad ambiental en su estrategia comercial o en sus operaciones.⁵⁹ Por otro lado, alrededor de una cuarta parte (24% de los encuestados) indicó que están «algo dispuestos» a hacer lo mismo.

Además, el análisis estadístico sugiere una correlación positiva entre esta variable y el tamaño de la empresa. A medida que las empresas crecen -de microempresas a pequeñas- los encuestados se muestran más dispuestos a incorporar la sostenibilidad ambiental en sus modelos de negocio. Por ejemplo, la mitad de las microempresas afirmaron estar «muy dispuestas» a incorporar prácticas de sostenibilidad ambiental, mientras que dos tercios de las pequeñas empresas indicaron lo mismo. Además, mientras que el 31% de las microempresas encuestadas dijo que estaban «algo dispuestas» a incorporar esas prácticas, el 23% de las pequeñas empresas manifestó la misma opinión.

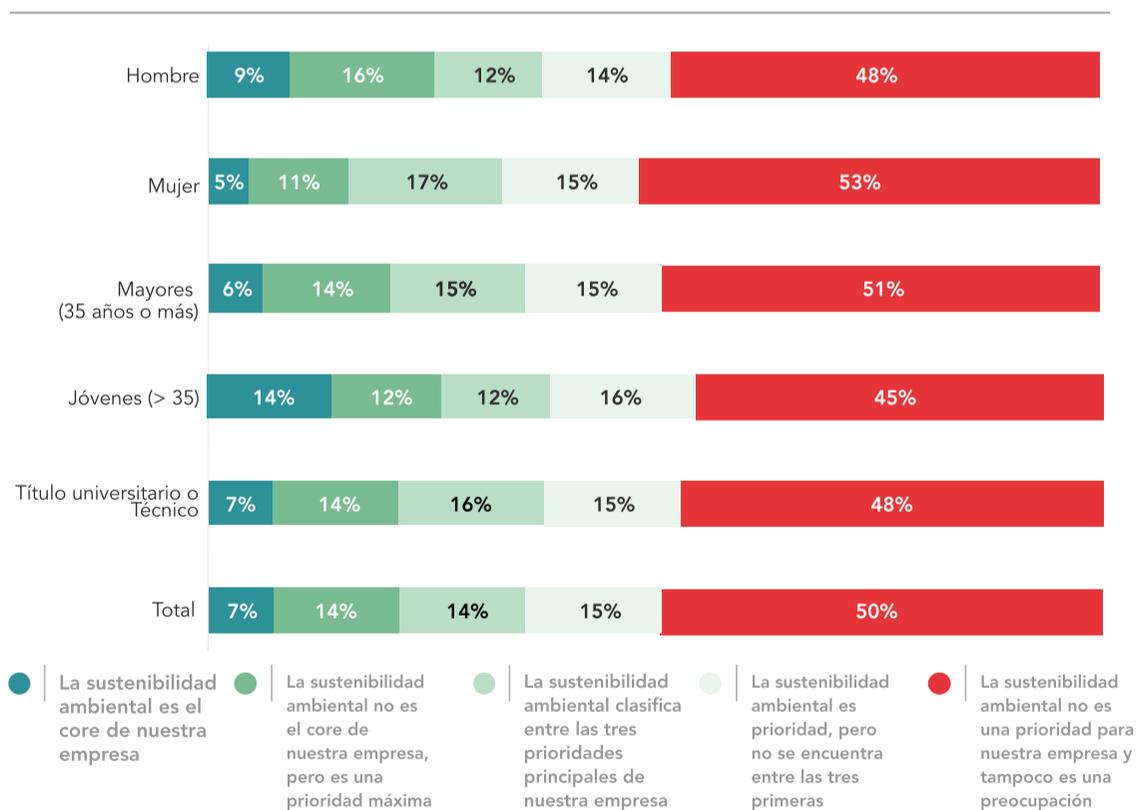
58 Tomado de las respuestas a la Pregunta 6.3: ¿En qué medida prevé que el cambio climático afecte su compañía o industria?

59 Tomado de las respuestas a la pregunta 6.2: Dada la oportunidad y la educación necesaria, ¿en qué medida su empresa está dispuesta a incorporar la sostenibilidad ambiental en su estrategia empresarial o en sus operaciones?

Desglosando aún más los puntos de vista de los encuestados por la industria de su mipyme, casi un tercio de las empresas encuestadas que dan prioridad a la sostenibilidad ambiental⁶⁰ se encuentran en el sector del comercio al por mayor y al por menor (31% de este subgrupo). La segunda industria que da prioridad a la sostenibilidad ambiental en la población de la muestra es la manufactura (12% de este subgrupo), seguida de los servicios de alojamiento y alimentación (10% de este subgrupo).⁶¹

En cuanto a las opiniones desglosadas por género y edad, las opiniones de los encuestados sobre la sostenibilidad ambiental son similares en general. De las mujeres encuestadas, el 82% manifestó que consideraban la sostenibilidad ambiental como una prioridad o preocupación para su mipyme, mientras que el 86% de los hombres indicó lo mismo. Mientras tanto, el 90% de los emprendedores más jóvenes y el 83% de los emprendedores de más edad también indicó la sostenibilidad ambiental como una prioridad o preocupación.

GRÁFICO 10: Opiniones sobre la sostenibilidad del medio ambiente, desglose por género, edad y nivel de educación



60 Se refiere a las empresas encuestadas que indicaron la sostenibilidad ambiental como su mandato empresarial, de máxima prioridad, entre sus tres prioridades principales, o una prioridad general para su mipyme.

61 La tabla de datos figura en el apéndice.

ACCESO Y PERCEPCIÓN DE LOS SERVICIOS DE APOYO DE LAS MIPYMES

Perú tiene una amplia variedad de servicios y programas de apoyo para las mipymes, que van desde redes de emprendimiento como Kunan hasta iniciativas gubernamentales como Innóvate Perú.⁶²

Casi la mitad de la población encuestada (48%) informó que tenía acceso a servicios de apoyo de algún tipo. El servicio de apoyo al que más se accede es la adquisición de información de mercado (24% de los encuestados) que ayuda a los emprendedores a calibrar la demanda del mercado para el producto o servicio de su empresa.

El segundo servicio al que más se accede es el de los servicios de asesoramiento en persona (16%), que abarcan la mentoría y la orientación sobre estrategias empresariales, entre otros temas. Por último, la tercera opción más mencionada es la de los servicios de apoyo financiero (15%), que incluye opciones de financiación para las mipymes y servicios de asesoramiento sobre la obtención de fondos.

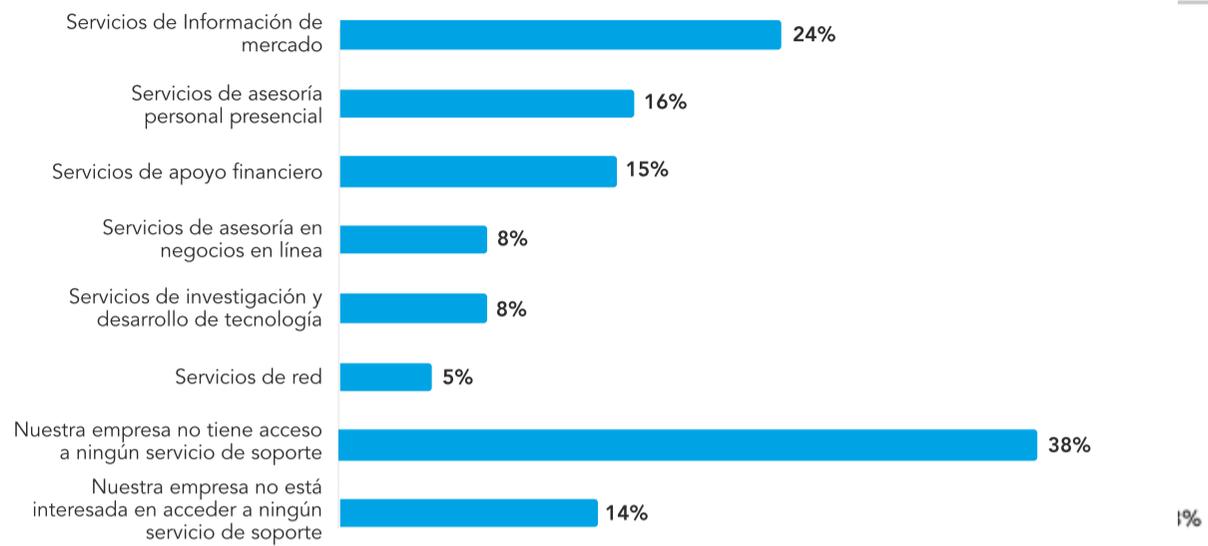
Una proporción significativa (38%) de la población encuestada informó que su empresa no tiene acceso a ningún servicio de apoyo. Dentro de este grupo, más de la mitad de los encuestados son mujeres (56% de este subgrupo). Además, el 45% de todas las mujeres encuestadas en la población de la encuesta manifestó que su mipyme carece de acceso a servicios de apoyo, en comparación con sólo el 16% de los emprendedores varones que reportan lo mismo. Estos resultados sugieren que las mujeres emprendedoras pueden tener más dificultades para acceder a esos servicios que sus homólogos masculinos.⁶³ Teniendo en cuenta la edad, un número similar de emprendedores jóvenes y de más edad informaron que no tenían acceso a los servicios de apoyo: El 39% de todos los emprendedores mayores encuestados señaló que su mipyme carecía de acceso a servicios de apoyo, mientras que el 37% de los emprendedores más jóvenes manifestó lo mismo.

Por último, el 14% de los encuestados manifestó que no estaban interesados en acceder a ningún servicio de apoyo. Un número similar de hombres y mujeres, así como de emprendedores mayores y más jóvenes, informaron acerca de esta falta de interés (14% de los encuestados en cada grupo).

⁶² Un informe escrito por Kunan para la Asociación de Negocios en Crecimiento de APEC-Canadá, titulado El Panorama Existente del Emprendimiento Social en el Perú, contiene un apéndice detallado de los programas de apoyo a las mipymes en todo el Perú.

⁶³ Sin embargo, este resultado no es estadísticamente significativo.

GRÁFICO 11: Acceso a los servicios de apoyo



Además de estos servicios generales de apoyo, se preguntó a los encuestados sobre su opinión acerca de los programas específicos de apoyo a las mipymes, las políticas sociales y las iniciativas estatales disponibles en el Perú. Cuando se les preguntó si la falta de servicios de apoyo del gobierno plantea un desafío para el crecimiento de sus mipymes, más de un cuarto de la población de la encuesta (27%) señaló que sí era una barrera. En la tabla 2 se presenta las opciones específicas que se pidió a los encuestados revisar y sus percepciones sobre cada una de ellas.

TABLA 2: Percepción de los programas, instituciones e iniciativas de apoyo para las MIPYME

Pregunta 8.2: Por favor identifique el impacto de cada uno de los siguientes programas, políticas sociales e iniciativas estatales en su empresa.

Los programas, instituciones e iniciativas de apoyo para las MIPYME	Impacto positivo	Sin impacto	Impacto negativo	No aplicable a la empresa	No conozco
Emprendedor Peruano	64	22	2	45	117
Innovate Perú	62	42	1	47	98
Centros para el Desarrollo Empresarial	56	44	2	49	99
Corporación Peruana para el Desarrollo (COFIDE)	53	51	6	65	75
Programas de promoción de exportación (misiones comerciales, marketing)	46	20	4	56	124
Incentivo Tributario a la Investigación y Desarrollo	38	20	3	55	134
Fondo CRECER	34	21	4	55	136
Programas de apoyo al emprendimiento (incubación capital semilla)	31	23	2	56	138
Programa de apoyo a la ciencia, tecnología e innovación tecnológica (FONDECYT)	30	28	5	57	130
Servicios tecnológicos de los CITE (Centros e Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica)	29	30	1	49	141
Programas de asistencia técnica para la adopción de tecnología y gestión empresarial (CITEs, misiones y consultorías tecnológicas, asistencia técnica, FINCYT, etc.)	24	27	1	58	140
StartUp Perú	21	33	6	64	126
Produce Virtual	20	24	3	64	139
Kit Digital	14	27	3	59	147

Las instituciones y programas más conocidos entre los encuestados⁶⁴ son el Banco de Desarrollo del Perú (COFIDE) (70% de los encuestados conoce esta institución), y tres programas del Ministerio de la Producción, a saber, el programa Innovate Perú (61%), los Centros de Desarrollo Empresarial (60%) y la plataforma Emprendedor Peruano (53%).

COFIDE es el banco de desarrollo del Perú, y proporciona financiamiento y apoyo al desarrollo empresarial para las micro y pequeñas empresas. Entre sus programas más notables figuran el Fondo de Desarrollo de la Microempresa - FONDEMI y sus centros de desarrollo empresarial en Lima y Tarapoto que ofrecen charlas virtuales, cursos en línea y clínicas de asesoramiento empresarial.⁶⁵

⁶⁴ Esto incluye los programas, políticas sociales e iniciativas estatales que más de la mitad de la población encuestada afirmó conocer.

⁶⁵ COFIDE, "Productos y Servicios," COFIDE, 2016, <https://www.cofide.com.pe/COFIDE/productos>

Innovate Perú, o el Programa Nacional de Innovación para la Competitividad y la Productividad, es un programa del Ministerio de la Producción que tiene como objetivo aumentar la innovación empresarial y facilitar la adaptación tecnológica de las empresas. Proporciona financiamiento para las empresas a través de concursos y fondos nacionales, como el Fondo Mipyme y el Fondo de Investigación y Desarrollo para la Competitividad (FIDECOM).⁶⁶

Los Centros de Desarrollo Empresarial, también gestionados por el Ministerio de la Producción (PRODUCE), son centros físicos destinados a prestar servicios de apoyo empresarial gratuitos a las micro y pequeñas empresas. Estos centros son administrados por PRODUCE con su socio Tu Empresa, y juntos brindan asesoría y servicios sobre la gestión empresarial y la formalización de las mipymes informales. Estos centros están destinados a complementar los servicios de los Centros de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica (CITES), que brindan apoyo tecnológico a las mipymes.

Por último, Emprendedor Peruano es una plataforma virtual también del Ministerio de la Producción, que presta servicios de desarrollo empresarial a los emprendedores mediante cursos en línea gratuitos y capacitación presencial.⁶⁷ Estos servicios están destinados a promover y desarrollar la competitividad de las mipymes, a través de cursos que enseñan a los emprendedores cómo dirigir empresas competitivas, responsables y sostenibles.

Entre estas cuatro iniciativas, Emprendedor Peruano fue el que obtuvo la mayor calificación entre sus usuarios. De los emprendedores encuestados que han accedido a este programa,⁶⁸ el 73% indicó que tuvo un impacto positivo en su negocio. En el caso de Innovate Perú, el 59% de los emprendedores que accedieron a este programa señaló que tuvo un impacto positivo en su mipyme, mientras que el 55% que accedió a los servicios de los Centros de Desarrollo Empresarial manifestó lo mismo. Por último, el 48% de los encuestados que accedieron a los servicios de COFIDE manifestó que estos impactaron positivamente en su negocio.

⁶⁶ Ministerio de la Producción, "Historia – Innovate Peru," Ministerio de la Producción, 2020, <https://www.innovateperu.gob.pe/quienes-somos/historia>.

⁶⁷ Ministerio de la Producción, "Emprendedor Peruano," Ministerio de la Producción, 2020, <https://emprendedorperuano.produce.gob.pe/Home/AcercaDe>.

⁶⁸ Los porcentajes citados en este párrafo excluyen a los encuestados que dijeron que no conocían la iniciativa o que no les era aplicable.

En el desglose por género y edad, en general, las mujeres y los hombres, así como los emprendedores más jóvenes y los de más edad, tienen opiniones similares sobre estos programas. Respecto a la plataforma Emprendedor Peruano, el 71% de las usuarias y el 76% de los usuarios afirmó que esta iniciativa tenía un impacto positivo en su negocio. El 60% de los usuarios más jóvenes y el 76% de los usuarios mayores manifestó lo mismo.

En cuanto a Innóvate Perú, el 60% de las mujeres y el 57% de los hombres que utilizaron este programa señaló que tuvo un impacto positivo en su negocio, mientras que el 55% de los emprendedores más jóvenes y el 59% de los emprendedores de mayor edad expresó lo mismo.

Respecto a los Centros de Desarrollo Empresarial, el 58% de las usuarias y el 52% de los usuarios indicó que tenían un impacto positivo en sus negocios. Mientras tanto, el 45% y el 56% de los usuarios más jóvenes y mayores, respectivamente, expresó que tuvo un impacto positivo.

Por último, en cuanto a COFIDE, el 48% de las usuarias y el 49% de los usuarios manifestó que tenía un impacto positivo, mientras que el 47% de los usuarios más jóvenes y el 48% de los usuarios de más edad señaló lo mismo.

TABLA 3: Utilización de determinadas iniciativas de apoyo, desglose por género y edad

Nota: Estas cifras excluyen a los encuestados que no estaban al tanto de la iniciativa o que expresaron que no era aplicable a su negocio

Programas e Iniciativas de Apoyo a las Mipymes	Emprendedores Mujeres	Emprendedores Hombres	Emprendedores más jóvenes	Emprendedores de más edad
Innóvate Perú	58 (48% de todas las mujeres encuestadas)	47 (37% de todos los hombres encuestados)	20 (41% de todos los emprendedores jóvenes encuestados)	84 (42% de todos los emprendedores encuestados de más edad)
Emprendedor Peruano	45 (37% de todas las mujeres encuestadas)	42 (33% de todos los hombres encuestados)	20 (41% de todos los emprendedores jóvenes encuestados)	67 (34% de todos los emprendedores encuestados de más edad)
COFIDE (Corporación Peruana para el Desarrollo)	56 (46% de todas las mujeres encuestadas)	53 (41% de todos los hombres encuestados)	19 (39% de todos los emprendedores jóvenes encuestados)	87 (44% de todos los emprendedores encuestados de más edad)
Centros para el Desarrollo Empresarial (Centros para el Desarrollo Empresarial)	55 (45% de todas las mujeres encuestadas)	46 (36% de todos los hombres encuestados)	20 (41% de todos los emprendedores jóvenes encuestados)	80 (40% de todos los emprendedores encuestados de más edad)
Kit Digital	28 (23% de todas las mujeres encuestadas)	16 (13% de todos los hombres encuestados)	11 (22% de todos los emprendedores jóvenes encuestados)	35 (18% de todos los emprendedores encuestados de más edad)
CITES	37 (31% de todas las mujeres encuestadas)	23 (18% de todos los hombres encuestados)	13 (26% de todos los emprendedores jóvenes encuestados)	47 (24% de todos los emprendedores encuestados de más edad)
Produce Virtual	29 (24% de todas las mujeres encuestadas)	18 (14% de todos los hombres encuestados)	8 (16% de todos los emprendedores jóvenes encuestados)	38 (19% de todos los emprendedores encuestados de más edad)

En cuanto al resto de las opciones incluidas en la encuesta, la mitad o más de la población encuestada dijo que desconocía estas iniciativas. La iniciativa menos conocida entre los encuestados es el Kit Digital del Ministerio de la Producción, una plataforma en línea destinada a proporcionar a las mipymes recursos en línea y cursos de negocios.⁶⁹ El 59% de la población encuestada expresó que desconocía esta iniciativa.

Más de la mitad de los encuestados expresaron que tampoco conocían los servicios técnicos de las CITES,⁷⁰ y Produce Virtual,⁷¹ la plataforma en línea del Ministerio de la Producción para que las mipymes accedan a aplicaciones y servicios. En general, estos resultados muestran que muchos emprendedores aún desconocen los servicios en línea y las nuevas tecnologías que podrían aprovechar para su mipyme, lo que podría indicar un acceso desigual a estos servicios.

En cuanto al Kit Digital, Produce Virtual, y los servicios técnicos de las CITES, las mujeres y los hombres que accedieron a estos servicios tienen opiniones similares sobre su impacto en su mipyme. Cabe destacar que, para cada una de estas opciones, es estadísticamente más probable que los emprendedores varones señalen que la iniciativa en cuestión no es aplicable a su empresa.

Una importante advertencia aquí es que, en general, la mayoría de los hombres y mujeres encuestados señalaron que no eran conscientes de ello o que no les era aplicable.

No obstante, este resultado indica una diferencia de percepción entre las mujeres y los hombres que podría ser más pronunciada en un estudio más amplio.

Los puntos de vista de los emprendedores más jóvenes y los de mayor edad sobre estas tres iniciativas también son generalmente similares. Una notable diferencia de opinión se puede observar en las opiniones sobre el Kit Digital, en el que el 9% de los usuarios más jóvenes en comparación con el 34% de los usuarios de más edad manifestó que tenía un impacto positivo. Sin embargo, esta diferencia no es estadísticamente significativa en esta muestra.

69 Ministerio de la Producción, "Kit Digital," Ministerio de la Producción, 2020, <http://www.kitdigital.pe/>.

70 Instituto Tecnológico de la Producción, "¿Qué es un CITE?," Instituto Tecnológico de la Producción, 2020, <https://www.itp.gob.pe/nuestros-cite/>.

71 Ministerio de la Producción, "Desde hoy empresas pueden tramitar autorización para reanudar actividades vía la plataforma Produce Virtual," Ministerio de la Producción, 2020, <https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/151058-desde-hoy-empresas-pueden-tramitar-autorizacion-para-reanudar-actividades-via-la-plataforma-produce-virtual>.

Sección 3: Oportunidades y desafíos para el emprendimiento social

El emprendimiento social cobra cada vez más interés entre las mipymes en el Perú. El ecosistema del emprendimiento social también se está expandiendo a un ritmo similar para apoyar a los aspirantes a emprendedores que desean iniciar una empresa social. Actores clave como Kunan y NESsT actúan como centros de este ecosistema, alimentando redes de empresas sociales como la Red Kunan. Sin embargo, si bien existe una legislación para ayudar a las mipymes, no hay un equivalente específico para las empresas sociales. Además, Perú Responsable, el principal programa respaldado por el Perú para promover la responsabilidad social empresarial entre las empresas, se cerró a principios del 2020.⁷²

Aunque no existen estadísticas nacionales sobre las empresas sociales, se han realizado estudios preliminares que evalúan el panorama del emprendimiento social en el Perú. El *Informe sobre el Estado del Emprendimiento Social y Ambiental en el Perú de 2019* es el primero que abarca de manera integral el emprendimiento social y ambiental en la economía. Como sostienen los autores del informe, las empresas sociales enfrentan distintos desafíos además de los obstáculos que enfrentan como mipymes, como la persistente confusión sobre la definición de emprendimiento social.⁷³

En esta sección se examinarán las oportunidades y los desafíos que perciben los encuestados cuando se dedican al emprendimiento social. En particular, esta sección explorará lo siguiente:

1. La comprensión de los encuestados de lo que es el emprendimiento social;
2. Cómo definen los encuestados el éxito en este tipo de emprendimiento;
3. Cómo desean los encuestados expandir su empresa social;
4. Las barreras que según los encuestados afectan el crecimiento de su empresa; y
5. La capacitación que reciben los encuestados específicamente para el emprendimiento social.

⁷² Andina, "Gobierno aprueba la reestructuración del programa Trabaja Perú," Andina, 2020, <https://andina.pe/agencia/noticia-gobierno-aprueba-reestructuracion-del-programa-trabaja-peru-781740.aspx>; El Peruano, "Decreto Supremo que aprueba la reestructuración del Programa para la Generación de Empleo Social Inclusivo "Trabaja Perú" y declara la extinción del Programa "Perú Responsable";" El Peruano, 2020, <https://busquedas.elperuano.pe/normas-legales/decreto-supremo-que-aprueba-la-reestructuracion-del-programa-decreto-supremo-n-004-2020-tr-1846653-2/>.

⁷³ Kunan Peru, Reporte Sobre el Estado del Emprendimiento Social y Ambiental en el Perú (Lima, Peru: KunanPeru, 2019).

PERCEPCIONES DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Existen varias definiciones de emprendimiento social en la literatura académica y de los negocios. Es fundamental comenzar por el conocimiento de este concepto por parte de los emprendedores, ya que ilustra su comprensión del emprendimiento social y de si ellos mismos pueden participar en él. Como se afirma en *El Panorama Existente del Emprendimiento Social en el Perú*, «[la] falta de una comprensión adecuada del significado de emprendimiento social... impide que el público en general y las instituciones [e] incluso los emprendedores sociales puedan captar su verdadero potencial y presentar iniciativas, programas y políticas destinadas a apoyar el crecimiento de este sector dentro de la economía».⁷⁴

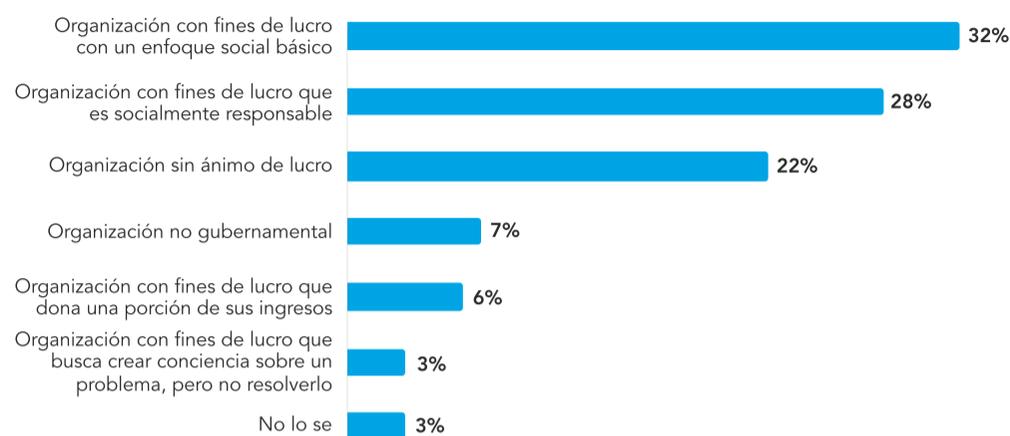
En el presente informe, se define a las empresas sociales como negocios con objetivos primordialmente sociales cuyos excedentes se reinvierten principalmente con ese fin en la empresa o en la comunidad, en lugar de ser impulsados por la necesidad de maximizar los beneficios para los accionistas y los propietarios. En cambio, una definición de Kunan describe las empresas sociales como organizaciones con o sin fines de lucro con un modelo comercial sostenible que contribuyen a resolver los problemas sociales y ambientales que afectan a las poblaciones vulnerables.⁷⁵ En general, estas dos definiciones subrayan de modo similar la necesidad de un mandato social básico. La definición de Kunan difiere ligeramente ya que hace mayor hincapié en un modelo empresarial sostenible necesario para llevar a cabo este mandato.

Dentro de la población encuestada, prevalece más el concepto de que las empresas sociales son empresas con fines de lucro que cumplen activamente un mandato social (32% de los encuestados). Esta opinión es compartida de manera similar por la mayoría de mujeres y hombres (33% y 30% cada uno), así como por los emprendedores de mayor edad (33% de este grupo). En cambio, la mayoría de los emprendedores más jóvenes (31%) piensa que las empresas sociales son organizaciones con fines de lucro que, en general, son socialmente responsables. En general, este resultado indica que la mayoría de la población encuestada (60%) piensa que las empresas sociales son organizaciones con fines de lucro como las mipymes.

⁷⁴ Kunan Peru, *The Existing Landscape of Social Entrepreneurship in Peru* (Vancouver, Canada: Kunan Peru, 2019), p.10.

⁷⁵ Kunan Peru, *Reporte Sobre el Estado del Emprendimiento Social y Ambiental en el Perú* (Lima, Peru: Kunan-Peru, 2019), p.26-27.

GRÁFICO 12: Definiciones de 'empresa social' según los encuestados



En cuanto a si los encuestados consideran que trabajan en una empresa social, un tercio de la población encuestada señaló que sí consideran a su empresa como una empresa social o como una empresa que trata de abordar cuestiones sociales (31% de los encuestados). La siguiente Tabla 4 contiene el desglose por género y edad de este subgrupo.

TABLA 4: Aspecto demográfico de los emprendedores sociales en la población encuestada

Aspecto Demográfico	Número de encuestados
Mujeres	36
Hombres	42
Emprendedores más jóvenes	17
Emprendedores de más edad	60
Total de encuestados que se identificaron como emprendedores sociales	78

Dentro de este subgrupo, hay casi un número parejo de mujeres y hombres. También hay un número similar de emprendedores jóvenes y mayores en este subgrupo: El 35% de todos los emprendedores jóvenes en la población de la encuesta indicó que consideran su empresa como una empresa social, mientras que el 30% de todos los emprendedores mayores manifestó lo mismo. A modo de comparación, el *Reporte sobre el Estado del Emprendimiento Social y Ambiental en el Perú 2019* encontró que, de las 161 empresas encuestadas para el estudio, el 41% son dirigidas por mujeres, mientras que el 78% son dirigidas por jóvenes emprendedores, cuyas edades fluctúan entre 18 y 39 años.⁷⁶

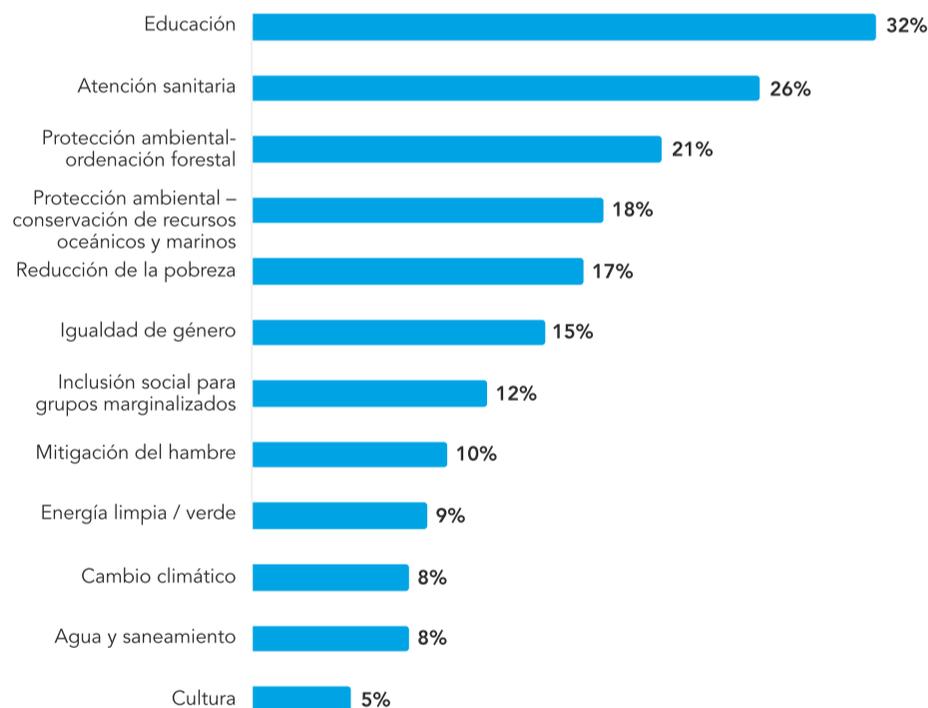
⁷⁶ Ibid., p.95.

Cuando se le preguntó a este grupo de emprendedores sociales encuestados acerca de sus motivos para querer participar en este tipo de emprendimiento, la mayoría expresó que quería contribuir al bien social (32% de este subgrupo).⁷⁷ Otras motivaciones que los encuestados mencionaron incluyen el deseo de tener un crecimiento empresarial en todos los niveles (27%), contribuir al crecimiento económico del Perú (9%), generar un cambio social (9%) y lograr el bienestar y la realización personal (8%).

En cuanto a las áreas de impacto en las que estos aspirantes a emprendedores sociales quieren centrarse, las tres primeras mencionadas son la educación (32%), la atención sanitaria (26%) y la protección del medio ambiente (21% para la gestión de los bosques y 18% para la conservación de los recursos oceánicos y marinos).

GRÁFICO 13: Mandatos de empresas sociales que se autoidentifican

Pregunta 4.5: ¿En qué áreas su empresa busca impactar? Seleccione todo lo que sea aplicable



El Perú tiene varios ejemplos evidentes de mipymes exitosas que devuelven a sus comunidades. Uno de estos ejemplos es el qAIRa. La empresa nació del proyecto de tesis de ingeniería de Mónica Abarca, en el que creó un dron equipado con sensores que detectan los niveles de contaminación del aire. Los drones de qAIRa son ahora utilizados por varios clientes, como el Ministerio de Salud del Perú y la Municipalidad de Surco. En 2017, qAIRa fue reconocida en la Cumbre Seedstars

⁷⁷ Tomado de la pregunta 4.3: Por favor, describa su motivación por la cual desea convertirse en un emprendedor social o trabajar en una empresa social.

de Suiza, un importante concurso internacional de start-up de empresas para emprendedores de economías emergentes, en el que Abarca ganó el premio a la Mejor Emprendedora.⁷⁸



qAIRa: Empresa social que se centra en la digitalización y la democratización de la información sobre la calidad del aire.⁷⁹ Cofundada por Mónica Abarca y Carlos Saito, qAIRa utiliza su propia tecnología innovadora y drones para mapear la calidad del aire en todo el Perú, con el objetivo de proporcionar a las personas las herramientas que necesitan para convertirse en agentes del cambio ambiental.

Otra historia de éxito es Yaqua. Desde su inicio en 2013, la empresa social ha puesto en marcha cinco proyectos de agua, en Iquitos, Amazonas, Huancavelica, Ayacucho y Cajamarca, y ha impactado la vida de más de 1300 personas. Yaqua también trabaja con los miembros de la comunidad local para examinar las necesidades de cada proyecto de agua, y la empresa identifica a un colaborador local que se encarga de supervisar y mantener el proyecto de agua después de su culminación.⁸⁰ Yaqua actualmente planea establecer más proyectos de agua en La Quinua y Chota. Además de estos proyectos, Yaqua también ha desarrollado su propio filtro de agua patentado que tiene una gran capacidad de eliminación de metales, lo que permite a los habitantes de las comunidades rurales acceder a fuentes de agua recuperadas que previamente han estado contaminadas.⁸¹

Yaqua: Empresa social fundada por Fernando Tamayo que proporciona agua potable limpia embotellada a las comunidades rurales del Perú. Yaqua invierte sus dividendos y los ingresos de sus ventas de agua embotellada en proyectos de abastecimiento de agua para las comunidades que no tienen acceso a agua potable.⁸²



⁷⁸ Seedstars, "Meet our 2017 Global Summit winners," qAIRa, 2017, <https://www.seedstars.com/magazine/meet-our-2017-global-summit-winners/>.

⁷⁹ qAIRa, "About Us," qAIRa, 2020, <https://www.qairadrones.com/index.php?r=site/nosotros>.

⁸⁰ One Young World, "Yaqua," One Young World, 2020, <https://www.oneyoungworld.com/ambassador-projects/yaqua>.

⁸¹ NESST, "NESST & Kiva Partner for Water Access in Peru," NESST, 2016, <https://www.nesst.org/nesst/blog/2016/11/08/nesst-kiva-yaqua>.

⁸² Yaqua, "Nosotros," Yaqua, 2018, <https://www.yaqua.pe/nosotros/>.

Un último ejemplo destacado es Lumni. Al invertir en los ARIS en lugar de los préstamos estudiantiles tradicionales, Lumni puede poner el financiamiento a disposición de estudiantes de todos los orígenes y ofrecer a los estudiantes grandes protecciones de reembolso, entre otros beneficios.⁸³ Ha sido reconocida mediante múltiples premios, uno de los cuales es el premio al Emprendedor Social para América Latina 2011 del Foro Económico Mundial.



Lumni: Empresa social fundada por Felipe Vergara que proporciona fondos para la educación de los estudiantes universitarios. Lumni financia a los estudiantes a través de Acuerdos de Reparto de Ingreso (ARIS), en los que los estudiantes devuelven la financiación que reciben dando un porcentaje fijo de su futuro salario durante un período establecido.⁸⁴

EL ÉXITO COMO EMPRENDEDOR SOCIAL

Con los ejemplos disponibles de empresas sociales reconocidas a nivel internacional y nacional, ¿cómo perciben los emprendedores el éxito de este tipo de negocio? En otras palabras, ¿cómo definen los encuestados el éxito en el emprendimiento social?

Hasta ahora, las normas de una iniciativa empresarial social exitosa han sido establecidas por las empresas existentes. Durante el *Día de Capacitación en Innovación Social, Competitividad y Mipymes de la Asociación de Negocios en Crecimiento de APEC-Canadá*, organizado por APF Canadá y Kunan del Perú en septiembre de 2019, el centro de emprendimiento social NESsT destacó las mejores prácticas de las empresas sociales existentes como Wasi Organics y Pietà. NESsT presentó cinco características comunes de las empresas sociales efectivas: un impacto social o ambiental medible, un modelo escalable y replicable, sostenibilidad económica, colaboración intersectorial y un equipo comprometido. Esta norma se corresponde con la definición anterior de Kunan del emprendimiento social, que hace hincapié en la necesidad de un modelo de negocios sostenible y la capacidad de medir el impacto social.

En cuanto a los emprendedores sociales de la *Encuesta de Emprendedores y Mipymes del Perú 2020*, estos encuestados definen el emprendimiento social exitoso de diversas

⁸³ Lumni, "Our Team," Lumni, 2020, <https://www.lumni.net/about-2/#dondetrabajamos>

⁸⁴ American Enterprise Institute, *Investing in Value, Sharing Risk* (Washington DC, United States of America: AEI, 2014).

maneras. Los tres principales indicadores de éxito que los encuestados identificaron incluyen el cumplimiento de sus objetivos (21% de los encuestados), su compromiso y dedicación (19%) y la satisfacción del usuario o consumidor (17%).

TABLA 5: Definición del éxito como emprendedor social

Pregunta 4.4: ¿Cómo define el éxito de su empresa social?

	Número de encuestados
Cumplimiento de metas	16
Compromiso y dedicación	15
Satisfacción del usuario y/o consumidor	13
Generar bienestar social	7
Creatividad e innovación	7
Compromiso con el medio ambiente	7
Buena administración	6
Crecimiento del negocio	5
Generar buen clima laboral	1
Preservar sólidamente los valores éticos y morales	1
Total de encuestados que son emprendedores sociales	78

Cuando se desglosa por género, se observa que las mujeres y los hombres de este subgrupo tienen, en general, una comprensión similar de las empresas sociales de éxito. Sin embargo, hay dos diferencias clave en sus percepciones del éxito. En primer lugar, más mujeres que hombres señalaron que consideran que el cumplimiento de los objetivos es un indicador del éxito de una empresa social. Entre las mujeres, el 31% identificó esto como su definición de éxito, en comparación con solo el 10% de los hombres. En segundo lugar, más hombres que mujeres manifestaron que consideraban el compromiso y la dedicación como señal de una empresa social exitosa: el 24% de los hombres definió el éxito de esta manera, en comparación con el 14% de las mujeres.

En cuanto a las diferencias de opinión según la edad, los emprendedores más jóvenes y los de más edad hacen hincapié en los diferentes marcadores de éxito de las empresas sociales. Entre los emprendedores más jóvenes, el cumplimiento de los objetivos es el principal marcador de éxito (35% de los jóvenes emprendedores de este subgrupo), mientras que los encuestados de más edad hacen hincapié en el compromiso y la dedicación (22% de los emprendedores de más edad de este subgrupo).

EXPANSIÓN DEL IMPACTO DE LAS EMPRESAS SOCIALES

Además de los planes generales de crecimiento de sus mipymes, los emprendedores también tienen ideas específicas sobre cómo desean expandir el impacto de su empresa social. La expansión puede definirse como la búsqueda de la «forma más eficaz y eficiente de aumentar el impacto social de una empresa social sobre la base de su modelo operacional, para satisfacer la demanda de productos y/o servicios pertinentes».⁸⁵ En particular, esta definición no se centra en el crecimiento de la empresa social en sí, sino en su impacto social.

La mayoría de los emprendedores sociales encuestados expresaron su deseo de aumentar el impacto de su empresa social de alguna manera (85% de este subgrupo). Esto incluye a la mayoría de las mujeres (86% de las mujeres encuestadas en este subgrupo) y los hombres (83%), así como a los emprendedores más jóvenes (65%) y de más edad (90%).

El plan más frecuente entre los encuestados para ampliar el impacto de sus empresas sociales es establecer operaciones a nivel nacional (30% de los encuestados en este subgrupo). Este plan es particularmente favorecido por los emprendedores varones así como por los encuestados de mayor edad. El segundo plan de expansión más citado es la difusión de conocimientos a través de sesiones o talleres de capacitación (26% de los encuestados en este subgrupo). Por último, el tercer plan de expansión de las empresas sociales más citado es la ampliación de las operaciones existentes de las empresas a nivel local (24% de los encuestados en este subgrupo).

⁸⁵ OECD, Policy Brief on Scaling the Impact of Social Enterprises (Paris, France: OECD, 2016), p.4

TABLA 6: Planes de expansión de los emprendedores sociales, desglose por género y edad

Pregunta 4.7: ¿Cómo pretende aumentar el impacto de su empresa social? Seleccione todas las respuestas que correspondan.

Planes de expansión	Mujeres emprendedoras	Hombres Emprendedores	Emprendedores más jóvenes	Emprendedores de más edad	Total de Respuestas
Establecer operaciones a nivel nacional	8	15	3	20	23
Difundir el conocimiento a través de la capacitación o los talleres	9	11	3	17	20
Ampliar las operaciones existentes a nivel local	8	11	3	15	19
No tenemos la intención de ampliar	5	7	6	6	12
Participar en nuevas asociaciones con organizaciones y asociaciones	4	3	1	6	7
Venta o fusión con otra organización o compañía	2	2	1	3	4
Establecer nuevas localizaciones en el extranjero	1	1	0	2	2
Total de respuestas	89				
Total de encuestados que son emprendedores sociales	78				

También se reconoce que el crecimiento de una empresa social puede correr el riesgo de comprometer su mandato. Los estudiosos han acuñado el término «desviación de la misión» para describir el singular desafío que enfrentan las empresas sociales al equilibrar su mandato social con la necesidad de sostenibilidad económica.⁸⁶ Por lo tanto, estos dos elementos pueden entrar en conflicto, y el énfasis en el crecimiento puede hacer que una empresa social se desvíe de su mandato social.

Cuando se preguntó a los encuestados sobre su perspectiva acerca de si la ampliación de su empresa social comprometería su mandato, más de la mitad estuvo de acuerdo en que existía cierto riesgo de que esto ocurriera (52% de los encuestados en este subgrupo).⁸⁷ De los emprendedores sociales encuestados, el 38% cree que el crecimiento de los negocios representa un «alto riesgo» para su mandato, mientras que el 14% cree que el crecimiento representa un «riesgo muy alto». Sin embargo, mientras que la mayoría de los encuestados expresó que existía algún tipo de riesgo, un número significativo de los emprendedores sociales encuestados señaló que no creía que el crecimiento de las mipymes comprometiese el mandato social de su empresa (47% de los encuestados en este subgrupo).

⁸⁶ Virtue Ventures, "Mission Drift," Virtue Ventures, 2020, http://www.4lenses.org/setypology/mission_drift.

⁸⁷ Tomado de la pregunta 4.8: Desde su perspectiva, ¿el crecimiento de su empresa comprometerá el mandato social o la intención original de su compañía?

En el desglose por género, el 64% de las mujeres emprendedoras sociales afirmó estar de acuerdo en que el crecimiento empresarial comprometería el mandato de su empresa. Por otro lado, la mayoría de los hombres emprendedores sociales sostuvieron que no creían que el crecimiento comprometiese el mandato de su empresa (57% de los hombres en este subgrupo). Esta diferencia de opinión no es estadísticamente significativa. No obstante, podría apuntar a una tendencia mayor que podría ser más pronunciada en futuras investigaciones.

Por otra parte, en lo que respecta a la edad, la mayoría de los emprendedores, tanto jóvenes como mayores, están de acuerdo en que el crecimiento de las empresas plantea cierto grado de riesgo de comprometer el mandato de su empresa (el 53% de los encuestados más jóvenes y el 52% de los mayores de este subgrupo).

BARRERAS PARA EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS SOCIALES

Debido a la naturaleza de su trabajo, las empresas sociales enfrentan barreras específicas para su crecimiento en el contexto general de la expansión de las PYMES. Como se ha mencionado anteriormente, algunos de esos obstáculos son la falta de apoyo especializado a las empresas sociales, la falta de financiación y la ausencia de relaciones entre las empresas y los actores en el ecosistema del emprendimiento social. En la encuesta se pidió a los encuestados evaluar el impacto de cuatro factores en el crecimiento de su empresa: el gobierno, la apatía pública, la inercia de la industria y la cuantificación del impacto. En la siguiente sección, se utiliza el término «barrera» para referirse a la identificación de un factor por parte de los encuestados como una barrera elevada o una barrera para el éxito de su empresa social.

La barrera más citada entre los encuestados es el gobierno. Casi la mitad de los emprendedores sociales encuestados (45%) están de acuerdo en que el apoyo del Estado es insuficiente para abordar el problema social o ambiental de su empresa. En efecto, no existe una política pública que atienda específicamente a las empresas sociales en el Perú, en cambio, estas empresas son contabilizadas en el número total de las mipymes. Kunan sostiene que «la falta de un marco jurídico [para identificar] las empresas sociales [puede] llevar a los emprendedores a adoptar diversas estructuras jurídicas que no necesariamente se adaptan a sus necesidades».⁸⁸ Sostienen que esto puede reducir la competitividad de las empresas sociales peruanas e incluso originar que incurran en más costos de los necesarios.

⁸⁸ Kunan Peru, The Existing Landscape of Social Entrepreneurship in Peru (Vancouver, Canada: Kunan Peru, 2019), p.10.

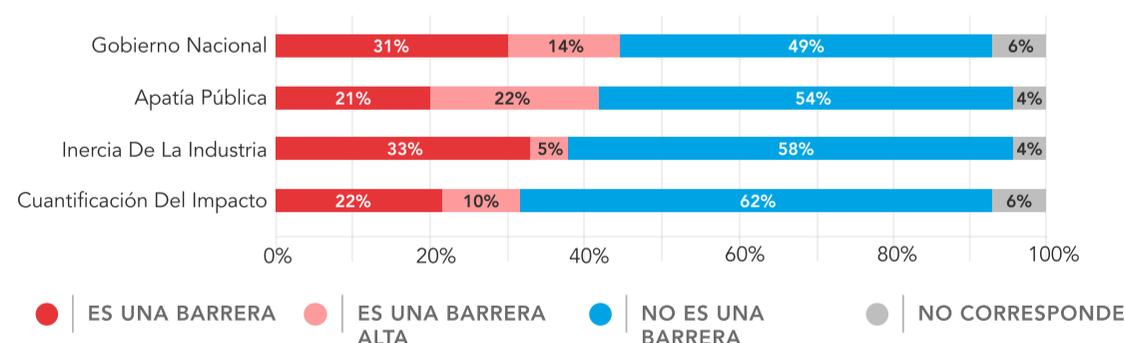
La segunda barrera más citada es la apatía pública (42% de los emprendedores sociales encuestados). Este factor abarca la falta de conciencia pública sobre el problema social o ambiental específico de la empresa social y la falta de voluntad para abordarlo. En particular, se indicó este factor como una importante barrera para el crecimiento de las empresas sociales más que cualquier otra opción (22% de los encuestados).

En cuanto a las dos opciones restantes, la inercia de la industria (38%) y la cuantificación del impacto (32%), los emprendedores sociales encuestados señalaron estos factores como barreras. La inercia de la industria se refiere a la incapacidad o falta de voluntad para abordar un problema social o ambiental específico en la industria en la que participa la empresa social. La cuantificación del impacto se refiere entonces a la incapacidad de una empresa social para cuantificar o comunicar eficazmente su impacto social.

En general, aunque se reconoció que el gobierno y otros factores eran obstáculos para el éxito de una empresa social, la mayoría de los emprendedores sociales encuestados no consideran que alguno de esos factores sea un obstáculo. Esto obedece tal vez al elevado número de encuestados que accedieron a los servicios de apoyo a las PYMES. Más de dos tercios (67%) de los emprendedores sociales encuestados señaló que habían accedido a algún tipo de servicios de apoyo para su empresa, mientras que sólo el 27% indicó que carecían de acceso a esos servicios.⁸⁹ Además, la tasa de acceso a los servicios de apoyo entre las empresas sociales es mayor que la de las empresas no sociales de la población encuestada (el 67% de las empresas sociales frente al 43% de las empresas no sociales).

GRÁFICO 14: Barreras al crecimiento de las empresas sociales

Pregunta 9.2: ¿Cuáles son las barreras que limitan el éxito general de su empresa?

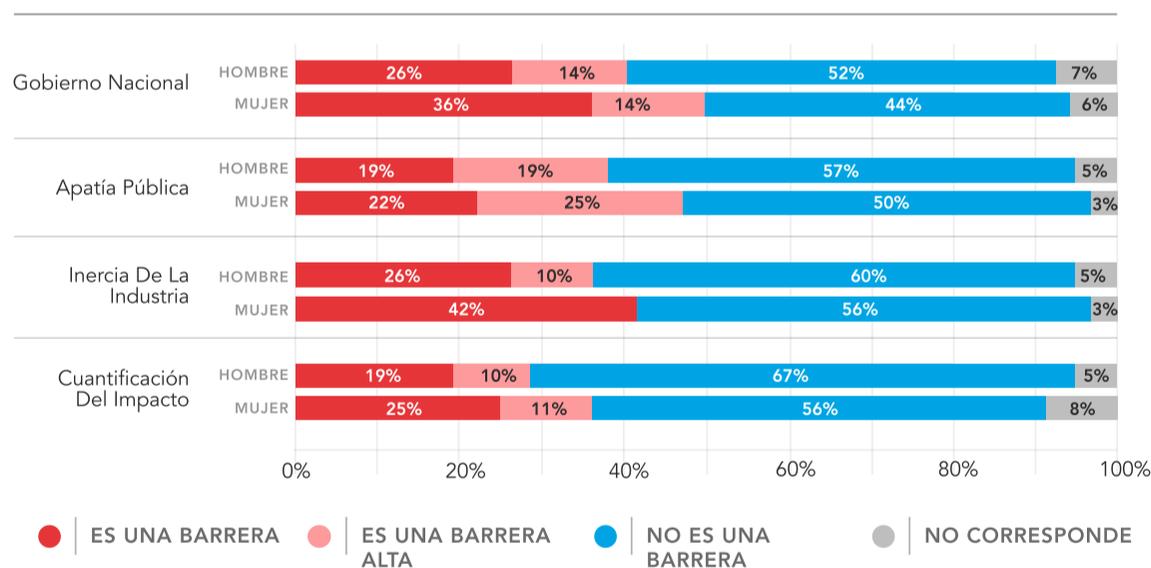


⁸⁹ Además, el 6% de los emprendedores sociales encuestados señalaron no estar interesados en acceder a ningún servicio de apoyo. Tomado de la pregunta 8.1: ¿A cuál de los siguientes servicios de apoyo tiene acceso su compañía?

Al desglosar los datos por género, se observa que más mujeres que hombres perciben todas las opciones de preguntas como obstáculos para el éxito de su empresa social. En lo que respecta al gobierno, la mitad de las mujeres emprendedoras sociales piensan que este factor es una barrera, en comparación con el 40% de los hombres emprendedores sociales. Con relación a la apatía pública, el 47% de las mujeres piensan que es una barrera, en comparación con el 38% de los hombres, mientras que respecto a la inercia de la industria, el 42% de las mujeres está de acuerdo en que esto es una barrera, mientras que el 36% de los hombres opinó lo mismo. Finalmente, en lo relacionado con a la cuantificación del impacto de su empresa social, el 36% de las mujeres piensa que constituye una barrera en comparación con el 29% de los hombres.

Cabe destacar que la tendencia general sigue siendo la de los datos desglosados por género: con excepción del gobierno nacional, la mayoría de las mujeres y los hombres no perciben ninguno de estos factores como barreras. Sin embargo, las diferencias descriptivas de opiniones entre mujeres y hombres no son estadísticamente significativas en el presente estudio. A pesar de ello, estos puntos pueden dar lugar a tendencias que pueden ser objeto de investigación en el futuro.

GRÁFICO 15: Percepción de las barreras para las empresas sociales, desglose por género



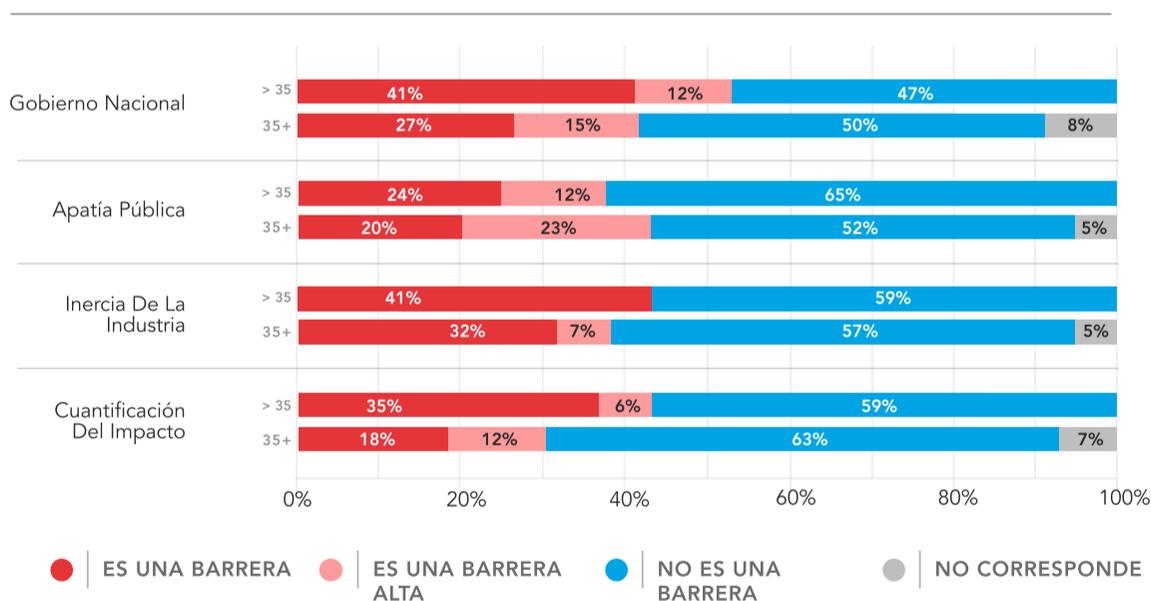
Teniendo en cuenta las diferencias de opinión entre los encuestados más jóvenes y los de más edad, estos últimos parecen estar más preocupados por el impacto de la apatía pública en el éxito de su empresa, mientras que a los encuestados más jóvenes les preocupa más el gobierno. En cuanto a la apatía pública, el 43% de los emprendedores de más edad señaló que este factor constituye una barrera, en comparación con el 36% de los emprendedores más jóvenes. Además, este factor

es la única opción que más emprendedores de mayor edad indicaron como una barrera que los encuestados más jóvenes. Sobre el gobierno, más de la mitad de los emprendedores más jóvenes (53%) piensan que es una barrera, en comparación con el 42% de los emprendedores de más edad.

Con relación a la incapacidad para cuantificar el impacto social de su empresa, el 41% de los emprendedores más jóvenes manifestó que es una barrera para ellos, mientras que el 30% de los emprendedores de mayor edad expresó lo mismo. Mientras tanto, números similares de emprendedores más jóvenes y de mayor edad piensan que la inercia de la industria es una barrera (41% y 39%, respectivamente).

En general, una conclusión digna de mención es que al menos la mitad de las mujeres y de los emprendedores más jóvenes indicó que el gobierno era un obstáculo para su empresa social. Aunque la mayoría de los emprendedores sociales encuestados manifestaron que este factor no es una barrera (el 55% de los encuestados), este resultado muestra que la falta de apoyo institucional del gobierno al emprendimiento social puede afectar de manera desproporcionada a las mujeres y a los emprendedores jóvenes de la población encuestada.

GRÁFICO 16: Percepciones de las barreras para las empresas sociales, desglose por edad



El informe *El Panorama Existente del Emprendimiento Social en el Perú* ofrece estudios de casos que ilustran la forma en que esas barreras, entre otros factores, afectan a las empresas sociales en el terreno. En la Tabla 7 se presentan estos estudios de casos y los desafíos específicos que cada uno de ellos enfrentó.

TABLE 7: Estudios de casos de *El Panorama Existente del Emprendimiento Social en el Perú*

Empresa Social	Tamaño de empresa	Área de impacto	Industria	Notas
Burana	Micro	Social y cultural; aborda el estigma social y la falta de acceso a oportunidades de trabajo digno para las presas	Manufactura	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad para aumentar las ventas internacionales/ exportaciones • Falta de oportunidades educativas para desarrollar una carrera empresarial como estudiante • Falta de educación sobre el emprendimiento social
Q'uma Chocolate	Micro	Económica; proporciona crecimiento económico a los agricultores de cacao de menor nivel	Agricultura	<ul style="list-style-type: none"> • Ha recibido apoyo financiero público de organizaciones como USAID, PROMPERÚ y Empeñe UP • La mayor parte de los ingresos procede de las exportaciones a los mercados desarrollados • La falta de fuentes de financiamiento y rentabilidad constantes causó dificultades en la sostenibilidad de la ES • Sugiere que el tiempo y la dedicación al trabajo es la clave del éxito de la ES (implica que es mejor empezar una ES cuando eres joven) • El mayor desafío al principio fue encontrar los proveedores adecuados y establecer la confianza
EmpanaCombi	Pequeña	Social; aborda la exclusión laboral de las personas con discapacidades físicas, sensoriales y cognitivas	Alimentación y nutrición	<ul style="list-style-type: none"> • Recaudó capital en su primer año a través de la recaudación de fondos • Enfrentó retos en operaciones, desarrollo de productos, marketing y comercialización • Se dio cuenta de la importancia de la gestión financiera
Inka Moss	Mediana	Económica; produce musgo blanco sostenible y ecológico (un buen fertilizante)	Agrícola	<ul style="list-style-type: none"> • El promedio de la edad del personal actual es de 36 años • El mayor desafío fue la logística, ya que los lugares para cultivar el musgo están a 2-3 horas de la planta. • Otros desafíos incluyen el cambio climático (afectó la producción) y la infraestructura pública (falta de caminos para llegar a los cultivos de musgo) • El fundador indicó que ha visto a muchos emprendedores inflar las cifras para lograr sus objetivos • Implicó dificultad en las relaciones con las partes interesadas

CAPACITACIÓN Y APOYO A LAS EMPRESAS SOCIALES

Dadas las barreras singulares a las que se enfrentan las empresas sociales para su crecimiento y éxito, ¿a qué tipo de formación y apoyo pueden acceder las mipymes para aprender sobre el emprendimiento social?

Kunan sostiene que existe una falta de apoyo especializado para las empresas sociales. Aunque organizaciones como Kunan y NESsT proporcionan apoyo y financiamiento a las empresas sociales, Kunan señala que se necesita una mayor coordinación entre los actores del ecosistema del emprendimiento social para que esta estructura sea más accesible a las empresas. De hecho, la investigación preliminar de la encuesta de INCUBA en el año 2016 encontró que la mayoría de las

empresas sociales no tenían relaciones con los actores clave del ecosistema, como los financistas y las aceleradoras de inversiones. Además, si bien existen programas de apoyo a las mipymes para ayudar a las empresas sociales, estos no están adaptados a las necesidades de las empresas.

Desagregando estos datos por género, se observa que el número de mujeres que recibieron capacitación sobre emprendimiento social es mayor que el número de hombres. Sin embargo, únicamente el 19% de los emprendedores sociales encuestados señaló haber recibido alguna capacitación específica para el emprendimiento social. Mientras que un cuarto de las mujeres emprendedoras sociales indicó haber recibido capacitación, solo el 14% de los hombres emprendedores sociales señaló lo mismo. En cuanto a la edad, el 29% de los jóvenes emprendedores sociales indicó haber recibido capacitación, mientras que sólo el 17% de los emprendedores de más edad manifestó lo mismo.⁹⁰ En conjunto, estos resultados ponen de manifiesto la ausencia de una formación específica y dirigida al emprendimiento social que organizaciones como Kunan ya han observado.

Entre los pocos emprendedores que sí recibieron capacitación sobre emprendimiento social, la mayoría expresó que su capacitación abarcaba dos temas principales: la estrategia empresarial y el emprendimiento. Otros temas que se mencionaron son las aptitudes emprendedoras, como la estrategia y la gestión empresarial, y las aptitudes técnicas, como el marketing y los medios de comunicación social. Los encuestados también mencionaron temas de capacitación relacionados con áreas específicas del emprendimiento social, como la salud y el servicio comunitario.

⁹⁰ Solo otros dos encuestados, que no se identificaron como emprendedores sociales, señalaron que habían recibido esta capacitación. En cuanto a la forma en que estos emprendedores recibieron su capacitación, dos encuestados indicaron que utilizaron aplicaciones en línea para aprender sobre el emprendimiento social, mientras que otros dos señalaron haber recibido mentoría presencial o virtual sobre este tema.

TABLA 8: Temas de capacitación en materia de emprendimiento social

Pregunta 5.5: ¿Ha recibido alguna vez formación específica sobre el emprendimiento social?
 Pregunta 5.6: ¿Qué tipo de formación recibió? (Respondida por los que contestaron "sí" a la 5.5)

Tema	Número de encuestados
Estrategia del Negocio	11
Temas de emprendimiento	9
Educación	5
Comercial y Ventas	3
Marketing	2
Bienestar social	2
Agricultura	1
Administración de empresas	1
Cuidado de la Salud	1
Salud y cuidado animal	1
Indicadores medioambientales	1
Labores sociales	1
Productos automotriz y mecanismos funcionales	1
Problemas sociales en el Perú	1
Recursos humanos	1
Redes Sociales	1
No responde	1
Total de respuestas	43
Total de encuestados que indicaron haber recibido capacitación específica para el emprendimiento social	32

Si bien hay una falta de formación especializada y de apoyo al emprendimiento social, las empresas sociales acceden a los programas de apoyo existentes para las mipymes. Como se mencionó anteriormente, la mayoría de los emprendedores sociales encuestados manifestaron que han accedido a servicios de apoyo de algún tipo (67% de los encuestados).⁹¹

Al igual que la población general de la encuesta, las iniciativas de apoyo con mejor acogida entre los emprendedores sociales son Emprendedor Peruano, Innóvate Perú, los Centros de Desarrollo Empresarial y COFIDE. Además, la opción más conocida entre estos encuestados es COFIDE (79% de los emprendedores sociales encuestados). Sin embargo, a diferencia de la población general de la encuesta, los resultados descriptivos muestran que los emprendedores sociales conocen más las

⁹¹ Tomado de la pregunta 8.1: ¿A cuál de los siguientes servicios de apoyo tiene acceso su compañía?

diversas opciones de apoyo que tienen a su disposición. Por lo menos la mitad de los emprendedores sociales encuestados conocen cada una de las opciones (véase la Tabla 9).

TABLA 9: Percepciones de los emprendedores sociales sobre los programas de apoyo a las mipymes

Los programas, instituciones e iniciativas de apoyo para las MIPYME	Impacto positivo	Sin impacto	Impacto negativo	No aplicable a la empresa	No conozco
Emprendedor Peruano	39	5	1	12	21
Innovate Perú	35	9	0	13	21
Centros para el Desarrollo Empresarial	31	6	0	14	27
Corporación Peruana para el Desarrollo (COFIDE)	30	5	2	25	16
Programas de promoción de exportación (misiones comerciales, marketing)	26	5	1	19	27
Incentivo Tributario a la Investigación y Desarrollo	22	1	1	20	34
Fondo CRECER	21	10	1	17	29
Programas de apoyo al emprendimiento (incubación capital semilla)	20	5	0	15	38
Programa de apoyo a la ciencia, tecnología e innovación tecnológica (FONDECYT)	17	9	0	15	37
Servicios tecnológicos de los CITE (Centros e Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica)	14	5	3	17	39
Programas de asistencia técnica para la adopción de tecnología y gestión empresarial (CITEs, misiones y consultorías tecnológicas, asistencia técnica, FINCYT, etc.)	14	8	1	21	34
StartUp Perú	14	6	5	20	33
Produce Virtual	14	6	0	20	38
Kit Digital	10	11	1	17	39

Conclusión

Los resultados de la *Encuesta Nacional 2020 sobre Emprendedores y Mipymes del Perú* han puesto de relieve la necesidad de seguir apoyando a las mipymes, tanto en sus necesidades empresariales generales como en las barreras específicas a las que se enfrentan en el ámbito del emprendimiento social. El presente informe concluye con reflexiones sobre tres ámbitos: la accesibilidad del apoyo a las mipymes, la necesidad de apoyo especializado a las empresas sociales y el impacto de la reciente pandemia COVID-19 en las mipymes del Perú.

CÓMO LOGRAR QUE EL APOYO SEA ACCESIBLE A LAS MIPYMES

Este informe plantea tres preguntas sobre la accesibilidad de las iniciativas de apoyo a las mipymes peruanas.

¿Qué grado de accesibilidad tienen los actuales programas, iniciativas e instituciones de apoyo a las mipymes?

Un hallazgo notable de este informe es que los programas e instituciones de apoyo más conocidos entre la población encuestada son COFIDE, Innóvate Perú, los Centros de Desarrollo Empresarial y la plataforma Emprendedor Peruano. Por lo tanto, el presente informe confirma el éxito de estos programas para llegar a las mipymes peruanas. Sin embargo, más de la mitad de los encuestados desconocen otros programas de apoyo clave a su alcance, como las iniciativas de PRODUCE como el Kit Digital, Produce Virtual y StartUp Perú.

Este informe recomienda que el Ministerio de la Producción y otros proveedores de servicios de apoyo revisen la accesibilidad de sus programas. Esta revisión de la accesibilidad puede realizarse mediante estudios cualitativos que investiguen cómo los emprendedores se enteran de los programas de apoyo y comparten información sobre ellos (por ejemplo, a través de sus redes personales, medios sociales), cómo el acceso de los emprendedores difiere según su ubicación geográfica (por ejemplo, en Lima y la región costera del Perú frente a sus zonas montañosas y selváticas), si las barreras tecnológicas (por ejemplo, la falta de dispositivos y de acceso a Internet) afectan el acceso de las mipymes a las plataformas en línea, y las razones por las que las mipymes optan por acceder a los programas de apoyo, entre otras consultas. Es importante reconocer la dimensión rural/urbana de las experiencias de las

mipymes en el Perú, ya que este aspecto determina las oportunidades y los desafíos que enfrentan. Este informe también destaca las posibles barreras tecnológicas que impiden a los emprendedores acceder a los servicios de apoyo en línea, dado que muchos de los emprendedores encuestados no accedieron a las plataformas de apoyo en línea. Por último, este informe recomienda la centralización de la información sobre los programas de apoyo a través de una plataforma existente que ya es ampliamente utilizada por los emprendedores.

¿Cómo se pueden revisar las políticas restrictivas de los gobiernos nacionales?

Como han demostrado los datos de la encuesta, la principal barrera que han enfrentado los emprendedores para el crecimiento de sus negocios es el gobierno nacional. Más de la mitad de los encuestados han indicado que las regulaciones restrictivas o los procedimientos administrativos, entre otras preocupaciones, son obstáculos para el éxito de su pyme. Esto incluye la burocracia municipal obstructiva y la percepción de la falta de servicios gubernamentales para las mipymes.

En el presente informe se recomienda una revisión periódica de estos temas por parte del Gobierno, de acuerdo con las conclusiones de la *Encuesta Nacional 2020 sobre Emprendedores y Mipymes del Perú 2020* y el informe *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019*. Se reconoce que ya se han aplicado medidas generales y medidas relacionadas con la COVID-19.⁹² Dadas estas reformas, es importante evaluar periódicamente su impacto en los emprendedores. Así pues, en este informe se recomiendan consultas periódicas y sostenibles con los emprendedores para entender el impacto de las políticas del gobierno nacional y municipal en sus mipymes. Estos datos e información también deberían ser accesibles a través de comunicados de prensa, informes gubernamentales y otras publicaciones.

¿Cómo se puede animar a las mipymes a ir al extranjero?

Una conclusión fundamental del presente informe es la falta general de experiencia internacional de la población encuestada. Como se ha señalado anteriormente, solo un tercio de los emprendedores encuestados señalaron que los empleados de su empresa, incluidos los fundadores, habían trabajado o estudiado fuera del Perú.

⁹² Ministerio de la Producción, "Gobierno promueve el financiamiento para las Mipymes, emprendimientos y startups," Ministerio de la Producción, 2020, <https://www.mef.gob.pe/es/noticias/notas-de-prensa-y-comunicados/6266-gobierno-promueve-el-financiamiento-para-las-mipymes-emprendimientos-y-startups>; Andina, "Peru tax reform facilitates SMEs' growth," Andina, 2016, <https://andina.pe/ingles/noticia-peru-tax-reform-facilitates-smes-growth-645948.aspx>.

Además, como lo han mostrado las estadísticas descriptivas, poco más de una cuarta parte de la población encuestada (28%) ha accedido a programas de promoción de exportaciones que apoyan a las mipymes en la expansión de sus negocios en el extranjero.

En este informe se sostiene que la experiencia internacional para las mipymes debe ser fomentada más por el Ministerio de la Producción y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. En el informe sí se reconoce que en el *Plan Estratégico Nacional Exportador 2025*, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ha puesto de relieve la abrumadora participación de las micro y pequeñas empresas en las exportaciones. Además de los enfoques de política en este plan, se puede fomentar aún más la experiencia internacional a través de cursos en línea en plataformas como la de Emprendedor Peruano, que destacaría las ventajas de ir al extranjero. También se puede incentivar a las empresas mediante incentivos fiscales y premios que reconozcan a las mipymes que hacen negocios en el extranjero. Por último, se puede alentar a las mipymes a adquirir experiencia internacional mediante mentorías con empresas que ya han ampliado sus operaciones en el extranjero.

LAS EMPRESAS SOCIALES NECESITAN APOYO Y LEGISLACIÓN ESPECIALIZADA

Una segunda tendencia general identificada en el presente informe es la falta de apoyo especializado a las empresas sociales en el Perú. Si bien estas empresas acceden a las iniciativas de apoyo disponibles para todas las mipymes, es probable que estas opciones no respondan a sus necesidades específicas.

Apoyo al ecosistema del emprendimiento social

En el presente informe, los emprendedores sociales encuestados informaron de que sí acceden activamente a los servicios de apoyo existentes y que conocen las diversas iniciativas de apoyo a su disposición. Además, los mismos programas de apoyo que son generalmente bien recibidos entre la población encuestada también son populares entre el subgrupo de emprendedores sociales. Sin embargo, es posible que esos servicios no satisfagan todas sus necesidades como emprendedores sociales. Por otra parte, no se conoce ampliamente los servicios existentes para el emprendimiento social proporcionados por organizaciones como Kunan y NESsT.

En este informe se recomienda a los órganos gubernamentales pertinentes, en particular el Ministerio de la Producción, trabajar en forma más estrecha con los actores del ecosistema del emprendimiento social. Dicha colaboración debería ayudar a difundir información sobre el emprendimiento social y los actores que apoyan a las empresas sociales como Kunan y NESsT. Esta colaboración también debería ayudar a las empresas sociales a establecer relaciones con los actores del ecosistema, centralizar los puntos de acceso a la información gubernamental y los servicios de apoyo, y también asegurar que los emprendedores conozcan los servicios, el financiamiento y la capacitación de que disponen.

Creación de legislación especializada

La necesidad de apoyo especializado va de la mano del reconocimiento legislativo oficial y de las estadísticas nacionales sobre empresas sociales en todo el Perú. Actualmente, no existe una legislación nacional o una política pública que se dirija específicamente a las empresas sociales del Perú. Además, los datos sobre las empresas sociales no se recogen en las estadísticas nacionales sobre las mipymes. Para que el apoyo a las empresas sociales sea más sólido, es fundamental comprender claramente este panorama. Para ello es necesario contar con estadísticas nacionales sobre las empresas sociales que se actualicen periódicamente y con estrategias específicas para lograr la participación de estas empresas.

Así pues, en el presente informe se recomienda que las empresas sociales sean reconocidas específicamente en la legislación vigente sobre las mipymes a fin de reunir estadísticas oficiales sobre las empresas sociales en todo el Perú y orientarlas en iniciativas gubernamentales como Innóvate Perú. Este informe también recomienda la inclusión de las empresas sociales en la legislación para las mipymes, debido al entendimiento conceptual general de estas empresas como empresas con fines de lucro, como se demuestra en los resultados de la encuesta. Lo ideal sería que dicha legislación se deba ajustar a la definición prevaleciente de emprendimiento social en el Perú, según la cual las empresas sociales pueden ser organizaciones con o sin fines de lucro con un mandato social explícito y un modelo de negocios sostenible.⁹³

Sobre la base de este estudio actual de las mipymes y las empresas sociales, en el

⁹³ Kunan Peru, Reporte Sobre el Estado del Emprendimiento Social y Ambiental en el Perú (Lima, Peru: Kunan-Peru, 2019).

presente documento se recomienda también que se siga investigando la recopilación de datos a nivel municipal o subnacional sobre la legislación vigente en materia de empresas sociales, con el fin de seguir coordinando las políticas y la legislación entre los diferentes niveles de gobierno.

Aunque no se ha explorado específicamente en este estudio, hay posibilidades de consulta entre los actores locales del ecosistema del emprendimiento social y otros órganos pertinentes del gobierno nacional, como el Ministerio de la Producción, lo que puede racionalizar aún más el apoyo y los recursos para las mipymes.

EL IMPACTO DE LA COVID-19

La pandemia de la COVID-19 plantea un desafío extraordinario para las mipymes en el Perú y en todo el mundo, ya que las cuarentenas y las medidas de distanciamiento social han reducido el tráfico para las empresas, han interrumpido las cadenas de suministro, han impactado en los costos operativos y más. El Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial de la Cámara de Comercio de Lima ha estimado que el PBI del Perú se reducirá en un 3,7% en 2020 debido a la pandemia.⁹⁴ El Ministerio de la Producción y el Ministerio de Economía y Finanzas, entre otros organismos gubernamentales, han instituido una serie de medidas de apoyo financiero y laboral para ayudar a las mipymes durante la pandemia.⁹⁵

El apoyo ofrecido por el gobierno peruano

Entre las medidas de apoyo ofrecidas por el gobierno peruano se encuentran el Fondo de Apoyo Empresarial,⁹⁶ para micro y pequeñas empresas y el fondo Reactiva Perú,⁹⁷ en el que 50 000 mipymes recibirán préstamos de las cajas de ahorro municipales con tasas bajas. El Ministerio de la Producción también ha puesto a disposición servicios gratuitos a través de los CITES para la implementación de los

94 Economía Verde, "Covid 19 en el Perú: El impacto en las Mypes," Economía Verde, 2020, <https://economiaverde.pe/covid-19-en-el-peru-el-impacto-en-las-mypes/>.

95 World Bank, "Map of SME-Support Measures in Response to COVID-19," World Bank, 2020, <https://www.worldbank.org/en/data/interactive/2020/04/14/map-of-sme-support-measures-in-response-to-covid-19>.

96 LP, "Factoring como alternativa de financiamiento para las Mipyme en el marco del covid-19," LP, 2020, <https://lpderecho.pe/factoring-alternativa-financiamiento-mipyme-covid-19/>

97 Andina, "Reactiva Perú: 50,000 mipymes recibirán créditos de cajas ediles a tasas bajas," Andina, 2020, <https://andina.pe/agencia/noticia-reactiva-peru-50000-mipymes-recibiran-creditos-cajas-ediles-a-tasas-bajas-798095.aspx>.

protocolos de seguridad de la COVID-19.⁹⁸ Además, el gobierno ha aprobado una prórroga de tres meses para la presentación de las declaraciones de impuestos a la renta de las PYMES.⁹⁹ Recientemente, la Asociación Peruana de Micros y Pequeñas Empresas ha abierto una encuesta sobre el impacto de la COVID-19 en las mipymes para recopilar datos y perspectivas de las empresas.¹⁰⁰ Los resultados publicados de esta encuesta probablemente serán destacables.

El Ministerio de la Producción también lanzó recientemente el Desafío Innova COVID-19: Innovar para Ahorrar a través del programa Innóvate Perú para involucrar a las mipymes en la lucha contra la pandemia.¹⁰¹ Esta iniciativa cuenta con un fondo total de S/ 10 000 000 (aproximadamente C\$ 4 000 000) para cofinanciar soluciones innovadoras que ayuden a prevenir y controlar los brotes. El Desafío Innova COVID-19 también busca proyectos de comunicación relacionados con la pandemia, con la esperanza de seguir difundiendo información importante sobre la COVID-19 entre los ciudadanos, así como de estimular la motivación de los emprendedores durante la crisis sanitaria.

Avanzando

Los resultados de la encuesta nacional que se presentan en este informe representan el panorama de las mipymes y del emprendimiento social antes de los recientes impactos de la pandemia de la COVID-19. Sin embargo, aunque la pandemia continúa desafiando a las mipymes, las tendencias existentes presentadas en este informe no han sido borradas por los acontecimientos recientes. En cambio, los efectos de la pandemia agravan estas tendencias, por lo que debe analizarse el impacto convergente de ambos factores.

98 Gestion, "Produce brindará asistencia a 16,000 mipymes para impulsar reactivación económica," Gestion, 2020, <https://gestion.pe/economia/coronavirus-peru-produce-brindara-asistencia-a-16000-mipymes-para-impulsar-reactivacion-economica-nndc-noticia/>; Andina, "Instituto Tecnológico de la Producción impulsará reactivación de las mipymes," Andina, 2020, <https://andina.pe/agencia/noticia-instituto-tecnologico-de-produccion-impulsara-reactivacion-de-mipymes-796690.aspx>.

99 International Monetary Fund, "Policy Responses to COVID-19," IMF, 2020, <https://www.imf.org/en/Topics/imf-and-covid19/Policy-Responses-to-COVID-19>.

100 Asociación PYME Peru, "Encuesta Empresarial Sobre Impacto del Covid-19 en el Sector Mipyme," Asociación PYME Peru, 2020, <http://asociacionpyme.pe/noticias/observatorios/encuesta-empresarial-sobre-impacto-del-covid-19-en-el-sector-mypeme/>.

101 Ministerio de la Producción, "Reto Innova COVID-19," Ministerio de la Producción, 2020, <https://innovateperu.gob.pe/RetoinnovaCovid19/index.html>.

Bibliografía

American Enterprise Institute. *Investing in Value, Sharing Risk*. Washington DC, United States of America: AEI, 2014.

Andina. "Reactiva Perú: 50,000 mipymes recibirán créditos de cajas ediles a tasas bajas." Andina, 2020. <https://andina.pe/agencia/noticia-reactiva-peru-50000-mipymes-recibiran-creditos-cajas-ediles-a-tasas-bajas-798095.aspx>.

Andina. "Gobierno aprueba la reestructuración del programa Trabaja Perú." Andina, 2020. <https://andina.pe/agencia/noticia-gobierno-aprueba-reestructuracion-del-programa-trabaja-peru-781740.aspx>.

Andina. "Instituto Tecnológico de la Producción impulsará reactivación de las mipymes." Andina, 2020. <https://andina.pe/agencia/noticia-instituto-tecnologico-de-produccion-impulsara-reactivacion-de-mipymes-796690.aspx>.

Andina. "Peru tax reform facilitates SMEs' growth." Andina, 2016. <https://andina.pe/ingles/noticia-peru-tax-reform-facilitates-smes-growth-645948.aspx>.

Asia-Pacific Economic Cooperation. "Small and Medium Enterprises." Asia-Pacific Economic Cooperation, 2018. <https://www.apec.org/Groups/SOM-Steering-Committee-on-Economic-and-Technical-Cooperation/Working-Groups/Small-and-Medium-Enterprises>.

Asociacion PYME Peru. "Encuesta Empresarial Sobre Impacto del Covid-19 en el Sector Mipyme." Asociacion PYME Peru, 2020. <http://asociacionpyme.pe/noticias/observatorios/encuesta-empresarial-sobre-impacto-del-covid-19-en-el-sector-mype/>.

Central Intelligence Agency. "The World Factbook: Peru." CIA, 2020. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/pe.html>.

COFIDE. "Productos y Servicios." COFIDE, 2016. <https://www.cofide.com.pe/COFIDE/productos>.

Economia Verde. "Covid 19 en el Perú: El impacto en las Mypes." Economia Verde, 2020. <https://economiaverde.pe/covid-19-en-el-peru-el-impacto-en-las-mypes/>.

El Peruano. "Cerca del 36% de Mujeres en el País son Emprendedoras." El Peruano, 2018. <https://elperuano.pe/noticia-cerca-del-36-mujeres-el-pais-son-emprendedoras-64775.aspx>.

El Peruano. "Decreto Supremo que aprueba la reestructuración del Programa para la Generación de Empleo Social Inclusivo "Trabaja Perú" y declara la extinción del Programa "Perú Responsable"." El Peruano, 2020. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-la-reestructuracion-del-programa-decreto-supremo-n-004-2020-tr-1846653-2/>.

El Peruano. "Ventas de las mypes representan 19% del PBI." El Peruano, 2019. <https://elperuano.pe/noticia-ventas-de-mypes-representan-19-del-pbi-82195.aspx>.

Gestion. "Mipymes representan solo el 9% de las exportaciones peruanas, alerta Mincetur." Gestion, 2019. <https://gestion.pe/peru/mipymes-representan-solo-el-9-de-las-exportaciones-peruanas-alerta-mincetur-noticia/?ref=gesr>.

Gestion. "Produce brindará asistencia a 16,000 mipymes para impulsar reactivación económica." Gestion, 2020. <https://gestion.pe/economia/coronavirus-peru-produce-brindara-asistencia-a-16000-mipymes-para-impulsar-activacion-economica-nndc-noticia/>.

Global Entrepreneurship Monitor. "Peru: Entrepreneurial Behaviour and Attitudes." GEM, 2018. <https://www.gem-consortium.org/economy-profiles/peru>.

Global Entrepreneurship Monitor. *2018/2019 Global Report*. London, United Kingdom: GEM, 2019.

Global Entrepreneurship Monitor. *Special Topic Report: Social Entrepreneurship*. London, United Kingdom: GEM, 2016.

Gobierno del Peru. "Valor de la UIT." Gobierno del Peru, 2020. <https://www.gob.pe/435-valor-de-la-uit>.

INCUBA. "Diagnóstico preliminar del ecosistema social del Perú." PowerPoint presentation, Lima, July 2016.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. *Peru: Indicadores de Empleo e Ingreso por departamento, 2007-2017*. Lima, Peru: Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018.

Instituto Tecnológico de la Producción. "¿Qué es un CITE?." Instituto Tecnológico de la Producción, 2020. <https://www.itp.gob.pe/nuestros-cite/>.

International Monetary Fund. "Policy Responses to COVID-19." IMF, 2020. <https://www.imf.org/en/Topics/imf-and-covid19/Policy-Responses-to-COVID-19>.

Kunan Peru. *Reporte Sobre el Estado del Emprendimiento Social y Ambiental en el Perú*. Lima, Peru: Kunan Peru, 2019.

Kunan Peru. *The Existing Landscape of Social Entrepreneurship in Peru*. Vancouver, Canada: Kunan Peru, 2019.

London School of Economics and Political Science. "Peru – Climate Laws." Grantham Research Institute on Climate Change and the Environment, LSE, 2020. <https://climate-laws.org/cclow/geographies/peru>.

London School of Economics and Political Science. "Peru – Framework Law no 30754 on Climate Change." Grantham Research Institute on Climate Change and the Environment, LSE, 2020. <https://climate-laws.org/cclow/geographies/peru/laws/framework-law-no-30754-on-climate-change>.

LP. "Factoring como alternativa de financiamiento para las Mipyme en el marco del covid-19." LP, 2020. <https://lpderecho.pe/factoring-alternativa-financiamiento-mipyme-covid-19/>.

Lumni. "Our Team." Lumni, 2020. <https://www.lumni.net/about-2/>

Ministerio de la Produccion. "Desde hoy empresas pueden tramitar autorización para reanudar actividades vía la plataforma Produce Virtual." Ministerio de la Produccion, 2020. <https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/151058-desde-hoy-empresas-pueden-tramitar-autorizacion-para-reanudar-actividades-via-la-plataforma-produce-virtual>.

Ministerio de la Produccion. "Emprendedor Peruano." Ministerio de la Produccion, 2020. <https://emprendedorperuano.produce.gob.pe/Home/AcercaDe>.

Ministerio de la Produccion. "Estadística MIPYME: Concentracion sectorial y territorial de las mipymes 2017." Ministerio de la Produccion, 2017. http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme/item/download/274_07703a4512b1631e5a2c31c90701170d

Ministerio de la Produccion. "Estadística MIPYME: Perfil de la Mujer Emprendedora 2017." Ministerio de la Produccion, 2017. http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme/item/download/279_7dcb34723a807ee30b861a570a11fdde

Ministerio de la Produccion. "Estadística MIPYME." Ministerio de la Produccion, 2017. <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>.

Ministerio de la Produccion. "Gobierno promueve el financiamiento para las Mipymes, emprendimientos y startups." Ministerio de la Produccion, 2020. <https://www.mef.gob.pe/es/noticias/notas-de-prensa-y-comunicados/6266-gobierno-promueve-el-financiamiento-para-las-mipymes-emprendimientos-y-startups>.

Ministerio de la Produccion. "Historia – Innovate Peru." Ministerio de la Produccion, 2020. <https://www.innovateperu.gob.pe/quienes-somos/historia>.

Ministerio de la Produccion. "Kit Digital." Ministerio de la Produccion, 2020. <http://www.kitdigital.pe/>.

Ministerio de la Produccion. "Reto Innova COVID-19." Ministerio de la Produccion, 2020. <https://innovateperu.gob.pe/RetoInnovaCovid19/index.html>.

Ministerio de la Produccion. *Anuario Estadístico Industrial, Mipyme Y Comercio Interno 2018*. Lima, Peru: Ministerio de la Produccion, 2018.

Ministerio de la Produccion. *Plan Nacional para la Productividad y Competitividad de las MYPE 2011-2021*. Lima, Peru: Ministerio de la Produccion, 2009.

Ministra de Comercio Exterior y Turismo. *Plan Estratégico Nacional Exportador 2025*. Lima, Peru: Ministra de Comercio Exterior y Turismo, 2020.

NESsT. "NESsT & Kiva Partner for Water Access in Peru." NESsT, 2016. <https://www.nesst.org/nesst/blog/2016/11/08/nesst-kiva-yaqua>.

OECD. *Policy Brief on Scaling the Impact of Social Enterprises*. Paris, France: OECD, 2016.

One Young World. "Yaqua." One Young World, 2020. <https://www.oneyoungworld.com/ambassador-projects/yaqua>.

Organization of American States. "LEY N° 30056." Organization of American States, 2013. http://www.sice.oas.org/SME_CH/PER/Ley_30056_s.pdf.

qAIRa. "About Us." qAIRa, 2020. <https://www.qairadrones.com/index.php?r=site/nosotros>.

Seedstars. "Meet our 2017 Global Summit winners." qAIRa, 2017. <https://www.seedstars.com/magazine/meet-our-2017-global-summit-winners/>.

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. "Características de la Micro y Pequeñas Empresas." SUNAT. <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>.

Virtue Ventures. "Mission Drift." Virtue Ventures, 2020. http://www.4lenses.org/setypology/mission_drift.

World Bank. "Map of SME-Support Measures in Response to COVID-19." World Bank, 2020. <https://www.worldbank.org/en/data/interactive/2020/04/14/map-of-sme-support-measures-in-response-to-covid-19>.

World Bank. "Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance." World Bank, 2020. <https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance>.

World Economic Forum. *Global Gender Gap Report 2020*. Geneva, Switzerland: WEF, 2019.

Yaqua. "Nosotros." Yaqua, 2018. <https://www.yaqua.pe/nosotros/>.



ASIA PACIFIC
FOUNDATION
OF CANADA

FONDATION
ASIE PACIFIQUE
DU CANADA