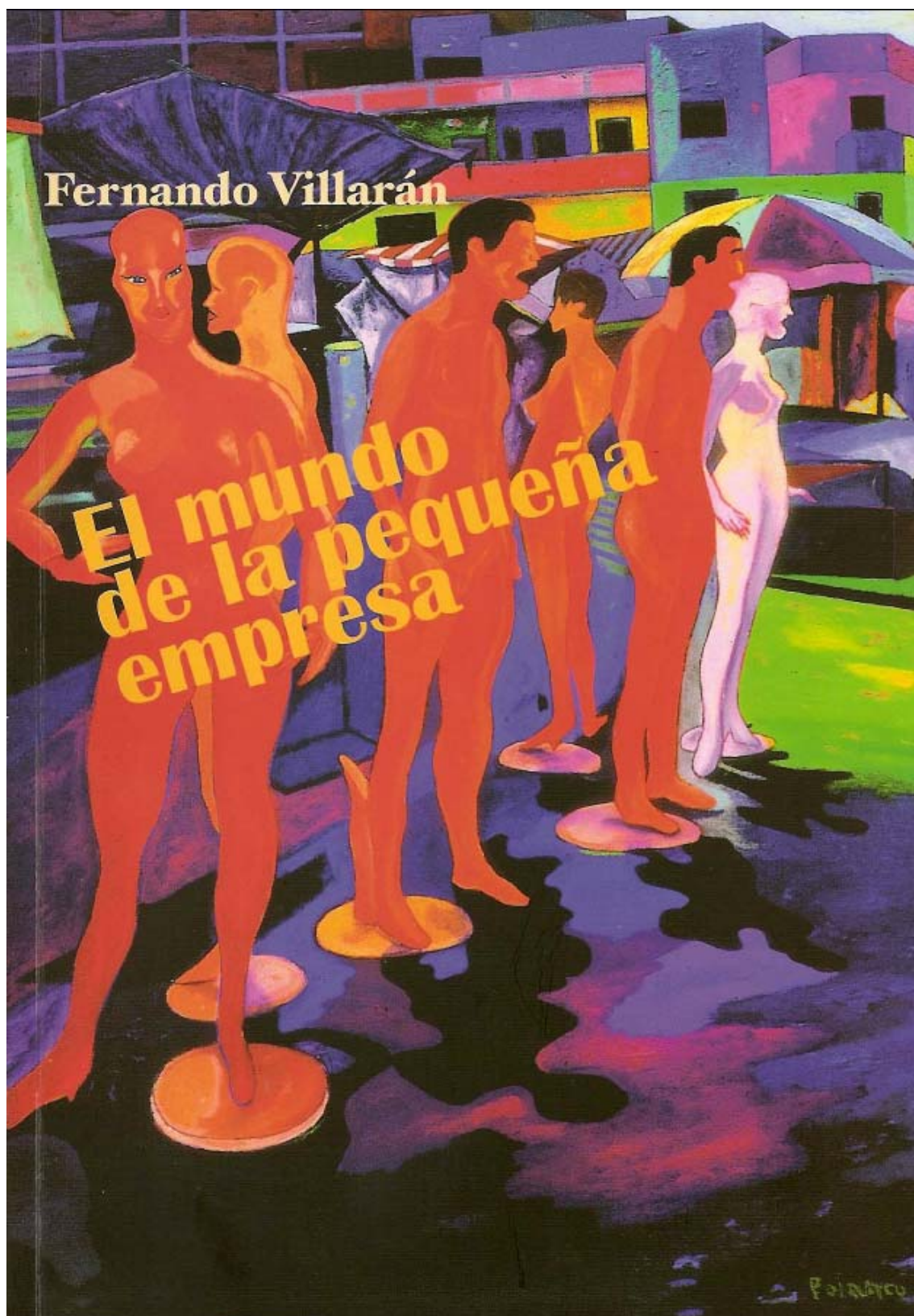


Fernando Villarán

El mundo
de la pequeña
empresa



El mundo de la pequeña empresa

Fernando Villarán

**COPEME
CONFIEP
MINCETUR**

Junio 2007

Dedicado a mis hijas,
Beatriz y Valeria,
y a mis hijos,
Fernando y Diego,
por su paciencia, comprensión y cariño

CONTENIDO

Agradecimientos	4
Preámbulo del autor	5
Prólogo	7
Resumen ejecutivo	10
Capítulo 1: Lecciones aprendidas	17
y recomendaciones de política	17
Capítulo 2: Fundamentos y contexto	27
2.1 Definiciones necesarias	27
2.2 Las dudas existenciales (¿apoyar o no apoyar a las pequeñas empresas?)	29
2.3 La experiencia internacional en el apoyo a la pequeña empresa	32
2.4 Procesos estructurales que condicional al sector	39
Capítulo 3: Diagnóstico de la pequeña empresa peruana	44
3.1 Importancia relativa de la pequeña empresa en la economía peruana	44
3.2 Características de las MYPE	48
Capítulo 4: Instituciones y programas de promoción	56
4.1 Instituciones que brindan servicios financieros	57
4.2 Instituciones que brindan Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE)	73
4.3 Instituciones que promueven el Emprendedorismo	91
4.4 Instituciones que promueven la competitividad, las exportaciones, las cadenas productivas y los clusters	99
3.5 Instituciones que facilitan y promueven la formalización	103
Capítulo 5: La promoción en las principales ciudades del país	108
Ayacucho	108
Huancayo	110
Arequipa	112
Pucallpa	114
Juliaca - Puno	116
Tarapoto y Moyobamba	118
Piura	120
Chiclayo	122
Trujillo	125
Capítulo 6: Los gremios empresariales	128
6.1 El inicio de los gremios en el Perú	128
6.2 Los gremios en la actualidad	130
6.3 Los gremios más representativos a nivel nacional, local y regional	130
6.4 Situación actual y perspectivas de los gremios empresariales	136
Capítulo 7: Políticas públicas de promoción a la pequeña empresa	140
Capítulo 8: Marco legal y regulatorio	148
8.1 Legislación comparada en América Latina	148
8.2 La Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa	148
8.3 Institucionalidad	153
8.4 Registro de asociaciones empresariales	154
8.5 Régimen tributario	154
Bibliografía	156
Anexo 1: Directorio de instituciones de promoción de la pequeña empresa en el Perú ..	161
Anexo 2: Directorio de gremios empresariales	172
Anexo 3: Ley de Promoción y Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas	180
Siglas	196

Agradecimientos

Este libro se basa en el trabajo que un grupo de profesionales de SASE realizó para el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, financiado por el proyecto CRECER de USAID, denominado “Diagnóstico y recomendaciones para mejorar los programas y servicios de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas en el Perú”.

Javier Palacios, Víctor Hugo Bullón y Teodoro Sanz recorrieron el país, visitaron numerosas instituciones y leyeron cientos de investigaciones; a ellos mi más profundo agradecimiento por su trabajo, dedicación, conocimientos, creatividad y paciencia para sobrellevar mi orientación y supervisión durante los seis meses que duró el encargo.

Para realizar este trabajo contamos con los valiosos comentarios y sugerencias de David Bathrick, de Nathan Associates, así como de Emmy Yokoyama y Susana Cama, funcionarias del proyecto CRECER; con el aliento y comentarios de los funcionarios de la oficina del AID en Lima, en particular de Eduardo Albareda y Felipe Portocarrero; y también con el apoyo de María Rosa Morán y María Cecilia Pérez del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Además se realizaron dos seminarios en Lima con la participación de numerosos expertos, funcionarios, dirigentes gremiales y promotores, los que brindaron y compartieron sus comentarios y sugerencias. Tanto en Lima, como durante nuestras visitas a las 11 ciudades del país, recibimos el generoso apoyo y aliento de funcionarios de los gobiernos regionales y locales, de dirigentes gremiales y especialistas de las múltiples instituciones de promoción que existen en el país. A todos ellos agradecemos la información proporcionada, así como sus aportes que han enriquecido esta publicación.

Por supuesto, la versión final, que incluye numerosas ampliaciones y modificaciones al trabajo original, es de mi entera responsabilidad y no comprometo a ninguna de las personas e instituciones mencionadas.

La lectura y revisión de textos la hizo Elba Luján, a quien agradezco su dedicación y trabajo.

Finalmente, mi agradecimiento a COPEME, a la CONFIEP y al MINCETUR por el esfuerzo realizado para la publicación de este libro.

Preámbulo del autor

En los últimos años ha quedado muy claro que el principal problema del Perú, y de muchos países en el mundo, es el de la exclusión social y económica. Ella se expresa de muchas maneras, que van desde la pobreza extrema, la falta de atención por parte del Estado, la mala calidad de los servicios básicos, hasta la informalidad, las protestas callejeras, el bloqueo de carreteras, los linchamientos, el voto antisistema. Una parte muy importante de la sociedad peruana (y latinoamericana) se encuentra excluida del Estado, de la modernidad y los beneficios del crecimiento económico; sometida además a distintos niveles de abandono y discriminación.

Durante la década de los noventa se pensó que con estabilidad y crecimiento económico se resolvería este problema. Se impulsaron programas de alivio a la pobreza a los que se destinaron muchos recursos, propios y de los organismos internacionales; y se ha comprobado que la pobreza casi no se ha movido, y más bien las diferencias se han acentuado. Hemos aprendido que la dicotomía: políticas económicas versus políticas sociales, en las que estas últimas además juegan un papel secundario, no ha servido para encarar esta situación. Sabemos que lo que está funcionando en otros países del mundo, como China y la India, es crecimiento económico desde abajo, con empleo productivo (la variable económico-social por excelencia) para muchos. También sabemos que la educación de calidad es otra de las claves que está funcionando; es decir, una política social, con fuertes implicancias económicas. Existe consenso en que debemos movernos en la dirección de generar empleo masivamente (no hay mejor integrador que un buen trabajo) y de mejorar radicalmente la educación (el mejor factor de movilidad económica y social), sobre todo para los más pobres.

En el Perú, y en la mayoría de países de América Latina, tenemos una tercera poderosa herramienta de inclusión: las pequeñas empresas¹. Ellas representan a 2.5 millones de unidades económicas y a 7.6 millones de personas económicamente activas. El grueso de estas personas se ubica en la pequeña propiedad agrícola y en la micro empresa urbana, en donde también campea la pobreza. Si bien este sector ha dado muestras de ascenso económico y social impresionantes como es el caso de la familia Wong o los Añaños (Kola Real), y también existen experiencias de articulación entre grandes y pequeñas empresas como DANPER y Procesadora (en el norte del Perú), todavía la mayoría de este sector se mantiene con baja productividad e ingresos. Se requiere de un esfuerzo masivo de parte del Estado y del sector privado formal (tanto de las empresas como de las instituciones de promoción) para integrarlo a la economía y la sociedad.

Países como Italia (como nos lo recuerda Marco Dini en su prólogo), Japón y Taiwán han tenido éxitos notables en integrar a sus pequeñas empresas, logrando economías muy competitivas, innovadoras y dinámicas, y al mismo tiempo sociedades mucho más equitativas, con gran estabilidad social (que significa también seguridad ciudadana). Debemos aprender de ellas, y de muchas otras, como es el caso de Estados Unidos, que tienen políticas, instituciones y destinan recursos significativos a la promoción del sector.

¹. En este concepto vamos a incluir a la micro, pequeña y mediana empresa; más adelante daremos las definiciones precisas de cada una de ellas.

En el Perú hemos descubierto recientemente que nuestro futuro se juega en la conservación y utilización creativa de los recursos naturales, nuestra megadiversidad. También reconocemos que tenemos grandes cantidades de recursos humanos, inteligentes, con ganas de trabajar y crecientemente capacitados. Lo que nos falta es aceptar que poseemos en las pequeñas empresas peruanas un recurso poderoso, una energía empresarial popular, como muy pocos países lo tienen, que integrado al resto de la economía y la sociedad nos puede dar la ventaja que requerimos para resolver las desigualdades económicas y los abismos sociales que nos frenan. Como se ha dicho en algún momento, la solución a los problemas de las pequeñas empresas está fuera del sector, está en el Estado, en las empresas formales grandes, en las universidades, en la sociedad civil. De la actitud y decisiones de estos actores dependerá si somos capaces de dar un salto hacia delante, tanto en el campo económico como en el campo social.

Este libro presenta algunas ideas sobre cómo podemos dar ese salto, cómo podemos integrar a este sector en la economía y la sociedad. En él pasamos revista a lo que están haciendo los países más relevantes del mundo con sus pequeñas empresas, vemos la situación de este sector en el Perú, analizamos los principales programas e instituciones de promoción (incluyendo las regiones del país), la situación de los gremios empresariales del sector, el marco legal y regulador, para finalmente sacar las lecciones que 25 años de promoción nos han dado, de las que se desprenden propuestas de política y un plan de acción de corto plazo (que aparece en el capítulo 1).

Prólogo

Las pequeñas empresas son un sujeto económicamente relevante en la economía de Perú. El libro confirma su importancia relativa en términos de empleo y de producción. Su importancia, sin embargo no es una garantía para que dichas empresas logren hacer una contribución positiva al desarrollo del país. Para que así sea, estas empresas deben, por un lado, generar empleo estable y de buena calidad, por el otro, contribuir a la generación y difusión de nuevos conocimientos.

Entre los países industrializados, Italia es el país donde estos resultados han probablemente alcanzado los niveles más elevados. En este caso, las micro y pequeñas empresas ha marcado el desarrollo del país en los últimos treinta años. Su productividad ha tenido un impacto socialmente muy positivo en términos de distribución del ingreso y su dinamismo ha contribuido a acrecentar la competitividad del sistema productivo, otorgándole un nivel de flexibilidad que ha permitido al país alcanzar posiciones de liderazgo en muchos mercados de productos maduros y altamente competitivos, especialmente en aquellos sectores que se conocen como *made in Italy*, es decir, productos de calidad, intensivos en moda y diseño.

¿Se puede esperar alcanzar resultados parecidos gracias a la contribución de micro y pequeñas empresas en América Latina? No hay modelos que se puedan copiar y seguramente cada país debe descubrir su propio camino e implementar su propia estrategia. No obstante, la experiencia de países como Italia, como España o como el Land Alemán de Baden Wutterberg, nos sugiere reflexiones que podrían ser de utilidad para quién se ocupa del proceso de desarrollo de los países en vía de industrialización. La enseñanza principal puede tal vez ser resumida observando que la fuerza competitiva de las pequeñas empresas se debe al espeso entramado de relaciones que estas firmas desarrollan con otras empresas y con instituciones que conforman su entorno local. Dicho sistema de relaciones les permite sostener un modelo de división externa del trabajo, basado en altos niveles de especialización de las funciones productivas y complementariedad; intercambio fluido de conocimientos y experiencias; coordinación de los esfuerzos individuales para alcanzar economía de escala y poder de negociación con clientes y proveedores, entre otros.

Es importante notar que la racionalidad individual de las empresas de esos países no es distinta de la que predomina en Perú o en otras localidades de América Latina: los empresarios buscan siempre maximizar sus ganancias. Sin embargo, en los países en que las micro y pequeñas empresas han alcanzado altos niveles competitivos, se observan sistemas de relaciones caracterizados por un fuerte sentido de pertenencia a la comunidad local y de interdependencia entre los actores locales y mecanismos sociales de control que permiten reducir el riesgo de comportamientos oportunistas y los costos de transacción.

En términos generales, estos ejemplos nos enseñan que la competitividad no se alcanza de manera individual, sino al contrario, como producto de un esfuerzo sistémico en que participan tanto las empresas como las instituciones. Especialmente en el caso de las empresas de menor tamaño, la ventaja competitiva es el producto de un esfuerzo colectivo que es expresión de todo el sistema productivo local, de las tradiciones culturales, de las modalidades de organización social, de las capacidades de diálogo e interacción entre las partes.

Las empresas individuales y los líderes locales son importantes y contar con firmas dinámicas e innovadora es una ventaja imprescindible para garantizar el acceso a mercados y nuevos conocimientos. Pero, para garantizar la competitividad en el mediano y largo plazo, frente a escenarios cambiantes y cada vez más complejos, los recursos individuales de cualquier empresa (inclusive de las más grandes) son insuficientes y se requiere de una combinación de competencias y experiencias que solo pueden ser originadas por la acción colectiva de muchos sujetos independientes que colaboran, sin renunciar a su individualidad y a la competencia recíproca, pero dentro de un marco de respeto recíproco y de disponibilidad al diálogo. Eso no vale solo para los (o las) empresarios (as), vale también para las relaciones entre sindicatos de trabajadores y de empresas; entre asociaciones empresariales, entre instituciones de fomento o de educación y, por qué no, entre partidos políticos.

Cuando la competencia se transforma, de un esfuerzo por ser más eficiente que el otro, en un intento por aniquilar al adversario, en todos los niveles de convivencia civil, el tejido social del que puede surgir la competitividad de los sistemas económicos se rompe y el proceso de desarrollo colectivo se detiene. Lamentablemente este riesgo siempre está presente y preservar los equilibrios sociales es una tarea tan compleja como alcanzarlos. El estímulo que puede inducir a los actores locales a ese esfuerzo colectivo es que la cohesión social no es solo un bien en sí, sino además una herramienta de desarrollo competitivo que no parece tener igual, especialmente para aquellos sistemas productivos que se caracterizan por la presencia de muchas empresas de tamaño pequeño.

El dinamismo de los escenarios competitivos hace que ninguna solución sea definitiva. El concepto de competitividad sistémica que está en la base de la experiencia exitosa de muchas localidades italianas de pequeñas y microempresas puede ser superado por nuevos paradigmas, y en la actualidad muchos sistemas productivos de pequeñas empresas, en Italia y en el mundo, están experimentando crisis profundas frente a la renovada competencia de los países asiáticos y especialmente de China. No obstante, lo que aparece de los estudios más recientes sobre la evolución de estas empresas no pone en discusión la idea de fondo sino, al contrario, refuerza el concepto sistémico de la competencia. En este sentido, el control de los mercados internacionales y la capacidad de generar innovaciones cada vez más radicales no produce, necesariamente, un regreso a modelos competitivos centrados en las grandes empresas, sino sugiere un camino hacia la reestructuración de los sistemas de pequeñas firmas que considere modelos de relaciones más estructurados, basados en redes abiertas, fuertemente orientadas a la calidad y a la exportación.

¿Cómo impulsar estos procesos? De nuevo: no hay reglas, pero algunas enseñanzas parecen ser bastante universales y a continuación quisiera tratar de sintetizar algunos de los puntos metodológicamente más significativos de los que arroja el análisis de la experiencia internacional:

1. La construcción de sistemas económicos integrados no se genera espontáneamente. Es clave, para eso, el rol de las instituciones públicas y privadas de apoyo cuya función principal es acompañar los procesos de construcción de confianza entre los sujetos económicos; enseñar (o descubrir) nuevas metodologías de trabajo basadas en la interacción y en la colaboración; identificar y difundir las mejores prácticas para la generación de esfuerzos colectivos y preparar profesionales que tengan competencias en cada una de estas funciones.
2. No hay una institución que predomine y pueda imponer su visión y su estilo de trabajo a las demás. Entidades públicas y privadas deben aprender a colaborar y a compartir recursos, liderazgo y experiencias.

3. Proyectos e iniciativas que apunten a la generación de capacidades de articulación entre sujetos productivos requieren de una cercanía muy grande con los actores locales, una profunda capacidad de comprensión de las diversidades de cada localidad y grupo social, y requieren de una presencia permanente en la localidad interesada por lo cual no pueden ser diseñados y dirigidos a la distancia sino pensados y ejecutados localmente, de manera descentralizada.
4. Estos procesos requieren tiempo. No son planteamientos de corto plazo y a menudo no se ajustan a los deseos y a los tiempos que les quisieran imponer las entidades que los promueven, ya sea organismos internacionales o políticos locales. Se requiere de una capacidad de acción muy flexible en el contexto de una visión estratégica amplia, proyectada en horizontes de mediano y largo plazo.
5. Por último, se requieren recursos. Recursos con tres objetivos distintos: en primer lugar, para formar profesionales que sepan promover, facilitar y orientar estas experiencias asociativas entre empresas e instituciones; en segundo lugar, para responder a las demandas que las estrategias asociativas detonan: Demandas de asistencia técnica, crédito, capacitación, apoyo para la exportación, etcétera. Para eso son muchas las fuentes posibles y es importante garantizar la coherencia y la coordinación de los sujetos que operan en las distintas áreas del fomento productivo. Y finalmente, recursos para apoyar la concreción de las estrategias asociativas de las empresas y de los distintos actores que se asocien.

En los últimos años en Perú se han realizado muchos intentos para emprender un camino que, a partir del descubrimiento y valorización de las peculiaridades del país, permitiese diseñar modelos y metodologías que facilitasen el desarrollo de ventajas competitivas basadas en la articulación de las empresas e instituciones locales. Ahora es un buen momento para empezar un primer balance, identificar las buenas prácticas y, autocríticamente, aprender de los errores cometidos. Este libro da un primer paso en esta dirección y proporciona una panorámica interesante que pone justamente el énfasis en el rol de las muchas instituciones de fomento, tanto públicas como privadas, que han impulsado esas experiencias.

El desafío es seguramente grande y configura el diseño y la puesta en marcha de una verdadera política de desarrollo para el país; pero Perú, como demuestran las historias y los testimonios analizados en este libro, es rico en recursos humanos y capacidades profesionales que pueden con energía y creatividad enfrentar este desafío.

Marco Dini
Consultor italiano
especialista en PYME

Resumen ejecutivo

El rol vital de la pequeña empresa para el crecimiento económico y el desarrollo social del Perú es indiscutible. Todos los grupos políticos e instituciones de desarrollo la incluyen dentro de sus propuestas y programas. No podía ser de otra manera pues es el sector que más gente ocupa y que muestra el mayor potencial de crecimiento. Atrás quedaron los años de olvido y de abandono de los sucesivos gobiernos que la ignoraron, haciendo perder grandes oportunidades al país. Sin embargo esa voluntad política mayoritaria que vemos hoy día no debe quedarse en palabras, se debe concretar en programas de promoción eficaces, en instituciones eficientes, en legislación promotora y en un ambiente favorable para su desarrollo.

Esto es lo que queremos lograr con este libro, para lo cual pasaremos revista a los principales programas e instituciones de promoción (públicas y privadas), así como a las políticas públicas y al marco legal y regulador que se ha ido construyendo en el país y en otros países. A partir de su análisis y evaluación propondremos un conjunto de cambios, mejoras e innovaciones en beneficio de las pequeñas empresas.

Tres preguntas están en la base de esta publicación y la recorren: ¿no estaremos insistiendo en un tema (el de la micro y pequeña empresa) que en el mundo moderno, en los países desarrollados, es poco relevante y está siendo dejado de lado? ¿Lo que estamos haciendo en el Perú recoge lo mejor de las prácticas internacionales? ¿Todos los involucrados en la promoción de la pequeña empresa, estamos haciendo bien las tareas, cumpliendo con nuestras responsabilidades y a la altura de las expectativas del sector?

Las pequeñas empresas² son una realidad indiscutible tanto en los países desarrollados como en desarrollo. Representan la absoluta mayoría de las empresas existentes, cerca del 99% del total³, generan un alto porcentaje del empleo, entre el 50 y el 80%, y contribuyen significativamente en el Producto Bruto Interno, entre 40 y 70%. Todos estos datos son incontrastables en cada rincón del planeta.

Su definición varía de acuerdo a cada país, por ejemplo Estados Unidos considera como pequeña empresa a toda la que tiene menos de 500 trabajadores, mientras que Japón define como medianas y pequeñas industrias a aquellas con menos de 300 trabajadores. A pesar de estas diferencias, las definiciones están en franco proceso de convergencia. La Unión Europea ha adoptado las siguientes: microempresa, de 2 a 10 personas ocupadas; pequeña, de 11 a 50, y mediana de 51 a 250. Esta definición europea es la que se está imponiendo en muchos países del mundo y en la mayor parte de América Latina. También la PE es definida mediante otras variables, como las ventas y los activos fijos, usadas con bastante frecuencia a pesar de que dificultan las comparaciones internacionales.

². Estados Unidos, China y otros países en desarrollo utilizan crecientemente el concepto de pequeña empresa (*small business*) que por lo general agrupa a las micro y pequeñas empresas, aunque en algunos casos incluye también a las medianas. Esta parece una decisión acertada en la medida que la sigla Mipyme (o MYPE o PYME) parece algo difícil de manejar y explicar, tanto a un público amplio, como a los propios encargados de tomar decisiones.

³. Por ejemplo, en todos los países de Europa, las pequeñas empresas (incluyendo las micro y medianas) representan más del 99% (en Francia son el 99.9%, y en Finlandia, Suecia y Polonia son el 99.8%), en Estados Unidos son el 99.7%, y en todos los países de América Latina y el Caribe supera el 99%.

En todos los países, desarrollados y en desarrollo, existen instituciones del Estado con programas de apoyo a la pequeña empresa. Significativos recursos financieros, humanos e institucionales se destinan a promoverla, aunque son las instituciones del sector privado las que están participando en forma creciente en su promoción asociadas con el Estado y la cooperación internacional. Las razones para apoyar a la pequeña empresa son muy variadas, dependen de la historia, valores y características de cada país. Por ejemplo, Estados Unidos la apoya porque los pequeños negocios son más innovadores que las grandes empresas y representan el espíritu empresarial por excelencia. Por su parte, la República Popular China le da su apoyo porque sus empresarios(as) son considerados una clase vital para las transformaciones sociales y económicas⁴.

En otros países del mundo también se pueden constatar muchas otras razones y motivos para apoyar a la pequeña empresa. En realidad, a nivel mundial podemos observar una confluencia en las motivaciones nacionales para promover al sector. Entre los fundamentos principales están los siguientes: 1) Es el sector con mayor capacidad de generación de empleo (sobre todo de nuevo empleo). 2) Es una fuente muy importante de innovación y dinamismo tecnológico. 3) Es el principal factor de articulación e integración del sector privado. 4) Contribuye a la estabilidad social y mejora la distribución del ingreso. 5) Representa la principal fuente de oportunidades de realización de las personas, sobre todo para los jóvenes emprendedores. 6) Su principal característica (la flexibilidad) está en plena sintonía con la economía globalizada y postmoderna.

Estas motivaciones no solo se quedan en declaraciones, sino que se traducen en compromisos económicos y asignación de recursos humanos para el sector por parte de los respectivos Estados. El presupuesto de la SBA (Small Business Administration) de EEUU es de 671 millones de dólares anuales (sin considerar los recursos que se canalizan a través del sistema financiero privado); el SEBRAE (Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas) de Brasil posee 350 millones de dólares anuales para sus programas; y CORFO (Corporación de Fomento) de Chile destina aproximadamente 50 millones de dólares en diversos programas para el sector. En contraposición, Prompyme del Perú cuenta con un presupuesto anual de 1.9 millones de dólares.

En nuestro país, la situación actual de la micro, pequeña y mediana empresa es la siguiente: representa el 99.5% de las empresas existentes, el 84% del empleo⁵, el 64% del PBI (solo las MYPE -sin medianas- y los independientes contribuyen con el 47%⁶), y el 2% de las exportaciones. Son un total de 2.5 millones de pequeñas empresas que dan empleo a 7.6 millones de personas (en esta cifra no se incluye el autoempleo), distribuidos: 57% en el ámbito urbano y 43% en el ámbito rural (referidos a la PEA). El 74% de las MYPE (micro y pequeñas) son informales, aunque en la medida que crecen se va incrementando el grado de formalización (solo el 37% de las pequeñas son informales). Las pequeñas empresas son bastante descentralizadas, su PEA ocupada se distribuye así: 29.1% en la macro región norte, 23.6% en la macro región sur, 16.0% en la macro región centro, 7.0% en la macro región oriente, y solo 24.4% en Lima Metropolitana. Las actividades más importantes (en PEA ocupada) son: agricultura⁷ con 52.4%, servicios con 18.3%, comercio con 15.6%, industria con 8.9% y construcción con 4.1%.

⁴ 15.º Congreso del Partido Comunista Chino de 1997.

⁵ Tanto en las variables empleo como PBI, se incluye al autoempleo.

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

⁷ Hay que hacer notar, que a diferencia del pasado en el que se le excluía de las estadísticas del sector, estamos incluyendo dentro de las pequeñas empresas totales a la pequeña propiedad agrícola.

Para efectos de este libro, y con el objeto de estudiarla adecuadamente, hemos dividido la promoción a las pequeñas empresas en cinco grandes áreas⁸: 1) apoyo financiero (principalmente microfinanzas), 2) servicios de desarrollo empresarial (SDE), 3) fomento a nuevos emprendimientos (*entrepreneurship*), 4) apoyo a la competitividad, cadenas productivas y *clusters*⁹, y 5) marco legal y regulador que facilite la formalización.

El área de promoción más importante, en términos de recursos, personas involucradas e impacto en el Perú, es sin lugar a dudas la financiera. En este campo nuestro país destaca claramente y ocupa un lugar de privilegio a nivel mundial. Esto ha sido reconocido por organismos internacionales como el BID y el Banco Mundial, que no solo lo han mencionado en sus estudios sino que también han otorgado premios importantes a los diversos actores del sistema de microfinanzas peruano, principalmente a las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito.

El sistema de microfinanzas en el Perú está compuesto por: 10 bancos comerciales (tres de los cuales -Banco de Crédito, Banco del Trabajo y MIBANCO- explican el 80% de las colocaciones al sector), 14 Cajas Municipales-CMAC, 12 Cajas Rurales y 14 Edpyme¹⁰, 160 cooperativas de crédito que atienden al sector, y unas 20 ONG no supervisadas por la SBS (Superintendencia de Banca y Seguros). Estas instituciones en su conjunto tienen una cartera de créditos que asciende a cerca de dos mil millones de dólares (a mayo 2005) y poseen un total de más de un millón de clientes activos (a esa misma fecha). Las colocaciones del sistema han crecido a un promedio de 25% anual en los últimos cuatro años (las de las CMAC crecen al 38% anual), mientras que la rentabilidad de las Cajas Municipales se ha ubicado en 26%. Si bien casi todas las instituciones que forman parte del sistema son eficientes destacan claramente las Cajas Municipales (y dentro de ellas las de Arequipa, Piura, Trujillo y Huancayo).

Este sistema de microfinanzas es el caso de éxito más importante en la promoción de las pequeñas empresas (sobre todo de las microempresas que son las más numerosas), y por lo tanto es la principal fuente de lecciones para promocionar al sector, no solo para los servicios financieros. Por eso nos preocupa el desconocimiento de estos logros y haya algunas propuestas para la creación de un banco estatal para las MYPE¹¹, con lo que estaríamos regresando a esquemas del pasado. Propuestas así, sobre todo si se regresa a las tasas de interés subsidiadas, a los préstamos “de favor”, y al no cobro de los mismos, podrían poner en riesgo todo lo que se ha avanzado hasta el momento. A toda costa deben evitarse las prácticas populistas que solo benefician a pocas empresas MYPE y perjudican a cientos de miles que ahora reciben crédito en forma oportuna. Sería una verdadera hecatombe financiera, económica y social. Es verdad que las tasas de interés de las microfinanzas

⁸. De las cinco áreas, tres son estándar a nivel internacional: finanzas, SDE y emprendedorismo; casi todos los países las tienen en sus programas de promoción. Algunos países añaden una cuarta área: la innovación (o investigación y desarrollo), que nosotros incluimos en el área de los SDE. En el Perú creemos necesario incluir dos áreas que tienen que ver con nuestros principales retos del momento: la formalización y la competitividad (que en la pequeña empresa adquiere la forma de asociatividad, cadenas y *clusters*).

⁹. Si bien la competitividad es uno de los principales objetivos de los servicios a las pequeñas empresas, tanto financieros como de desarrollo empresarial, en el caso peruano se justifica abrirlo (a) como un área separada y nueva para diferenciarla de los SDE, que son muchos y que no tienen la misma prioridad y urgencia.

¹⁰. Significa: Empresas de desarrollo de la Pequeña y Microempresa, creadas por la Ley de Bancos y supervisadas, junto con el resto del sistema, por la SBS. Hay que señalar también que en algunos casos se incluyen unas 160 cooperativas de ahorro y crédito dentro del sistema de microfinanzas, pues también financian a microempresas e independientes.

¹¹. Ver el capítulo 4, referido a los gremios empresariales.

todavía son altas y hay que hacer esfuerzos por bajarlas (como de hecho está sucediendo desde hace algún tiempo), y también que algunos sectores y tipos de operaciones aún están desatendidas (como los préstamos de más largo plazo para tecnología y exportaciones), pero todo ello se puede resolver mejorando el sistema actual y no dinamitándolo.

La segunda área de promoción son los Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE)¹² compuestos por: 1) capacitación, 2) información, 3) asesoría y consultoría, 4) innovación, desarrollo y transferencia de tecnología, 5) acceso a los mercados y 6) tercerización (o *outsourcing*), entre los principales. Estos servicios se encuentran en pleno desarrollo en el Perú y tienen aproximadamente 10 años de existencia. Nos referimos por supuesto a los servicios dirigidos específicamente a las pequeñas empresas (pues para las grandes existían hace mucho tiempo). Estos servicios, sobre todo la capacitación, la asesoría y la consultoría, están avanzado con claridad hacia la pertinencia y eficiencia, y en un plazo relativamente razonable, deben alcanzar la sostenibilidad. Las principales instituciones ofertantes y facilitadoras de SDE son: Prompyme, Copeme, Perú Emprendedor del MTPE, CITE (Centros de Innovación Tecnológica) del MinProduce, el SENATI-Centropyme, La Cámara de Comercio de Lima, Perú Cámaras, Confecámaras, Idesi Nacional, Foncodes del MIMDES, Centros de Servicios Económicos del PRA¹³, Consorcio de CDE, y una importante cantidad de empresas consultoras y consultores individuales, que brindan una gama muy amplia de servicios empresariales, cada vez más eficientes.

La necesidad de dotar de una oferta amplia, de calidad y pertinente de servicios de desarrollo empresarial (o no financieros), es un tema que está fuera de discusión en el ambiente académico internacional y en los organismos de desarrollo. En el Perú se han realizado diversos estudios que demuestran el impacto ampliamente positivo que tienen estos servicios sobre las micro y pequeñas empresas¹⁴, lo que abona en justificar plenamente su existencia. En lo que sí subsiste cierto nivel de polémica es sobre la sostenibilidad de los SDE. Mientras que algunos sostienen que es muy difícil llegar a los niveles de autosostenimiento que muestran las microfinanzas, otros sostenemos que sí es posible alcanzar esos resultados. Los primeros, entre los que se encuentran muchos expertos europeos, argumentan que el Estado debe subsidiar los servicios de desarrollo empresarial para las pequeñas empresas en forma indefinida, pues las empresas del sector lo necesitan y es una inversión que se va a recuperar en impuestos cuando las empresas crezcan, produzcan competitivamente, vendan y realicen sus contribuciones al fisco. Los segundos pensamos que los subsidios sí son necesarios¹⁵ pero que deben dosificarse con cautela, y que la principal tarea en el Perú de hoy es asegurar un mercado dinámico de dichos servicios precisamente para que florezca una oferta diversificada y de calidad. Por ello los subsidios deben orientarse en primer lugar a crear, expandir y consolidar dichos mercados. Los “bonos” otorgados a los empresarios(as) han sido, y siguen siendo, el instrumento más apropiado para realizar esta tarea (como es el caso de BonoPyme), tienen la virtud de

¹². Para tener una clasificación más detallada, así como un análisis de los mismos ver: Villarán, F., Gutierrez, JJ., *La medición de efectos en los clientes de los Centros de Desarrollo Empresarial*, Lima, COSUDE, DESIDE, Swisscontact, 2001.

¹³. Proyecto de Reducción y Alivio a la Pobreza (PRA), financiado por USAID.

¹⁴. Entre los principales estudios podemos citar al de GRADE y la OIT (2001), en el que participaron Miguel Robles, Jaime Saavedra, Máximo Torero, Néstor Valdivia y Juan Chacaltana; el de Swisscontact hecho por Villarán y Gutiérrez (2001); el de la PUC por José Távara (1996); el del MTPE (2004) realizado por Néstor Valdivia; y el del MITINCI- GTZ de Alfredo Coronel (1999), entre los principales.

¹⁵. Es importante mencionar que en el trabajo efectuado por GRADE y la OIT en el 2001, y que tuvo como jefe del equipo de investigadores a Jaime Saavedra, hoy día Gerente de Desarrollo Social del Banco Mundial (al que no se puede acusar de populista o de “pequeñólogo”), concluyó que los subsidios a la promoción de los servicios de desarrollo empresarial se justifican, aunque su propuesta es que sean de carácter puntual, transparente y temporal.

mejorar la calidad y pertinencia de la oferta al mismo tiempo que incentivan la demanda por parte de los empresarios del sector. El estudio de Valdivia (ya citado) que evalúa el más reciente de los programas en este terreno: Perú Emprendedor, no deja dudas sobre su utilidad e impacto en las empresas; sin embargo, el Programa está enfrentando problemas de financiamiento que limitan su escala e impacto.

El tercer campo de promoción es el de los nuevos emprendimientos, llamado también emprendedorismo (*entrepreneurship*, en inglés). Los temas o actividades que se incluyen en esta área son: 1) promoción del espíritu empresarial (a nivel cultural), 2) la creación de nuevas empresas, 3) las incubadoras de empresas (sobre todo en universidades e institutos tecnológicos), 4) la formación o educación emprendedora (en secundaria, institutos tecnológicos y universidades), 5) el apoyo a las empresas de jóvenes, 6) los concursos de proyectos y planes de negocios, entre otros. Es un campo que muestra gran dinamismo a nivel internacional ya que es considerado como una de las principales fuentes de crecimiento económico. En el Perú, las instituciones que están trabajando activamente en esa área son: el Colectivo Integral del Desarrollo-CID, Asociación Pro Bienestar y Desarrollo-PROBIDE, Bono Emprende del MTPE, la Escuela de Empresarios de IPAE, Programas para jóvenes de secundaria de Junior Achievement, el programa Escuela Empresa de la Confiep y el MTPE, y las principales universidades e institutos del país, dentro de los que destacan: el Centro de Innovación y Desarrollo-CIDE de la PUCP, la Universidad del Pacífico, la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Inictel, la Universidad San Ignacio de Loyola, la Universidad San Martín de Porres, entre las principales. En esta área hay mucho por hacer en el Perú, si bien algunas instituciones, como el CID y PROBIDE ya cuentan con experiencia, todavía se trata de programas de escasa cobertura, de manera que el reto es expandir y popularizar estos programas a nivel regional y nacional.

El cuarto campo de intervención en la promoción a las pequeñas empresas es el de la competitividad, las cadenas productivas y los *clusters* (tanto para el mercado externo como para el interno); campo en el que se intenta la adecuación de este amplio sector empresarial a las exigencias que impone la creciente globalización. Es el más reciente, tanto a nivel internacional como en el país¹⁶. En el Perú tenemos un conjunto de instituciones que se integran en esta área con programas y proyectos novedosos, entre ellas destacan: MINKA de Trujillo con redes empresariales y fomento de cadenas productivas, Prompex con el apoyo para exportar a diversas cadenas y empresas, el Consejo Nacional de Competitividad con sus líneas de articulación productiva y de innovación tecnológica, el Ministerio de la Producción impulsando 11 Cadenas Productivas, el Fondo de Iniciativas de Articulación Comercial de Copeme, el Proyecto Generación de Capacidades para la Exportación en 6 sectores productivos y 10 regiones, y el de Redes Empresariales en los Conglomerados de Cusco y Gamarra de Prompyme, entre otros. Este campo, al igual que el del emprendedorismo es relativamente nuevo, y todavía no hay metodologías de intervención probadas que se puedan generalizar. Aquí la modalidad más utilizada es la de concursos, mediante los cuales las instituciones de promoción de la pequeña empresa (principalmente privadas) compiten entre sí por fondos públicos o de la cooperación internacional. Hasta el momento esta metodología está resultando adecuada para conocer las mejores iniciativas, fortalecer las instituciones y lograr el mayor impacto con los escasos recursos disponibles. Después de algunos años de experiencia, al igual que en microfinanzas y en los SDE, veremos resultados de gran impacto, y tendremos los conocimientos necesarios para mejorarlos o diseñar nuevos programas.

¹⁶. Anteriormente se le consideraba como parte de los Servicios de Desarrollo Empresarial, bajo el rubro de competitividad, apertura de mercados y asociatividad, pero ha adquirido tal importancia y dinamismo que conviene separarlo como un área de promoción autónoma. De hecho, los SDE tienen este objetivo, pero se diferencian de esta área en que son específicos y actúan en mercados (con ofertas y demandas definidas), mientras que los *clusters* y cadenas tienen base territorial).

La quinta área de intervención es el marco legal y regulador, en el que se ha avanzado cierto trecho en el país, como lo demuestra la creación del Viceministerio de Empleo y Promoción a las MYPE en el MTPE (en el 2002), y la Ley de Promoción a la Micro y Pequeña Empresa (Ley 28015 dada en julio del 2003), sin embargo la informalidad sigue campeando en el sector y se mantiene como uno de los obstáculos principales para su desarrollo. A pesar de que el Perú tiene a Hernando de Soto del ILD como uno de los principales intelectuales a nivel mundial en este campo, y de haber aplicado alguna de sus ideas (sobre todo en la década de los 90) en cuanto a la simplificación administrativa y el acceso a los título de propiedad, todavía estamos muy lejos de haber resuelto este problema. Vencer a la informalidad sigue siendo uno de los retos más importantes que tenemos como país.

Respecto a los gremios empresariales, hay que decir que si bien en los últimos años se han creado muchos, tanto de carácter nacional, sectorial, regional y local, en general muestran poca representatividad, débil estructura organizativa y escasa formalidad. Esta situación limita la efectividad de los organismos y programas públicos y privados de promoción pues es muy difícil tener interlocutores válidos que intermedien y faciliten el trabajo con las empresas del sector. El registro de gremios empresariales creado en el MTPE en el 2003 todavía no ha logrado formalizar a una cantidad importante de los mismos, y por lo tanto es difícil conocer la representatividad e importancia de los mismos. En los medios de comunicación aparecen cientos de gremios que reclaman ser los más importantes y representativos, pero la mayoría son solo pequeños grupos de dirigentes que se arrojan una representación que no se puede constatar en la realidad.

En la actualidad los gremios más representativos son los siguientes: 1) la Coordinadora de Gremios PYME, dirigida por el COPEI de la SNI, PYME-ADEX y ATEM-Perú, que agrupa a 17 gremios; 2) la Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú, Apemipe, con bases fuertes en varias regiones del país; 3) las Cámaras de Comercio e Industria (o Producción) de la mayoría de regiones del país, que muestran representatividades consistentes en lo que se refiere a participación de pequeñas y medianas empresas (y en muchos casos también de microempresas); 4) la Unión de Empresarias Mujeres del Perú; y a nivel local destaca: 5) APEMIVES Cono Sur – Asociación de Empresas y Empresarios de la Micro y Pequeña Empresa del Cono Sur de Lima.

Para tener una visión nacional de la promoción de las MYPE en el Perú, hemos incluido en el libro un capítulo (el cuarto) que incluye la realidad del sector, así como los programas e instituciones de promoción en 11 de las ciudades más representativas del país: Piura, Chiclayo, Trujillo, Huancayo, Ucayali, Ayacucho, Tarapoto, Moyobamba, Arequipa, Puno y Juliaca. En ellas se encontraron importantes núcleos de pequeñas empresas (en realidad casi no hay grandes empresas en las diversas regiones del país) que son la columna vertebral del desarrollo regional y local. Las principales actividades de estas empresas son: agricultura, comercio, servicios, industria, turismo y artesanía, lo que coincide con el diagnóstico a nivel nacional. Si bien los gobiernos regionales y locales están reconociendo crecientemente la importancia que tiene el sector de la pequeña empresa en su ámbito de acción, todavía no alcanzan el liderazgo necesario para movilizar a todas las instituciones de promoción y a los propios gremios empresariales. En las ciudades visitadas son las instituciones privadas las que tienen la mayor iniciativa y dinamismo. También se ha podido observar que los gremios empresariales locales son mucho más representativos que los de carácter nacional.

En las páginas que siguen vamos a revisar las lecciones aprendidas en la promoción de las pequeñas empresas en el Perú, así como las propuestas de política para el mediano y corto plazo (capítulo 1); luego se presenta la experiencia internacional en programas e instituciones de promoción (capítulo 2); sigue el diagnóstico del sector de la pequeña empresa en el Perú, con las cifras e investigaciones más recientes (capítulo 3); se analizan las principales instituciones y programas de promoción orientados hacia la pequeña empresa en el país (capítulo 4); se pasa revista al rol de las instituciones públicas y privadas en 11 de las principales ciudades del país (capítulo 5); se da cuenta de la situación de los gremios empresariales a nivel nacional y regional (capítulo 6); se termina con una evaluación de las políticas públicas explícitas e implícitas actualmente en vigencia, y el marco legal y regulador (capítulos 7 y 8).

Capítulo 1: Lecciones aprendidas y recomendaciones de política

Las lecciones aprendidas en 25 años de promoción a las pequeñas empresas: lo que ha funcionado bien

El exitoso sistema de microfinanzas peruano, reconocido a nivel internacional como uno de los mejores del mundo, es una magnífica fuente de lecciones. Quizás la primera y más importante sea que para asegurar una oferta constante de crédito a un número creciente de micro y pequeñas empresas, se requiere lograr el autosostenimiento de las instituciones de promoción. En el caso concreto de las microfinanzas, su éxito se ha debido a que los ingresos cobrados por los servicios financieros (principalmente vía tasas de interés) cubrían los costos de su producción. En el pasado, durante el viejo modelo de promoción, los subsidios indiscriminados fueron la regla, lo que les impedía ser sostenibles. En esa época, los bancos estatales de desarrollo, como el agrario y el industrial, y las ONG asistencialistas, entregaban dinero y servicios a las empresas del sector pero no recuperaban sus costos, por tanto dependían de los fondos externos para seguir brindando su apoyo. Cuando éstos se agotaban (ya sea del presupuesto público o de la cooperación internacional), la promoción terminaba.

Con la promoción moderna, encabezada por las microfinanzas, la regla de oro es lograr que los ingresos permitan cubrir los costos. Ello significa, entre otras cosas, que las tasas de interés se fijen libremente de acuerdo con el mercado y los costos. Esto resulta particularmente necesario de resaltar cuando se escuchan voces (sobre todo de los medios políticos) que proponen regresar a los subsidios y a los controles de las tasas de interés, supuestamente con el objetivo de “favorecer a las pequeñas empresas”, cuando la historia ya ha demostrado que de ese modo se atienden a muy pocas empresas (generalmente vinculadas con los gobiernos de turno), dejando a una amplia mayoría (que no tiene “padrinos”) sin acceso a este vital servicio.

Otra lección es la especialización de los servicios financieros: ella ha sido una de las claves para explicar el éxito de las microfinanzas. Antes de los 80, muchas ONG que se dedicaban a apoyar a las MYPE brindaban toda clase de servicios, de lo más variados (como por ejemplo capacitación, asistencia técnica, mercados, junto con los créditos), sin eficiencia en prácticamente ninguno. Hoy en día, concentrándose en un sólo servicio, el financiero (o en muy pocos servicios relacionados), las instituciones han podido calificar a su personal, obtener y perfeccionar sus tecnologías financieras, conocer a fondo el comportamiento del sector y relacionarse con otras instituciones complementarias; es decir, conociendo cuál es su negocio principal (*core business*) han podido alcanzar los niveles de excelencia que conocemos.

La colaboración entre el sector público y privado ha sido fundamental en el caso de las microfinanzas. Ésta se ha plasmado con claridad en el caso de la actual Ley de Bancos (elaborada por la Superintendencia de Banca y Seguros, SBS, el sector privado y los organismos internacionales) como marco regulador moderno; también en la determinación del rol de la propia SBS, como supervisora de las instituciones financieras; y en el papel de Cofide, como banca de segundo piso que obtiene líneas de crédito internacionales y nacionales. Todas ellas han sido piezas claves que explican el buen funcionamiento del modelo. Se ha podido crear un clima de mucha

libertad pero con una supervisión imparcial y efectiva. Esta es otra lección que debe continuar y convertirse en regla en todos los programas de promoción del sector. Hoy día, además, hay que tener en cuenta que existen nuevos actores públicos, como los gobiernos regionales, que pueden jugar un papel decisivo en este terreno.

Se ha visto que las instituciones públicas, como las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) pueden ser muy efectivas y eficientes en brindar servicios financieros a las MYPE. La clave para garantizar su éxito ha sido impedir la ingerencia política de los alcaldes y regidores en el manejo técnico y transparente que requiere toda institución financiera. Este sistema fue diseñado con la colaboración de la cooperación alemana (GTZ) a principios de los 80. Entre otras cosas determinaba que los alcaldes tenían absoluta minoría en el directorio de las Cajas. A pesar de que la municipalidad era la dueña formal, tenía que compartir el poder con los gerentes, con el representante de Cofide, con los gremios empresariales, con la iglesia, entre otros.

Por el lado de los Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE), las lecciones tienen que ver con la orientación al mercado: los proyectos empresariales y el apoyo a las micro y pequeñas empresas del sector empieza por reconocer cuál es la demanda específica del servicio o el bien que producen o que quieren producir. Si ésta no existe (si no hay un comprador o muchos compradores probados o potenciales) no se continúa con el proyecto o la iniciativa. En esto se ha avanzado mucho respecto a la antigua promoción basada en la “oferta”, cuando se apoyaba a un determinado grupo de MYPE o artesanos (sobre todo a los que hacían mayor presión social) brindándole algún servicio sin siquiera saber si existía una demanda real o potencial.

El enfoque que ha prevalecido en los SDE en los últimos años, ha sido el de “desarrollar los mercados de servicios”, de manera que se puedan crear muchas instituciones y empresas privadas que brinden servicios de forma sostenible al sector MYPE. Esto también significa la superación de la idea de que es el Estado el que tiene que asegurar esos servicios actuando desde el primer piso. El rol del Estado es más bien crear un clima apropiado para que el sector privado se comprometa en brindar estos servicios en forma continuada e ininterrumpida. Un mecanismo que ha probado ser bastante efectivo en el desarrollo de los mercados es el de bonos (como es el caso de BonoPyme, primero con fondos del Fondo de Desarrollo de la Microempresa, Fondemi, y luego de Perú Emprendedor), pues ha incidido tanto en la demanda (creación de la necesidad del servicio) como en la oferta (los que ofrecen se esmeran por conseguir los bonos brindando un buen servicio).

Sin embargo, ello no debe reflejar la idea de que no es necesario trabajar la oferta de servicios; todo lo contrario. Los servicios para las MYPE en el pasado (y aún hoy día) han sido muy generales o se han adaptado de otros productos creados para empresas más grandes, de tal forma que no ayudaban a las MYPE a transformarse en unidades competitivas (y por ello también la demanda real era escasa). Por lo tanto, es necesario centrarse en servicios diseñados específicamente para las empresas del sector. Un mecanismo que contribuye sustantivamente en esta tarea es el de las redes de instituciones, como es el caso del Consorcio de Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (Copeme), la Asociación de Consultores PYME, y el Consorcio de CDE¹⁷, que permiten difundir las mejores prácticas e intercambiar experiencias (al mismo tiempo que mantienen una sana competencia).

En esta misma línea de reflexión se ha comprobado que los tres segmentos que componen el sector de la pequeña empresa (micro, pequeña y mediana), requieren

¹⁷. Que son los que brindan precisamente los Servicios de Desarrollo Empresarial.

de servicios y productos diseñados para cada uno de ellos. Es algo que ha sucedido tanto en el campo del crédito, la capacitación y la asesoría, y debe tomarse en cuenta para el diseño de nuevos productos.

Las lecciones aprendidas: lo que no ha funcionado

La Banca Estatal de Fomento ha estado apoyando financieramente a la artesanía, a la micro y la pequeña empresa urbana desde los años 70, específicamente a través del Banco Industrial del Perú (BIP). Este Banco tenía una División de Pequeña Empresa y Artesanía que no solo otorgaba créditos sino que también brindaba servicios de desarrollo empresarial, como es el caso de capacitación y organización de eventos, los que se otorgaban en forma gratuita. Los créditos estaban subvencionados ya que la tasa de interés se encontraba por lo general debajo de la inflación (que en los 70 y 80 era bastante alta). Esta limitación a las tasas de interés realizada por el propio Estado hizo que las instituciones financieras privadas no incursionaran en los préstamos a las MYPE y a la artesanía; la entrega gratuita de otros servicios también desincentivó a las instituciones privadas a ofrecerlos. Si bien el caso del BIP no fue tan grave como el Banco Agrario (en el cual no solo se entregaban créditos subsidiados sino que no se cobraban), pues las pérdidas anuales no eran tan elevadas, igual éstas tuvieron que ser cubiertas con aportes del tesoro público (aproximadamente 100 millones de dólares anuales, inferiores a los 500 millones anuales que el fisco destinaba al Banco Agrario).

Esta situación era, por supuesto, insostenible. Lo más grave era que estos subsidios alcanzaban a muy pocos: el número de créditos aprobados fueron 10,900 en el año 1982; 9,400 en el 83, y 10,300 en el 84¹⁸. Por su parte, los montos de créditos aprobados fluctuaban alrededor de los 50 millones de dólares anuales. En el mejor de los casos (considerando que los créditos tenían un promedio de tres años de duración), estamos hablando de una cartera activa promedio de 30 mil empresas MYPE, y un saldo de colocaciones de 150 millones de dólares para el sector. Estas cifras, tanto en número de créditos como en monto, se ven ridículas cuando las comparamos con la *performance* del sistema de microfinanzas, que tiene más de 900 mil clientes activos y cerca de 2 mil millones de dólares en colocaciones en el sector; frente a ellas, las cifras del BIP solo representan el 3.3% y el 7.5%, respectivamente. La pretensión de algunos congresistas y dirigentes gremiales de volver a los tiempos de la banca estatal y las tasas de interés subsidiadas solo puede explicarse en la ignorancia de estos hechos, pues no creemos que ellos puedan estar buscando privilegios para unos cuantos y perjudicando a la gran mayoría de empresas del sector.

El Programa “Maquicentros” es un perfecto ejemplo de lo que no hay que hacer en materia de promoción a la pequeña empresa. Como se sabe, fue lanzado a fines de los 90 en el gobierno de Alberto Fujimori, y tuvo las siguientes características: 1) fue promovido y ejecutado por la Casa Militar de Palacio de Gobierno (que obviamente no tenía mucho conocimiento del tema); 2) se incurrió en endeudamiento público externo (se estima en 50 millones de dólares) para importar módulos de máquinas de fabricación china (de dudosa calidad y pertinencia); 3) inicialmente cada maquicentro fue administrado por gremios empresariales de los conos de Lima y de las provincias del interior (muchos débiles y sin la capacidad de cumplir esta tarea), 4) en el intermedio fue administrado por el Ministerio de la Presidencia, y 5) finalmente, ante la

¹⁸. Cifras obtenidas del estudio “Reactivación Industrial: de corto y mediano plazo”, Taller de Investigación, Fundación F. Ebert, elaborado por Martín Villafuerte, José Távara, Mercedes Araoz, Roberto Rodríguez y Fernando Villarán, 1986.

inoperancia del esquema propuesto (pues incluso algunos maquicentros ni siquiera se llegaron a utilizar) se entregaron a los CEO (Centros Educativos Ocupacionales) e IST (Institutos Tecnológicos Superiores) del Ministerio de Educación (que tampoco tenía mucha idea de qué hacer con ellos). En todo este proceso no era muy claro quién tomaba estas decisiones (de endeudarse, de entregarlo a los gremios, de pasarlos al sector Educación, etcétera), quién se responsabilizaba por ellas y, menos aún, quién les hacía seguimiento y se encargaba de que cumplieren sus objetivos y metas. Estamos frente a un caso de claro populismo, subsidios indiscriminados, incompetencia en la ejecución, y probablemente corrupción que no tuvo ningún efecto en el desarrollo de la pequeña empresa peruana. Ha sido un despilfarro injustificable en el que se involucraron no sólo funcionarios públicos sino también dirigentes gremiales cercanos al gobierno de entonces.

Otra de las lecciones en negativo ha sido la intromisión del Estado en la organización gremial de empresarios del sector. Desde que se inició, en los 70, el movimiento gremial de las MYPE ha estado signado por la dispersión y debilidad (salvo quizás a fines de los 80 en que tuvo su mejor momento organizativo, lo que permitió a Máximo San Román llegar a la presidencia de la FENAPI en 1990), pero nunca pasó por una intervención estatal como en la década de los 90. El gobierno de entonces financió varios gremios empresariales, ayudándolos a solventar sus gastos administrativos, la organización de eventos y congresos y, finalmente, para publicar avisos en los diarios; ello significó que pudieran incrementar su filiación y presencia nacional. A cambio de este apoyo, los gremios brindaban respaldo político al gobierno, que se expresaba con maneras, grados y estilos diversos. Esto no es un juicio de valor contra los dirigentes de algunos de esos gremios, pues en muchos casos no les quedaba más alternativa que aceptar las donaciones; es sí una crítica directa a la intromisión estatal. El resultado es ampliamente conocido: mayor dispersión, divisionismo y debilitamiento gremial, pues al final, cuando se acabó el financiamiento estatal, desaparecieron las instituciones.

También hemos visto como en los 70 y 80 muchas ONG que apoyaban al sector Mipyme aplicaban la política de brindar “todos los servicios posibles” a las micro y pequeñas empresas con las que trabajaban. La intención era probablemente buena, se sustentaba en la idea de otorgar un “apoyo integral”; y posiblemente también tengan responsabilidad en esta orientación las propias fuentes de cooperación que lo alentaron y permitieron. Pero los resultados fueron negativos: poca calidad y pertinencia de los servicios ofertados. Esta política iba de la mano (en muchos casos) con la entrega gratuita de los servicios, lo que atentaba contra la posibilidad de crear un “mercado de servicios”. Afortunadamente la mayoría de instituciones privadas han ido superando estos problemas pues han reconocido las dificultades generadas por la dispersión de servicios, y muchas de ellas hace buen rato están en una ruta de la especialización en determinados servicios y en el logro del autosostenimiento económico, como lo prueba el caso de la creación de las Entidades de Promoción de las Pequeñas y Micro Empresas (Edpyme) por parte de varias ONG.

La política de entregar las instituciones públicas de promoción a los gremios empresariales ha sido negativa para el sector. Este fue el caso de Prompyme (Comisión para la Promoción de la Pequeña y Microempresa) en los años finales de la década del 90, en la que uno de los gremios representativos la tuvo en sus manos a través de su presencia en el Consejo Directivo, la Dirección Ejecutiva, y algunos cargos claves de la institución. El problema principal con este esquema es que se basa en el supuesto de que los dirigentes empresariales son los mejores administradores de los programas a su favor, cuando en realidad sabemos que un empresario (por muy exitoso que sea) no necesariamente reúne los requisitos y competencias necesarias para gestionar una entidad pública de promoción. Esta

política significó alentar un claro conflicto de intereses pues Prompyme se dedicaba a apoyar a micro y pequeñas empresas que podían ser parte de los mismos gremios empresariales, y que estaban relacionadas con los dirigentes, dejando de lado a muchas otras que necesitaban dicho apoyo. Ciertamente la participación de los gremios representativos no solo es conveniente sino necesaria en las diferentes instituciones y programas de promoción, pero debe ser acotada, transparente y sin permitir un control total de la institución. El mejor ejemplo en positivo de ello lo constituyen las Cajas Municipales, que son propiedad del municipio, pero éste no tiene mayoría en el Directorio ni puede designar unilateralmente a los principales ejecutivos.

Uno de los mayores problemas desde el inicio de la promoción de las pequeñas empresas y de la artesanía en el Perú, sobre todo en los 70 y 80, ha sido lo que se conoce como la “desviación de oferta”. Significa que las instituciones de promoción (públicas o privadas) diseñan programas y proyectos para apoyar a tal o cual sector, grupo o gremio de empresarios que tienen muchas y variadas necesidades. En este esquema se les daba capacitación, financiamiento, organización gremial, tecnología, entre otros servicios. Con esto ayudaban a que el grupo específico produjera más y probablemente con más eficiencia; sin embargo se olvidaban casi por completo de la demanda, de si estos productos o servicios iban a ser comprados por alguien. Esta desviación no es trivial, pues toda la justificación de la promoción a este sector descansa en apoyar a las empresas de carne y hueso (a los empresarios y empresarias y a los trabajadores en ellas) para lograr un impacto positivo, es decir que puedan mejorar sus ventas, productividad, competitividad, empleo e ingresos. Por eso parece lógico trabajar con algún sector o grupo de MYPE, el problema es cuando los programas actúan “populistamente”, cediendo a “exigencias y necesidades” de un grupo o sector y no se consideran las condiciones de los mercados en los que tienen que competir y vencer.

En los años 80 y 90 se dio un fenómeno de proliferación de proyectos, programas e iniciativas en apoyo a las pequeñas empresas, públicas y privadas, que en muchos casos devino en duplicación de recursos y actividades y, al final, en ineficiente uso de recursos económicos y humanos. Esto fue particularmente serio en el campo privado pues cada ONG tenía su propio programa, con su propia fuente de cooperación externa, y nadie tenía por qué enterarse de lo que hacía. Bastaba que mandara un informe positivo y los fondos seguían llegando. Una corriente de opinión considera que el Estado debe “controlar” a las ONG para evitar esta dispersión e ineficiencia, procedimiento que en el pasado se ha intentado con escasos resultados. Si bien la supervisión del Estado es necesaria, es mucho más eficaz la autorregulación y la coordinación privada, como es el caso de la Mesa PYME y del propio Copeme, que reúnen prácticamente a todas las instituciones privadas de promoción a las MYPE, y en donde se comparte libremente información sobre los proyectos y programas de cada miembro, no solo entre sí, sino también para la opinión pública. También se ha avanzado en la coordinación del sector público de promoción, así como en la propia cooperación internacional. Son estos movimientos de coordinación y cooperación efectivos los que han permitido ir eliminando la dispersión, duplicación y proliferación del pasado. De todas formas, es bueno saber que existieron para evitar que se repitan en el futuro.

Las recomendaciones de política

1. El principal reto en materia de políticas públicas y programas de promoción para la pequeña empresa en un país tan voluble como el Perú, es mantener las buenas políticas, las buenas prácticas y los buenos programas; por lo que sería

contraproducente que un nuevo gobierno (un nuevo ministro o una nueva autoridad) descontinúe el trabajo y logros obtenidos hasta la fecha.

2. En el campo de las finanzas, se debe tratar de consolidar y expandir el sistema de microfinanzas, y desde allí incursionar en dos áreas que no están suficientemente desarrolladas: a) el crédito rural, pues el fenómeno actual es predominantemente urbano, considerando por supuesto los riesgos que ello implica, y b) desarrollar productos para las pequeñas y medianas empresas, sobre todo para inversiones de mayor plazo, para bienes de capital, mejoras tecnológicas y exportaciones¹⁹.

3. En un nivel más específico, se hace necesario superar las limitaciones que tienen las Edpyme respecto a las Cajas Rurales y Municipales, como por ejemplo en las limitaciones para la captación de ahorros y en el pago de determinados impuestos, lo que permitirá lograr un mercado más transparente y equitativo redunde en beneficio de los clientes del sector.

4. En el campo de los servicios de desarrollo empresarial, si bien se ha avanzado en forma significativa, todavía falta terminar de desarrollar en forma completa y sostenible los mercados de los principales servicios para las empresas del sector. Para ello se debe insistir en mecanismos como los Bonos (que trabajan tanto con la demanda como con la oferta), mejorar la propia oferta para hacerla más pertinente, e incursionar en el desarrollo de servicios hasta ahora poco difundidos, como la asociatividad empresarial y el apoyo a la innovación tecnológica (que en países como Chile han dado magníficos resultados).

5. En el campo del emprendedorismo el Perú recién está empezando, aunque posee algunas experiencias interesantes y lecciones aprendidas al respecto. Se debe seguir la corriente mundial de apoyo a los emprendedores, desde muy jóvenes, con cursos en las escuelas secundarias, institutos y universidades, continuar con el fomento de concursos de planes de negocios, el establecimiento de incubadoras, y la asesoría sistemática en las etapas críticas de la puesta en marcha de negocios. Pero quizás el principal reto en este terreno sea lograr un mercado activo y dinámico de capital de riesgo, siguiendo el ejemplo del SEAF (Small Enterprise Assistance Fund) en el Perú, para conseguir más capitales que apuesten por ideas y proyectos innovadores que están en las cabezas de los jóvenes (y adultos) brillantes.

6. En el campo normativo todavía tenemos tareas pendientes en: a) la simplificación de trámites y la consiguiente reducción de costos²⁰, sobre todo en los municipios, pero también en el Ministerio de la Producción, que en algunos lugares del país ha permitido la reconstitución del fenecido RPIN²¹, b) el diseño de un sistema tributario que permita por un lado reducir la informalidad, ampliar la base tributaria, y al mismo tiempo facilitar la articulación entre las grandes y pequeñas empresas, c) ampliar y difundir el régimen laboral de la Ley 28015 para que cientos de miles de trabajadores sin protección y derechos los puedan obtener, y d) diseñar y aplicar un sistema de seguridad social para el sector que nivele los servicios ofrecidos con el nivel de pagos que pueda aportar.

¹⁹. Muchos de los dirigentes gremiales que se quejan de la falta de créditos para el sector pertenecen a este estrato para el que efectivamente no hay una oferta adecuada. Se requiere una, pero sin destruir el resto del sistema que sí está funcionando bien.

²⁰. Llama la atención que el país de Hernando De Soto figure entre los últimos en el índice de "Doing Business" elaborado por el Banco Mundial.

²¹. El Registro de Producción Industrial – RPIN, fue desactivado a mediados de los 90, pero hemos comprobado que en algunas regiones ha sido repuesto, configurando un trámite y un costo adicional para las empresas, que las aleja de una posición competitiva.

7. En el campo institucional resulta indispensable apoyar a los gremios de las MYPE para que puedan lograr una capacidad de interlocución y acompañamiento a todas estas iniciativas y retos que se irán multiplicando en el futuro. Se sabe que esto no es fácil porque en el pasado los intentos para hacerlo desde el Estado han resultado manipuladores y contraproducentes. Quizá la participación del sector privado de promoción en este campo le pueda quitar el tinte político que le da el Estado.

8. La oportunidad (y al mismo tiempo reto) más grande que se le presenta al sector de la pequeña empresa es el de las cadenas productivas²² y los *clusters* que se están impulsando desde diversos sectores públicos y privados. El desarrollo y la competitividad de estas cadenas y *clusters*, en las que pueden participar masivamente las MYPE (como es el caso de las agrícolas, las agroindustriales, las textiles y la cadena de la alpaca), es una posibilidad real para integrar miles de pequeñas empresas a la modernidad y a los mercados globales. Esta participación ordenada y significativa puede dar el contenido de inclusión que el país está buscando como modelo de crecimiento y sociedad, y lograr que muchos se beneficien con el comercio internacional, las tecnologías nuevas y el conocimiento.

La condición indispensable para que todo esto se haga realidad es la confianza²³. Confianza entre los empresarios y empresarias del sector, confianza entre las grandes y las pequeñas empresas, confianza entre los empresarios y los funcionarios públicos, confianza entre los académicos y los empresarios, entre los expertos y los empresarios; es decir, entre todos los que estamos comprometidos en el desarrollo del sector. Y es que si bien en el mundo globalizado casi ninguna empresa puede triunfar en la soledad, las empresas más grandes tienen más posibilidades de tener estrategias propias, mientras que las pequeñas no tienen ninguna posibilidad de sobrevivencia si es que se mantienen aisladas del resto de empresas y de la institucionalidad de apoyo. En este sector, la cooperación y la confianza son requisitos indispensables e indiscutibles.

Las propuestas concretas para el corto plazo

Consideraciones metodológicas:

Las propuestas que se plantean a continuación se inscriben dentro de las nuevas prácticas aceptadas en la promoción de las pequeñas empresas; esto es, que tengan un fuerte contenido de demanda, y que obedezcan a iniciativas y necesidades reales de los actores del sector, a partir de lo cual se asegura su compromiso en el diseño, ejecución y aportes de recursos. Además, también es necesario evitar la búsqueda, a toda costa, de cierta "originalidad" que distinga a la entidad promotora o financiadora en desmedro de los buenos programas y prácticas existentes (considerados convencionales o tradicionales).

Por ello, más que realizar propuestas de medidas, proyectos o programas específicos y originales, se trata de aprovechar oportunidades, encarar problemas reales, mejorar los procesos exitosos en marcha, llenar vacíos, complementar y, eventualmente, crear nuevos procesos que involucren a diversos actores, incluyendo a la cooperación internacional. Todas ellas tendrán que ser discutidas, mejoradas y aprobadas por los actores directos involucrados.

²². Concepto sobre el que se ha tejido un consenso muy grande entre el sector privado, público, la sociedad civil e incluso los partidos políticos, que hay que saber aprovechar.

²³. Fukuyama ha demostrado en su libro (Trust) que los países exitosos y desarrollados exhiben una gran dosis de confianza entre los miembros de sus respectivas sociedades.

Medidas propuestas:

A. En el campo de la asignación de recursos²⁴:

1. Destinar 20 millones de dólares (o su equivalente en soles) anuales a Prompyme (actualmente tiene 1.9), principal entidad de promoción del Estado, para que cumpla sus propósitos y programas, principalmente: encontrar mercados para las MYPE, brindarles capacitación, asistencia técnica, así como contribuir con el fortalecimiento gremial. Hoy tiene el gran reto de promover y apoyar a las MYPE para que intervengan en las cadenas productivas y *clusters* competitivos del país.

2. Destinar 10 millones de dólares (o su equivalente en soles) para el Programa Perú Emprendedor del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, que tiene como tarea principal desarrollar los mercados de servicios para las pequeñas empresas a través de BonoPyme (un mecanismo de financiamiento que incide tanto en la oferta como en la demanda de servicios de desarrollo empresarial para las MYPE), así como el desarrollo del emprendedorismo en el país, mediante programas para jóvenes emprendedores, sobre todo de bajos ingresos.

3. En cuanto a los servicios financieros para las pequeñas empresas: a) Destinar 50 millones de dólares (de una sola vez) para fortalecer y ampliar el Fondo de Garantías para la Pequeña Industria (Fogapi), que permita un mayor acceso de las MYPE a los bancos comerciales y al sistema de microfinanzas. b) Crear una línea de crédito en Cofide de 50 millones de dólares para financiar las exportaciones, la compra de equipos y tecnología, y la innovación tecnológica de las pequeñas y medianas empresas²⁵, a ser canalizada por los intermediarios financieros privados (IFI). c) Crear cinco Fondos Regionales de Capital de Riesgo (con la idea de ampliarlos a todas las regiones), de un millón de dólares cada uno, a ser administrados por directorios público-privados, para financiar las nuevas iniciativas empresariales, sobre todo de los jóvenes. d) Utilizar al Banco de la Nación como apoyo al sistema de microfinanzas y bancario para atender sectores rurales que actualmente no tienen acceso al crédito.

4. Asegurar que el 40% de las compras estatales vayan dirigidas a las MYPE (tarea encargada por ley a Prompyme), brindando la necesaria asistencia técnica para que puedan entregar sus bienes y servicios con las condiciones de calidad necesarias. Con la aprobación del Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos, se abre el inmenso campo de las compras estatales de la primera potencia económica del mundo que, como sabemos, tiene políticas explícitas de preferencia hacia las pequeñas empresas, de las que se podrían beneficiar las empresas peruanas²⁶.

5. En apoyo de las actividades para el desarrollo del emprendedorismo: a) incrementar el fondo concursable a nivel nacional para proyectos de nuevas empresas del programa Perú Emprendedor del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), hasta llegar a los 5 millones de dólares. b) Apoyar y fortalecer con 3

²⁴. Comparado con el resto de países de América Latina, principalmente los países intermedios como Colombia, Argentina, Chile y Venezuela, los recursos que se destinan a la promoción de las pequeñas empresas en el Perú están muy por debajo de ellos, por lo tanto se requiere de un esfuerzo real y sostenido del Estado para apoyar financieramente al sector. La fuente de estos recursos serían los programas de alivio a la pobreza que se destinan a los mismos grupos sociales, pero con un enfoque asistencialista.

²⁵. Que como dijimos no están suficientemente atendidas con la oferta de las instituciones de microfinanzas.

²⁶. Con la aclaración de que en EE UU la definición de pequeña empresa, como sabemos, es de 500 trabajadores o menos, con lo cual podrían participar de esas preferencias las medianas y hasta algunas grandes empresas peruanas.

millones de dólares la red de Incubadoras de Empresas de las principales Universidades e Institutos Tecnológicos del país, encabezada por el Centro de Innovación Tecnológica (CIDE) de la Pontificia Universidad Católica (PUCP).

6. La política tributaria y el accionar de la SUNAT (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria) se ha convertido en una barrera significativa para lograr la formalización de las PYME, así como para la articulación con las grandes empresas. Es indispensable iniciar un trabajo con la SUNAT y el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), y los otros actores involucrados para definir mecanismos que permitan a las micro y pequeñas empresas contar con un marco tributario adecuado a su realidad, que facilite principalmente la formalización de las mismas, así como su articulación con las grandes empresas.

B. En el campo institucional:

7. Impulsar un proyecto de gran envergadura (aunque no necesariamente de gran inversión) e impacto, involucrando al Ministerio de Educación para interesarlo y apoyarlo a dar un vuelco en la educación peruana, de una orientación para el trabajo dependiente (obreros, técnicos y profesionales, con miras a ser empleados por otros) hacia una orientación de creadores y emprendedores, capaces de tener iniciativa, imaginar y crear empresas. Esta orientación debe incluir cursos de emprendorismo y generación de nuevas empresas en los currículos de secundaria y educación técnica a nivel nacional; se podría empezar con una experiencia piloto en dos o tres regiones del país. En esta iniciativa tendrían que participar el Ministerio de Trabajo, el Ministerio de la Producción, y las instituciones privadas que destacan en este tema. Trabajar también, y paralelamente, con los colegios privados para incluir cursos de emprendorismo en sus currículos (de hecho muchos ya lo están haciendo), podría ser a través de la Asociación de Colegios Católicos, Fe y Alegría u otras similares. Algo parecido habría que hacer a nivel universitario, involucrando a la Asamblea Nacional de Rectores y/o a un grupo seleccionado de universidades que estén dispuestas a incluir esta nueva orientación en la educación peruana. De esta manera se cubriría todo el espectro educacional, desde la secundaria, hasta la universitaria, pasando por la educación técnica y vocacional.

8. Aplicar la Ley de Bancos²⁷ para que las Edpyme, que cumplen los requisitos fijados por la ley, puedan captar ahorros del público y de esta manera se les permita competir en igualdad de condiciones con el resto de instituciones de microfinanzas, ampliando la oferta crediticia al sector.

9. Organizar un programa de capacitación y asesoría de los gremios empresariales más representativos del país, financiado por Prompyme (con los recursos adicionales que hemos mencionado líneas arriba) y realizado por instituciones privadas de capacitación y consultoría, sobre todo en las regiones del país. Siendo las Cámaras de Comercio e Industria los principales gremios en la mayoría de regiones del país, se justifica un programa de fortalecimiento de las mismas, con el objetivo de que puedan integrar en su seno a las microempresas (las pequeñas y medianas ya estarían representadas), que tengan prácticas inclusivas y parámetros democráticos, y se puedan convertir en las principales articuladoras empresariales de las regiones. El mecanismo podría ser un fondo concursable para apoyar a los gremios más representativos, los que tienen mejores iniciativas, los que más impacto pueden tener en sus respectivas regiones. Todo lo cual se complementa con el fortalecimiento del

²⁷. Se ha detectado que en la SBS existen resistencias (que no tienen ninguna justificación) a cumplir con las orientaciones de la ley de bancos para el caso de las Edpyme, incumpliendo sus funciones de generar mayor competencia y ampliar la oferta de créditos que le corresponde.

Renamype, haciendo que las entidades públicas, en donde tienen representación las micro y pequeñas empresas, exijan a los gremios que quieren participar, o a sus dirigentes, estar inscritos en dicho Registro.

10. Fortalecer la capacidad de los Gobiernos Regionales y locales para que asuman un rol activo y promotor para el desarrollo de las pequeñas empresas, comenzando con simplificar los trámites para crear y conducir MYPE. Se podría desarrollar un programa de capacitación y asesoría, a través de fondos concursables, para lograr un mayor compromiso en el desarrollo de sus pequeñas empresas regionales y locales.

11. Establecer un mecanismo de coordinación y concertación de los programas y proyectos de cadenas productivas y *clusters*, principalmente de carácter privado, para intercambiar experiencias, lecciones, y mejores prácticas. El objetivo y el valor agregado de todo este trabajo se orientaría a maximizar la participación de las MYPE en las cadenas y *clusters* exportadores.

12. Como en el punto anterior, establecer un mecanismo de coordinación para el caso de los programas y proyectos de emprendedorismo, que tiene un desarrollo reciente en el Perú y que requiere por tanto un esfuerzo de intercambio de experiencias y lecciones.

C. En el campo académico

13. Paralelamente a todo el trabajo que se está haciendo en el tema de la articulación empresarial y las cadenas productivas, y a la luz de los TLC con EE UU y otros países, se propone realizar un estudio de cuáles serían las fortalezas y potencialidades de las pequeñas empresas en las cadenas y *clusters* exportadores, incluyendo el análisis de algunos casos específicos de cadenas en funcionamiento (si bien hay algunos estudios sobre cadenas, éstos no se han hecho desde la perspectiva de la participación de las pequeñas empresas).

14. Realizar un estudio de las capacidades que tienen los organismos públicos que están impulsando cadenas y *clusters* exportadores, como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), Ministerio de la Producción, Ministerio de Agricultura (MINAGRO), Comisión para la Promoción de las Exportaciones (PROMPEX), Consejo Nacional de Competitividad (CNC), Prompyme y otras, para trabajar, reconocer, incluir y potenciar a las pequeñas empresas (que puede concluir en un programa de capacitación y reforzamiento institucional).

15. Organizar un seminario internacional para conocer las mejores prácticas internacionales en materia de participación de pequeñas empresas en cadenas y *clusters* exportadores.

16. Organizar un taller o seminario, con las grandes empresas (y sus gremios) que ya están trabajando en cadenas o *clusters* exportadores para conocer sus perspectivas y actitudes para trabajar con las pequeñas empresas (incluyendo las dificultades reales o imaginarias)

17. Organizar un seminario internacional sobre capital de riesgo (EE UU, Brasil, Chile, otros), en el cual estamos muy alejados de la realidad de los países desarrollados y de muchos en desarrollo, por lo que es urgente avanzar a mayor velocidad.

Capítulo 2: Fundamentos y contexto

2.1 Definiciones necesarias

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

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

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

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

El cuarto paso en este proceso histórico fue juntar las pequeñas con las medianas empresas, surgiendo así el concepto de PYME: Pequeña y Mediana Empresa, que se utiliza largo tiempo sobre todo por parte de los gobiernos, las agencias de desarrollo y bancos multilaterales como el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, (PNUD) la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Onudi, entre otros.

Sin embargo, este reinado no duró mucho pues los países en desarrollo elaboran nuevos conceptos y denominaciones a partir de su realidad al ir descubriendo

fenómenos y procesos diferentes a los de los países desarrollados. En los 70 y 80 se realizan importantes investigaciones en todo el mundo (dentro de las que destacan las de Hernando De Soto en el Perú) que descubren al sector informal urbano (SIU), con singulares problemas, potencialidades y, sobre todo, con nuevos actores económicos y sociales. De estas investigaciones, además del propio fenómeno informal, surgen dos conceptos muy importantes: la microempresa y el autoempleo. Con ellos se daba cuenta de la mayor parte de la fuerza laboral en los países en desarrollo y se convirtieron en fundamentales para explicar su dinámica socioeconómica. Fueron los centros de investigación y las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) las que empezaron a trabajar con este sector recién “descubierto”.

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

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

Para evitar esto, finalmente se juntaron ambos mundos y a fines de los 90 surge el concepto de Mipyme (Micro, Pequeña y Mediana Empresa). Con ello se evitó la dualidad existente y se incorporó a la microempresa a programas y tratamientos más económico-productivos, con esquemas de desarrollo integrales. Los otros conceptos por supuesto no desaparecieron, todavía se usan y crean cierta confusión, no solo de siglas. Era necesario por tanto redefinirlos y diferenciarlos utilizando alguna variable que fuera de fácil medición, y así se llegó al número de personas ocupadas²⁸ (concepto más amplio que el número de trabajadores pues incluye a los familiares no remunerados).

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

- a) Autoempleo (o cuenta propia): 1 persona empleada.
- b) Microempresa: 2 a 10 personas ocupadas (incluye familiares).

²⁸. Las otras dos variables que se usan extensamente para definir y diferenciar los diversos tamaños empresariales son ventas y activos; sin embargo como implican la conversión de diversos tipos de monedas la variable más utilizada para comparaciones internacionales es la de personal ocupado.

- c) Pequeña empresa: 11 a 50 personas ocupadas (límites oficiales para la Unión Europea y en algunos países de América Latina y el Caribe (ALC); en el caso de EE UU es hasta 500 trabajadores).
- d) Mediana empresa: 51 a 250 personas ocupadas (Unión Europea, UE, y ALC).
- e) PYME: Pequeñas y Medianas Empresas (en el Perú esta misma sigla se ha utilizado como Pequeña y Micro Empresa).
- f) MYPE: Micro y Pequeñas Empresas.
- g) Mipyme: Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

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

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

2.2 Las dudas existenciales (¿apoyar o no apoyar a las pequeñas empresas?)

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

Una de las investigaciones más importantes y recientes realizadas en el Perú sobre este tema plantea estas inquietudes en los siguientes términos: “¿Debe invertir la sociedad en formar muchos micro y pequeños empresarios que generan poco empleo asalariado? O ¿sería más rentable invertir en programas que promueven el desarrollo y crecimiento de relativamente menos empresarios pero más trabajadores, es decir, empresas más grandes?”²⁹. Si bien estos autores reconocen la necesidad de los programas de promoción al sector cuestionan que ellos se dirijan a las empresas de

²⁹. *Estrategias y racionalidad de la pequeña empresa*, de los autores: Jaime Saavedra, Miguel Robles, Máximo Torero, Néstor Valdivia y Juan Chacaltana, editado por la OIT, GRADE y la Mesa PYME en el 2001 en Lima, y financiado por el IDRC (Internacional Development Research Center) y la AECI (Agencia Española de Cooperación Internacional). Por su envergadura, rigurosidad y los profesionales de reconocido prestigio involucrados, esta investigación es una referencia obligada para el diseño de políticas de promoción al sector. Ciertamente tiene muchos aportes e ideas interesantes y rescatables, que hemos recogido, pero no por ello dejamos de expresar estas dudas que todavía persisten en el medio académico en el Perú y muchos otros países.

menor dimensión y proponen que se concentren en las más grandes. Lo que se quiere dejar sentado es que todavía existe un importante grado de polémica sobre la promoción a la PE, que se ha revitalizado con los aires liberales de los 90, y que resulta necesario ventilar.

Los inicios de esta polémica en el Perú pueden rastrearse en los años 70. En esa época en la que gobernaba el general Velasco Alvarado, el concepto y la promoción de la pequeña empresa no existía. La Ley General de Industrias (18350), dada en 1970, no mencionaba a la PE (tampoco a las exportaciones) porque prevalecía la idea de que solo a las grandes empresas, principalmente estatales y privadas, valía la pena apoyar y promover pues desarrollarían el país creando riqueza y generando empleo. Era una concepción que se basaba en las teorías de las “economías de escala” y el modelo fordista-taylorista de organización industrial. El asesor principal del entonces Ministerio de Industrias, Comercio, Turismo e Integración (MICTI) de ese momento, Virgilio Roel, sostenía que “con 12 grandes proyectos industriales hacíamos la revolución industrial en el país”. Claro que en esa Ley sí se mencionaba a la artesanía, pero únicamente como actividad tradicional, poco dinámica, que recibía apoyo por razones principalmente sociales.

En realidad la promoción a la pequeña empresa (que incluye la micro) comienza formalmente en el Perú en la década del 80, con los gobiernos democráticos de Fernando Belaunde y Alan García. Ambos ponen el tema en la agenda, y si bien todavía no se convierte en prioridad sí empiezan a trazarse políticas, a orientarse instituciones y destinar algunos recursos. Es destacable el interés demostrado por el Presidente Belaunde por las propuestas de E.F. Schumacher, autor de *Lo pequeño es hermoso*, que logró contagiar a miembros de su partido (Acción Popular) y del gobierno. Por el lado del Estado, en esa década se crea la División de Pequeña Empresa y Artesanía en el BIP (banco estatal de fomento), y se inicia la primera Caja Municipal en Piura (1982); mientras que por el lado del sector privado se realizan las primeras investigaciones, mezcladas con el recientemente descubierto fenómeno de la informalidad³⁰, creando el primer programa privado de crédito al sector con Acción Comunitaria (1982), que sería la primera de muchas ONG dedicadas a su promoción. Durante el gobierno del APRA se crea el IDESI (Instituto de Desarrollo del Sector Informal) con fuerte apoyo de la OIT y del Estado, Cofide empieza a financiar y asistir al sector. Al final de ese gobierno se da una ley de promoción que intenta organizar las políticas de promoción y las instituciones existentes.

En los 90, con el gobierno de Fujimori se instala la ambigüedad: por un lado lleva como Vicepresidente de la República a Máximo San Román, dirigente máximo de la Federación Nacional de la Pequeña Industria (Fenapi) y, por otro lado, aplica una política económica neoliberal relativamente ortodoxa que no incluye políticas sectoriales y no reconoce ventajas en la pequeña empresa. Como parte de las reformas estructurales aplicadas en esa época se fortalece el Ministerio de Economía y Finanzas y se debilitan todos los otros ministerios e instituciones sectoriales. De todas formas, la PE no desaparece del discurso oficial, se mantienen los programas de los 80, y en 1994 se crea el Programa de la Pequeña y Micro Empresa (PPME) en el denominado Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales (MITINCI). Finalmente en 1997 se crea Prompyme que es de lejos, y hasta hoy, la principal entidad estatal de apoyo al sector. Como se mantenía en la agenda del gobierno y se mencionaba en los discursos oficiales (y siendo un gobierno autoritario que propiciaba que los funcionarios quisieran quedar

³⁰. En las que destacan las de Hernando De Soto del ILD, José Lanz de la UP, Jorge Vélez de Edaprospro, Daniel Carbonetto y Eliana Chávez del CEDEP, Norma Adams del IEP, F. Villarán de la Fundación Ebert, entre otras.

bien con el Presidente), casi todos los ministerios e instituciones públicas crearon sus propios programas y proyectos de apoyo a la pequeña empresa; de manera tal que a fines de los 90 existían 22 programas estatales orientados a darle apoyo, asentados en 9 sectores diferentes³¹ sin ninguna coordinación entre sí y sin ningún liderazgo público. Esto significaba, por supuesto, un gran desperdicio de recursos.

Por el lado del sector privado, se crea el Copeme, que empieza con 12 instituciones y rápidamente alcanza las 55. En este período se promulga la nueva ley de bancos que incluye a las Cajas Municipales y Rurales y crea una nueva modalidad, las Edpyme, para facilitar la “graduación” de las ONG financieras. También se aprueba, por parte del BID, el primer crédito MicroGlobal a Cofide, dando lugar al “sistema de microfinanzas” en el Perú, uno de los mejores (sino el mejor) de América Latina.

Todo esto expresaba la situación que hemos calificado de ambigüedad, por un lado la PE no era parte de las prioridades oficiales, pero por otra parte se creaban muchos programas, aunque sin racionalidad y con escasos recursos. A pesar de que en las políticas económicas del Ministerio de Economía no se daba prioridad a las pequeñas empresas, en los diferentes ministerios se creaban programas e instituciones que les daban apoyo, sin coordinación ni concierto. Al final, la realidad tan contundente de este sector se impuso en el ambiente de la política oficial, no obstante las resistencias ideológicas.

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

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

Preguntas como ¿cuánto apoyo será suficiente para las PE?, o ¿cuándo se puede decir que este sector se ha convertido en prioridad nacional?, no hay forma de responderlas pues ambas dependen de muchas otras variables, como por ejemplo la disponibilidad de recursos, la organización del Estado, las otras prioridades nacionales, la participación del sector privado, entre otras. Por eso, lo más recomendable es aproximarse a ellas tratando de mirar otras experiencias nacionales exitosas, es decir, transitando el camino del análisis comparativo, al que hoy llaman *benchmarking*.

³¹. Ver *Promoción Estatal a la PYMEs en el Perú*, de F. Villarán y S. Chíncono, editado por Swisscontact en 1998 en Lima.

2.3 La experiencia internacional en el apoyo a la pequeña empresa

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

Comencemos por la economía más importante del mundo: **Estados Unidos**. Las cifras³² de la presencia de la pequeña empresa (*small business*) en este país son las siguientes:

1. Se definen como las empresas que tienen menos de 500 trabajadores.
2. Hay un total de 22.9 millones de firmas en el país, el 75% no tienen empleados (son unipersonales o de autoempleo).
3. Las pequeñas empresas representan el 99.7% de todas las empresas con empleados. Son responsables del 44.8% de las ventas totales.
4. Generan el 50.1% del empleo.
5. Pagan el 44.3% de la planilla privada.
6. Crean el 70% de los nuevos empleos anualmente.
7. Aportan con más del 50% de del PBI no agrícola.
8. Emplean al 39% de los profesionales *high tech* (como científicos, ingenieros, expertos en computación y sistemas).
9. Son el 97% de todos los exportadores, y contribuyen con el 29% de las exportaciones
10. En los últimos 15 años se han creado entre 570 mil y 600 mil nuevas empresas cada año.

La institución estatal encargada de dar el apoyo a la pequeña empresa es la Small Business Administration (SBA), que es una agencia que depende directamente del Presidente de los Estados Unidos, como es el caso de la CIA. Los servicios que brinda la SBA a las pequeñas empresas son múltiples y variados, y se pueden agrupar en siete áreas:

- a) Asistencia técnica: básicamente capacitación y asesoría. Destacan los programas de emprendedorismo³³ – *entrepreneurship* y los centros de desarrollo de pequeñas empresas instalados en las universidades del país.
- b) Asistencia financiera (préstamos, inversiones y garantías).

³². Fuentes: U.S. Bureau of the Census; Advocacy-funded research by Joel Popkin and Company (Research Summary #211); U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics, Current Population Survey; U.S. Department of Commerce, International Trade Administration. (www.sba.gov)

³³. Este es un nuevo término que no tiene un significado acordado en castellano; viene del inglés *entrepreneurship*, los argentinos usan empresarialidad, los colombianos espíritu empresarial, los brasileños usan emprendedorismo. Nuestra percepción es que esta última palabra es la que mejor refleja el concepto original en inglés, ya que se trata de un fenómeno: el proceso empresarial.

- c) Compras y contratos del Estado (las instituciones y empresas del Estado están obligadas a cubrir un porcentaje variable de sus compras al sector).
- d) Comercio Internacional (asistencia para la exportación).
- e) Apoyo a las minorías (mujeres, nativos americanos, veteranos de guerra).
- f) Mejoramiento e información sobre el marco legal y regulador.
- g) Cabildeo (*advocacy*) a favor de los intereses de las pequeñas empresas del país.

El presupuesto de la SBA en el 2004 fue de 671 millones de dólares.

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

1. Las pequeñas y medianas empresas se definen como sigue:
 Sectores industria y minería – hasta 300 trabajadores.
 Sector comercio – hasta 100 trabajadores.
2. Las pequeñas empresas se definen como sigue:
 Sector industria – hasta 20 trabajadores.
 Sector comercio y servicios – hasta 5 trabajadores.
3. Representan el 99.7% de las 4.7 millones de empresas del país³⁴.
4. Dan empleo al 70.2% de una fuerza laboral total de 42.65 millones de trabajadores.
5. Generan el 50.1% del Valor Agregado (VA) Industrial, y 73% de VA Comercial.
6. La productividad de las PYME es el 51% de la de las Grandes Empresas.

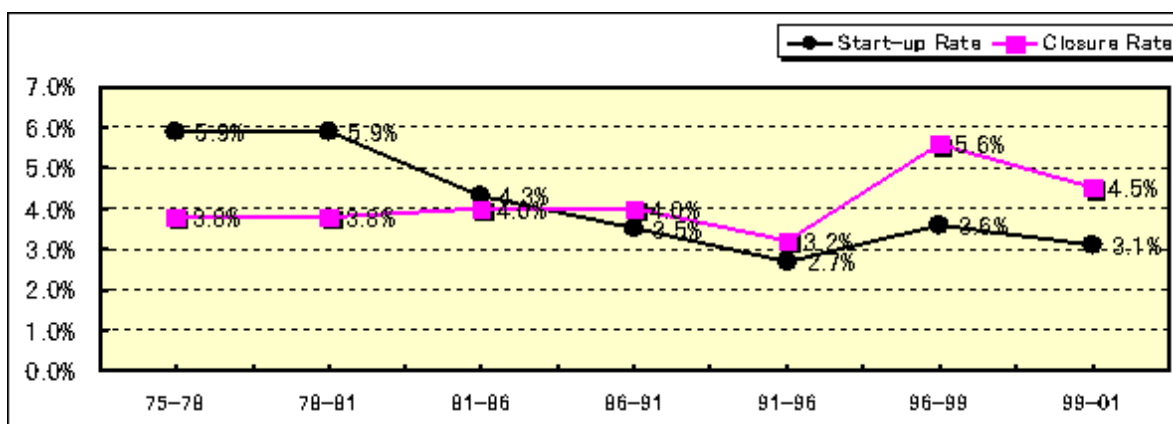
- a) Las etapas del desarrollo de la promoción a las MYPE corresponden a los diversos períodos históricos de ese país:
- b) Los inicios (1945– 954): En este período se crea la Agencia de la Pequeña y Mediana Empresa del Japón (1948) dentro del Ministerio de Comercio e Industria (MITI), encargada de diseñar, liderar y coordinar la promoción al sector. Ese mismo año (1948) se levanta el sistema de consultoría para la orientación y gestión de las PYME, con participación del sector privado de consultoría. En 1949 se promulga la Ley de las Asociaciones cooperativas de pequeña y mediana empresa, fomentando la asociación entre ellas. En 1950 se establecen las bases del apoyo financiero al sector, creando la Corporación Financiera Japonesa para los Pequeños Negocios y, posteriormente, dando la Ley de Garantías de Crédito para al sector (1953). Es decir, en esta primera etapa se enfatiza el apoyo financiero, la asesoría y la asociación.
- c) Alto crecimiento (1955-1972): En 1956 se promulga la Ley de la Subcontratación, iniciando un largo camino de promoción de esta moderna herramienta de organización empresarial que probablemente sea lo más característico de la economía japonesa. En esta etapa también se fomenta la organización gremial de los empresarios del sector con la Ley de las Organizaciones de la Pequeña y Mediana Empresa (1957) y más tarde con la Ley de las Asociaciones de Comercio e Industria (1960). En el año 1963 se da la Ley de Promoción de la Productividad, así como la primera (de varias) Ley Básica de la Pequeña y Mediana Empresa, que viene a ser una síntesis de

³⁴. Como fuentes de las cifras se han utilizado: a) Ministry of Public Management, Home Affairs, Posts and Telecommunications, Establishment and Enterprise Census of Japan (2001), y b) Ministry of Economy, Trade and Industry, Census of Manufactures.

todos los mecanismos de apoyo y promoción. En esta segunda etapa se aprecia un fuerte énfasis en la subcontratación y la organización gremial.

- d) Crecimiento estable (1973 – 1984): En esta etapa se sientan las bases del sistema de compras del Estado en el que participan los ministerios y las instituciones nacionales así como los municipios locales. Como parte de este esfuerzo se crean los Centros de Información para las Pequeñas y Medianas Empresas en todo el país. En 1980 se crea el Instituto para la gestión y tecnología de la pequeña empresa. Como se ve, en esta tercera etapa se trabajó el tema de las compras del Estado, la información y la tecnología.
- e) Período de transición (1985-2004): Previendo los avances de la globalización y los cambios que imponía la reciente revolución tecnológica, Japón toma una serie de medidas que facilitan el “cambio estructural y una suave adaptación” de sus PYME. En el año 1995 promulga la Ley para la Promoción de Actividades de Negocios Creativos de las PYME y en 1999 da la Ley para el Apoyo a la Innovación en los Negocios de las PYME. Ese mismo año aprueba la Nueva Ley Básica de la Pequeña y Mediana Empresa de Japón, cuyo objetivo central es la promoción de la innovación en los negocios y la creación de nuevas empresas (*start-ups*). El año 2000, con la implementación del Sistema de Innovación de la Pequeña Empresa, apoya desde la investigación hasta la comercialización de las innovaciones en las empresas, fomentando así al mismo tiempo la integración con el mundo académico y los centros de investigación. A partir de ese año se crean los Centros de Apoyo Múltiples (o de una sola parada, como también se les llama), en donde los empresarios y empresarias de las PYME reciben todo el apoyo público y privado. Estos Centros usan modernas tecnologías de información y los principios de la organización en red. En esta última etapa claramente destacan la innovación y el emprendedorismo.

Según las autoridades económicas, es justamente este último tema el que representa el mayor problema actual del país puesto que en los últimos años ha disminuido el ritmo de creación de nuevas empresas (como vemos en el siguiente cuadro). La globalización y la revolución tecnológica en curso han propiciado que en los últimos 15 años los cierres o quiebras de empresas excedan en número a la creación de nuevas empresas. Esta situación se ha interpretado como que el espíritu empresarial de los japoneses está decayendo, y siendo éste uno de los motores principales del crecimiento económico se está tratando de buscar salidas al problema. Las pequeñas y medianas empresas son el principal vehículo para estimular un mayor espíritu empresarial, sobre todo entre la juventud japonesa, y para aumentar el número de nuevas empresas.



El presupuesto destinado por el gobierno de Japón para financiar a las entidades de promoción de las pequeñas y medianas empresas asciende a un total de 163 millones de dólares anuales. Respecto a los fondos canalizados a través de la Corporación Financiera para la Pequeña y Mediana Empresa (estatal), éstos llegan a un total anual de 11,800 millones de dólares.

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

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

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

1. Son el 99.9% de las firmas totales en la industria y los servicios³⁵.
2. Generan el 82.2% del empleo total en la economía.
3. El 72% del empleo en el sector industrial.
4. El 90% del empleo en los servicios y la construcción.
5. Italia se encuentra en los primeros lugares en el ranking de Emprendedorismo Internacional (GEM).

Tanto en Alemania como en Italia, las definiciones de pequeña y de mediana empresa son las mismas que para toda la Unión Europea, es decir: pequeña empresa, hasta 50 trabajadores y mediana empresa, hasta 250 trabajadores.

En el grupo de las economías emergentes destaca con claridad **China**, que como se sabe está creciendo a un ritmo promedio anual de 9.4% en los últimos 25 años, lo que le ha permitido convertirse en la tercera economía mundial, después de Estados Unidos y Japón. Sus exportaciones en el 2004 ascendían a 550 mil millones de dólares, y reciben un promedio de 60 mil millones de dólares de inversión extranjera al año. Si sigue con este ritmo de crecimiento (y los principales países mantienen los suyos) se podría convertir en la primera economía del mundo en 25 o 30 años. Este éxito económico chino es atribuido a su apertura, a su agresiva política de exportaciones, pero sobre todo a su gran mercado potencial y mano de obra barata (así como calificada y dócil³⁶) que resulta un atractivo irresistible para la inversión de

³⁵. Los datos tanto para Alemania como para Italia tienen como fuente: IKED – International Organization for Knowledge Economy and Enterprise Development, Suecia, 2005.

³⁶. Esta es una de las características de la economía china que no se menciona con frecuencia, aunque es altamente valorada por los inversionistas extranjeros, ya que no hay huelgas ni protestas por parte de los trabajadores. Ellos no tienen, en la práctica, libertad de organización sindical ni derecho de huelga.

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

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

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

Respecto a la pequeña empresa, el caso de **Cuba** es lo opuesto a China, a pesar de que ambos son gobernados por partidos comunistas, por eso es conveniente analizarlo brevemente. En Cuba se han dado facilidades para la inversión extranjera (también en China) en el sector turismo, lo que ha convertido a la isla en uno de los destinos turísticos más atractivos del continente, creando una fuente de divisas vital para la economía cubana. Sin embargo la política frente a la pequeña empresa es muy diferente. A principios de los 90, y luego del colapso de la Unión Soviética, Cuba empezó a introducir reformas en su economía, impulsando el mercado y la propiedad privada en pequeña escala. Permitió, y en cierta medida alentó, cuatro formas de pequeños negocios: 1) pequeños agricultores que podían vender su producción en el mercado libre, 2) ferias comerciales en donde los comerciantes podían vender sus mercaderías al público, 3) taxis privados, al alentar a los propietarios de vehículos a brindar sus servicios a los turistas, y 4) paladares, nombre que se dio a los restaurantes que abrían familias en sus propias viviendas. Estos pequeños negocios

Formalmente sí existen estos derechos, pero el Partido Comunista Chino que maneja el gobierno también controla los sindicatos, los que por lo tanto no ejercen estos derechos. Esta una de las causas de competencia desleal con otros países como el Perú donde sí se ejercen, pues no existen las mismas condiciones laborales, aunque tampoco las mismas condiciones de vida.

florecieron en toda la isla, creando empleo e ingresos para mucha gente. En el caso de los paladares, se crearon alrededor de 800 en La Habana. Pero este “éxito” generó temores en las autoridades cubanas que vieron el peligro del surgimiento de una “burguesía” nativa que acentuaría las diferencias sociales. Por ello, a finales de los 90 se revierte el proceso, y se comienza a desincentivar la creación de pequeñas empresas: en el caso de los paladares se crea un impuesto *flat* de 950 dólares mensuales a todos ellos, sin importar cuánto vendiesen. Esto hizo que la mayoría de paladares tuviera que cerrar sus puertas, sobreviviendo apenas unos 40 en La Habana. Esta experiencia permite observar que la adhesión de un país a la economía de mercado y a la democracia no se mide solo por su tratamiento a la inversión extranjera, sino por su política práctica respecto a sus pequeñas empresas.

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

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

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

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

También existen muchas otras instituciones privadas que trabajan y apoyan al sector (así como organismos públicos) brindando servicios a las MYPE; la dimensión y envergadura de sus actividades les otorga un liderazgo indiscutible.

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

Sus objetivos estratégicos son los siguientes: a) Fortalecer la competitividad de las empresas, fomentando el mejoramiento de la gestión, la asociatividad y el fortalecimiento de las cadenas productivas. b) Fomentar el desarrollo de procesos de innovación y emprendimiento con impacto en el sistema empresarial y productivo a través de la promoción de actividades de investigación, desarrollo y difusión de tecnología, la generación de capacidades y la articulación y creación de nuevos negocios. c) Aumentar el acceso al crédito de los empresarios que componen las PYME y a los estudiantes de educación superior, complementando la oferta de instrumentos financieros. d) Fortalecer la modernización y el mejoramiento de la gestión institucional.

Sus principales productos:

1. FOMENTO DE LA CALIDAD Y LA PRODUCTIVIDAD

- Fondo Asistencia Técnica (FAT).
- Fomento a la calidad.

2. FOMENTO DE LA ASOCIATIVIDAD PRODUCTIVA

- Proyectos Asociativos de Fomento (Profo).
- Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP).
- Programa Territorial Integrado (PTI).

3. APOYO A LA INNOVACIÓN

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

4. APOYO AL FINANCIAMIENTO

- Programa de crédito Corfo inversión.
- Programa de crédito Corfo exportación.
- Programa de crédito Corfo estudios superiores.
- *Factoring*.
- Programa Microcrédito.
- Preinversión.

Resulta interesante comparar las actividades que realiza Corfo a favor de las pequeñas empresas con las que realiza Cofide en el Perú. Esta última se dedica principalmente a cumplir un rol de segundo piso, obteniendo recursos financieros para las empresas peruanas a ser canalizados a través de los intermediarios financieros (Bancos, Cajas Municipales, Rurales y Edpyme). Y si bien tiene algunos productos financieros interesantes, como los PFE (Producto Financiero Estructurado), aún no tiene la variedad de programas que exhibe dicha institución. Otro de los servicios significativos que presta Cofide al sector Mipyme, además de la obtención de líneas de crédito, son los “Centros Cofide”, donde se brinda información acerca de servicios de desarrollo ofrecidos por otras instituciones, principalmente privadas, y se da apoyo para la formalización de las empresas.

2.4 Procesos estructurales que condicional al sector

La situación que enfrentan las pequeñas empresas en los inicios del siglo XXI es significativamente diferente a la que existía en los momentos en que se diseñaron los primeros programas de promoción al sector, esto es, a mediados del siglo pasado. En esas épocas, dominadas por la post guerra, tanto los países desarrollados que enfrentaban la reconstrucción de sus economías, como los países en desarrollo, en los que la necesidad del crecimiento y el bienestar se tornaba urgente, las pequeñas empresas empezaban a ser vistas como claves para lograr sus objetivos. Las condiciones que tenían al frente para su desarrollo se caracterizaban por mercados internos, en muchos casos protegidos, que brindaban el impulso central para su crecimiento, tecnologías relativamente estables y, sobre todo, modelos de organización dominados por el fordismo-taylorismo. Hoy día esas condiciones han cambiado radicalmente, 1) la globalización y el comercio mundial se han convertido en poderosos motores del crecimiento, aunque también incluyen amenazas reales, 2) estamos en medio de una revolución tecnológica que afecta a todas las actividades económicas, y 3) se ha consolidado un nuevo modelo organizacional sobre los escombros del fordismo. A continuación se analizan estos tres procesos estructurales y cómo es que condicionan el desarrollo de las empresas del sector.

La globalización en marcha

Este es el fenómeno³⁷ más citado para explicar tanto éxitos como fracasos, y ciertamente significa una influencia decisiva para el desarrollo de cualquier país. Resulta absolutamente necesario entender qué significa la profundización de la globalización, conocer sus características y utilizarla a nuestro favor, como ya lo están haciendo muchas empresas, regiones y países, entre ellos China, India, Corea, Malasia, Irlanda, Finlandia. El enfoque del Banco Mundial es muy pertinente, al considerar la globalización como un proceso de integración de las sociedades y las economías. Esta integración es el resultado de costos de transporte reducidos, menores barreras comerciales, más rápidas comunicaciones (en especial de las ideas), mayores flujos de capitales e inversiones, y una presión creciente para la migración, tanto en el interior de países y regiones, como a nivel mundial.

Según esta institución han existido tres olas en el proceso de globalización: la primera, entre 1870 y 1914, con una ampliación sin precedentes del comercio mundial (apertura de rutas internacionales con el canal de Suez y de Panamá, y uso de veloces barcos de acero), aunque el fenómeno más notorio fue el de la migración entre países, el 10% de la población mundial se desplazó a lo largo y ancho del globo, destacando los flujos de personas de Europa hacia las Américas, y de China hacia toda el Asia³⁸. Luego se produce un negro período de la historia mundial signado por la primera guerra mundial, la gran depresión de los 30 y la segunda guerra mundial (1939-1945), en el que el comercio mundial, el flujo de capitales y de personas, el intercambio cultural y de ideas, retrocedieron en forma considerable. Se cerraron las fronteras, se armaron

³⁷. Somos conscientes de que se trata de un tema polémico por ello es necesario asumir un punto de vista de partida; para este caso vamos a recoger las propuestas del documento del Banco Mundial denominado *Globalization, Growth and Poverty: building an inclusive world economy*, Oxford University Press, Washington, 2002, en el que se identifica globalización con un proceso de integración global multidimensional en el que hay claramente ganadores, y no tiene por qué haber perdedores.

³⁸. En retrospectiva uno puede juzgar como tremendamente injustas e inconvenientes las restricciones al libre flujo de personas que imponen los países del primer mundo, sobre todo europeos y EE UU, pues fueron precisamente ellos los que más se beneficiaron con las primeras olas migratorias. Hoy día los flujos migratorios implican sólo al 2% de la población mundial, cuando hace 100 años implicaban al 10%, y en esa época nadie les puso trabas.

los países, se pelearon entre ellos, y mucha gente murió en el proceso, no sólo por las guerras sino también por el retroceso económico y el aumento de la pobreza. Fue un claro ejemplo histórico de la correlación entre nacionalismo, proteccionismo, intolerancia y violencia que deberían tener en cuenta los críticos radicales a la globalización.

La segunda ola se originó después de la segunda guerra mundial, entre 1950 y 1980, y se caracterizó claramente por la aceleración del comercio (se construyó toda la arquitectura del comercio mundial que empieza con el GATT, General Agreement for Tariffs and Trade) y el flujo de capitales. Sin embargo lo característico de esta segunda ola fue que se beneficiaron principalmente los países ricos, específicamente Estados Unidos, Japón y los de Europa, abriendo aún más la brecha entre países pobres y ricos. En los países del tercer mundo predominaban políticas proteccionistas y de desarrollo hacia adentro, en especial en América Latina, Asia y países socialistas. Unos pocos países en desarrollo lograron salir de esa trampa y se orientaron hacia el mercado mundial, como Corea, Taiwán, Singapur y Hong Kong (los cuatro tigres), con los resultados que todos conocemos.

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

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

Es cierto que entre los países en desarrollo “globalizados” hay graves problemas de desigualdad y mala distribución de los beneficios del desarrollo, y vemos casos en que la globalización los profundiza, pero Filipinas y Malasia, por ejemplo, han sabido revertir esa tendencia. En China hay más ricos que antes, pero claramente los pobres son menos pobres (los pobres extremos rurales han pasado de 250 millones en el 78 a 34 millones en el 99). Los mayores problemas en este campo se encuentran en América Latina, el propio Banco Mundial reconoce que la globalización ha empeorado la desigualdad que ya era muy grande, por lo que nadie debería sorprenderse por los crecientes problemas de gobernabilidad que enfrentan nuestros países.

Es igualmente cierto que el documento del Banco Mundial no avanza mucho en propuestas para lograr una “economía mundial inclusiva”. En este terreno hay mucho camino por recorrer.

La revolución tecnológica

Respecto a la actual revolución tecnológica³⁹ nos interesa reconocer sus rasgos principales para poder adaptarnos a lo que viene, y sobre todo aprovechar las oportunidades que ofrece. Según Carlota Pérez estamos ante la quinta revolución tecnológica (siendo la revolución industrial inglesa de fines del siglo XVIII la primera) y se define como la era de la información, el conocimiento, la microcomputación y las telecomunicaciones. Las tecnologías e industrias nuevas que trae consigo son: microelectrónica barata y de consumo ampliado, computadoras al alcance de las empresas y los hogares, *software* adecuado a las necesidades de los usuarios, telecomunicaciones, instrumentos de control, desarrollo (por computadora) de las biotecnologías y los nuevos materiales. Todo ello supone un despliegue de nueva infraestructura (que se suma a las redes de caminos y de electricidad): comunicaciones digitales mundiales (cable, fibra óptica, radio y satélite), internet-correo y otros servicios electrónicos, redes eléctricas de fuentes múltiples y uso flexible, y transporte físico de alta velocidad (tierra, mar y aire).

Los nuevos conceptos, principios y teorías que este nuevo paradigma técnico-económico implica son los siguientes: uso intensivo de la información con base en la microelectrónica (TIC, Tecnología de la Información y las Comunicaciones), integración descentralizada de estructuras en red, el conocimiento como capital y como base del valor añadido intangible, predominancia de la heterogeneidad-diversidad-adaptabilidad, creciente segmentación de mercados y proliferación de nichos, economías de cobertura y especialización combinadas con escala, interacción entre lo global y lo local, cooperación empresarial hacia adentro y hacia fuera, contacto y acción instantánea dentro de la comunicación global también instantánea⁴⁰.

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

La especialización flexible⁴¹

Dos profesores del MIT (Massachusetts Institute of Technology), Michael Piore y Charles Sabel, tuvieron la inteligencia y perspicacia de percibir un cambio cualitativo y

³⁹. Si bien hay muchos autores que han estudiado y documentado este fenómeno, rescatamos la visión sistémica de Carlota Pérez, Christopher Freeman y Nathan Rosenberg. En particular la primera autora tiene un impactante libro reciente: *Technological Revolutions and Financial Capital*, Edward Elgar, Chentelham UK, 2002, que describe los cambios profundos a nivel tecnológico y sus efectos en la economía, sociedad y sistema financiero.

⁴⁰. Carlota Pérez, op. cit.

⁴¹. Los primeros en plantear este concepto fueron Michael Piore y Charles Sabel en *The Second Industrial Divide*, New York, Basic Books, 1984. Fueron seguidos por un conjunto de autores que investigaron el fenómeno, describieron sus características y propusieron políticas para aprovecharlo mejor; en este grupo de autores destacan: Werner Sengenberger, Hubert Schmitz, Giacomo Becattini, Brigitte Spaeth, F. Pyke, Harald Fuhr, John Humphrey, Marco Dini, entre otros.

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

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

En este nuevo paradigma, las medianas, pequeñas y aun microempresas juegan un rol importante en la economía, no solo como generadoras de empleo (que siempre ha sido su principal característica), sino también como factores de dinamismo, eficiencia y productividad al ser parte de articulaciones y redes empresariales que potencian a todos sus miembros y generan riqueza en las regiones donde se asientan. Se destierra así la idea (que todavía prevalece en algunos ambientes) de la pequeña empresa como signo de atraso, estancamiento, obsolescencia y falta de dinamismo.

Si alguno tiene dudas sobre estas teorías y su relevancia para el desarrollo económico y la competitividad de las empresas, basta que vea la más importante investigación realizada sobre la industria automotriz⁴² mundial, para un período de cinco años, realizada por el International Motor Vehicle Program (IMVP) del MIT, y cuyos resultados fueron publicados en 1990⁴³. Este estudio reveló que las empresas norteamericanas se estaban quedando totalmente rezagadas respecto de sus pares japonesas, y aun europeas o coreanas. Pasaron de una participación del 74% de la producción mundial de vehículos en 1955 a una participación del 26% a fines de los 80⁴⁴. Y la razón central para explicar este resultado era que las empresas norteamericanas seguían utilizando los viejos sistemas y métodos de producción en

⁴². La industria de las industrias como la calificó Peter Drucker en uno de los primeros libros: *The Concept of Corporation*, de 1946; concepto que se mantiene pues sigue siendo la principal industria mundial con una producción de más de 50 millones de vehículos al año.

⁴³. El libro que presentó los resultados de esta investigación se llamó: *The Machine that Changed the World*, de los autores: James Womack, Daniel Jones, Daniel Ross y Donna Sammons, publicado por Macmillan Publishing Company en 1990 en EE UU.

⁴⁴. En ese mismo período la participación mundial de las empresas japonesas pasó del 1% a cerca del 30%.

masa, mientras que las empresas japonesas lideraban la transformación en un nuevo sistema que los autores llaman: “producción ajustada” o producción flexible. Éste consiste básicamente en que la compañía se concentra en las actividades centrales (*core business*): diseño, ensamblaje, acabados finales y ventas, mientras todo el resto lo encarga a otras empresas con las que establece relaciones de confianza e intenso intercambio de información y tecnología. Mientras que las empresas norteamericanas fabricaban ellas mismas el 75 a 80% del valor del vehículo, las empresas japonesas andaban por el 25%. También influyeron notables innovaciones como el “*just in time*” (*kanban* en japonés), el *kaizen* (pequeñas mejoras continuas), los círculos de calidad y la capacitación permanente de los trabajadores (sin distinción de rango o actividad).

Según esta investigación la mejor empresa del mundo era la Toyota, y uno de sus secretos es la inmensa red de proveedores y subcontratistas que posee, que a principios de los 80 alcanzó a 47,308 empresas⁴⁵, la mayoría pequeñas y medianas, incluso microempresas (168 de primer nivel relacionadas directamente con la Toyota; 5,437 de segundo nivel relacionadas con las del primer nivel, y 41,703 de tercer nivel). Todo esto, por supuesto, es de gran relevancia para el futuro de la pequeña empresa, pues nos indica cuáles son las tendencias mundiales en materia de relaciones entre grandes y pequeñas empresas; no se está aquí frente a una moda, o frente a una teoría novedosa de un buen vendedor de teorías (como podría ser el caso de Michael Porter), sino ante un proceso estructural que se está expandiendo a nivel mundial y que nos señala el camino a seguir si no queremos quedarnos fuera de la historia.

El reto que el Perú tiene por delante es el de aprovechar todas las posibilidades y ventajas que nos dan 1) la renovada globalización, 2) las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, y 3) las nuevas formas de organización representadas por la especialización flexible, combinándolas al mismo tiempo con objetivos de inclusión económica y social de sectores normalmente⁴⁶ ajenos a la modernidad, que se encuentran en la pequeña y microempresa, urbana y rural. Este es nuestro principal desafío: juntar, mezclar, aliar a las empresas e instituciones modernas y globalizadas con las empresas e instituciones todavía no integradas, marginadas, pero que con el debido estímulo pueden aprovechar también las oportunidades de la tecnología y de la globalización y formar parte de un país integrado y sostenible económica, social y ambientalmente. Se trata de utilizar plenamente no solo nuestros inmensos y ricos recursos naturales y humanos, sino también de aprovechar esta gran energía empresarial popular que lucha y sobrevive pero que no termina de integrarse.

⁴⁵. Fuente: Survey-The Japanese Economy, en *The Economist*, Marzo 6 de 1993.

⁴⁶. También se podría decir, tradicionalmente marginados, condenados a la informalidad, no integrados espontáneamente por el mercado.

Capítulo 3: Diagnóstico de la pequeña empresa peruana

El presente capítulo se divide en dos partes: la primera pretende mostrar la importancia relativa de las pequeñas empresas (Mipyme)⁴⁷ en relación con la economía en su conjunto; la segunda, en cambio, explora las características dentro de las empresas del sector, con especial incidencia en la pequeña y microempresa.

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

3.1 Importancia relativa de la pequeña empresa en la economía peruana

A continuación se abordará la importancia de la pequeña empresa en relación con la economía en su conjunto medida a través de diferentes variables: a) número de empresas, b) empleo generado, c) nivel de producción y d) nivel de exportaciones.

Participación de las pequeñas empresas en el número de empresas

La importancia relativa de las pequeñas empresas se puede medir a través del siguiente relación: No. de Mipyme / No. de empresas.

Según Lévano (2005), en el trabajo más reciente respecto a estadísticas del sector, el número de microempresas en el Perú alcanza a 2'477,284 y el de pequeñas empresas a 41,333⁴⁸. Por otro lado, de acuerdo a la SUNAT, el número de medianas y grandes empresas formales asciende a 10,899⁴⁹. Utilizando ambas fuentes, en el Cuadro 1 se observa que las micro y pequeñas empresas representan el 99.5% del total de empresas en el Perú.

Cuadro 1
Distribución de empresas en el Perú / según tamaño (2002)

Categoría	Número	%
Microempresas	2'477,284	97.9
Pequeñas empresas	41,333	1.6

⁴⁷. En este capítulo, en el que se van a presentar cifras y estadísticas de los diversos estratos de la pequeña empresa (micro, pequeña y mediana), emplearemos casi indistintamente las denominaciones Mipyme y pequeña empresa.

⁴⁸ Estas estimaciones toman como base los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) del 2002. Para estimar el número de micro y pequeñas empresa la autora utilizó la variable "conductores": es decir, es la suma de los empleadores y de los trabajadores independientes con TFNR (trabajadores familiares no remunerados) bajo su cargo, porque cada uno de ellos conduce una empresa.

⁴⁹ Esta información corresponde a Noviembre de 2004. La SUNAT define medianas o grandes empresas a aquellas cuyas ventas brutas anuales superan las 850 UIT (Unidad Impositiva Tributaria), pero no se establece un nivel que diferencie entre estos dos grupos.

Medianas y grandes empresas	10,899	0.5
Total empresas	2'529,516	100.0

Fuente: Lévano (2005) / SUNAT (2004)

Participación de las pequeñas empresas en el empleo

La importancia relativa de las pequeñas empresas se puede medir a través del siguiente relación: PEA ocupada en la pequeña empresa / PEA ocupada total.

Según Lévano, este porcentaje sería aproximadamente 84%, incluyendo a los independientes (autoempleo). En el Cuadro 2 se muestran los resultados agregados y, tal como se puede apreciar, dentro de las Mipyme predominan quienes laboran en microempresas y en segundo lugar quienes lo hacen de manera independiente. Es importante resaltar que dentro del universo de las micro y pequeñas empresas, más de la mitad de la PEA ocupada está conformada por Trabajadores Familiares No Remunerados (TFNR)⁵⁰.

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

Cuadro 2
Distribución de la PEA ocupada en el Perú / según tamaño de empresa (2002)

Categoría	PEA Ocupada	%
Independientes (autoempleo)	2'512,603	20.8
Microempresas	6'352,695	52.6
Pequeñas empresas	873,687	7.2
Medianas empresas	384,127	3.2
Grandes empresas	591,302	4.9
Otros*	1'355,658	11.2
Total	12'070,072	100.0

Fuente: Lévano (2005)

**Incluye trabajadores del sector público y trabajadores del hogar*

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2004), el 63% de la PEA ocupada labora en el ámbito urbano y el 37% en el ámbito rural. En el Cuadro 3 se presentan cifras aproximadas sobre cómo se distribuye la PEA para cada tipo de empresa, según la división urbano / rural⁵¹.

⁵⁰ De hecho cuando se excluye a estos dos grupos, como lo hace el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo en sus informes anuales ("El estado del empleo en el Perú"), el porcentaje de PEA ocupada en micro o pequeña empresa disminuye significativamente (hasta 27% del total de la PEA ocupada) y, por consiguiente, el de independientes aumenta.

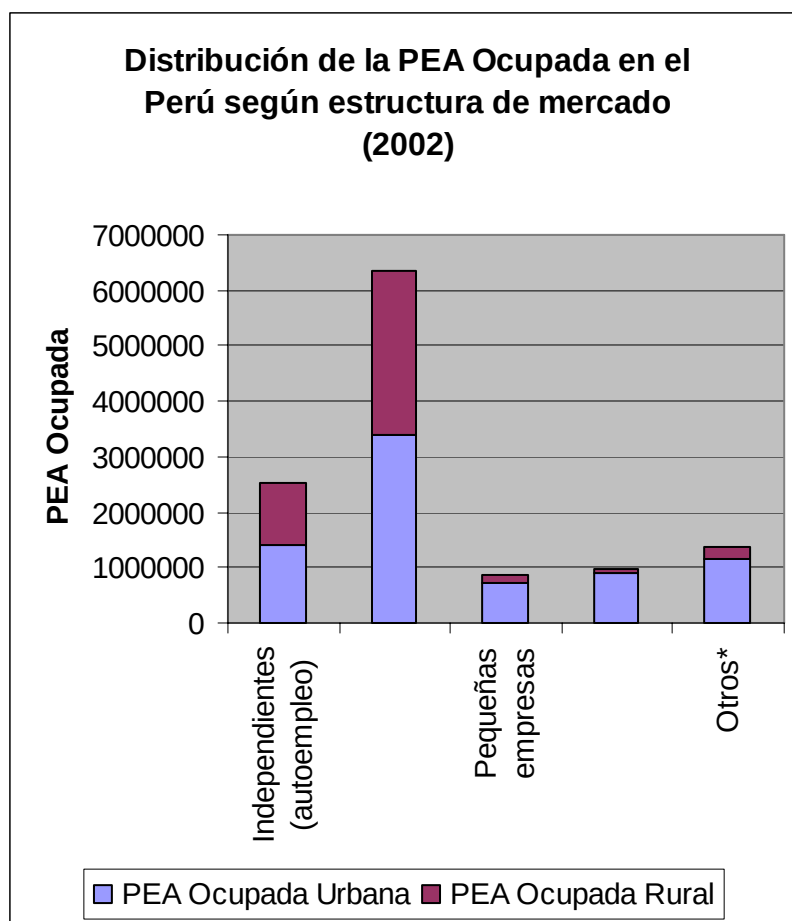
⁵¹ Para la elaboración de este cuadro se ha combinado la información de Lévano y del MTPE. Si bien en ambos casos el universo total de PEA ocupada es exactamente igual, las categorías de empresa y los universos de cada categoría de empresa son diferentes (básicamente porque el MTPE no considera a los independientes con TFNR a su cargo, ni a los TFNR como PEA ocupada en microempresas). En función de la información del MTPE, se han agregado algunas categorías y se ha replicado la distribución porcentual urbano / rural que presenta el MTPE para cada categoría. Por tal motivo, las cifras que se presentan son aproximadas.

Cuadro 3
Distribución de la PEA ocupada en el Perú / según tamaño de empresa y estructura de mercado (2002)

Categoría	PEA Ocupada	PEA Ocupada Urbana	PEA Ocupada Rural
Independientes (autoempleo)	2'512,603	1'411,281	1'104,322
Microempresas	6'352,695	3'387,651	2'965,044
Pequeñas empresas	873,687	739,416	134,271
Medianas y grandes empresas	975,429	886,407	89,022
Otros*	1'355,658	1'165,041	190,617
Total	12'070,072	7'590,156	4'479,916

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

*Incluye trabajadores del sector público y trabajadores del hogar



Participación de las pequeñas empresas en la producción

La importancia relativa de las pequeñas empresas se puede medir a través del siguiente relación: PBI generado por la pequeña empresa / PBI nacional.

Al igual que con la variable número de empresas, no existe una cifra oficial al respecto. Aquí se toma como referencia la investigación realizada por Oliva, Castilla y Benavides (2002), en donde se afirma que el autoempleo aporta al 19% del PBI (Producto Bruto Interno), las microempresas al 18%, las pequeñas empresas al 10% y las medianas al 17%, es decir que el 64% del PBI lo generarían las Mipyme. Si se aplican estos porcentajes al PBI nacional, que en el 2004 ascendió a 68,475 millones de dólares⁵², se tiene lo siguiente:

Cuadro 4
PBI generado por las Mipyme en el Perú (2004, proyectado)

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

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

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

*** Incluye sector público y hogares*

Participación de las pequeñas empresas en las exportaciones

La importancia relativa de las pequeñas empresas se puede medir a través del siguiente relación: Volumen exportaciones provenientes de la pequeña empresa / Exportaciones totales.

En este punto la ausencia de información resulta mayor puesto que la estadística disponible considera solamente el número de micro y pequeñas empresas formales que exportan, así como sus volúmenes de exportación.

De acuerdo a Prompyme (utilizando los datos de la SUNAT), en el 2004 fueron 3,516 las micro o pequeñas empresas que exportaron⁵³, por un valor de \$ 271 millones, representando el 64.6% del total en cuanto a número de empresas que exportan y alrededor de 2.2% del total en cuanto a volumen de exportaciones. Lamentablemente no existe información precisa acerca de cuántas micro y pequeñas empresas no formales exportan y en qué volumen.

Aunque es una lejana aproximación, al comparar estos \$ 271 millones del año 2004 con el PBI generado por la micro o pequeña empresa en el año 2002⁵⁴, se tiene que apenas el 1% de la producción de estas empresas se orienta al mercado externo.

⁵² De acuerdo al Marco Macro Económico Anual 2006 – 2008, elaborado por el MEF en el 2005: PBI en soles 233,500 millones y el Tipo de Cambio Promedio: 3.41.

⁵³ Esta cifra proviene de la Base de Datos de Declaración Jurada de Impuesto a la Renta. Es necesario precisar que la clasificación de micro o pequeña empresa en este caso se realiza considerando el criterio nivel de ventas y no el de número de trabajadores.

⁵⁴ Que a su vez se puede proyectar multiplicando el PBI nacional del 2004 por el porcentaje de participación en el PBI de estas empresas, mostrado en el Cuadro 2.

Pero hay que considerar que dicho porcentaje estaría subestimado porque asume que ninguna micro o pequeña empresa no formal exporta.

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

Cuadro 5
Participación relativa de las pequeñas empresas (Mipyme) en la economía nacional

Variable	Participación relativa en economía nacional
Número de empresas	99%
PEA Ocupada	84%*
PBI generado	64%*
Volumen de exportaciones	2.2%**

*Incluye autoempleo

** Solo incluye las micro y pequeñas empresas formales

3.2 Características de las MYPE

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

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

Informalidad - Formalidad

Lévano estimó que 3 de cada 4 micro o pequeñas empresas son informales y que 6 de cada 7 trabajadores ocupados en ellas lo hacen en empresas informales⁵⁵. En el Cuadro 6 se resumen los resultados principales al respecto:

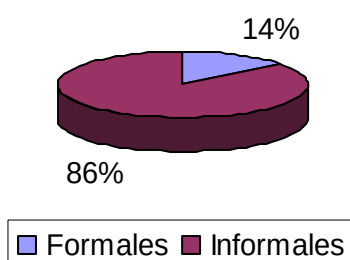
Cuadro 6
Micro y pequeñas empresas y PEA ocupada en ellas, según formalidad (2002)

	Micro y pequeñas empresas		PEA ocupada en ellas	
	#	%	#	%
Formales	648,147	25.7	1'026,382	14.2
Informales	1'870,470	74.3	6'200,000	85.8
Total	2'518,617	100	7'226,617	100

Fuente: Lévano (2005)

⁵⁵ Para hallar el número de empresas formales, la autora utilizó la definición de pequeña y microempresa como aquellas cuyas ventas anuales son menores a 850 UIT (a partir de la información de la SUNAT), y las informales las estima por diferencia entre las totales y las formales. De hecho, esta metodología es discutible porque combina bases de datos distintas fuentes (ENAHU y SUNAT) y porque utiliza diferentes criterios para clasificar las empresas según tamaño (número de trabajadores y nivel de ventas, respectivamente).

**PEA Ocupada en micro y pequeñas empresas,
según grado de formalidad (2002)**



Aunque el tema de la importancia de la economía informal escapa al objetivo del presente documento resulta inevitable asociar “micro y pequeña empresa” con “informalidad”. De hecho, las estimaciones de diversos autores acerca del PBI generado por la economía informal no son muy distintas a las que se presentaron en el Cuadro 3 (son más elevadas porque la economía informal incluye el autoempleo)⁵⁶.

Ubicación geográfica

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

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

Departamento	Microempresa	Pequeña empresa	Micro y pequeña empresa	%
Amazonas	119,628	6,172	125,799	1.7
Ancash	301,831	19,998	321,829	4.5
Apurímac	165,109	5,672	170,780	2.4
Arequipa	230,112	51,558	281,670	3.9
Ayacucho	186,239	5,152	191,391	2.6
Cajamarca	550,574	18,876	569,450	7.9
Callao	89,411	31,354	120,766	1.7
Cusco	399,894	22,354	422,249	5.8
Huancavelica	182,455	1,926	184,380	2.6
Huánuco	269,296	9,894	279,190	3.9
Ica	144,018	21,575	165,594	2.3
Junín	403,371	24,369	427,740	5.9
La Libertad	349,985	51,673	401,657	5.6
Lambayeque	183,884	41,226	225,109	3.1

⁵⁶ Un análisis que discrepa con estas estimaciones se puede encontrar en el Boletín de Economía Laboral # 28 – 29, elaborado en diciembre del 2,004 por el Programa de Estadísticas y Estudios Laborales del Ministerio de Trabajo, en el cual se concluye que la economía informal estimada de acuerdo a la definición de la OIT (la cual excluye del término “informal” a las actividades que generan productos o servicios ilícitos como el lavado de dinero, narcotráfico, prostitución) representa alrededor del 15% del PBI.

Lima	1'193,800	449,460	1'643,260	22.7
Loreto	189,619	12,534	202,153	2.8
Madre de Dios	24,364	1,998	26,361	0.4
Moquegua	41,083	4,310	45,393	0.6
Pasco	69,692	1,577	71,269	1.0
Piura	375,816	28,494	404,310	5.6
Puno	496,846	20,092	516,398	7.1
San Martín	191,871	16,590	208,460	2.9
Tacna	64,640	9,977	74,617	1.0
Tumbes	47,296	6,383	53,678	0.7
Ucayali	81,865	10,475	92,340	1.3
Total Perú	6'352,696	873,687	7'226,382	100.0

Fuente: Lévano (2005)

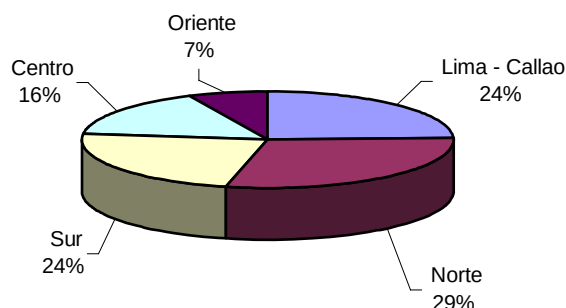
Cuadro 8
Distribución de la PEA ocupada en micro y pequeña empresa, según macro-región (2002)

Macro-región*	Microempresa	Pequeña empresa	Micro y pequeña empresa	%
Lima – Callao	1'283,211	480,814	1'764,025	24.4
Norte	1'929,014	172,822	2'101,836	29.1
Sur	1'566,066	137,536	1'703,602	23.6
Centro	1'111,053	42,918	1'153,971	16.0
Oriente	463,355	39,599	502,954	7.0
Total Perú	6'352,696	873,687	7'226,382	100.0

Fuente: Lévano (2005)

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

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



De acuerdo con la estimación presentada por Lévano, aproximadamente uno de cada dos ocupados en la micro o pequeña empresa lo hace en el sector agricultura.

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

	PEA Ocupada en micro y pequeñas empresas	
	#	%
Manufactura	645,486	8.9
Comercio	1'125,607	15.6
Servicios	1'324,328	18.3
Agricultura	3'785,811	52.4
Construcción	294,002	4.1
Otros*	51,383	0.7
Total	7'226,617	100

Fuente: Lévano (2005)

** Energía, minería, pesca*

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

Lamentablemente la información existente acerca del número de empresas según ramas de actividad es escasa, y la que existe toma como referencia únicamente a las empresas formales que, como se ha mostrado en el Cuadro 6, representan una clara minoría respecto al total.

Niveles de productividad

Trejos elabora una clasificación de las micro y pequeñas empresas de acuerdo con su nivel de productividad. Utilizando la ENAHO (Encuesta Nacional de Hogares) IV Trimestre de 2001, divide a las empresas en cuatro categorías: de mayor productividad, de acumulación ampliada, de acumulación simple y de subsistencia⁵⁷.

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

Se podrá observar que el universo de empresas y PEA ocupada (577,000 y 2'308,000 respectivamente) es considerablemente inferior a los valores referenciales presentados al inicio de la sección. Ello se explica básicamente por dos razones: a)

⁵⁷ Las de mayor productividad tienen capacidad para generar amplios excedentes, utilizan mano de obra calificada y pagan altas remuneraciones; las de acumulación ampliada generan excedente en menor cuantía, utilizan menos mano de obra calificada y las remuneraciones son menores; las de acumulación simple casi no generan excedente; y las de subsistencia no generan excedente, no utilizan mano de obra calificada y pagan remuneraciones por debajo del mínimo.

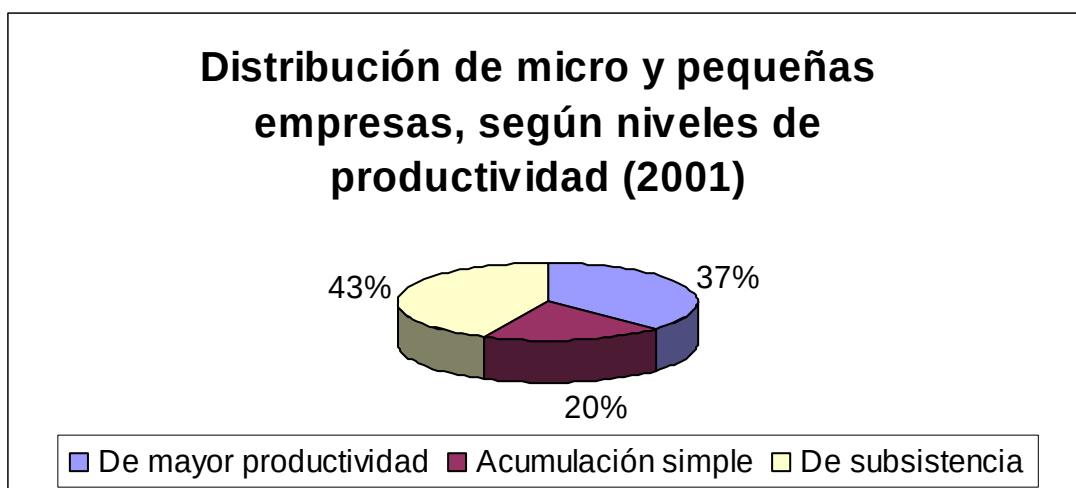
no considera al sector agrícola, b) no considera como micro o pequeñas empresas a las conformadas por independientes con TFNR a su cargo.

De todos modos, es interesante observar que casi 40% son empresas de mayor productividad.

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

	Número de empresas (en miles)	%	PEA ocupada (en miles)	%
De mayor productividad	214	37	1061	46
Acumulación simple	115	20	523	23
De subsistencia	248	43	722	31
Total	577	100	2308	100

Fuente: Trejos (2003)



Si bien, en promedio, la productividad media de las micro y pequeñas empresas es muy baja, existe una significativa proporción capaz de generar excedentes. No obstante, estas empresas de mayor productividad podrían ser más eficientes y competitivas con adecuados servicios de desarrollo de actividad empresarial, de información sobre mercados y tecnología, y con asistencia técnica. A diferencia de las empresas grandes que se proveen internamente de estos servicios, las pequeñas usualmente dependen de agentes externos para recibirlos.

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

Cuadro 11

Diferencias entre empresas, según nivel de productividad (2001)

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

Fuente: Trejos (2003)

Acceso a servicios financieros

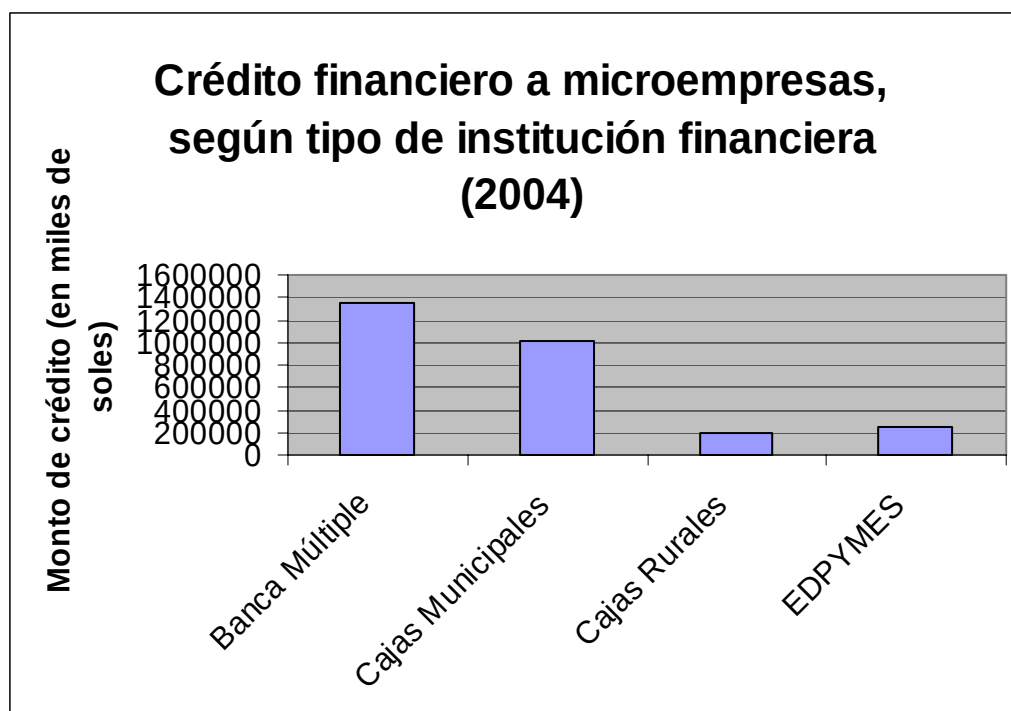
Aunque no es una característica exclusiva de nuestro país, existe un desigual acceso al crédito para la micro y pequeña empresa en relación con la gran empresa, y eso se atribuye a la insuficiencia de garantía por parte de las empresas pequeñas. Sin embargo, en los últimos años se puede percibir un esfuerzo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

De acuerdo a información de Prompyme, a septiembre de 2004, el crédito financiero a la microempresa ascendía a 2'793,814 miles de soles, de los cuales casi el 85% los brindaba la Banca Múltiple y las Cajas Municipales. La desagregación de dicho monto según tipo de institución financiera se muestra en el siguiente Cuadro:

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

Institución financiera	Crédito financiero	
	(en miles de soles)	%
Banca múltiple (10 en total)	1'344,291	48.1
Cajas Municipales (14 en total)	1'012,151	36.2
Cajas Rurales (12 en total)	187,448	6.7
Edpyme (14 en total)	249,924	8.9
Total	2'793,814	100

Fuente: Prompyme (2004)

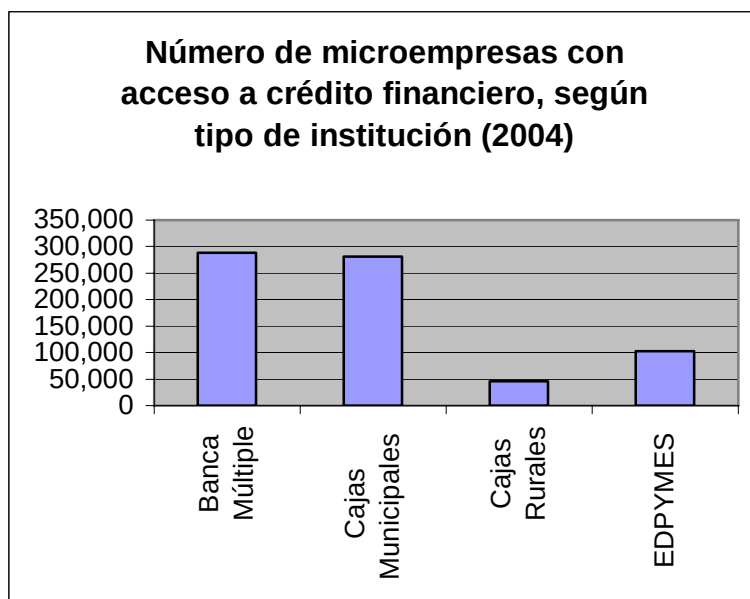


El número de microempresas con acceso a crédito financiero ascendería, según Lévano, a casi 720,000.

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

Institución financiera	Número de microempresas
Banca múltiple	288,196
Cajas Municipales	281,373
Cajas Rurales	45,685
Edpyme	102,959
Total	718,213

Fuente: Lévano (2005)



Al comparar este dato con los del Cuadro 1 se tiene que aproximadamente 30% de las microempresas acceden al crédito financiero, porcentaje similar al de micro y pequeñas empresas de mayor productividad según la clasificación de Trejos. De hecho no es coincidencia, porque se esperaría que muchas de las empresas con capacidad de generar excedentes (definición de empresas productivas) puedan pagar las deudas provenientes de un crédito financiero. Y existen indicadores que lo confirman: de acuerdo con Copeme (2005) de las 12 Edpyme reguladas solamente dos tenían una cartera de riesgo superior a 10%⁵⁸.

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

Cuadro 14:
Caracterización de las micro y pequeñas empresas

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

⁵⁸ La cartera de riesgo se calcula utilizando la fórmula "*cartera atrasada más de 30 días / cartera total*" e indica la proporción de préstamos impagos; es decir, refleja el porcentaje de deudas que no han sido canceladas por el cliente un mes después de la fecha de vencimiento.

Capítulo 4: Instituciones y programas de promoción

En este capítulo presentamos las principales instituciones y programas de apoyo al sector de la Mipyme, divididas en dos partes. Por un lado, se analizarán las de carácter nacional, y por otro lado las de nueve ciudades del interior del país visitadas en el curso del presente estudio: Piura, Chiclayo, Trujillo, Tarapoto, Pucallpa, Huancayo, Ayacucho, Arequipa y Juliaca. Esto permitirá tener una clara idea, no solo de las instituciones nacionales, que generalmente poseen sus oficinas principales en Lima⁵⁹, sino también de las características de los programas en las regiones del país que, como se verá, presentan diferencias importantes.

Las instituciones y programas de carácter nacional se van a agrupar en cinco áreas⁶⁰: 1) Instituciones de microfinanzas⁶¹, 2) instituciones que brindan servicios de desarrollo empresarial⁶², 3) instituciones que promueven el emprendedorismo⁶³, 4) instituciones que promueven la competitividad, las exportaciones, las cadenas productivas y los *clusters*, y 5) instituciones que apoyan y facilitan la formalización de empresas.

Esta clasificación de los programas de promoción es bastante antigua y se ha consolidado en el tiempo. Incluso uno podría pensar que las partes (microfinanzas, emprendedorismo) son más importantes que el todo (PYME), pero en realidad esto no es así; si bien muchas de estas áreas o temas han tenido una evolución propia e independiente, como es el caso de las microfinanzas, luego de un tiempo se han vinculado a la promoción de la pequeña empresa. Lo mismo ha sucedido con el tema del emprendedorismo, que tiene un origen general (no solo para crear PYME) pero

⁵⁹. Una notable excepción es MINKA, que desde Trujillo está implementando uno de los Programas más importantes del país, de carácter nacional, con el financiamiento de la Cooperación Suiza.

⁶⁰. Como dijimos anteriormente este es un tema polémico pues la promoción a la pequeña empresa puede dividirse u organizarse de formas muy variadas. Por ejemplo el Plan Nacional de Promoción y Formalización a las MYPE de CEDEMYPE y el MTPE (junio 2005) tiene las siguientes áreas: I-Fomento a la productividad y competitividad (que incluye a Cooperación empresarial, acceso al mercado, SDE, capacitación, cultura emprendedora, financiamiento, desarrollo tecnológico e infraestructura). II- Entorno favorable (que incluye la formalización, régimen laboral, régimen tributario, propiedad intelectual y formalización de la propiedad). III- Institucionalidad público-privada (que incluye políticas e instituciones de concertación, fortalecimiento de gremios e instituciones de promoción). Por su parte el documento de Posibilidad y Promesa de la micro, pequeña y mediana empresa peruana de la Mesa de Coordinación PYME, elaborado por Iván Mifflin en marzo de 2006, propone los siguientes campos: 1- Acceso a mercados. 2-Cooperación Empresarial. 3-SDE y competitividad. 4-Financiamiento. 5-Innovación tecnológica. 6-Ambiente favorable. 7-Formalización laboral. 8-Educación emprendedora.

⁶¹. Este concepto de aplicación universal, tiene dos fuentes: a) el microcrédito, o crédito de pequeño monto, y b) el crédito para las microempresas. Tuvo su origen en los 70 con el Grameen Bank y se ha extendido por todo el mundo.

⁶². Anteriormente se les llamaba Servicios No Financieros, lo que muestra que nacieron mucho después que los financieros, y que éstos durante bastante tiempo tuvieron mayor importancia. Luego se decidió descartar el nombre en negativo y se optó por el de SDE.

⁶³. Esta es la madre de todas las discusiones. El concepto original es el de *entrepreneurship*, que en inglés, o si se quiere en el mundo anglosajón, no admite ninguna discusión y es de aplicación general. Viene de *entrepreneur* que es literalmente emprendedor. Alude al “fenómeno emprendedor”, o si se quiere al “proceso emprendedor”, es decir, va más allá del emprendedor mismo y de su empresa; es lo previo, lo anterior, lo que lo rodea. El problema, entonces es la traducción: ¿Cómo traducimos *entrepreneurship* al castellano? Tenemos varias alternativas en vigencia: a) espíritu empresarial, quizás el concepto más antiguo y utilizado, muy popular en Colombia y otros lugares del mundo; b) empresariedad, utilizado en Argentina y en el reciente trabajo del BID; c) emprendedorismo, es el término utilizado en Brasil, por supuesto en portugués. Desde nuestro punto de vista éste es el término más adecuado pues tiene como raíz a emprendedor (como en el inglés) y se refiere al “fenómeno emprendedor”.

que con el tiempo se ha ido vinculando a la problemática más amplia e importante de la promoción a la pequeña empresa. Por ejemplo, en un reciente estudio se afirma que “En todos los países de América Latina y el Caribe las políticas para la formación empresarial están centradas en la micro, pequeña y mediana empresa, donde en todos los países revisados existen programas de apoyo y fomento a este sector”.⁶⁴

La cuarta área es quizás la que más discusión puede generar pues tradicionalmente ha estado vinculada a la segunda, es decir a los servicios de desarrollo empresarial, que finalmente buscan la mayor eficiencia, productividad y competitividad de las pequeñas empresas. Sin embargo, en la medida que se ha venido expandiendo el tema de la globalización, por un lado, y el de la articulación empresarial, por el otro, ha ido adquiriendo cierta autonomía e independencia. Los servicios vinculados a estos temas tienen diferencias con los más tradicionales ofrecidos por las instituciones ubicadas en el campo de los SDE.

4.1 Instituciones que brindan servicios financieros

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

Las micro y pequeñas empresas no escapan a ello, sin embargo presentan mayores dificultades de acceso al financiamiento tradicional (bancario) entre otras razones porque en su mayoría son informales⁶⁵ y consideran complicado obtener un crédito u otro producto financiero. Además, porque desde el punto de vista del acreedor son instituciones menos rentables (manejan cantidades de préstamo y ahorro reducidas) y resultan más riesgosas (informales, mayor probabilidad de no honrar las deudas, etcétera).

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

Pero antes, es preciso comentar el grado de intermediación financiera de la economía en general y el marco legal que regula el funcionamiento de este tipo de instituciones. Respecto a lo primero, si bien el mayor uso de los servicios financieros de parte de una población se puede medir de distintas maneras, uno de los índices más utilizados es comparar el tamaño relativo del sistema financiero o bancario con el PBI de un país. Esta comparación puede realizarse utilizando la relación: depósitos totales /

⁶⁴. Tomado del libro: El nuevo rostro empresarial: Indagación sobre el empresariado juvenil en América Latina y el Caribe, BID, Colombia, marzo 2004.

⁶⁵ El no registro de las operaciones de venta y el no cumplimiento de las obligaciones tributarias (características propias de la informalidad) les imposibilita acreditar su capacidad de pago ante una institución financiera y, por lo tanto, acceder a un crédito.

PBI. En el 2004 esta relación en el Perú fue de 21.1%⁶⁶, que ha oscilado entre el 20% - 25% en la presente década y si bien es mayor que en la década anterior, sigue estando por debajo de lo que presentan otros países de América Latina como Brasil, Chile, Uruguay y Colombia.

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

Tipos de servicios financieros e instituciones que los brindan

Los servicios pueden ser: créditos, depósitos, garantías y fondos de capital de riesgo.

Los créditos son préstamos en dinero que se otorgan a estas empresas, que luego deben devolver bajo determinadas condiciones pactadas (moneda, plazos, tasas de interés). Su utilidad principal es que permite financiar tanto capital de trabajo (es decir, todos aquellos activos corrientes que se requieren para desarrollar un negocio) como inversiones de mayor envergadura y duración.

Los depósitos son la otra cara de la moneda respecto a los créditos. Son los empresarios quienes invierten su dinero en el Banco y ganan un interés periódico por ello. Estos depósitos pueden ser a la vista, de ahorro y a plazo fijo.

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

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

En este capítulo pondremos mayor énfasis en los créditos, básicamente porque existen muchas más instituciones y/o programas que brindan este servicio en comparación con las que brindan garantías y/o fondos de capital de riesgo. De todos modos, haremos referencia a estas últimas cuando analicemos la participación de

⁶⁶ El dato del PBI se ha tomado del Marco Macro Económico Multianual 2006 – 2008 del Ministerio de Economía y el dato de colocaciones se ha tomado de la Superintendencia de Banca y Seguros y resulta de sumar los depósitos (a la vista, ahorro y a plazos) de la Banca Múltiple, las Cajas Municipales y las Cajas Rurales.

Fogapi, para el caso de las garantías, y de SEAF Perú, para el caso del capital de riesgo.

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

Entre las primeras, en el Perú destacan la Banca Múltiple, las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC), las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC), las Edpyme, las Cooperativas, las ONG, y algunas otras instituciones. Así mismo, las instituciones de segundo piso son básicamente entidades públicas que brindan sus servicios precisamente a través de algunas de las instituciones que acabamos de mencionar.

Instituciones que brindan los servicios directamente.

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

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

¿Quiénes brindan crédito a las micro y pequeñas empresas?

A) Banca Múltiple: Los Bancos están dirigidos a resolver las necesidades de financiamiento de empresas y personas. Debido a cuestiones de rentabilidad y riesgo, las micro y pequeñas empresas no son el mercado objetivo de los Bancos, con excepción de Mi Banco⁶⁷ y del Banco del Trabajo. De los demás Bancos, algunos han desarrollado líneas o servicio de crédito a las micro y pequeñas empresas como por ejemplo el Banco de Crédito a través de la Financiera Solución. De acuerdo con las estadísticas de la SBS, hasta el 31 de diciembre del año 2004, el Banco de Crédito, el Banco del Trabajo y Mi Banco concentraban más del 80% de los créditos que otorga la Banca Múltiple a las micro y pequeñas empresas.

⁶⁷ MIBANCO fue una iniciativa estatal que se transfirió al sector privado en su totalidad. Ello significó un modelo de intervención novedoso e interesante puesto que el Estado solamente intervino en las etapas iniciales del proyecto (percibió la necesidad, solicitó la cooperación internacional, destinó recursos propios, creó un Comité Técnico encargado de diseñar y crear la institución) y luego lo transfiere íntegramente al sector privado para que se haga cargo de la institución.

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

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

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

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

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

De acuerdo a la SBS, al 31 de diciembre de 2004, el total de crédito a la micro y pequeña empresa superó los 3,152 millones de soles⁶⁸. Como se observa en el Cuadro 1, esta cifra casi se ha duplicado si se la compara con la del año 2001, y el incremento ha sido considerablemente mayor en las CMAC en relación con los demás tipos de instituciones.

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

	Al 31/12/01	Al 31/12/02	Al 31/12/03	Al 31/12/04	Incremento anual
--	-------------	-------------	-------------	-------------	------------------

⁶⁸ La información se obtiene del Balance de Comprobación de las instituciones, y el monto incluye la cartera vigente, refinanciada, reestructurada, vencida y en cobranza. Más adelante, se analiza la influencia de cada una de estas definiciones.

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

Fuente: SBS

Dos manifestaciones de este fenómeno son: a) los créditos otorgados por las CMAC que representaban 26% del total de la oferta en el 2001, ahora representan el 36% (como se observa en el Cuadro 2 este incremento en la participación relativa de las CMAC se ha logrado a costa de la Banca Múltiple), y b) entre las 10 instituciones con mayor cartera de crédito, la mitad son CMAC.

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

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

Fuente: SBS

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

Por ejemplo, la Caja Municipal de Huancayo ha crecido significativamente en los últimos años y actualmente disputa con el Banco de Crédito la supremacía en dicha ciudad (la principal de la Sierra peruana) en cuanto a crédito, colocaciones y número de clientes. Sus créditos los orienta hacia el ámbito urbano, principalmente comerciantes y artesanos, y mantiene una tasa de morosidad promedio que no supera el 10%⁶⁹. Según el representante de la institución que concedió la entrevista, las tasas de interés oscilan entre 2.5% y 3% mensual, dependiendo del cliente y del tipo de negocio, y únicamente en los préstamos "grandes" (superiores a \$10,000) se exige la presentación de una garantía hipotecaria.

Para enfrentar la creciente competencia con el Banco de Crédito, la CMAC está trabajando en reducir sus costos administrativos (que son muy superiores a los del Banco porque prestan montos menores y deben gastar más en el monitoreo a los créditos concedidos) y está desarrollando acciones de "fidelización" al cliente. Una de las acciones más destacadas es el "Programa de Ahorro Programado", mediante el cual se incentiva el ahorro mensual de sus clientes (montos pequeños, desde 20 o 25 soles) ofreciéndoles, a quienes cumplan con ahorrar todos los meses, el pago de un

⁶⁹ Estas bajas tasas de morosidad en realidad existen en casi todas las CMAC y dicho "éxito" se basa en la estrecha relación de confianza y conocimiento que logran establecer con sus clientes.

interés por dichos ahorros a fin de año (a una tasa de 5%, que es superior a la que paga el mercado), y además la promesa de prestarles el siguiente año hasta el doble de lo que les prestaron el año anterior.

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

Características del crédito ofrecido

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

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

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

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

Tipo de Institución	Dic 2002	Dic 2004		
	Tasas interés créditos microempresas	Tasas interés créditos microempresas	Tasas interés comercial	Diferencia en puntos porcentuales
Banca múltiple	53.1	47.9	9.1	38.8
Cajas Rurales	58.2	53.5	29.2	24.3

Cajas Municipales	59.2	52.8	42.9	9.9
Edpyme		59.9	56.8	3.1

Fuente: SBS

Las tasas más altas de los créditos a microempresarios (respecto a los créditos comerciales) se explica porque al ser montos pequeños tienen menor capacidad de generar intereses, lo cual debe ser compensado de alguna manera con tasas más altas⁷⁰.

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

¿Quiénes reciben crédito de las instituciones financieras?

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

Hay una fuerte asociación entre acceso a crédito y formalidad, aunque esta relación no es directa ya que hay muchas microempresas que acceden al crédito sin ser formales. Lo que sucede es que el crédito les permite crecer, y con ello su posibilidad y necesidad de ser formales se acentúa. Es importante mencionar que de todas formas existen micro y pequeñas empresas informales que utilizan crédito y para ellas, como ya se mencionó, la oferta está conformada principalmente por otro tipo de instituciones que pueden ser formales (como cooperativas, ONG, Bancos Comunes) o informales como prestamistas individuales, asociaciones grupales.

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

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

Sector económico	Banca Múltiple	Cajas Rurales	Cajas Municipales	Edpyme
Comercio	58.3%	53.4%	65.2%	52.4%
Actividades inmobiliarias,	10.6%	3.7%	3.4%	1.9%

⁷⁰ Si se define $I = P * i$ (donde I = Interés, P = Monto del préstamo, i = tasa de interés), dado que un crédito a microempresas tiene un bajo P , debe aumentar i para compensar de alguna manera la caída de I .

empresariales y de alquiler				
Manufactura	7.2%	2.8%	5.6%	9.2%
Transportes y almacenamiento	4.4%	3.4%	8.3%	4.9%
Agricultura	1.2%	27.1%	6.3%	6.5%
Hoteles y restaurantes	1.0%	1.0%	3.1%	1.4%
Otros	17.3%	8.6%	8.1%	23.7%
Total de clientes	286,321	45,971	282,315	101,752

Fuente: SBS

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

Análisis financiero según tipo de institución

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

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

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

Calificación	Banca Múltiple	CMAC	CRAC	Edpyme
Vigente	92.5	91.1	80.1	92.0
Refinanciado	1.4	2.1	10.9	1.6
Vencidos y cobranza judicial	6.1	6.8	9.0	6.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: SBS

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

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

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

Fuente: SBS

Se ha visto entonces que los indicadores de riesgo son muy similares para la Banca Múltiple, las CMAC y las Edpyme. Existen otros muchos indicadores financieros (asociados a la calidad de activos, solvencia, liquidez y gestión) pero solo nos vamos a referir a uno adicional, asociado a la rentabilidad.

En este rubro, el indicador más utilizado es la rentabilidad sobre patrimonio (ROE, Returns on Equity)⁷¹: Cuanto más grande sea esta relación, mayor será la rentabilidad. Los resultados se aprecian en el Cuadro 7, y se destaca la gran diferencia que existe en el ROE de las CMAC respecto al resto de instituciones financieras. La conclusión es entonces que si bien las CMAC tienen similares niveles de riesgo que la Banca Múltiple y las Edpyme (bajo en todos los casos), la rentabilidad es superior.

Cuadro 7
Rentabilidad sobre patrimonio (ROE⁷²) según tipo de institución financiera (31/12/2004)

Calificación	Banca múltiple para microempresas*	CMAC	CRAC	Edpyme
Rentabilidad	11.2	25.9	8.7	0.1

Fuente: SBS

* Esta relación corresponde a todas las operaciones de la Banca Múltiple y no solamente a las que se orientan a la microempresa.

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

⁷¹ Entre otras razones porque, dada la manera en que está construido, el indicador refleja aspectos de gestión, financiamiento y solvencia.

⁷². Quiere decir: retorno sobre la inversión.

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

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

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

- (a) Diversificar los grupos objetivos y ofrecer distintos tipos de crédito. De este modo además se evita que todas las instituciones presten a los mismos clientes, lo cual a su vez conduce a un incremento en la morosidad.
- (b) Mejorar los sistemas de evaluación de crédito. Si bien es cierto que para préstamos pequeños, los mecanismos de evaluación de crédito son relativamente más costosos (no logran diluirse por grandes economías de escala), a la larga resulta más caro para la institución no contar con estos mecanismos (o disponer de algunos demasiado elementales) ya que la ausencia de este primer filtro incrementa notablemente la probabilidad de no pago por parte del cliente.
- (c) Fomentar entre sus clientes una cultura crediticia de ahorro. Ello no solamente promueve la inversión en el cliente sino también le brinda confianza. Además, en términos de la institución financiera, le otorga mayor liquidez para efectuar nuevos préstamos. Se mencionó anteriormente el caso de una CMAC que promueve esa cultura utilizando la lógica del “préstamo escalonado” (si cumples con tus pagos, te presto mayores cantidades) pero aplicado al ahorro (si ahorras tal cantidad, el próximo año te presto hasta el doble de lo que te presté este año).

(d) Una manera adicional de ganarse la confianza del cliente y de atraer otros es aplicando el concepto de responsabilidad social y reinvertiendo las utilidades en su ciudad. Muchas de las personas entrevistadas en provincias sostienen que la mayoría de las instituciones financieras no reinvierten casi nada de sus utilidades en la región sino que lo hacen en Lima y ello lo perciben como falta de compromiso con la región donde operan.

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

Fondos de capital de riesgo.

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

SEAF Perú es una subsidiaria de SEAF, que es una administradora de Fondos de Capital Privado orientados a empresas de alto potencial de crecimiento en países en vías de desarrollo. Dicha administradora opera en 23 países, y para el caso peruano se ha constituido desde mayo del año 2004 un Fondo Transandino Perú (FTP) administrado por SEAF Perú.

En el Perú, el FTP se convierte en el primer fondo de inversión de capital privado con capital de inversionistas institucionales que es dirigido a la mediana empresa⁷³. De esta manera representa, por un lado, una alternativa adicional de inversión para instituciones como las Administradoras de Fondo de Pensiones (AFP) y, por el otro, una fuente de financiamiento de capital a largo plazo, que antes solamente era asequible para las grandes empresas. El FTP cuenta con un capital comprometido de 15 millones de dólares y tiene una duración de ocho años, pero a mitad de dicho lapso, deberá vender su participación en las inversiones para poder brindar un retorno a los inversionistas.

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

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

⁷³ Pueden provenir de distintos sectores, deben facturar más de 1 millón de dólares al año y contar con un alto potencial de crecimiento.

implementar sistemas contables y productivos para mejorar la eficiencia y el control interno.

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

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

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

Instituciones financieras de segundo piso

El objetivo general de estas instituciones “de segundo piso” es mejorar las posibilidades de acceso al crédito a las micro y pequeñas empresas que enfrentan dificultades de financiamiento. Concretamente se presentan cuatro casos:

- Cofide, que brinda sus servicios de crédito a través de las instituciones que se analizaron en la sección anterior (Bancos, CMAC, CRAC, Edpyme).
- Copeme, que brinda servicios a las instituciones microfinancieras para incrementar su oferta de ahorro y crédito dirigida a las micro y pequeñas empresas.
- Development Credit Authority (DCA), que financia, por intermedio de los Bancos, inversiones en tecnologías de producción limpias, utilizando para ello fondos de garantía.
- Programa de Fortalecimiento Patrimonial de Empresas, cuyo objetivo era lograr que empresas económicamente viables con dificultades para pagar sus deudas, vuelvan a ser sujetos de crédito. Este Programa no tuvo el éxito esperado y ya no existe, pero es importante reseñarlo para extraer algunas lecciones.

Corporación Financiera de Desarrollo (Cofide)

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

Cuenta con programas y líneas de crédito para las micro y pequeñas empresas, que les permiten financiar todas las etapas del proceso de inversión, desde los estudios de factibilidad e identificación de mercados, pasando por los diferentes procesos de producción y servicios de la empresa, hasta la modernización de la planta y operaciones de comercio exterior.

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

(a) Micro Global⁷⁴:

El objetivo es ampliar el acceso al crédito para la microempresa formal e informal urbana, urbano-marginal y rural, que realice actividades de producción, comercio o de servicios⁷⁵. Cofide aprobará préstamos a las instituciones financieras intermediarias del Sistema Financiero Nacional que califiquen de acuerdo con las normas que establece el BID, y que suscriban con la Corporación el Convenio de Participación correspondiente.

El destino de la línea de crédito es el financiamiento de activos fijos y capital de trabajo. Cofide establece la tasa de interés que le cobra a la IFI y ésta a su vez la que le cobra a la micro y pequeña empresa. Cada IFI se preocupa de que el monto promedio de sus colocaciones no exceda de cinco mil dólares, y el monto máximo, de diez mil dólares. Finalmente, el plazo máximo de los préstamos de Cofide a las IFI es de cuatro años.

(b) Fondo para el Desarrollo de la Microempresa (Fondemi):

Fondemi es un componente del Programa Perú Emprendedor del MTPE destinado a brindar servicios financieros, que es administrado por Cofide en fideicomiso. El objetivo del Programa es contribuir al desarrollo de la microempresa, canalizando recursos para financiar los requerimientos del sector de las MYPE, derivados de sus actividades productivas, comerciales o de servicios. Los requisitos para ser beneficiario son los mismos que los del Programa Micro Global o Hábitat Productivo, y además que el saldo total adeudado en el sistema financiero no supere los diez mil dólares.

Cofide canaliza los recursos a través de las IFI Especializadas en la Microempresa, mediante la modalidad de línea de crédito. El destino de la línea de crédito es financiamiento de activos fijos y capital de trabajo. Fondemi establece la tasa de interés que le cobra a la IFI y ésta a su vez negocia con la micro y pequeña empresa la tasa que le cobrará. El monto máximo del préstamo a la empresa es de diez mil dólares, mientras que el plazo máximo de los préstamos de Fondemi a la IFI es de tres años.

(c) Línea de Crédito Pro Pequeña Empresa, PROPEM BID:

El objetivo es impulsar el desarrollo de la Pequeña Empresa⁷⁶ nacional, que se desarrolle en las diferentes actividades económicas mediante el financiamiento del establecimiento, ampliación y mejoramiento de sus plantas y equipos, así como de sus costos de diseño y servicios de apoyo relacionados, y además como capital de trabajo. La modalidad es el redescuento de los recursos del Programa a las IFI calificadas, y

⁷⁴Cofide tiene un Programa similar, llamado *Hábitat Productivo*, en el que se privilegia como sujeto de crédito a la población afectada por el Fenómeno del Niño y a las ciudades donde el Ministerio de Vivienda ejecuta actividades de desarrollo urbano.

⁷⁵Los requisitos para que una empresa sea beneficiaria del Programa es que tenga no más de 10 empleados y que sus activos no superen los 20 mil dólares excluyendo los bienes inmuebles

⁷⁶Se define pequeña empresa como aquella cuyas ventas anuales no exceda \$1'500,000.

además Cofide puede canalizar los recursos a través de líneas de crédito en favor de las IFI.

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

(d) Créditos subordinados:

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

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

Si bien el rol de esta institución será analizado con mayor detalle más adelante (cuando se vean los servicios no financieros) es importante mencionar que esta asociación civil creada en 1990 también tiene algunas actividades relevantes en el campo financiero.

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

(a) Asistencia técnica y capacitación: orientadas al fortalecimiento de la gestión de la Institución Microfinanciera (IMF) para que ésta mejore en aspectos administrativos, financieros y de cartera. Se desarrollan temas como planificación estratégica, sistemas de información gerencial, tecnologías de microcrédito, administración de riesgos, entre otros.

(b) Sinfoned: Base de datos con información de ONG y Edpyme, que contiene información de los estados financieros y de cartera, y cuya finalidad es consolidar la oferta real de financiamiento a la micro y pequeña empresa y publicar reportes de desempeño de las IMF.

(c) IQT: Servicio orientado a preparar a las Instituciones Microfinancieras para fortalecer la calidad de información y gestión, de tal manera que aquellas IMF no supervisadas por la SBS puedan adoptar un sistema de autorregulación, mientras las que sí están supervisadas por dicho ente puedan fortalecer su gestión administrativa y financiera.

Development Credit Authority (DCA)

Los Bancos difícilmente otorgan créditos para inversiones en tecnologías de producción más limpias⁷⁷ pues las consideran de mayor riesgo. Cuando lo hacen, las

⁷⁷ Son tecnologías que apuntan a un uso más eficiente de recursos (agua, energía) y/o a reducir la contaminación generada (desechos sólidos, emisiones al aire).

condiciones del crédito son muy “duras”: altas tasas de interés, alto requisito de colateral, corto plazo de repago. Un Fondo de Garantía permite generar incentivos para que los Bancos brinden créditos orientados a este tipo de inversiones: a) es una alternativa sostenible porque se ubica en el mercado de capital local, b) limita el riesgo de invertir en áreas no muy conocidas, c) brinda mayor liquidez, y d) a mediano plazo, se espera que los Bancos reconozcan la rentabilidad de estas inversiones en tecnología.

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

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

Programa de Fortalecimiento Patrimonial de Empresas (FOPE).

Como ya se mencionó líneas arriba, este Programa ya no existe. El FOPE tenía como objetivo central otorgar un incentivo para que las empresas económicamente viables vuelvan a ser sujetas de crédito. Se basaba en que el fortalecimiento patrimonial de las empresas económicamente viables es un objetivo común de ellas, de los Bancos y del Estado⁷⁸. Dado que para conseguir su objetivo central era necesaria la refinanciación de la deuda (para así mejorar la rentabilidad financiera y el nivel de capitalización de las empresas), el éxito del Programa dependía en buena medida de los incentivos brindados para que el deudor se esfuerce en pagar sus obligaciones y que el acreedor reprogramme las deudas solamente de aquellas empresas económicamente viables.

Entre las razones que explican la pobre aceptación que tuvo el Programa desde sus inicios, se pueden mencionar: a) la escasa flexibilidad en el esquema inicial que no permitía casi márgenes de negociación entre acreedores y deudores, b) los porcentajes de reducción de deuda eran superiores a los porcentajes de provisión a los que se encontraban sujetos los Bancos, lo cual atentaba contra los intereses de estos últimos, c) la falta de incentivos para los deudores que podían pagar montos mayores de la deuda, y d) la determinación de “empresa viable” en función del criterio “nivel de ventas anuales” era una limitación dada la poca información disponible.

En el 2001, meses después de creado el FOPE, se realizaron una serie de modificaciones al Programa: reducción del porcentaje de la deuda que tenían las empresas con los Bancos, reducción de la tasa de aporte mínimo por parte de la empresa deudora, incremento del tope del aporte del Estado, definición de “empresa

⁷⁸ Entre los lineamientos principales bajo los cuales operaba el Programa, se pueden mencionar: a) las empresas beneficiarias (“viables”) son aquellas con deuda bancaria hasta 4 millones de dólares y que, según la SBS, sea considerada en la categoría “deficiente” o “dudosa”, b) la deuda a refinanciar incluye principal e intereses, c) a mayor aporte inicial del deudor, mayor aporte del Estado, y d) los Bancos que refinancien a las empresas, deberán proveerlas de financiamiento de corto plazo para capital de trabajo.

viable” según monto de deuda bancaria, reducción del período durante el cual el Banco debe financiar el capital de trabajo. No obstante ello, los resultados no cambiaron sustancialmente.

Instituciones financieras de garantías

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

Fundación Fondo de Garantía para Préstamos a la Pequeña Industria (Fogapi)

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

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

Fogapi es una entidad facilitadora de garantías para el acceso al crédito de la micro y pequeña empresa, y en tal sentido su objetivo es apoyar, promover y asesorar el desarrollo de las pequeñas y microempresas de cualquier sector económico mediante operaciones de afianzamiento que les permita acceder al crédito de las instituciones financieras y de proveedores, participar en las licitaciones, concursos públicos o privados, y lograr adelantos de retribuciones en condiciones adecuadas de oportunidad y costos.

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

A.1 Cartas fianzas:

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

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

* Garantías técnicas: Actualmente se opera con la de “Fiel Cumplimiento de Contratos” que es aquella que garantiza al solicitante del suministro de bienes o del servicio, el cumplimiento del contrato por parte de la micro y pequeña empresa conforme a

especificaciones técnicas pactadas o requerimientos del servicio. Igualmente se otorgan cartas fianza por “prestaciones accesorias” en los contratos que requieren algunas prestaciones adicionales como mantenimiento, reparación u otras.

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

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

B.1 Garantía de cartera o global para créditos MYPE:

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

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

C.1 Garantía de intermediario:

Bajo este modelo las IFI pueden acceder a nuevos recursos financieros para el desarrollo de sus actividades de intermediación orientadas a las micro y pequeñas empresas, con la garantía de Fogapi. Está dirigido principalmente a Edpyme y a ONG especializadas en microfinanzas.

4.2 Instituciones que brindan Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE)

1. Prompyme - Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa

Prompyme se constituye como una instancia de promoción, coordinación y concertación de las acciones necesarias para contribuir con el incremento de la competitividad de la pequeña y microempresa en los diferentes mercados en los que ésta participa.

Visión: Es la institución líder de la región en la promoción del desarrollo empresarial.

Ha logrado que la MYPE sea la principal fuente de generación de riqueza y que se consolide la cultura emprendedora en el Perú.

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

Objetivos:

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

Estos tres objetivos se han traducido en tres líneas de trabajo: a) desarrollo y promoción de mercados, b) desarrollo de productos y servicios empresariales, y c) desarrollo y promoción de tecnologías de la información.

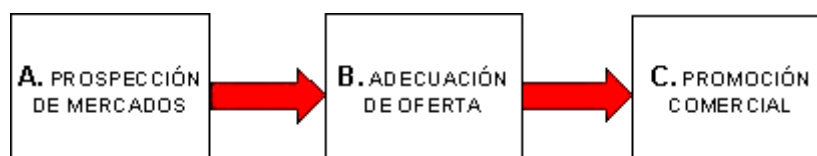
Metodología de trabajo:

La intervención de Prompyme se basa en una metodología que busca facilitar el acceso de MYPE competitivas a mercados previamente identificados y aumentar considerablemente sus ventas sobre la base del cumplimiento de estándares óptimos de calidad para cada mercado. La idea es captar a las MYPE que potencialmente pueden satisfacer ese mercado para articularlas con entidades que proveen capacitación y asistencia técnica. Finalmente se realizan estrategias promocionales con la finalidad de articularlas efectivamente a ese mercado.

En esta línea, la más importante responsabilidad de Prompyme para con las empresas del sector es facilitar su participación en el mercado de las compras del Estado. Para ello ha elaborado un portal en Internet que sirve de guía para las empresas, brindando toda la información necesaria para participar en los concursos, las licitaciones y compras directas. Este portal es uno de los más visitados por las empresas del sector, y ha servido para que un número creciente de Mipyme se conviertan en proveedoras permanentes del Estado.

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

Metodología institucional



Proyectos especiales:

Estos proyectos se realizan con recursos otorgados por organismos de cooperación internacional y buscan priorizar una estrategia de “cadenas de valor y redes” con miras

a elevar la competitividad de un grupo de MYPE con mayor potencial de desarrollo sobre la base de una demanda identificada. Para ello, primero se identifica y enfrenta la problemática de los eslabones “clave” de la cadena de valor. Una vez hecho esto, se promueve la eficiencia a través de la asociatividad, tanto dentro de cada eslabón (articulación horizontal), como entre los distintos eslabones (articulación vertical).

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

A continuación se presentan dos ejemplos de estos proyectos especiales:

I. Proyecto Redes Empresariales

El 23 de marzo del año 2004, el BID y Prompyme suscribieron un Convenio de Cooperación Técnica No Reembolsable por un monto de 1'600,000 dólares para la ejecución del Proyecto “Desarrollo de Redes Empresariales en los Conglomerados de Confecciones en Gamarra y de Turismo en Cusco”. Dicho Proyecto inició su implementación el 16 de septiembre de 2004, luego de que Prompyme cumpliera con las condiciones iniciales establecidas por el BID, así como con los procedimientos inherentes a las instituciones del sector público en cuanto a la ejecución de proyectos con financiamiento de fuentes externas.

El objetivo general del proyecto es contribuir a elevar la competitividad de los conglomerados de turismo en Cusco y de confecciones en Gamarra. El objetivo específico es constituir redes asociativas empresariales dentro de los conglomerados, para que dichas redes sean capaces de alcanzar dinámicas de eficiencia colectiva y de optimizar la inserción de las empresas en los mercados.

Nombre del proyecto	Desarrollo de Redes Empresariales en los Conglomerados de Confecciones en Gamarra y de Turismo en Cusco.
Organismo ejecutor	PROMPYME
Entidad cooperante	Fondo Multilateral de Inversiones del BID (FOMIN)
Financiamiento	FOMIN: US\$ 970,000.00 (61%) PROMPYME: US\$ 630,000.00 (39%) Total: US\$ 1,600,000.00 (100%)
Total de beneficiarios	250 MYPE confeccionistas de Gamarra y 250 MYPE de servicios turísticos de Cusco.
Calendario de ejecución	36 meses
Sector económico	Confecciones (Gamarra) y Turismo (Cusco)
Situación del proyecto	En ejecución (setiembre 2004)
Director del proyecto	Ramón Espinoza P.

II. Proyecto Generando Capacidades para las Cadenas de Exportación, GECEX

La República del Perú suscribió con el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF), entidad perteneciente al Banco Mundial, el Convenio de Préstamo N° 7177-PE para financiar el Proyecto “Apoyo para Mejorar la Oferta Productiva y Facilitar el Comercio Exterior” (PAMC). El propósito de dicho préstamo es apoyar al gobierno del Perú en lograr un incremento significativo de la competitividad en el país como medio para alcanzar un aumento continuo, sostenido y sostenible de las exportaciones peruanas, en particular las no tradicionales, que permita restaurar el crecimiento económico y el empleo.

En este contexto, el GECEX es el resultado de la participación de Prompyme en la ejecución de un conjunto de actividades a favor de las MYPE dentro del marco del PAMC. El objetivo general del Proyecto es generar capacidades productivas y empresariales en las MYPE que les permitan insertarse progresivamente en la cadena exportadora del país, ya sea de manera directa o indirecta, haciendo suyos los requerimientos y exigencias del mercado internacional.

Nombre del proyecto	Generando Capacidades para las Cadenas de Exportación (GECEX)
Organismo ejecutor	Prompyme
Financiamiento	Monto total: US\$ 1,600,000.00
Total de beneficiarios	Aproximadamente mil micro y pequeñas empresas a nivel nacional.
Calendario de ejecución	Hasta setiembre de 2007
Sectores	Agropecuaria - agroindustrial, textil - confecciones, madera, artesanía - joyería, pesca y otras manufacturas (con énfasis en metalmecánica).
Regiones	Lima, Arequipa, Lambayeque, Piura, Puno, Cuzco, Junín, La Libertad, Cajamarca y Loreto.

2. COPEME

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

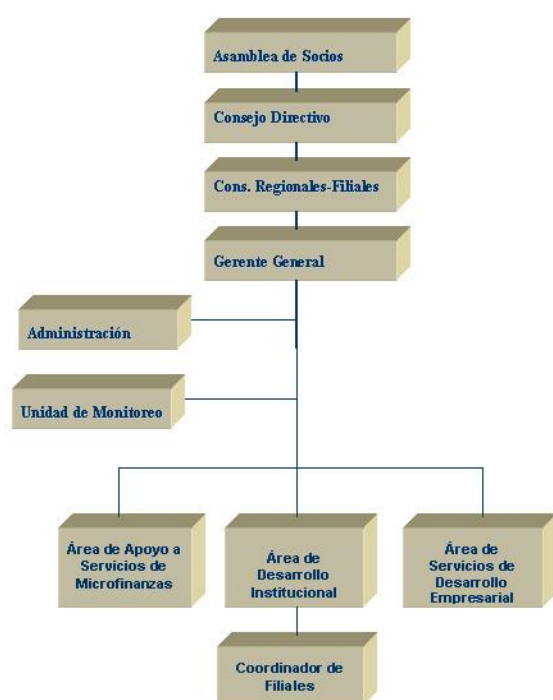
Tiene actualmente más de 50 instituciones (la mayoría ONG) asociadas, ubicadas en las ciudades más importantes del Perú que trabajan en diversas líneas de especialización como capacitación, asistencia técnica, financiamiento, asesoramiento, comercialización, entre otras.

Su misión es constituirse como un organismo representativo, coordinador de los programas de apoyo que los organismos privados ejecutan para el desarrollo de las MYPE y con capacidad de influir en las políticas públicas de este sector.

Sus objetivos son los siguientes:

1. Apoyar el mejoramiento de la competitividad de las instituciones asociadas.
 2. La identificación como un ACTOR de la sociedad civil
 3. Coordinar con el Estado, gobiernos locales y cooperación internacional.
 4. Formular propuestas de políticas e incidencia en la pública.
 5. Oferta y demanda de servicios: desarrollo empresarial, fortalecimiento institucional, microfinanzas y competitividad local.
 6. Una organización nacional descentralizada, sostenible y con capacidad de propuesta, gestión de proyectos, programas, servicios en los ámbitos local y nacional.
 7. Con personal idóneo, con experiencia y capacidad de propuesta, gestión y eficiencia en uso de recursos institucionales
 8. Facilitar sinergias entre asociadas.
- Promover el desarrollo de conocimiento, nuevos productos y tecnologías empresariales.

Su organización:



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

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

Así mismo, el área de SDE desarrolla principalmente las acciones de:

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

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

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

Componentes de Perú Emprendedor:

1. BonoPyme. Son bonos para los empresarios MYPE de las 14 regiones donde funciona el programa, que les permiten obtener descuentos en los servicios de desarrollo empresarial que requieran.
2. BonoEmprende. Apoya con bonos de cofinanciamiento a los jóvenes con iniciativas empresariales en cinco regiones para que pongan en marcha su propia empresa, acompañándolos desde la idea de negocios hasta su implementación.
3. BonoGremio. Dirigido a líderes e integrantes de gremios y asociaciones empresariales registradas o por registrarse en el Renamype de las 14 regiones donde opera el programa. Brinda cofinanciamiento para contratar servicios que les permitan fortalecerse y mejorar su gestión, liderazgo, representación, cooperación y articulación empresarial.
4. Supérate, Programa Adultos Emprendedores. Apoya a adultos mayores de 30 años, ex trabajadores públicos y privados de Arequipa, Huancayo, Lima y Piura, brindándoles capacitación y asesoría para reinserirse en el mercado laboral o implementar un negocio propio.
5. BonoPropoli. Está dirigido a microempresas de 10 distritos seleccionados de Lima, brindándoles capacitación y asesoría / asistencia técnica mediante bonos de cofinanciamiento.
6. Línea de crédito PrestaMype-Fondemi. Administrada por Cofide y canalizada por Instituciones Intermediarias Financieras. Son líneas de crédito para empresarios MYPE, que pueden ser utilizadas para capital de trabajo o activos fijo (a nivel nacional).

BonoPyme

Las MYPE presentan diversos problemas que limitan su crecimiento y competitividad, por lo que BonoPyme les ofrece la oportunidad de contratar expertos que las ayuden a superar sus problemas.

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

Público objetivo: Empresarios de la micro y pequeña empresa de los sectores de manufactura, comercio o servicios, que tengan de dos a cincuenta trabajadores remunerados, incluyendo al dueño de la empresa, y mínimo de un año de funcionamiento con RUC (Registro Único del Contribuyente) activo.

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

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

Servicios:

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

Con la consultoría, la asesoría y la asistencia técnica el empresario puede contratar también estudios de mercado y oportunidades de negocio, desarrollo o diseño de productos, estrategias de mercadeo, desarrollo de *software* y de manuales, así como diagnósticos de gestión, financieros, de calidad, entre otros.

BonoGremio

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

Ámbito geográfico: a nivel nacional y de manera prioritaria en las 14 regiones donde opera el programa.

Público objetivo: asociaciones empresariales registradas, o en trámite, en el Renamype.

Requisitos: estar registradas o en trámite de registro ante el Renamype.

Procedimiento: la asociación MYPE conjuntamente con un proveedor de SDE presenta al programa un plan coordinado. Luego de ser aprobado, la asociación firma contrato con el proveedor y le entrega el pago que le corresponde; el proveedor ejecuta el servicio y previa supervisión y evaluación del mismo, se procede al pago del cofinanciamiento.

Servicios

- Servicios para el desarrollo de competencias en temas de liderazgo y gestión asociativa, diagnóstico de potencial económico, que incluye capacitación y asistencia técnica. El programa subvenciona hasta el 85% del precio del servicio, siendo su aporte máximo de 1950 soles.
- Servicios de gestión y seguimiento para la inscripción en Renamype: asesoría en trámite de RUC, inscripción de testimonio o consejo directivo ante Registros Públicos, regularización de asambleas, actualización de padrón de asociados. El Programa cofinancia el 85% del precio del servicio hasta un máximo de 410 soles.

4. Centros de Innovación Tecnológica (CITE) - MinProduce

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

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

Como se aprecia en la siguiente tabla, actualmente existen 12 CITE (3 públicos y 9 privados) que cubren un amplio espectro de las cadenas productivas⁷⁹. La red de CITE es la que articula su labor y promueve la creación de otros más.

Nombre del CITE	Carácter	Ubicación	Cadena productiva
CITEccal	Público	Lima	Cuero, calzado e industrias conexas
CITEmadera	Público	Lima y Pucallpa	Madera y muebles
CITEvid	Público	Ica	Vitivinícola y hortofrutícola
CITEfrutas tropicales y plantas medicinales	Privado	Loreto	Frutas tropicales y plantas medicinales
CITEagroindustrial módulo de servicios Tacna	Privado	Tacna	Olivícola, vitivinícola, hierbas aromáticas, hortofrutícola
CITEconfecciones El Taller	Privado	Arequipa	Confecciones de tejido plano y de punto
CITEagroindustrial CEPORUI	Privado	Arequipa	Hierbas aromáticas orgánicas

⁷⁹ En 1999 se crea el primer CITE (CITEccal) y a partir del año 2002 se crean los CITE privados. Todos tienen un Consejo Directivo de carácter privado, inclusive en el caso de los CITE públicos.

CITEagroindustrial Piura	Privado	Piura	Mango, banano y algarrobita
CITEindustria textil camélidos del Perú	Privado	Arequipa	Confecciones textiles de camélidos
CITEagroindustrial Ayacucho	Privado	Ayacucho	Hortofrutícola
CITEmetal mecánico ATEM	Privado	Lima	Transversal a todas las cadenas en el tema metal mecánico
CITE de la información CIBERTEC	Privado	Lima	Transversal a todas las cadenas en el tema sistemas de información

En cuanto a quiénes integran un CITE: cuando es de carácter privado por lo general resulta de la asociación entre varias instituciones como ONG, gremios empresariales, universidades, cámaras de comercio⁸⁰, lo cual permite entre otras cosas: a) utilizar y complementar la experiencia y conocimientos de cada una de estas instituciones, b) darle al CITE mayor representatividad y legitimidad ante los empresarios y ante la sociedad en general), y c) aprovechar los recursos de cada institución (en términos de personal, infraestructura) para poder reducir costos fijos y aumentar la sostenibilidad del CITE.

Los servicios que brindan los CITE a las empresas son de distinto tipo:

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

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

Actualmente los CITE se encuentran redefiniendo su modelo, el cual se basaría en tres ejes principales:

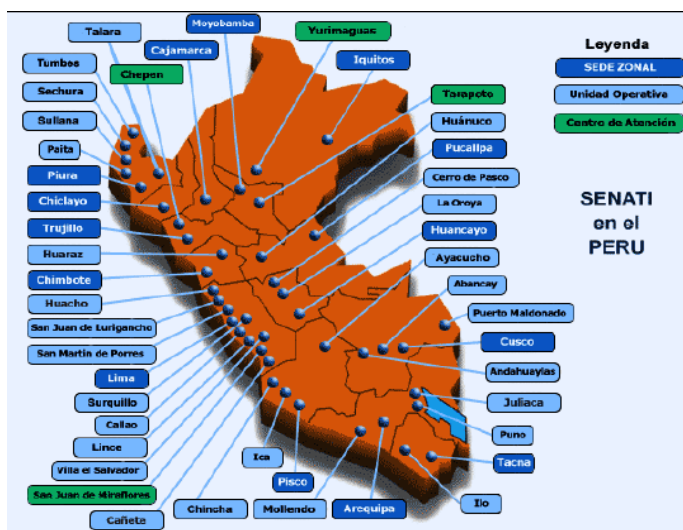
- Seguimiento e impacto: dirigido a las empresas que reciben los servicios.
- *Marketing*: con el fin de llegar a un mayor número de empresarios.
- Calidad interna: para continuar y mejorar los procesos de buenas prácticas agrícolas, manufactureras, entre otras.

⁸⁰ Solamente a manera de ejemplo se tiene el caso del CITE de Loreto en el que participan el Instituto de Amazonía Peruana, ESSALUD y la Cámara de Comercio.

Por último, actualmente la Red de CITE pretende incidir bastante en una prospectiva tecnológica, es decir, anticiparse a demandas futuras, captar tecnología del exterior y aplicarla en el país (como puede darse en el tema de código de barras que se está volviendo un requisito indispensable para exportar y si bien es una práctica muy generalizada en muchos países, aún no lo es tanto en el Perú sobre todo entre las pequeñas empresas). Igualmente, la Red busca desarrollar un parque tecnológico y de incubadoras de proyectos, y reforzar temas de investigación y desarrollo.

5. SENATI – Red Centropyme

El Senati (Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial) es una de las instituciones más antiguas e importantes en el campo de la capacitación laboral en el Perú. Cuenta con 42 locales en todo el país, distribuidos en 14 zonales, en los que brinda capacitación a decenas de miles de trabajadores (su función principal) y también a un número creciente de pequeñas empresas. La modalidad para brindar servicios a las MYPE es a través de los Centropyme, que son unidades especializadas orientadas hacia el sector de las pequeñas empresas. Los Centros de Servicios Empresariales del Senati (Centropyme) apoyan a las empresarias y empresarios a fortalecer la competitividad de sus Pequeñas Empresas, a través de la mejora de: a) la rentabilidad de sus empresas, b) la productividad de sus recursos, procesos y **métodos** de trabajo, c) la calidad de sus productos, y d) facilita el acceso al mercado y a las nuevas tecnologías.



Clientes

Sus clientes son pequeñas empresas de los sectores:

- Producción.
- Servicios.
- Comercio.

De los siguientes rubros:

- Metalmecánica y Fundición.
- Textilería y confección de prendas de vestir.
- Industria Alimentaria.
- Panificación, pastelería, buffet, derivados lácteos.

- Mecánica automotriz.
- Electrónica y electrotecnia Industrial.
- Cuero y calzado.
- Carpintería.
- Joyería.
- Artesanía.
- Turismo y hotelería (hoteles y restaurantes).

Servicios empresariales

En el ámbito nacional, ofrece a sus clientes los siguientes servicios:

- Diagnóstico empresarial.
- Capacitación o consultoría y asistencia técnica.
- Asesoría.
- Servicio de maquinado.
- Información.

Diagnóstico empresarial

Consiste en un análisis metódico de la empresa para identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en las áreas de la gestión y/o producción de su empresa.

Capacitación

Este es el principal servicio de los CentroPYME pues se orientan hacia los empresarios o trabajadores que ocupan cargos directivos o que se desempeñan como mandos medios u operarios en la empresa. En los cursos se une la teoría con la práctica orientando a los participantes constantemente hacia la aplicación, al igual que en el resto de programas del Senati, aplicamos la filosofía del “Aprender – Haciendo”. Los cursos se desarrollan en los talleres equipados con tecnología de acuerdo con las necesidades de los clientes, tanto en las sedes operativas del Senati, como en locales de instituciones o empresas que reúnan condiciones adecuadas para la capacitación. Para atender a poblaciones en lugares remotos el Senati cuenta con unidades móviles que constituyen talleres móviles equipados para atender cursos en las especialidades de:

- Confección de prendas de vestir.
- Panificación.
- Procesamiento de frutas y hortalizas.
- Elaboración de derivados lácteos.
- Trabajos básicos del rubro metalmecánica: mecánica de mantenimiento que incluye torno, soldadura eléctrica y mecánica de banco.

Dentro de la oferta de cursos la línea de los productos de IPACE se distingue por su metodología de multimedia.

Consultoría y asistencia técnica

Este servicio se caracteriza por brindar una solución rápida y efectiva de problemas en la empresa a través de la participación de consultores especializados.

Por ejemplo en:

- Mantenimiento y reparación de máquinas.
- Elaboración de estudios de mercado.

- Pruebas de materiales.

Asesoría

El personal de Senati está especializado en la facilitación de procesos de mejora y cambio, de guía y apoyo al dueño y los trabajadores de una empresa en la identificación de problemas, oportunidades y recursos, encontrando opciones y seleccionando una curso de acción entendido por todos como necesario y puesto en práctica en forma común.

Por ejemplo:

- Elaboración participativa del Plan de Negocio de la Empresa, mejorando a la vez la capacidad planificadora del personal.
- Acompañamiento en el proceso de preparación para la certificación (HACCP, Calidad Total, ISO 9000, ISO 14000)

Información

Senati brinda información específica y diferenciada para los emprendedores, empresarias y empresarios de la PYME y consultores que trabajan en este mismo segmento del mercado. Cuenta con [InfoPYME](#) vía Internet.

6. IDESI Nacional

El Instituto de Desarrollo del Sector Informal, Idesi, es uno de los pioneros en el trabajo con las micro y pequeñas empresas desde la sociedad civil. Acaba de cumplir 20 años de creación y trabaja alrededor de cuatro ejes:

a) Microcréditos:

A través de 13 Idesi regionales (Arequipa, Cusco, Ica, Lima, Huancayo, Ayacucho, San Martín, Huánuco, Región Grau, Chavín, Lambayeque, La Libertad, Cajamarca) y de la Edpyme Pro Empresa que funciona en Lima, Ayacucho, Arequipa y Andahuaylas.

b) Capacitación y asistencia técnica:

En gestión, calidad y procesos productivos en los 13 Idesi regionales.

c) Articulación comercial:

Que se da principalmente entre las MYPE con oferta organizada y demanda. En Huánuco: tara, papa capiro, maíz amarillo duro, hortensias. En Ayacucho: tuna, cochinilla, cuyes, palta, lúcuma. En Arequipa: lácteos. Se desarrolla en el marco del proyecto con la Unión Europea (Inclusión de Microempresas con Potencial Competitivo en Circuitos Dinámicos de Mercados Locales y Regionales).

d) Apoyo a la organización gremial:

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

Los Idesi regionales están articulados a la red nacional y ejecutan, por tanto, programas nacionales, pero también llevan adelante iniciativas propias. En sus directorios incluyen representantes de gremios regionales y de la sociedad civil.

7. Programas para las MYPE del Fondo de Compensación y Desarrollo Social – FONCODES (del MIMDES⁸¹)

Presenta cuatro programas centrales dirigidos a las micro y pequeñas empresas:

1. Programa de emprendimientos rurales:

14 millones de dólares provenientes del BID para apoyar a las micro y pequeñas empresas, 6 de los cuales ya se han ejecutado. 1.5 millones de dólares se han destinado al Sistema de Bonos de Capacitación y Asistencia Técnica.

Este programa está dirigido a quince mil organizaciones sociales de base para articularlas con empresas tipo Wong, Topy Top, Allpa, y otras, que les comprarían su producción, pero también les darían servicios como capacitación y asistencia técnica.

2. Programa PAME:

Apoyo a la micro y pequeña empresa con un fondo de 53 millones de dólares colocados en 23 Instituciones Financieras especializadas en PYME. Los intereses anuales (US\$ 1.5 Millones) serán destinados al Sistema de Bonos de Capacitación y Asistencia Técnica.

3. Programa Corredor Cusco-Puno:

Se han elaborado 1200 planes de negocios para sendas micro y pequeñas empresas, que les ayudarán a mejorar su nivel de productividad, ventas y sostenibilidad en el tiempo.

4. Programa Sierra Sur:

Comprende Arequipa, Moquegua y Tacna. Se tiene un presupuesto de 21 millones de dólares para seis años. Este año se han ejecutado tres millones.

8. Centros de Servicios Económicos del PRA⁸²

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

La metodología del PRA consiste en a) identificar un mercado probado, con una demanda efectiva, generalmente en el exterior, b) ubicar el (o los) agente económico local que tiene la potencialidad de cumplir con los requerimientos del mercado, c) brindar capacitación y asistencia técnica a las unidades económicas que intervienen en el proyecto, d) remover los obstáculos que podrían obstaculizar el éxito del negocio, e) buscar los aliados, tanto en el Estado como en el sector privado que puedan colaborar con el negocio, f) brindar una asesoría permanente hasta que el negocio pueda autosostenerse.

Las metas del proyecto son lograr 160 millones de dólares en producción adicional, crear 55 mil empleos directos y generar una inversión total de 13.5 millones de

⁸¹. Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social

⁸². Denominado Proyecto de Reducción y Alivio a la Pobreza (PRA), y que cuenta con el financiamiento de USAID.

dólares. Los clientes del PRA son: 481 empresas medianas y grandes, 115 pequeñas empresas, y unas 1128 microempresas, sobre todo como proveedoras de las primeras.

Algunos de los proyectos exitosos del PRA son: Royal Knit en Puno, el holantao en Ayacucho, la artesanía también en Ayacucho, alcachofa en Huancayo, truchas en Junín, Huancavelica y Puno, cadenas de oro en Cajamarca, entre otros.

9. Centro de Desarrollo y Promoción de PYME – CDPYMES de la Cámara de Comercio de Lima (CCL)

La Cámara de Comercio de Lima, con la finalidad de atender a las pequeñas y microempresas, creó en el año 2003, el Centro de Desarrollo y Promoción de las PYME en el distrito de Los Olivos. Siendo el principal objetivo de este centro el de fomentar el desarrollo, la competitividad y el desenvolvimiento eficaz de este sector empresarial.

Los servicios de brinda el CDPYMES son los siguientes:

- Registro Nacional de Protestos y Moras, donde se puede regularizar títulos valores protestados, solicitar historial crediticio de manera inmediata y gratuita, y verificar información de un posible cliente.
- Consultas legales, de tipo laboral, civil, tributaria, constitución, etcétera.
- Capacitación en temas de gestión empresarial y cursos a medida, diseñados de acuerdo con los requerimientos y necesidades del giro de la empresa.
- Asesoría y trámites en comercio exterior.
- Brinda información sobre compras del Estado a cargo de Prompyme.
- Da información sobre los programas BonoPyme y Prodame del Ministerio de Trabajo.
- Asesora en formalización y constitución de empresas.
- Asesora para acceder a líneas de crédito.
- Cartas Fianzas para PYME de toda actividad económica.
- Ruedas de negocios, foros, ferias.
- Cursos especializados sobre los temas mencionados.
- Edita una revista especializada para las empresas del sector.

10. Cámara Nacional de Comercio, Producción y Servicios – PERÚ-CÁMARAS

Esta institución tiene como misión representar los intereses de sus asociados, facilitar su vinculación con oportunidades de negocios, así como brindar servicios especializados y asistencia, orientados a impulsar la competitividad de las empresas, dirigiéndolas hacia una efectiva descentralización e integración nacional, en un entorno comercial globalizado. El actual proceso de descentralización y regionalización que se inicia a partir de enero de 2003 como política de gobierno, abre las posibilidades de un desarrollo sostenido en todos los departamentos, hoy regiones del Perú.

PERÚ-CÁMARAS tiene un programa orientado especialmente para las micro, pequeñas y medianas empresas de las regiones del país, que ha denominado: Misión Perú. Este programa es una propuesta empresarial de desarrollo productivo descentralizado mediante el cual las Cámaras de Comercio, Producción y Servicios afiliadas a PERÚ-CÁMARAS pretenden participar activamente en el actual proceso de

descentralización vía la promoción de inversiones, la búsqueda de oportunidades de negocios y la instalación de nuevas plantas de producción y empresas en las regiones del Perú.

Su objetivo es apoyar el desarrollo descentralizado con proyectos productivos en las diferentes regiones del país, revisando los planes y programas regionales bajo el liderazgo de empresarios organizados. A través de este programa se intenta poner en movimiento fuerzas directrices y aportes de capital para impulsar potencialidades regionales que posibiliten el desarrollo regional. El medio principal va a ser la promoción e implementación de un sistema de articulación empresarial que permita un flujo permanente de transmisión de tecnología y *management* de las empresas más grandes, con mayor experiencia y capacidad, a las empresas medianas y pequeñas. La modalidad de esta articulación es flexible y se aplica según cada caso. Se promueven las siguientes modalidades:

- Conformación de conglomerados o *clusters*. Procesos de subcontratación. Consorcios para la comercialización.
- Promoción de *joint ventures* con inversión extranjera.

La estrategia de intervención del Programa contempla los siguientes aspectos:

- Identificar oportunidades de negocios, vía la iniciativa e innovación empresarial regional.
- Priorizar la inversión nacional y extranjera en infraestructura para aumentar la competitividad, vía el gobierno nacional y regional.
- Fortalecer los gobiernos regionales y locales para asegurar una eficiente y eficaz gestión.
- Privilegiar el desarrollo de las regiones con bajo PBI. Tiene reducido costo y alto beneficio.
- Promover el apoyo de los organismos multilaterales, agencias de cooperación para el desarrollo, entre otros, para concretar proyectos y financiamiento.
- Coordinar con los gobiernos locales y regionales, así como con el Consejo Nacional de Descentralización (CND), las medidas de facilitación y promoción necesarias para que la micro y pequeña empresa regional, urbana y principalmente rural, pueda participar con éxito en el desarrollo de la cadena productiva agroindustrial. Las PYME requieren organización y capacidad de gestión, desarrollo de recursos humanos, mejora en la producción, acceso a información e infraestructura vial y financiamiento.
- Coordinar con el gobierno nacional y regional respecto a la necesidad de infraestructura física a fin que las empresas regionales tengan acceso a los mercados nacionales y puertos de embarque cuando el destino sea la exportación.
- Propiciar la participación de zonas francas, Tacna, Ilo, Paita y otros, a fin de contar con facilidades especiales para la transformación y preparación de la producción con destino al exterior con las ventajas que ofrecen en cuanto al tratamiento comercial y tributario.
- Concretar alianzas estratégicas con todas las entidades que quieran participar y cuyas misiones institucionales se complementen y apoyen acciones necesarias para el desarrollo del programa.
- Priorizar la conformación de un Patronato para que apoye al fortalecimiento de las cámaras regionales y, a través del mismo, se pueda interesar y comprometer la participación de otras entidades nacionales y extranjeras interesadas en el desarrollo productivo regional en el Perú.

11. Los Centros de COFIDE

El Centro Cofide, que se inició en la década del 90, surgió como un mecanismo que permite facilitar al empresariado de la micro y pequeña empresa el acceso a la información y servicios empresariales. Su principal objetivo es promover y respaldar la creación, consolidación, modernización, desarrollo y competitividad empresarial, en especial del segmento de la micro y pequeña empresa.

Actualmente existen 8 centros descentralizados que se encuentran en los diversos distritos con mayor concentración de pequeñas empresas de Lima Metropolitana; están ubicados en Ate, Comas, Los Olivos, San Miguel, San Juan de Lurigancho, San Borja, Villa El Salvador y La Victoria.

En estos Centros se atiende a empresarios y empresarias de todas las actividades económicas que interesados en mejorar su desarrollo empresarial.

Ellos cuentan con servicios adicionales como:

- Jueves empresariales.
- Miércoles de especialización.
- Videos empresariales: Capacitación en diversos temas empresariales.
- Internet: Servicio de cabinas públicas.

Además de los Centros, Cofide tiene convenios con Cámaras de Comercio y Producción en algunas ciudades del país, en las que existen módulos de información, financiados y apoyados por la institución, mediante los cuales se apoya a las micro y pequeñas empresas locales. Cofide tiene planeado incrementar estos Módulos hasta cubrir las principales ciudades del país.

12. El Consorcio de Centros de Desarrollo Empresarial- CDE

Desde 1996 operan los CDE promovidos por diversas entidades de cooperación internacional, miembros de la mesa de coordinación PYME del Perú y el entonces Ministerio de Industrias (MITINCI).

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

Con el fin de alcanzar una mayor eficiencia en los mercados y aumentar el efecto en sus clientes, las pequeñas empresas, los CDE vieron la necesidad de formar un consorcio que los represente en diversas instancias. Hasta septiembre de 2005, contaba con 13 CDE miembros, distribuidos en las principales ciudades del país, Lima, Arequipa, Chiclayo, Huánuco, Huancayo, Cajamarca y Trujillo⁸³.

El Consorcio busca la consolidación de los CDE asociados, facilitando la comunicación e integración con el fin de aprovechar las competencias individuales, ampliar mercados y tener acceso a recursos para mejorar la oferta de servicios de desarrollo empresarial para las pequeñas, medianas y microempresas del país.

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

⁸³. Información proporcionada por el Presidente actual del Consorcio: Fernando Zelada.

- a) Aceptación en el mercado. Se mantienen activos en el mercado los Centros que logran posicionarse (logrando prestigio y una cartera de clientes) por brindar servicios de calidad. Es importante que el Centro tenga la perspectiva de atender a la PYME como un cliente, y no como un beneficiario.
- b) Autofinanciamiento. Éste no es considerado un objetivo en sí, sino un importante indicador de la consolidación del Centro en el mercado.

13. Asociación Peruana de Consultores y Asesores para las PYME

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

Actualmente la Asociación cuenta con 34 consultores debidamente inscritos⁸⁴, los que provienen de diversas instituciones, como es el caso de la PUCP, UNI, USIL, UTP, Colegio de Ingenieros, entre otras, aunque hay que señalar que la pertenencia a la Asociación es estrictamente personal.

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

14. Andean Artisan Enterprise Initiative (AAEI)

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

Actúa en algunas áreas específicas del país y aplica una metodología muy original en función del grado de información, conocimientos y competencias de los artesanos asesorados; mediante dicha metodología determinan el mercado que pueden atender, sea internacional, nacional o local.

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

15. Recursos SAC – Programas de MYPE

Recursos es una empresa consultora peruana con amplia experiencia en la ejecución de proyectos y programas de apoyo a las pequeñas empresas en el Perú.

⁸⁴. Información proporcionada por el actual Presidente de la asociación: Guido Sánchez.

Programas:

1. “Desarrollo competitivo de proveedores locales en Cajamarca”, financiado por el FondoEmpleo, Corporación Financiera Internacional (IFC) del Banco Mundial y la Asociación Los Andes Cajamarca (ALAC), con los siguientes componentes: a) políticas y planes de grandes compradores para el desarrollo de las diversas formas de asociatividad de empresas locales, b) capacitación, asistencia técnica y acompañamiento a grupos de empresas proveedoras formalizadas, tanto medianas, como pequeñas y micro, c) enlace de negocios y d) fortalecimiento de la Cámara de Comercio de Cajamarca.
2. Fortalecimiento de las empresas de comunidades priorizadas en el ámbito de influencia de Minera Yanacocha, financiado por ALAC.
3. Formulación de planes locales de desarrollo territorial en catorce caseríos del centro poblado de Porcón alto y en quince caseríos aledaños al cerro San Cirilo, para Minera Yanacocha.
4. Consultorías para la Compañía Minera Antamina (diagnóstico socioeconómico de San Marcos, taller de sensibilización con los empresarios de comunidades de la cuenca del Ayash, taller de capacitación para representantes de las empresas comunales de la cuenca Ayash).
5. Asistencia técnica para el “Fortalecimiento de las 12 *services* que atienden a los proveedores de Nestlé”, para aumentar su competitividad, optimizar la calidad y productividad de sus recursos y mejorar la atención a proveedores.
6. Organización de ruedas de negocios, en Cajamarca y en San Marcos, Huari (con apoyo de Minera Antamina).
7. Aplicación de métodos de diagnóstico, de formulación de planes y de mejora continua en empresas de Lima y Cajamarca.

16. Swisscontact – Perú

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

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

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

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

- Apoyar a la micro y mediana empresa.
- Promocionar el desarrollo económico local.
- Fomentar la formación en áreas técnicas.
- Favorecer a la ecología urbana e industrial.

4.3 Instituciones que promueven el Emprendedorismo

En su reporte del año 2004, el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM)⁸⁵, le otorga al Perú el primer lugar en actividad empresarial entre los 34 países incluidos en la muestra, entre los que se incluyen los países más desarrollados del mundo. Este primer lugar lo ocupa el Perú pues tiene al mayor número de personas, en términos relativos, que inician una empresa (o tienen una empresa de menos de tres años de creada) en el mundo. El índice que utiliza esta institución es: número de emprendedores sobre población económicamente activa; y el Perú sale primero. Los que se encargaron de alimentar los datos de GEM fueron profesores de ESAN, encabezados por Jaime Serida, y comprendieron a todas las empresas creadas en el país, incluyendo las micro empresas de subsistencia; ello explica el alto índice obtenido. La pregunta que uno se hace es si las personas que inician estas empresas de subsistencia son “empresarios” o lo hacen por “necesidad”, como única salida a su situación de precariedad o como respuesta a no haber conseguido empleo en la actividad formal.

De todas formas, no se puede negar que en el Perú existe una importante actividad empresarial, una energía empresarial popular que ha sido investigada y levantada en reiteradas oportunidades por diversos autores desde los 80⁸⁶. Por su parte, la investigación que lideró el BID⁸⁷ sobre la actividad emprendedora en América Latina y Asia, llega a una constatación similar, y aunque el Perú no ocupa los primeros lugares, muestra una actividad emprendedora significativa. Otra investigación específica sobre este fenómeno, realizada por Dino Linares⁸⁸, también nos muestra esta misma realidad. Según estimaciones recientes de este autor, en el país se crean anualmente 100 mil nuevos negocios, lo que representa un crecimiento de 4% anual (respecto al total de empresas existentes), mayor al crecimiento poblacional y cercano al comportamiento del PBI en los últimos años. La importancia relativa del sector de micro y pequeña empresa, así como las nuevas empresas creadas cada año (y también las propias defunciones), y los nuevos empresarios y empresarias que incursionan en los negocios, sobre todo los que tienen raíces andinas, hacen que nuestro país destaque en comparación con otros países de América Latina y el Caribe.

Sin embargo, la realidad de los programas de promoción del emprendedorismo es totalmente diferente. El dinamismo del fenómeno empresarial en el Perú no va de la

⁸⁵. Se trata de una de las publicaciones más importantes sobre el tema a nivel mundial: *Global Entrepreneurship Monitor-GEM*, 2004 Executive Report, Zoltan Acs, Pia Arenius, Michael Hay, Maria Minniti, Babson College, London Business School, London, UK, 2005.

⁸⁶. Lanz, De Soto, Villarán, Adams y Valdivia, **Muñoz** y Rodríguez, entre otros (ver bibliografía al final del texto).

⁸⁷. *Empresarialidad en Economías Emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Asia*, BID, Washington, marzo 2002.

⁸⁸. *Jóvenes empresarios y creación de empresas en el Perú*, Colectivo Integral de Desarrollo-CID, Lima, 2001.

mano con los programas y las instituciones que lo promueven. En otras palabras, en el tema del emprendedorismo, la institucionalidad de promoción está muy rezagada respecto a la realidad nacional, y ésta es una de las conclusiones más importantes de un estudio reciente impulsado por el BID para América Latina y el Caribe⁸⁹. Países como México, Brasil, Colombia, Argentina, Chile, y aun países más pequeños como Costa Rica, El Salvador y Guatemala, están más adelantados en el aspecto institucional. Allí se destacan experiencias como la Red de Incubadoras de Empresas del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey - ITESM (México), Nacional Financiera – NAFIN (México), el Programa de Incubadoras de Empresas del Centro Brasileño de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa – SEBRAE (Brasil), el Programa de Educación Emprendedora para la Educación Media del Ministerio de Educación - MEC del Brasil, el Programa Jóvenes Emprendedores de Colombia, el Financiamiento de Capital Semilla de la Corporación de Fomento a la Producción – CORFO (Chile), el Programa Jóvenes Emprendedores del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (Argentina), la Red FUNDES con sede en Costa Rica, entre muchos otros programas e instituciones de excelencia en este campo⁹⁰. En esta relación de los mejores proyectos y programas (unos 40 aproximadamente) solo aparece la Universidad del Pacífico de Lima (a pesar de que nuestro país y varias de sus instituciones sí han sido analizadas y están presentes en el libro), quedando a la zaga en relación a otros países de América Latina.

Esto no pretende, ni mucho menos, restarle mérito a las personas e instituciones que desde hace varios años son pioneras en el campo del emprendedorismo en el Perú, se trata de revelar solamente cuán rezagado está el Perú respecto a los países de la región, no diremos respecto a los países más desarrollados de Europa y Asia.

Y este es un atraso de gravedad pues se trata nada menos que de una de las fuentes principales del crecimiento económico. Si bien determinar la fuente principal de ese crecimiento es materia de una amplia discusión en la teoría económica, nadie duda de que el emprendedorismo es ciertamente una de ellas. La escuela de pensamiento económico conocida como Evolucionista o Neo-Schumpeteriana⁹¹ es la que postula que tanto la innovación tecnológica, como su pariente cercana, el emprendedorismo, son las principales responsables del crecimiento y el desarrollo económico y social. Es decir, un país con poca innovación y con poco emprendedorismo nunca va a salir de su situación de subdesarrollo.

Estudios y publicaciones de organismos internacionales están reconociendo estas tesis. Por ejemplo, el Programa Global de Empleo de la OIT, señala que “La principal fuerza promotora del cambio, que puede quedar invalidado por una mala política estatal, y facilitado por unas buenas relaciones de trabajo, es la iniciativa empresarial”⁹². Las otras tres fuerzas del cambio, según esta misma publicación son: la expansión del comercio internacional, las innovaciones tecnológicas (sobre todo en el campo de la información y las comunicaciones) y las inversiones directas extranjeras⁹³.

⁸⁹. BID, marzo 2004, ya citado anteriormente.

⁹⁰. Relación que aparece en las conclusiones, pág. 197 a 206, del Estudio del BID (marzo 2004).

⁹¹. Polémica recogida en el libro editado por Erick Reinert: *Globalization, Economic Development and Inequality – An Alternative Perspective*, Edward Elger, Cheltenham, UK, 2004.

⁹². OIT, Programa Global de Empleo, Ginebra, marzo 2002, pág. 19.

⁹³. Este documento debería ser leído por dirigentes sindicales y líderes políticos (que se oponen a la inversión extranjera y a los tratados de libre comercio) pues se trata de un documento institucional de la OIT, es decir que ha sido discutido y aprobado por los gobiernos miembros, los empleadores y los trabajadores representados en sus organismos de dirección.

Otra publicación relevante con una perspectiva similar es el Informe del Desarrollo Humano 2002 del PNUD-Perú, en el que se plantea que las fuentes del “desarrollo humano” son las siguientes: a) la creatividad, b) el espíritu emprendedor, y c) la asociatividad⁹⁴. Es evidente que la creatividad está asociada íntimamente a la innovación, y que ambas están muy relacionados con el emprendedorismo (casi se podría decir que son condiciones del mismo).

Instituciones que promueven el emprendedorismo en el Perú. Algunos programas:

1. Centro Colectivo Integral del Desarrollo - CID

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

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

1. Desarrollo de competencias empresariales de emprendedores y creadores de negocios.
2. Desarrollo de un entorno favorable para la creación y sostenibilidad de los nuevos negocios.

Sus principales programas son: 1) Apoyo y acompañamiento a creadores de negocios. 2) Concurso “Haz realidad tu negocio”. 3) Reconversión laboral con énfasis en autoempleo y creación de negocios. 4) Eventos de difusión de cultura emprendedora. 5) Formación de formadores. 6) Investigaciones y publicaciones. 7) Cursos y talleres.

Sus resultados se pueden resumir de la siguiente manera:

Cursos de capacitación	20,000 usuarios
Concurso “Haz Realidad tu Negocio”	18,004 Inscritos 4,858 Planes de negocios
Programas de apoyo y acompañamiento a creadores de negocios	Desde 1999: 2,000 Participantes 1,139 Empresas formadas 2,673 Puestos de trabajo remunerados generados

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

⁹⁴. Informe sobre el Desarrollo Humano 2002: *Aprovechando las Potencialidades*, PNUD, Lima, junio 2002, pág. 86 y 87.

Esta institución fue creada por el Consejo Universitario de la Pontificia Universidad Católica del Perú en julio de 1995. Es un centro dedicado a fortalecer los vínculos entre la formación, la innovación y el emprendimiento. Su misión es promover y generar innovaciones y empresas desde la universidad, dedicándose a fomentar la cultura emprendedora dentro y fuera de la comunidad universitaria. El CIDE promueve la creación y el desarrollo de empresas que aprovechen la formación y los conocimientos desarrollados en la PUCP para generar bienes y servicios con valor agregado, apoya también la introducción de estas empresas en los mercados nacional e internacional.

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

Para lograr su misión se apoya en dos grandes pilares:

- Promoción y fomento del emprendedorismo.
- Promoción y fomento a la innovación.

El CIDE considera que de la conjunción de los emprendimientos e innovaciones se obtienen empresas de alto potencial de crecimiento y mayor potencial de éxito.

Los instrumentos que emplea son:

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

En lo que se refiere al fomento del espíritu empresarial, el CIDE propone regularmente el desarrollo de concursos, charlas y talleres. Estas actividades se realizan a través de las dos versiones del “Concurso Nacional de Prototipos y Planes de Negocios”, auspiciado por el Programa “InfoDev Incubator Initiative” en el marco del proyecto “Mejoramiento de la Red Peruana de Incubadoras de Empresas usando Tecnologías de Información y Comunicación”. La primera versión del concurso finalizó en el primer trimestre del año 2004. Cuando se escribieron estas líneas (fines 2005) la segunda versión estaba en plena ejecución.

El CIDE participa y alienta las siguientes redes nacionales e internacionales: a) la Asociación de incubadoras de empresas con las Universidades de Piura, Chiclayo, Huancayo y Lima, b) participa en la Mesa de Emprendimiento del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, c) participa en el *International Association of Science Parks*, d) Red Alfa en torno al proyecto de mejora de la cultura emprendedora en las universidades (Uniemprende), y e) participa en la *Global Development Learning Network* del Banco Mundial.

3. Universidad del Pacífico

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

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

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

La orientación de sus alumnos es integral, multidisciplinaria y pluralista. Busca formar profesionales con una sólida base moral, altamente calificados como profesionales y capaces de desempeñarse como líderes responsables y creativos frente a situaciones nuevas. Se fomenta en ellos la convicción de promocionar en el país una cultura generadora de empresas eficientes, dinámicas, con responsabilidad social y desarrollo sostenible.

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

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

4. Incubadora de empresas de base tecnológica de INICTEL

Esta incubadora es concebida para incentivar el emprendimiento, la creación y el desarrollo de ideas de negocio con potencial para convertirse en empresas innovadoras y competitivas, y que hagan uso intensivo de las tecnologías de la información y comunicación en mercados tecnológicos. De esta forma busca promover la Investigación y Desarrollo (I+D) en el Perú, con empresas que se dediquen a la producción y exportación de productos tecnológicos y sobre todo conocimiento.

La estrategia de incubación empleada es la virtual, a través de sitios web, sistemas de información y administración, que permiten la identificación, creación y desarrollo de empresas innovadoras y potencialmente competitivas en el mercado, con estrategias gerenciales fundamentadas en el uso intensivo de TIC, como diferenciador, y apoyadas en el desarrollo de un eficaz plan de negocios.

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

En el año 2003, el Inictel se presenta de manera conjunta con la PUCP y Acción Comunitaria del Perú al Programa INFODEV del Banco Mundial, para participar en el

Proyecto “Mejoramiento de la Red Peruana de Incubadoras Tecnológicas utilizando Tecnologías de la Información y la Comunicación”. La iniciativa resultó ganadora, logrando acceder al *Grant* (donación) para el desarrollo del proyecto. De esta manera, la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica del Inictel, creada en el año 2000, refuerza su compromiso en el desarrollo de una cultura emprendedora en el Perú.

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

En el año 2004 se lograron formalizar cinco empresas de diferentes ámbitos tecnológicos a través de un convenio con el Inictel. Dichas empresas recibieron apoyo en desarrollo empresarial mediante asesorías en *marketing*, finanzas, contabilidad, legal, administración, innovación tecnológica, talleres y charlas de interés empresarial. También se les ofreció algunos servicios como alquiler de equipos audiovisuales y electrónicos, diseño y alojamiento de páginas web, facilidades de acceso a salas de reuniones, así como oportunidades de negocio, según sus necesidades. En total estas empresas han representado una facturación de 57 mil dólares en el año 2004.

5. Programa Perú Emprendedor del MTPE - Componente BONOEMPRENDE

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

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

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

Requisitos: BonoEmprende realiza varias convocatorias al año (febrero, abril y julio). Los jóvenes interesados deben acercarse a las oficinas del programa y completar una ficha de inscripción acompañando la fotocopia simple del certificado de estudios de secundaria y la fotocopia simple de su DNI.

Servicios:

- Capacitación en Competencias Emprendedoras Personales (CEP): es una capacitación gratuita dictada por expertos seleccionados por el programa, que permite al joven conocer su perfil emprendedor y decidir si continúa en el proceso de creación de su empresa. El participante elabora un perfil de su idea de negocios y en función a la viabilidad del mismo, puede pasar a la siguiente etapa.
- Plan de negocios: durante dos meses el joven recibirá capacitación y asesoría especializada para elaborar su plan de negocios. El precio mínimo del servicio es de 450 soles y el programa cofinancia 400. El joven debe pagar la diferencia para cubrir el valor total del servicio. Un jurado especializado elegirá los planes viables para a la

siguiente etapa. Todos los seleccionados recibirán totalmente gratis un talonario BonoEmprende con un bono de implementación y un bono de consolidación.

- Implementación: consiste en poner en marcha la empresa. El joven debe contar con un capital inicial que puede ser en bienes o en efectivo y recibe apoyo de un experto para la implementación. El costo mínimo de este servicio es de 800 soles. El bono cubre 680 y el joven debe pagar la diferencia.
- Consolidación: tres meses después de que la empresa ha empezado a funcionar, el joven puede contratar un servicio de asistencia técnica para mejorar un aspecto puntual del negocio como ventas, productividad, competitividad. Esta asistencia tiene un precio mínimo de 500 soles. El bono cubre 400 y el joven debe pagar en efectivo la diferencia para cubrir el valor total del servicio.

Logros:

En las regiones donde funciona este componente, 2640 jóvenes son usuarios del programa. A la fecha, 2606 se han capacitado y 84 negocios continúan operando.

6. Escuela de empresarios de IPAE

El Instituto Peruano de Administración de Empresas (IPAE) es una institución empresarial no gremial dedicada a la transmisión de conocimientos para impulsar el desarrollo del sector empresarial peruano. Es una organización no gubernamental privada sin fines de lucro, y apolítica, creada en el año 1959 por un grupo de empresarios visionarios comprometidos con el desarrollo del país.

Su actividad principal consiste en capacitar a jóvenes y adultos, proveyéndoles las herramientas y técnicas que les permitan desarrollar sus habilidades y competencias a fin de convertirse en personas exitosas y responsables en el ámbito empresarial. También se dedica a mejorar el nivel educativo del país brindando herramientas de gestión y dirección al sector docente y apoyando en diversos proyectos de mejora educativa en el país.

Adicionalmente a estas actividades educativas, IPAE propicia el diálogo, la interacción y el alcance de consensos entre diferentes estamentos de la sociedad sobre temas prioritarios de la agenda nacional y de la empresa, a fin de contribuir al desarrollo económico y social del país.

El principal producto educativo que tiene IPAE es la Escuela de Empresarios que nace como una respuesta a la necesidad de promover el progreso empresarial y la formación de profesionales que contribuyan al proceso de cambio y desarrollo del país, mediante la creación de empresas y el mejoramiento de la gestión. IPAE fue la primera entidad educativa en ofrecer cursos de Administración de Empresas en el Perú, con una orientación emprendedora, acondicionando sus programas para llegar a las personas que trabajan, siendo pionero en este campo. Por las aulas de la Escuela de Empresarios han pasado más de 40 mil alumnos, un claro reconocimiento a su excelencia académica, producto de la dedicación de todos los que forman parte de ella: profesores, alumnos, personal y directivos.

7. Junior Achievement

Junior Achievement Worldwide es una organización Internacional que actualmente interviene en más de 100 países. Su misión principal es generar en los niños y en los jóvenes el espíritu emprendedor que les permita insertarse en el mercado laboral y, en

general, mejorar su calidad de vida. Lo novedoso de su propuesta es que inician la formación empresarial desde los primeros niveles de educación y además pretenden contribuir a que la fuerza laboral futura perciba al sector empresarial y sus actividades como un elemento fundamental para el logro de sus metas personales y su desarrollo

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

Uno de sus Programas es el de “Formación de Jóvenes Emprendedores”⁹⁵, cuyo objetivo es proporcionar a jóvenes de escasos recursos, que asisten a la educación secundaria, competencias y habilidades que les permitan insertarse en el mundo laboral, favoreciendo con ello la igualdad de oportunidades. En nuestro país este Programa se ha aplicado en Iquitos, Ayacucho y Lima, y es patrocinado por instituciones como USIL y el BID.

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

8. Asociación Pro Bienestar y Desarrollo (PROBIDE)

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

En este contexto, Probide lleva a cabo el programa “Creer para Crear”, dirigido principalmente a jóvenes con iniciativas empresariales pero que encuentran dificultades para ejecutarlas (debido básicamente a la falta de financiamiento y de asesoría técnica). De esta manera, el programa alienta la creatividad de los jóvenes para la generación de sus propias micro o pequeñas empresas.

Un componente central del programa es la organización y desarrollo de concursos nacionales para identificar y premiar con garantías a pequeños proyectos de inversión. A la fecha se han desarrollado tres de estos concursos⁹⁶, los cuales tienen diferentes etapas: a) presentación de las ideas de negocio vía Internet, b) las ideas

⁹⁵ Este Programa se desarrolla en Chile, Ecuador, Paraguay y Perú.

⁹⁶ Los requisitos son ser peruano, menor de 35 años, estudiante o egresado de universidades o institutos superiores. Además pueden presentarse equipos de trabajo multidisciplinarios no mayores de cuatro personas.

seleccionadas acceden a un taller de formulación de proyectos para lograr que se conviertan en un proyecto de inversión, c) los proyectos calificados para esta etapa deberán ser sustentados por sus integrantes, y d) se seleccionan los proyectos ganadores, los que podrán acceder a avales o garantías que les facilite la aprobación de un crédito financiero para llevar a cabo el proyecto.

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

9. Universidad San Ignacio de Loyola - USIL

Creada en Lima, en 1995, se caracteriza por brindar una formación profesional con una orientación claramente empresarial. Ofrece carreras como administración de turismo, administración hotelera, arquitectura, arte y diseño gráfico, ciencias de la comunicación, derecho, economía y educación⁹⁷.

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

Esta universidad, por sus costos, está orientada principalmente a los estratos medio alto y alto de la población.

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

1. PROMPEX - Comisión para la Promoción de las Exportaciones

Su objetivo es promover las exportaciones peruanas, facilitando y contribuyendo al posicionamiento y consolidación de bienes y servicios en el mercado internacional mediante acciones concertadas con el sector privado e instituciones públicas relacionadas con el comercio exterior del país.

Sus líneas de acción son a) el desarrollo de mercados (contribuir en el posicionamiento de productos peruanos en el exterior, inteligencia comercial). b) Desarrollar la oferta exportable (principalmente la de mayor valor agregado). c) Desarrollar la gestión empresarial, apoyar a PYME, impulsar la asociatividad, apoyar el proceso de descentralización, potenciar cadenas, *clusters* y corredores.

⁹⁷ Solo a manera de ejemplo, en el caso de la facultad de administración hotelera ofrecen “formar profesionales con capacidad para gestionar empresas de servicios dentro de las cuales destacan hoteles, restaurantes, clubes, clínicas y hospitales, entre otras”

Su presupuesto en el año 2005 fue de 15 millones de soles anuales provenientes del Tesoro Público. A ellos se añaden 1.6 millones de dólares de la cooperación. Laboran 130 personas, incluyendo el personal de las 3 oficinas descentralizadas (Arequipa, Iquitos y Chiclayo).

Actividades sectoriales:

En agro y agroindustria: se han desarrollado actividades en asociatividad e identificación de productores organizados para generar oferta exportable sostenible; también en buenas prácticas agrícolas y de recolección; en elaboración y difusión de normas técnicas y signos distintivos; en capacitación y asistencia técnica y en búsqueda de nuevos mercados (ferias, misiones).

En textiles, confecciones y accesorios: se ha buscado internacionalizar el mercado, logrando ingresar con confecciones a Ecuador y Venezuela, y con calzado a ciudades intermedias de EE UU. También se ha hecho difusión y campaña de imagen a nivel internacional (EE UU, Europa y América Latina), se ha desarrollado un programa de adecuación de oferta y diseño (FIT Nueva Cork y ESMOD Berlín), y un par de proyectos pro calidad tanto en la cadena productiva del cuero y calzado, como en textil San Miguel, Cajamarca.

En pesca y acuicultura: se ha buscado potenciar la explotación de nuevas especies, el posicionamiento comercial en mercados, el apoyo a la gestión empresarial (información comercial, orientación y capacitación en regulaciones sanitarias, comerciales, asociatividad), y la asociatividad para PYME en Puno, Loreto, Ucayali y Tumbes.

En manufacturas diversas y artesanías: las actividades se han centrado en la mejora de la capacidad de gestión de PYME con potencial exportador en manufacturas, maderas y joyería; en lograr la participación en misiones tecnológicas como Colombia y Brasil (maderas); en capacitación en diseño y negociaciones (artesanías); en participación en ferias; en la realización de eventos en artesanías y maderas y en prospecciones de mercado

2. MINKA

Su sede está en la ciudad de Trujillo (situación poco frecuente pues la mayoría de instituciones de promoción están o empiezan en Lima). Está especializada en redes empresariales, *clusters*, cadenas productivas y desarrollo local. Fue fundada en 1987, y aplica una metodología de redes empresariales probada en el campo de diversas regiones de América Latina. Para ello dispone de un equipo multidisciplinario, de experiencia y capacidad innovadora. Sus ejes de intervención son las acciones de promoción para PYME, estimulando las aglomeraciones de PYME urbanas y de pequeños agricultores, potenciando iniciativas empresariales conjuntas que hagan viable la conformación y desarrollo de grupos, generando confianza para viabilizar estrategias de generación y consolidación de empleos e ingresos.

MINKA potencia enlaces con mercados locales, corredores económicos, y oportunidades de exportación. Busca priorizar productos que deriven en una cadena productiva o tengan una clara perspectiva empresarial. Tiene una gama de proyectos –financiados por diversas fuentes de cooperación internacional y programas gubernamentales– que pasan por capacitación para jóvenes, bonos para microempresarios, entre otros. Da énfasis al trabajo de redes (de alcachofas en

Cajamarca, de cerámica en Chulucanas, de calzado en Trujillo, de artesanía en Ayacucho, de metal mecánica en Los Olivos).

Algunos de sus principales proyectos y programas son:

Centro de servicios de maquinaria y abastecimiento de madera para los carpinteros del distrito de la Esperanza.

MINKA - Apoyo a la micro y pequeña empresa.

Programa de apoyo a la comercialización para la micro y pequeña empresa de calzado de Trujillo.

Fortalecimiento de la capacidad de innovación tecnológica de sector cuero y calzado de Trujillo.

Participación en Ferias de Mujeres Empresarias.

Cursos talleres de formación de articuladores de redes empresariales.

Bonos de capacitación laboral empresarial. BonoPyme.

Capacitación laboral juvenil. Projoven .

Convenio MINKA - Universidad de Linz [Austria].

Curso de diseño de calzado con asistencia técnica en su confección.

Curso de patronaje y modelaje de Calzado.

Macro Región Norte, 2001.

Apoyo a la microempresa y al pequeño productor de calzado de Trujillo.

MINKA también promueve alianzas de cámaras de comercio con universidades y municipios.

3. Consejo Nacional de Competitividad - CNC

El CNC fue creado por el gobierno peruano como un espacio de concertación público y privado⁹⁸, cuya finalidad es desarrollar e implementar un Plan Nacional de Competitividad que apunte a una mejora continua de la competitividad de las empresas. De esta manera se espera, por un lado, integrar exitosamente al Perú en la economía global y, por el otro, mejorar la calidad de vida de la población.

El Plan ha sido elaborado en un proceso concertado en el que participaron, entre otros, expertos en diferentes materias, así como representantes del sector privado, público, universidades y gremios empresariales. El Plan, que ha sido aprobado en julio de 2005 y que se encuentra en la fase de implementación, consta de siete áreas temáticas cada una de las cuales tiene asociada un objetivo estratégico. Estas áreas son: a) fortalecimiento institucional, b) política económica, mercados financieros y de capitales, c) infraestructura, d) articulación empresarial, e) innovación tecnológica y empresarial, f) educación, g) medio ambiente.

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

⁹⁸ El Consejo Directivo del CNC lo preside el Presidente del Consejo de Ministros y además lo conforman ocho Ministros de Estado, tres representantes de las medianas y grandes empresas, un representante de las micro y pequeñas empresas, un representante del gremio de trabajadores y un representante de Indecopi.

1. En el área de política económica, mercados financieros y de capitales, las estrategias más vinculadas al segmento objetivo son: desarrollar y promover el comercio exterior teniendo como base el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) y los Planes Estratégicos Regionales de Exportación (PERX), y fomentar un mayor acceso a los servicios financieros, especialmente entre las Mipyme. En esta última estrategia se pueden encontrar políticas explícitas para fortalecer las instituciones de microfinanzas y diseñar e implementar medidas para mejorar el acceso al crédito en sectores poco atendidos por el sistema financiero actual (principalmente el agro).
2. En el área de articulación empresarial, las estrategias más vinculadas a nuestro sector objetivo son: articular políticas de desarrollo de cadenas productivas y conglomerados; establecer mecanismos de identificación y evaluación de las cadenas con potencial de desarrollo; y promover la cooperación dentro de las propias cadenas productivas y conglomerados.⁹⁹
3. En el área de innovación tecnológica y empresarial las estrategias estrechamente relacionadas con las micro y pequeñas empresas son promover una cultura de innovación y de calidad, y mejorar la oferta de los recursos de ciencias y tecnologías para atender la demanda de las empresas de bienes y servicios.¹⁰⁰

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

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

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

El proyecto “Sistema de articulación comercial para la mejora de la Productividad de la Micro y Pequeña Empresa en el Perú”, que ejecuta Copeme en alianza con PERUCAMARAS y bajo el auspicio de la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos, USAID, tiene como objetivo principal promover el acceso sostenido de las microempresas al mercado. Se desarrolla en 10 regiones del país: Junín, Huánuco, Ayacucho, San Martín, Ucayali, Pasco, Cusco, Loreto, Piura, Tumbes, Jaén y San Ignacio. Tiene tres componentes fundamentales: certificación de calidad, articulación comercial y la mejora en el desarrollo de mecanismos de información y comercio electrónico (*e-commerce*) para MYPE a través de plataformas informáticas.

La modalidad para otorgar el apoyo económico a los grupos de empresas es a través de concursos. Ganan las que tienen un claro enfoque de mercado y promueven sectores productivos con potencial de crecimiento económico y generación de empleo, tales como artesanía, textil, manufactura, agricultura, agro industria, cultivos andinos y turismo, entre otros.

⁹⁹ Una de las metas especificadas al respecto para el 2006 es que 15 empresas y asociaciones que cumplen el rol de anclas, desarrollando procesos productivos que incluyan sistemas de subcontratación de pequeñas empresas proveedoras.

¹⁰⁰ En general, en el área de “innovación tecnológica y empresarial” las políticas y resultados planteados se complementan estrechamente con lo que piensan realizar los CITE en los siguientes años.

3.5 Instituciones que facilitan y promueven la formalización

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

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

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

Fuente: Elaboración propia con información de *Doing Business 2005*

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

Investigaciones locales, como la de la organización Ciudadanos al Día¹⁰¹, han trabajado el tema identificando una serie de mejoras que permitirían tanto reducir el tiempo estimado y los costos que supone obtener una licencia de funcionamiento municipal, como fomentar las páginas de transparencia de las municipalidades y contar con TUPA. Un estudio de esta institución se concentró en 49 Municipalidades Distritales de Lima y Callao y estableció una serie de comparaciones relacionadas con a) el costo de las licencias, que pueden ir desde las más económicas (La Punta, menos de 200 soles) hasta las más onerosas (Ventanilla, más de tres mil soles), b)

¹⁰¹ Informe CAD, *Transparencia y Simplificación de Trámites Municipales en Lima Metropolitana y Callao* (Setiembre 2004)

licencias para MYPE, identificando municipalidades que han establecido procedimientos especiales y c) el menor número de requisitos que generan mayor rapidez en la expedición de las licencias de funcionamiento, siendo las más expeditivas Miraflores, San Borja, Santa María del Mar y la Punta.

Sin embargo, resulta claro que la agenda relacionada con la eliminación de las trabas y obstáculos que las empresas en general tienen para su formalización va mucho más allá de las limitaciones que desde el ámbito municipal pueden generarse en la expedición de las licencias de funcionamiento. Se sabe que más del 74% de las micro y pequeñas empresas son informales y este tipo de obstáculos afectan directamente su competitividad.

No debe dejar de mencionarse que durante los últimos años, especialmente desde finales de la década de los 90, el Perú no ha profundizado las mejoras alcanzadas en campos como los de la simplificación administrativa, el registro unificado de empresas o las licencias municipales de funcionamiento, atribuibles en buena medida a los estudios realizados por el Instituto Libertad y Democracia (ILD) liderado por el economista Hernando de Soto. Por el contrario, en algunos casos se ha retrocedido en medidas que costaron muchísimo esfuerzo y debate como por ejemplo la reaparición del registro de proveedores dentro de la Ley de Adquisiciones y Contratación del Estado, registro que es considerado una traba en los procesos de compra de bienes y servicios estatales. También se ha retrocedido en la derogación del Registro Unificado y la reaparición de registro sectoriales como el RPIN (Registro para Productos industriales nacionales) emitido por el Ministerio de la Producción.

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

1. PRODAME – Programa de Autoempleo y Microempresa del MTPE

Este es un programa del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, cuyo objetivo es fomentar la generación de empleo a partir de la creación o formalización de empresas con personería jurídica, facilitándoles el acceso a mercados, servicios de desarrollo empresarial y recursos financieros del sistema formal, contribuyendo así al desarrollo de la MYPE. Se ejecuta a nivel nacional, a través de su sede Central en el MTPE, Oficina en SUNARP (Superintendencia Nacional de los Registros Públicos), Direcciones Regionales y Oficinas Zonales de Trabajo y Promoción del Empleo.

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

Servicios del Prodame:

- Asesoría técnica-legal personalizada para la constitución o formalización de empresas, asociaciones u otras formas asociativas, de forma gratuita.
- Elaboración de la minuta de constitución de empresas, asociaciones y otras formas societarias.
- Adecuación a la nueva Ley General de Sociedades.
- Servicios de información para las MYPE respecto a licencias municipales, permisos especiales por los diferentes sectores, servicios de desarrollo empresarial y

financieros.

- Servicio de capacitación a través del desarrollo de seminarios y talleres en temas laborales, tributarios, gestión empresarial, que competen al fortalecimiento de la MYPE

Resultados obtenidos a nivel nacional

VARIABLES	Año 2004	Enero – junio 2005
Usuarios atendidos	28,538	16,374
Microempresas constituidas	3,966	2,531
Talleres dictados	572	351
Número de participantes	31,465	18,971
Constitución de asociaciones	149	77

PERSONAL- Sede central Lima

	Enero - diciembre 2004	Enero - diciembre 2005
Personal SNP	9	9
Practicantes	6	6

Prodame puede considerarse el programa público más antiguo de alcance nacional. Una de sus carencias es circunscribirse a un rol de asistencia en la constitución de empresas y no realizar ningún seguimiento a la trayectoria de las mismas, tanto es así, que se ignora el número de empresas constituidas, si siguen operando en el mercado, qué tipo de actividad desarrollan, cuantos trabajadores contrataron, entre otros. Esta crítica no sólo es extensiva a Prodame pues en general la mayor parte de los programas de asistencia técnica y capacitación no hacen evaluaciones de esta naturaleza y sus cifras no consideran impactos sino fundamentalmente cobertura.

Agenda para la formalización de empresas

Los principales temas a resolver en el futuro inmediato, vinculados al tratamiento que las micro, pequeñas y medianas empresas¹⁰² deben tener para facilitar su formalización, y que debieran estar basados en los principios de presunción de veracidad y fiscalización posterior, son los siguientes:

1. Expedición de Licencias Municipales de Funcionamiento. Es necesario definir un marco general que pueda darle un tratamiento homogéneo a la disparidad de normas y criterios que, al amparo de una mal entendida autonomía municipal, generan distorsiones y trabas burocráticas en muchas municipalidades a nivel nacional.¹⁰³ Esta situación produce niveles de discrecionalidad en los funcionarios responsables que son los principales causantes de trabas ilegales o procedimientos innecesarios. Específicamente deben revisarse los tratamientos que actualmente regulan temas como:
 - Compatibilidad de uso.
 - Autorizaciones de Defensa Civil.

¹⁰² En la "Agenda priorizada de reformas y tareas para promover la inversión privada en diversos sectores", preparada por diversos consultores a solicitud del Proyecto Crecer, se mencionan una serie de propuestas de modificación y de regulación que van en el sentido de las necesidades que las Mipyme requieren.

¹⁰³ Proyectos ejecutados desde PROPOLI (Programa de lucha contra la pobreza en Lima Metropolitana) y CRECER están desarrollando reingenierías legales con Municipios a fin de eliminar las trabas burocráticas en la expedición de las licencias de apertura. A pesar de lo focalizadas que están estas intervenciones (8 distritos en el caso de PROPOLI y 3 en el caso de CRECER) creemos que los criterios que las sustentan pueden ser ejecutados como políticas que sean recogidas normativamente.

2. Régimen Tributario. En el capítulo del marco legal se hizo referencia a la dificultad de que los usuarios del RUS no puedan emitir facturas, hecho que hace prácticamente imposible encadenar las actividades de estos pequeños empresarios con las grandes empresas. Por ello, es necesario revisar la propuesta que originalmente se formuló en el proyecto de ley que dio origen a la Ley N° 28015 y plantear incentivos concretos en este tema, para terminar con el carácter meramente declarativo que tiene el artículo 42° de la mencionada Ley.
3. Régimen Laboral. Desde diversos sectores se plantean reformas que van desde la ampliación del régimen laboral MYPE a todos los sectores, hasta la ampliación de su vigencia –que la Ley señala en 5 años-. Creemos que debe darse un plazo que garantice a los micro empresarios reglas claras y eso no puede generarse con lo que resta del plazo (menos de 3 años) de la Ley actual. Por ello se recomienda darle carácter permanente al régimen o, en su defecto, extender el plazo por lo menos a 10 años.
4. Notarios Públicos/ Registros Públicos. Programas que apoyan la formalización de micro empresarios, como Prodame, utilizan una serie de convenios con Registros Públicos y Colegios de Notarios a fin de acortar tiempos, establecer procedimientos simplificados o abaratar costos en la constitución e inscripción de las nuevas empresas. Ello se ha demostrado como insuficiente por el lado de los plazos y también por el lado de los costos. Se requiere normas específicas que hagan razonables los tiempos de inscripción en los RR PP y que los costos del notariado correspondan al valor agregado que proporcionan.
5. Asociatividad/Confianza. No es posible asumir costosos programas de promoción de asociaciones de empresarios sin que éstos vayan acompañados de componentes relacionados con la generación de confianza entre los propios empresarios, y de ellos frente a las otras instancias públicas y privadas. Ejemplos importantes como los desarrollados por MINKA en la Libertad deberían estudiarse y verificar las posibilidades de su réplica, a fin de garantizar la sostenibilidad de las organizaciones que se creen.
6. Simplificación Administrativa/TUPA. Como se señalaba líneas arriba, se han sufrido serios retrocesos en las medidas de simplificación administrativa logradas en los últimos años. Por ello, planteamientos como el silencio administrativo positivo, la eliminación de registros sectoriales, la eliminación de registros de proveedores, la aprobación de marcos generales para la aprobación de TUPA se hacen absolutamente indispensables.

2. Instituto Libertad y Democracia - ILD

Si bien el ILD no tiene en estos momentos un programa importante en materia de formalización en el Perú, y sí está asesorando algunos gobiernos en varios países del mundo, es importante mencionarlo como una de las instituciones pioneras en el tema. Desde los primeros trabajos de Hernando De Soto (*El otro sendero*) en 1987 hasta la actualidad, el ILD ha conservado un liderazgo intelectual y práctico imposible de ignorar.

Según su propia definición, el ILD es una organización privada sin fines de lucro con sede en Lima, Perú. Su misión es apoyar a los países en vías de desarrollo y a los que

vienen del sistema soviético en su tránsito a una economía de mercado moderna. Ésta la realiza a través de la ayuda a los jefes de Estado para que implementen reformas institucionales capaces de incorporar a la ley y aportar poder a las personas excluidas del mercado legal. El ILD incorpora a esas personas—más de 70% de la población mundial—a la esfera de la ley mediante el acceso a los derechos de propiedad formal y el aporte de herramientas para liberar el capital encerrado en los activos que ellos poseen.

El ILD no solo diseña estrategias y proyectos, también los implementa: ha creado y manejado con éxito sistemas de propiedad legal que han trasladado a miles de negocios e inmuebles de la economía subterránea a los espacios centrales de la economía.

Como ejemplo podemos mencionar que, entre 1982 y 1996, el ILD invirtió cerca de US \$20 millones para crear un programa que trasladara a la mayoría pobre del Perú y de El Salvador desde la economía extralegal —donde eran susceptibles de reclutamiento por organizaciones terroristas— hasta la economía formal.

Según un informe del propio ILD, este programa tuvo los siguientes resultados:

- 1) 6.3 millones de peruanos bajo la línea de pobreza hoy son propietarios legales de sus bienes inmuebles.
- 2) El valor de estos activos en bienes inmuebles formalizados aumentó US \$2,200 millones.
- 3) Los ingresos de los propietarios de los bienes inmuebles formalizados aumentó US \$3,200 millones.
- 4) Los propietarios de bienes inmuebles formalizados han obtenido US \$300 millones en préstamos adicionales.
- 5) Los propietarios formalizados se han ahorrado cerca de US \$254 millones en costos de trámites burocráticos.
- 6) Fueron formalizadas 380 mil empresas pertenecientes sobre todo a los pobres.
- 7) Estas nuevas empresas generaron 560 mil puestos de trabajo legales adicionales e incrementaron los ingresos tributarios en US \$300 millones al año.
- 8) El trabajo infantil se redujo en 28% entre los propietarios formalizados.
- 9) Los conflictos de tierras en las áreas formalizadas pasaron de ser 5% del total a 0.006%.
- 10) Las políticas macroeconómicas y otras 200 reformas institucionales iniciadas por el ILD elevaron la tasa de crecimiento del Perú a casi 14% en 1994 e hicieron descender la inflación de 7,650% en 1990 a 10% en 1995.
- 11) El ILD ayudó a los agricultores a reducir la producción de coca, formalizó sus rondas y así los ayudó a derrotar a los terroristas en las áreas rurales.
- 12) Para fines del 2003, el sistema de formalización de la propiedad inmueble diseñado por el ILD para El Salvador, había incorporado a un millón de pobres a la legalidad. El programa ayudó a instalar pacíficamente a ex combatientes y refugiados de guerra sobre tierras productivas reduciendo los incentivos para la violencia. El sistema ha sido crucial para reubicar a las víctimas de los últimos terremotos y el registro tiene asentados hoy más de US \$800 millones en créditos hipotecarios a tasas de interés de 6% y plazos de vencimiento de hasta 30 años, cuyos trámites de propiedad son simples y claros.

Capítulo 5: La promoción en las principales ciudades del país

Después de revisar los programas de promoción de carácter nacional, cuyas sedes institucionales están en Lima (vistos en el capítulo anterior), pasaremos revista a esos mismos programas, y a otros de carácter estrictamente regional, en once ciudades importantes del país: Piura, Chiclayo, Trujillo, Tarapoto, Moyobamba, Huancayo, Pucallpa, Ayacucho, Arequipa, Puno y Juliaca. Veremos brevemente cuáles son las principales instituciones y programas de promoción que se vienen dando en estas ciudades, y que expresan claramente el esfuerzo que se realiza fuera de la capital en la promoción de las micro y pequeñas empresas. Estas actividades contribuyen en forma significativa en el desarrollo regional y la descentralización, y representan una gran oportunidad para los gobiernos regionales y locales.

Ayacucho

Instituciones y programas de apoyo a las MYPE

- Subgerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad de Huamanga

Parte de los servicios de desarrollo empresarial que brinda dicha institución, los orienta exclusivamente a la creación de pequeñas y microempresas. En una primera etapa brinda asesoría en formalización y orientación tributaria, para lo cual tiene firmados convenios con notarías de modo tal que el costo que tiene que pagar el empresario se reduce a la mitad. También es interesante resaltar que para la campaña de información de las ventajas de la formalización entre los microempresarios, la Municipalidad recluta jóvenes universitarios de las carreras de economía, administración y contabilidad, los capacita adicionalmente y les toma una prueba antes de que inicien la promoción respectiva. Una vez que las empresas se han formalizado, pueden participar en el concurso “Ideas de Negocios”, que se lanza de manera anual y se orienta a quienes tengan menos de 35 años. En esta etapa se tienen firmados convenios con Cooperativas y Cajas Municipales (para que cofinancien los proyectos ganadores) y con empresas del sector privado (para que brinden asistencia en la primera fase de la ejecución del proyecto). En el 2005 fueron cinco los proyectos ganadores relacionados con la agroindustria, artesanía, transformaciones de hierbas aromáticas, comercio (*fast food*) y servicios (guías turísticas).

- Centro de Competitividad de Ayacucho

En este Centro se promueven espacios para el diálogo entre distintas instituciones de Ayacucho. Sus socios se clasifican en dos grandes grupos: los actores y los facilitadores. Entre los primeros destacan los productores (agroindustriales, apicultores, etcétera) y las asociaciones de dichos empresarios. Entre los facilitadores figuran instituciones privadas y públicas. Este espacio ha permitido la formación de tres redes: de turismo, de artesanía y de agroindustria. Cada una de ellas ha obtenido logros importantes siendo acaso la más cohesionada la de turismo. Según el representante del Centro, ello se debería a que casi todos los integrantes de dicha red tienen educación superior, lo que no sucede por ejemplo con la de artesanos.

- Instituto para el Desarrollo del Sector Informal (IDESI)

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

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

Dentro de los proyectos de ADRA PERU existe uno denominado “Derechos Humanos” y dentro de este proyecto hay un componente que apunta al incremento de oportunidades económicas. Está orientado a mujeres en extrema pobreza y la idea subyacente es que la posibilidad de generar ingresos para una mujer tiende a equiparar las relaciones de poder en el hogar y, por lo tanto, a reducir las posibilidades de violencia contra ella. El proyecto se inicia con una etapa de sensibilización dirigida a las mujeres acerca de la importancia de generar ingresos económicos. Paralelamente, el proyecto busca mercado para actividades específicas en las cuales puedan entrar a tallar las mujeres que decidan ser microempresarias. Se han encontrado oportunidades de mercado en elaboración de tarjetas de saludo y de cumpleaños, artesanías, crianza de animales menores, cultivo de fresas, etcétera. En la segunda etapa, las mujeres son divididas en dos grupos: las que únicamente se van a dedicar a la producción y aquellas con deseos y potencial de ser empresarias. La siguiente etapa del proyecto es la capacitación en habilidades, ya sean técnicas o sociales, para que puedan desempeñarse mejor en la actividad que han elegido.

- Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena.

Una de las modalidades de crédito que ofrece la cooperativa se llama Rapi diario y tiene como objetivo la asistencia en el mercado para la cobranza diaria. Los clientes son principalmente comerciantes informales (unos 2000 aproximadamente) que se encargan de la compra-venta de productos y/o servicios: lustrabotas, artesanos, vendedores de caramelos. El monto máximo del préstamo es 2000 soles y los microcomerciantes deben pagar de manera diaria entre 5 y 10 soles. Una de las particularidades es que son los representantes de la Cooperativa los que se acercan a cobrar al mercado donde labora el comerciante. Si bien este componente ha tenido especial acogida, existe una mayor morosidad entre estos clientes (respecto a los que solicitan créditos comerciales de pago mensual). La razón está en que suelen sobrecargarse de crédito y acuden a distintas fuentes utilizando para ello al grupo familiar, esposa, hermanos, hijos, sobrinos, de manera tal que “formalmente” son clientes distintos pero en realidad se trata de un solo negocio.

Oportunidades y proyectos

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

Respecto a la comercialización, en Idesi se contempla la posibilidad de llevar a cabo un Proyecto de Comercio Justo, cuya característica distintiva sea que beneficie a la

sociedad en general. Para ello será necesario que tanto quien produce un bien como quien lo compra renuncien ligeramente a sus márgenes de ganancia para invertir dicha diferencia en postas médicas, hospitales, colegios, etcétera.

El proyecto empresarial “Derechos Humanos” tiene planeado replicarse en otros departamentos, con la posibilidad de llegar a los varones. Además, se pretende crear nuevas microempresas que produzcan principalmente para Ayacucho y de esta manera fortalecer el mercado local.

Huancayo

Instituciones y programas de promoción a las MYPE

- Ministerio de Agricultura, Dirección de Promoción Agraria

Ha desarrollado la promoción de la organización de pequeños productores de leche con el objetivo de incrementar su volumen y así tener mayor poder de negociación con sus compradores. El plan comprende tres etapas bien marcadas: a) la organización (qué forma asociativa conviene más), b) estatutos, reglamentos y formalización ante Registros Públicos, y c) el acceso al mercado y la venta de sus productos.

Como experiencia concreta, se tiene que PRONAA compra leche para los desayunos escolares y exige al comprador que invierta en plantas transformadoras (envase y distribución). Ante ello, desde el 2003 se han formado ocho organizaciones productivas (cada una entre 20 y 30 socios) y cinco transformadoras, todas ellas pequeñas empresas. Actualmente estas organizaciones venden desayunos escolares a través del PRONAA (14 mil litros de leche al día), y también venden a Gloria, que tiene una planta de acopio en Huancayo. Lo interesante es que esta experiencia se espera repetir con la crianza de cuyes, con la maca, la papa nativa, etcétera. En cada uno de los productos, la organización del proyecto está a cargo de un responsable, principalmente ingeniero o zootecnista.

- Dirección Regional de Producción

Se está trabajando con la Asociación de Piscigranjeros con el objetivo de incrementar la producción de trucha así como su oferta exportable. Actualmente, se producen 1700 Toneladas de trucha, de las cuales 700 se exportan, y toda la exportación se concentra en una sola empresa. En primer lugar, se le brinda asistencia técnica y capacitación al “truchero”. La particularidad es que dicha asistencia se hace a manera de “internado” puesto que dura un mes en el Centro de Ingenio de PRODUCE. En el 2004 recibieron dicha capacitación 40 “trucheros” y en el 2005 más de 60. Además, hasta 15 de estos microempresarios pueden continuar su capacitación en el Instituto Tecnológico de Piscicultura, luego de lo cual reciben un certificado oficial del Ministerio de la Producción. En segundo lugar, se facilita el proceso de comercialización de truchas, estableciendo contactos previos con consumidores de la región y de Lima.

Bajo esta misma lógica se está trabajando en las ramas de metal mecánica, carpintería, panadería y agroindustria.

- Escuela de Emprendedores.

Esta ONG ha conformado una asociación de productores de cuyes (13 en total) que ya se encuentra exportando, y también una asociación de artesanos textiles (180 en total) que exporta hilados de alpaca y algodón a Japón y Estados Unidos. Para lograrlo, la ONG busca información acerca de lo que está demandando el mercado. Luego recluta a quienes serán los encargados de producir para abastecer dicha demanda

(los artesanos)¹⁰⁴, se les capacita de manera eminentemente práctica (haciendo muestras) y finalmente estos artesanos trabajan desde sus casas con una supervisión periódica por parte de la ONG. En ésta laboran 4 personas y parte del éxito lo han logrado promoviendo de manera efectiva la asociatividad entre microempresarios y manteniendo una relación constante con otras instituciones, como Perú Emprendedor que les da capacitación, y municipalidades distritales que les brindan infraestructura y efectivo.

- Centro de Promoción Empresarial (CEPROEM)

Las actividades de este Centro se orientan principalmente a mujeres (tienen alrededor de 3500 clientas). Han creado una red de articulación comercial que les permite a las beneficiarias tener un acceso más fluido al mercado. Esta red tiene tres grandes eslabones:

- Un grupo de socias productoras (15 en total) que se encargan de producir bienes. Estos bienes deben ser de alta calidad y venderse a un precio razonable
- La institución, que en este caso es GCOD¹⁰⁵, compra los bienes a las socias productoras y los vende al consumidor final a través de las socias comercializadoras
- Un grupo de socias comercializadoras (50 en total) que compra los bienes a GCOD (necesariamente una parte al contado) los vende (con un margen de ganancia para ellas) y se compromete a pagar puntualmente a GCOD la parte que “le compró” a crédito.

- Servicios Educativos de Promoción y Apoyo Rural (SEPAR) / Cámara de Comercio de Huancayo

Estas dos instituciones promueven espacios para el diálogo entre distintas organizaciones de Huancayo. SEPAR ha creado el Consorcio para el Desarrollo Sostenible Regional (2000 – 2005) donde participan varias ONG, Municipalidades, Cámara de Comercio, instituciones financieras, etcétera. La Cámara representa la Presidencia Ejecutiva del Plan de Competitividad Regional que impulsa el Gobierno Regional. Además, ambas instituciones permiten a los microempresarios que reciben certificación de la calidad, ofrecer productos a precios más competitivos y orientados al mercado externo. Al respecto, la Cámara ha firmado convenios con instituciones como Centrum Católica, Comercio Exterior y Aduanas, ADEX, Certipyme, a quienes considera socios estratégicos en esta idea de promover una mayor orientación hacia la competitividad.

- Centro de Promoción y Desarrollo Empresarial de la Municipalidad de Huancayo (CEPRODE)

Ante la ausencia de formalización entre los micro y pequeños empresarios, debido a los engorrosos y largos trámites que se exigen, Ceprode ha implementado un sistema que permite otorgar licencia municipal provisional (tiene vigencia de un año) en cinco minutos. Para ello, el empresario debe presentar su ficha RUC, dos declaraciones juradas (una que declare que es microempresario y otra de “compatibilidad de uso”) y pagar 103 soles. No obstante, del total de empresarios que se acogieron a este trámite, un año después, el 70% había cerrado o preferido regresar a la informalidad.

¹⁰⁴ Dado que se busca satisfacer pedidos con altos requerimientos de calidad, el reclutamiento consiste en identificar, principalmente en las cooperativas populares, a los líderes vecinales que ya han sido capacitados y tomarles además alguna prueba de habilidad.

¹⁰⁵ GCOD es la ONG que da origen a CEPROEM. Se crea en 1998 y un año después se crea CEPROEM.

- Caja Municipal

Esta Caja ha experimentado en los últimos años un crecimiento promedio anual de 25% en colocaciones. Actualmente tiene 200 millones de soles en colocaciones y 100 mil clientes y ahorristas, lo cual la coloca a la par del Banco de Crédito de Huancayo. Una de sus experiencias más innovadoras es la del “Programa de Ahorro Programado” para incentivar el ahorro en una población poco acostumbrada a hacerlo por sus escasos recursos, pero también por su mentalidad. Así, si un cliente ahorra una cantidad (20 soles) cada mes durante todo un año, la Caja le paga el 5% por sus ahorros y además el cliente “gana” el derecho de que la Caja le preste al año siguiente el doble de la cantidad que le prestó al inicio.

Arequipa

Instituciones y Programas de promoción a las MYPE

- PRODUCE

Se ocupa de temas relacionados con la pesca y la industria. Brinda servicios de capacitación en metal mecánica, agroindustria e industria textil a través de convenios con empresas como Aceros Arequipa (en metal mecánica) y Exsa (soldaduras); también con Alicorp para traer expositores, maquinarias y equipos. Las capacitaciones se hacen dos veces al año desde hace 3 años.

Está apoyando la cadena uva–pisco donde se ha propuesto como meta atraer a 25 productores para el 2006 (hoy tiene 15). El requisito que tiene para los productores es una producción no menor de mil litros al año. Los gremios empresariales con los que trabaja son: la Cámara PYME de Ana María Choquehuanca, MESUR (Mujeres Empresarias del Sur), el Directorio de Curtiembres, Asemin y la Comisión nacional de PYME de Rebeca Muñoz.

- IPAC (Instituto Peruano de la Alpaca y Cámelidos) - CITE Textil Cámelidos del

Perú

Esta institución está organizada por la industria textil alpaquera (Grupos Sarfaty, Mejía, Inca y Michell), y es en el Perú donde se produce el 85% de la fibra de alpaca del mundo (aproximadamente 6,600 toneladas anuales). Existen 140 mil familias productoras en el país, de las cuales 95% son microcriadoras de subsistencia. El ingreso promedio sobre 100 alpacas es de 850 dólares anuales. Entre las tareas pendientes figuran: a) introducir a través de los centros de acopio creados por IPAC un sistema de comercialización de la fibra que acerque más a los microproductores con las industrias, estos centros de acopio operan en función de la demanda de los industriales con normas técnicas para la compra; b) ganar capacidad de negociación a través de consorcios; c) mejoramiento genético, que debe ser visto junto con el tema de la comercialización; d) campaña nacional e internacional para el posicionamiento de la fibra de alpaca. Así mismo, el valor agregado de la fibra debe darlo fundamentalmente la pequeña empresa pues hoy el 70% de la fibra producida se vende en *tops* (bruto), es decir del total de las 6,600 toneladas anuales solo 700 toneladas son fibra procesada como prendas.

- PERÚ Emprendedor

En Arequipa, esta institución muestra las mismas limitaciones que presenta en todo el país: limitada capacidad de atención en los servicios de asistencia técnica y capacitación, demora en el pago a proveedores de servicios, reducción del mercado de proveedores de servicios, reducción de metas, entre otras.

- Gobierno Regional de Arequipa (Gerencia de Desarrollo Social)

Ha desarrollado un proyecto de inversión pública –que ha sido declarado viable en julio de 2005- para la construcción de consorcios empresariales MYPE en la Región Arequipa. Comprende el establecimiento e implementación de centros proveedores de información con la instalación de ocho computadoras para los micro y pequeños empresarios, con servicios de búsqueda de información asistida o realizada, así como una labor constante de filtrado y difusión de información existente en internet que pueda significar oportunidades de mercado o asimilación de conocimiento y tecnología. También desarrolla regularmente capacitación a la Unión de Mujeres Empresarias.

- EL TALLER (Asociación de Promoción y Desarrollo)

Es una de las organizaciones líderes en lo que a servicios de desarrollo empresarial (SDE) se refiere. Está orientado principalmente al sector confecciones y tejidos en la región sur. Cuenta con una fuerte presencia en consultoría empresarial relacionada con la asistencia técnica, la formulación de perfiles técnicos para obtener financiamiento, certificaciones de calidad, selección de personal y determinación de estándares de producción. Brinda cursos y seminarios técnicos especializados en confecciones y tejidos, programas de operatividad de máquinas industriales, programas de reentrenamiento de operarios en confecciones y tejidos, de operatividad de máquinas industriales y de creación de nuevas empresas. Respecto a la comercialización y eventos participa en la representación de proveedores de insumos, en la investigación de mercados y elaboración de colecciones, y ha desarrollado un banco de información de proveedores, operarios y servicios en confecciones y textiles.

- Empresa INCALPACA

Es una de las más importantes de Arequipa, se articula con aproximadamente 150 microempresas proveedoras de fibra. Y es la empresa alpaquera peruana más grande en valor agregado (más del 50%). El último censo arrojó cerca de 3.5 millones de alpacas, determinándose que el hato promedio es de 100 animales/familia, tener menos de mil alpacas es hablar de economías de subsistencia. La tarea de IPAC (en la que participa el grupo Inca) es lograr hatos más grandes y mayor fineza en la fibra, mientras que el Grupo INCA ha establecido un fundo en Pacamarca (entre los límites de Puno y Cusco) con el fin de desarrollar centros genéticos.

- Cámara de Comercio e Industria de Arequipa

Esta Cámara ha constituido una “Cámara Joven” para que aproximadamente 1500 estudiantes universitarios y técnicos puedan acceder a capacitación en gestión empresarial a costos menores. Tiene un proyecto que involucra a 15 pequeñas empresas en el Programa de Producción Más Limpia financiado por el BID y CONAM. Sin embargo, el proyecto sobre el cual tienen más expectativas es “Articulando el Sur” que busca vincular a empresas anclas con empresas pequeñas. El primer encuentro se realizó en junio de 2005 con la ronda del sector minero. De 700 pequeñas empresas asistentes, 40 ya están trabajando con Cerro Verde. Se planean encuentros adicionales con Tintaya, Southern y Buenaventura. La Cámara brinda capacitación periódica a sus asociados en temas aduaneros, comerciales, tributarios, etcétera. Tiene 450 empresarios agremiados (grandes, medianos y pequeños, no micros) que representan el 80% del PBI de Arequipa.

- Cámara PYME (Cámara de Industria, Comercio y Artesanía de la Micro y Pequeña Empresa de Arequipa y de la Región Sur)

Esta Cámara fue creada en 1997 y está inscrita en Registros Públicos. Representa a 90 gremios en 13 rubros productivos de las ocho provincias de Arequipa. Participa el Codemype y la Coordinadora nacional de Gremios Empresariales Pymes del Perú. Brinda servicios de capacitación y asesoramiento a MYPE. Le parece relevante el tema de la confianza dentro de los gremios. Ha celebrado un convenio con la Universidad Católica Santa María para priorizar cadenas y proyectos productivos en fibra de alpaca y Cite rural (Cailloma), en cadenas de turismo rural y trucha (Cailloma), en cadena de camarones (Camaná), también para agua potable (Camaná), para la cadena de la industria vitivinícola (Condesuyos), para la cadena de cultivos andinos y, por último, le ha parecido importante la constitución de un centro integral de apoyo al desarrollo urbano-rural PYME (Arequipa). Es uno de los gremios que se muestra más activo.

- ASEMÍN (Asociación de Empresas Industriales de Arequipa)

Se crea en 1976, cuando la actividad industrial de Arequipa era mucho más intensa que la actual. Su objetivo era la búsqueda de infraestructura. En 1979 es asentada en Registros Públicos y para ese entonces tenía 1050 empresas inscritas, hoy están reinscritas 137 (principalmente en metal mecánica, curtiembre, panadería). Asemin ha sido promotora del Parque Industrial El Palomar y participó en la creación de FENAPI. Actualmente la Asociación estima las posibilidades de negocios a partir de la producción alternativa de Cusco y Madre de Dios con la infraestructura de Arequipa (por ejemplo en sector de carpintería en madera, cajonería). No se ha inscrito en el Renamype pero participa en el Coremype (Consejo Regional de la Micro y Pequeña Empresa) y está a la espera de la convocatoria del Gobierno Regional.

Pucallpa

Instituciones y Programas de promoción a las MYPE

- Dirección Regional de Trabajo

En el tema de formalización se han hecho interesantes avances con COPAZO (Consorcio de Productores Algodoneros de la Zona Oriente) que tiene más de 400 socios activos y un área de 2,500 hectáreas sembradas de algodón áspero, articulándose con una empresa desmontadora de Lima. Esta Dirección es la más activa propulsora del Coremype y tiene a su cargo las convocatorias regulares. Está trabajando el plan estratégico junto con el gobierno regional y la cámara de comercio de la ciudad.

- Proyecto PRA (Proyecto de Reducción y Alivio a la Pobreza)

Tiene como principio impulsar el desarrollo económico en zonas pobres del país pero con potencial económico a partir de la demanda ("Producir lo que se Vende"). El PRA ayuda a armar el negocio, más que la cadena, y una vez identificada la demanda organiza la oferta. Esta tarea le corresponde fundamentalmente al sector privado, que debe generar las oportunidades de empleo y de aumento de ingresos sosteniblemente. El rol del Estado es complementar la tarea del sector privado mediante la creación de infraestructura económica básica (caminos, energía y agua para riego). Su lógica es identificar como "clientes" a empresas anclas a partir de algunos sectores o productos específicos. En el caso del maíz amarillo trabaja con SEM PERÚ que está articulada a dos organizaciones de productores (Los Cascabeles y Mar del Plata) que agrupan a 300 agricultores y 300 hectáreas. En el algodón el

articulador es COPAZO. Para la palma aceitera trabajan con CONCEPU (Comité Central de Palma Aceitera de Ucayali) que tiene 380 productores que reúnen 1300 hectáreas de palma aceitera y que han creado su propia empresa: OLAMSA, en la que CONCEPU tiene el 52% de las acciones y el otro 48% está entre agricultores individuales. Se está diseñando la siembra en las “restingas” (zonas que deja el río cuando baja y que son aptas para sembrar). Solo en Ucayali se calculan en 300 mil hectáreas. En el sector forestal hay 200 concesiones, y el PRA trabaja sólo con cuatro (entre ellas American NCS Forestal que exporta a China pisos de madera).

- CITE Madera (Centro de Innovación Tecnológica de la Madera)

Opera desde el 2002 y tiene como objetivo apoyar a los actores de la cadena productiva maderera para elevar el nivel tecnológico, la calidad y la capacidad de innovación, además de suministrar información para el desarrollo competitivo de las diferentes etapas de transformación de la madera, asistencia técnica, mantenimiento de elementos cortantes, servicio de transformación y secado. Reconoce como los gremios más importantes en el sector a APROFU (Asociación de Productores Forestales de Ucayali, 60 empresas entre medianas y pequeñas) y a AEMRU (Asociación de Extractores de Madera y Reforestadores de Ucayali, que dice agrupar a 400 asociados). Sus principales servicios son taller de afilado, habilitación de madera, identificación y reconocimiento de maderas y capacitación. También hacen trabajos de experimentación en algunos casos cofinanciados por INCAGRO para incrementar los volúmenes aprovechables de especies maderables.

- Ministerio de la Producción (Dirección de Industria)

Cuenta con un Maquicentro desde el que ejecuta el Proyecto “Mejoramiento de la Producción y Fomento del Empleo a partir del adiestramiento en el Maquicentro de Madera Pucallpa” dirigido a carpinteros y que consta de siete cursos. Participan alrededor de 20 carpinteros por curso y han incorporado información sobre normatividad y medio ambiente. También brindan cursos sobre líneas de financiamiento para PYME, así como cerrajería artística. Todas sus capacitaciones son gratuitas.

- Gremios inscritos en el Renamype: ASIMA, AAMYPE y ALBERGUE SAKURA

Los representantes de los gremios visitados reconocieron el escaso número de socios (no más de 20 en todos los casos) y las dificultades de convocatoria que regularmente tienen. El caso del Albergue Sakura es distinto toda vez que no constituye una organización de microempresarios sino más bien una asociación de discapacitados que carecen de experiencia empresarial y que periódicamente reciben asistencia de organizaciones religiosas y del Gobierno Regional. Los dos primeros gremios (ASIMA y AAMYPE) son básicamente de carpinteros que crecieron a partir de las compras de carpetas que Foncodes efectuó durante la década pasada. Reciben regularmente asistencia técnica desde PRODUCE y el CITE MADERA en apilado, maquinado, ensamble y acabados.

Cámara de Comercio e Industria de Ucayali

Maneja un proyecto con la cooperación alemana para extractores madereros en el manejo de bosques, involucrando a los gremios más grandes y representativos del sector (APROFU y AEMRU) y coordinando con PRODUCE para no duplicar esfuerzos. Con el FIAC, CARE y Copeme manejan fondos concursables para la articulación de mercados. Brindan capacitación en *marketing*, logística y ventas. Son alrededor de 250 socios activos.

Juliaca - Puno

Instituciones y Programas de promoción a las MYPE

- Oficina Zonal de Producción

Las principales actividades industriales se encuentran en los sectores textil, de calzado, de industrias alimentarias y de metal mecánica. La Oficina Zonal brinda servicios de capacitación y asesoramiento a MYPE pero a través de convenios que se planifican desde Lima, de modo tal que la oficina local solo se encarga de las tareas de convocatoria y organización y no participa en la programación ni en la selección de los proveedores de servicios, que casi siempre son de la capital. El directorio de empresas industriales arrojó 4971 empresas formales (que contaban con Registro Unificado), y en los últimos dos años alrededor de 100 empresas solicitaron la expedición de su RPIN (Registro de Productos Industriales Nacionales), principalmente fabricantes de carrocerías de ciclo taxis y del sector de industrias alimentarias, pues los confeccionistas y los fabricantes de calzado en su inmensa mayoría son informales.

- Oficina de Comercio Exterior y Turismo

Con el 70% del movimiento industrial de la región Puno, la ciudad de Juliaca no solo no cuenta con un parque industrial, sino que sus organizaciones gremiales carecen de representatividad. Solo en el sector calzado se estiman no menos de 200 empresas (representadas en cuatro o cinco gremios) y sin embargo no cuentan con una curtiembre por lo que deben ir a comprar a Arequipa. Del sector público, tanto PRODUCE como el MTPE tienen poca participación en la promoción a las MYPE. Por ejemplo Perú Emprendedor coloca el 80% de sus servicios en Puno, donde hay pocas MYPE, en vez de hacerlo en Juliaca. Se plantea entonces la creación de un centro de competitividad que permita un cambio de actitud entre los empresarios, que apoye la gestión empresarial y la transferencia de tecnologías, que promueva el acceso al financiamiento muy poco utilizado (en Juliaca solo están presentes la Caja Municipal del Cusco y Arequipa, Edificar y Solución). En el tema de artesanías hay 25 asociaciones formales que tienen de 20 a 500 miembros y que involucran alrededor de 5000 artesanos (solo la Asociación Velarde Soto tiene 1500 inscritos de los cuales no menos de 300 están activos). Las principales instituciones, programas o proyectos que proveen SDE son: Perú Emprendedor, CITE-Camélidos, Proyecto Corredor Puno-Cusco, *Cluster Artesanal*, Produce, Mincetur, la Dirección Nacional de Artesanías, ONG Cirma, Proyecto PARA, Alpa Vida, la Cámara de Comercio, CARE, PRADERA, Pro Mujer, CIAP (Central Interregional de Artesanías del Perú).

- Proyecto Desarrollo Competitivo del *Cluster Artesanal Puno*

Este Proyecto busca incrementar la productividad y las ventas de los talleres, el nivel de ingresos y de empleo de los artesanos del sector textil y cerámica en Puno, promoviendo la integración vertical y horizontal de las empresas exportadoras, así como talleres y grupos de artesanos. En el Proyecto participan INPAR (Instituto Peruano de Artesanías), ADEX (51 empresas exportadoras), la Asociación CECOALP y la ONG Entorno. Los dos primeros buscan el mercado, CECOALP agrupa a 2000 familias que proporcionan la materia prima y la ONG brinda capacitación en gestión y competencias.

Los componentes del Proyecto son: a) promoción de negocios y alianzas estratégicas; se han creado 2000 empleos temporales de uno a cuatro meses. b) Posicionamiento de la artesanía elaborada en Puno, participando en eventos nacionales e internacionales. c) Desarrollo de productos e innovación en procesos y equipos, apoyando el proyecto con control y calidad. Se ha creado un fondo económico para

dar créditos a los artesanos y productores para financiar materias primas. d) desarrollo de competencias técnicas y de gestión empresarial, a solicitud de los exportadores. El costo del proyecto es de 2'200,000 soles, de los cuales Fondoempleo aporta 1'400,000.

- Red Empresarial Juliaca Export

Esta conformada por 16 microempresarios asociados en redes horizontales (promovidas por la ONG El Taller de Arequipa). Exporta a través de *brokers*. Reconoce que tiene problemas de confiabilidad, y que eso dificulta el trabajo en equipo. A esto se suma el hecho de que la dirigencia no tiene credibilidad. La mayoría de sus integrantes comenzó a organizarse a partir de las compras que hacía Foncodes (polos, buzos), comenzando con 20 empresarios de los que quedaron seis constantes. Esta Red Empresarial participa en las Ferias de Perú Moda. Ha celebrado convenios con Incalpaca, con Franky Riky de Arequipa, ahora trabaja con Michell. Aunque reconoce la existencia de Apemipe, no participa en la vida orgánica del gremio. Por falta de tiempo usa muy poco los SDE que vienen del Estado.

- Proyecto Corredor Puno - Cusco

Es un Proyecto que tiene como objetivo elevar los ingresos y desarrollar capacidades de los campesinos y microempresarios y contribuir a la reducción de las condiciones de pobreza extrema, fortaleciendo cadenas productivas. Opera como fondo concursable (las convocatorias son bimensuales) para empresas, asociaciones de productores y comunidades campesinas. Su ámbito de intervención está constituido por 129 distritos, ubicados en 15 provincias: 5 ubicadas en el Departamento de Puno, integrantes de la Hoya del Titicaca y 10 en el departamento de Cusco. Son usuarios las familias y unidades microempresariales ubicadas en zonas rurales y pequeñas ciudades intermedias, así como aquellas microempresas que se ubican en las ciudades de Cusco, Sicuani, Juliaca y Puno, y cuya producción o servicio eslabona a las primeras. Los montos de los proyectos financiados varían entre ocho mil y diez mil soles, con una duración de seis a ocho meses, con un cofinanciamiento no menor al 20%. El Comité que aprueba las propuestas está conformado por representantes de la Cámara de Comercio, Alcaldes, Gobierno regional, Foncodes y organizaciones de usuarios. En el Comité Directivo del Proyecto participan FIDA, el MEF, Foncodes, el Coordinador del Proyecto y representantes de las organizaciones de usuarios. El Proyecto es ejecutado por Foncodes, a través del Núcleo Ejecutor Central del Proyecto Corredor Puno-Cusco, que se inscribe en el Programa "A Producir" del propio Foncodes, con financiamiento del gobierno del Perú y del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA). Su duración es por el período 2001 -2007 y el monto total es de 30 millones de dólares (19 millones de FIDA, 6 millones de los usuarios, y 5 millones del gobierno peruano).

- Programa de Generación de Empleo Fronterizo – Puno

Busca la reconversión económica de microempresarios en zonas donde hay mucho contrabando. Se trabaja en los sectores de truchas, fibra de alpaca, tunta (chuño blanco), confecciones textiles y lácteos. Se brinda asistencia técnica para gestión, capacitación, identificación de mercado, alianzas estratégicas. Los niveles de intervención del programa frente a la magnitud del problema del contrabando (algunas fuentes locales estiman en 90% el porcentaje de microempresas que trabajan con productos de contrabando) es pequeño: tiene un presupuesto anual de 130 mil soles e involucra, por ejemplo, en el caso de la trucha a 300 personas, en el caso de la fibra de alpaca a 7 cooperativas (2,000 productores), en los lácteos a 20 microempresas y en la tunta a 5 asociaciones de productores. El proyecto tiene como objetivo llegar a 1,600 personas al año.

Tarapoto y Moyobamba

Instituciones y Programas de promoción a las MYPE

- Centro de Servicios Económicos – Proyecto PRA

El proyecto PRA (Proyecto de Reducción y Alivio de la Pobreza) empezó en el año 2000 y tiene programado continuar hasta el 2007. Es financiado por el USAID y ejecutado por la empresa Chemonics International Inc. de Estados Unidos, que tiene como subcontratista local a MEDA SAC de la ciudad. Con un carácter nacional el proyecto empezó con 10 oficinas en las principales ciudades del país, a las que se sumaron una en Huancayo y otra en Piura. Las orientaciones estratégicas del proyecto son: a) el mercado, la demanda de productos y servicios, b) promueve la articulación empresarial, principalmente la vertical (entre grandes y pequeñas empresas). Su principal línea de acción es el desarrollo y organización de proveedores locales a las empresas medianas y grandes que existen en la región, en esa medida trabajan con las micro y pequeñas empresas existentes. La meta del proyecto en Tarapoto es producir 16 millones de dólares en ventas, adicionales a las que se hubieran dado sin la intervención del PRA. Si bien no tenían una especialización productiva a priori, el sector en el cual se están concentrando es el sector agrícola. Han trabajado con 20 a 25 empresas regionales de tamaño mediano y pequeño.

Las principales empresas a las que han apoyado son las siguientes:

- a) Algodonera de la Selva, que tiene 2000 proveedores pequeños de algodón.
- b) Romero Trading, también en el rubro del algodón, con 2000 proveedores. En ambos casos la empresa grande entrega semillas certificadas y brinda asistencia técnica a los pequeños agricultores.
- c) Agro Forestal SAC, dedicada a la siembra de arroz en sus propias tierras.
- d) Agrícola El Biavo, también dedicada a la producción de arroz.
- e) Peruvian Coffee, empresa que cultiva, cosecha y compra café para la exportación.
- f) Rain Forest Trading, empresa comercializadora que compra café también para la exportación.
- g) Tabacalera del Oriente, empresa dedicada al cultivo de tabaco, que empezó desde muy pequeña y hoy tiene un millón de dólares de capital.

- Gobierno Regional de San Martín

La Gerencia Regional de Desarrollo Social tiene a su cargo impulsar el tema de la micro y pequeña empresa, tal como lo expresan los lineamientos y actividades estipuladas en la Ley 28015: Ley de Promoción y Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas. Como parte de sus actividades de promoción ha elaborado y discutido un Proyecto Regional denominado “Fortalecimiento de las MYPE de la Región de San Martín”, que ha sido concertado con la Mesa PYME regional y el Coremype (Comité Regional de la MYPE), y finalmente aprobado por el Gobierno Regional que asignó un monto de 700 mil soles (aprobado también por el SNIP). Uno de los objetivos de esta Gerencia es la formalización de las MYPE pues ha diagnosticado que por lo menos el 60% de las empresas son informales, para ello cuenta con la participación de los dos gremios representativos, el Apemype y la Cámara de Comercio y Producción.

Por su parte la Dirección Regional de Producción también tiene interés en apoyar a las MYPE regionales, cuyas principales actividades productivas son: Madera y

carpintería, 31%; alimentos, 24%; ladrilleras, 11%; metal mecánica, 10%; imprentas, 7% y textiles, 6%. También son importantes las secadoras de café y molinos de arroz, ambas en la agroindustria. Otra actividad, quizá la que más posibilidades de crecimiento tiene en el futuro es la piscicultura, actualmente existen aproximadamente mil piscicultores. Las especies más promisorias son gamitana, paco, doncella, boqui chico, paiche, tilapia y carpa.

La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo también trabaja con las MYPE regionales, en particular con los artesanos de la región (hay varios gremios representativos con los que coordina el apoyo). En lo que respecta al comercio exterior, la región ya tiene su Plan Regional de Exportaciones (PERX) en el que las MYPE regionales juegan un rol importante, particularmente en las actividades de café, cacao, algodón, sachainchi (especie de maní), que son los productos con mayor potencial.

- Intermediate Technologies Development Group – ITDG

Esta institución, que tiene su matriz en Inglaterra, empezó a trabajar en la región de San Martín en 1990. Lo hizo al inicio en prevención de desastres, gestión local y desarrollo de nuevas tecnologías apropiadas al medio. Actualmente ejecuta un programa con jóvenes que se denomina: “Jóvenes Ya”. Se trata de fomentar los emprendimientos de los jóvenes a través de un concurso que organiza junto con la Cámara de Comercio y Producción de San Martín. La metodología es premiar los mejores proyectos y conseguirles financiamiento. Paralelamente, ITDG efectúa estudios sobre la situación del empleo en la región para conocer las verdaderas necesidades de los jóvenes. Participa también en la Mesa PYME Regional que elaboró y presentó un proyecto al Gobierno Regional para el apoyo integral a las MYPE de la región obteniendo un financiamiento con cargo al presupuesto regional. Los problemas políticos derivados del cambio del Presidente Regional han limitado la ejecución del Proyecto. La organización de los jóvenes está muy avanzada, de hecho son considerados por el CONAJU como la región mejor organizada de todas.

- Cámara de Comercio y Producción de San Martín

La Cámara es la entidad empresarial más representativa de la región, y tiene como objetivos lograr que las empresas de la región sean cada vez más competitivas, garantizar la seguridad jurídica y la estabilidad en las reglas de juego, y también crear las mejores condiciones para la inversión privada. La realidad empresarial es que, salvo dos empresas (la fábrica de cemento y la plantación de palma aceitera del grupo Romero), todas son pequeñas y micro. La Cámara tiene aproximadamente 380 afiliados. Según su Presidente, uno de los problemas que enfrentan es la mala imagen que tiene la población de los empresarios por acción de políticos irresponsables que les han echado la culpa de la pobreza y otros males de la región. El anterior Presidente fue vacado y la gestión del actual es criticada por diversos sectores locales.

Los servicios que presta la Cámara a las empresas locales son:

- a) Asistencia técnica y capacitación.
- b) Información sobre financiamiento en convenio con Cofide.
- c) Concurso de proyectos innovadores.
- d) Plataforma tecnológica empresarial en convenio con Perú-Cámaras.

Las actividades económicas más importantes y que tienen mayores perspectivas en el futuro son agricultura, turismo, comercio, madera (explotación forestal sostenible), plantas medicinales y piscicultura.

- Asociación de Pequeños y Medianos Empresarios (Apemype)

Esta es la asociación de micro y pequeña empresa más antigua de la región, tiene 22 años de fundada. En sus primeras épocas tuvo mucho respaldo de la cooperación internacional (Fundación Konrad Adenauer) y de la Fenapi de Lima (en tiempos en que su Presidente era el ingeniero Máximo San Román). Actualmente tiene 120 empresas afiliadas, que cubren sus cuotas regularmente. Participa en la Mesa de Trabajo para la Competitividad de las MYPE junto con el Gobierno Regional, el Municipio, la Cámara de Comercio y otras entidades representativas. Así mismo, colaboró en la formulación del Proyecto Regional de Fortalecimiento de las MYPE aprobado por el Gobierno Regional. Esta asociación considera que los BonoPyme y los BonoGremio han sido muy positivos para las empresas del gremio, habiendo permitido la legalización de muchas de ellas. El servicio que más valoran y necesitan es el de las compras del Estado, que actualmente ve Prompyme.

Piura

Instituciones y Programas de promoción a las MYPE

- Gobierno Regional de Piura

La Gerencia de Desarrollo Económico ha establecido cuatro líneas de acción: a) Cadenas productivas (organizar agricultores y buscar financiamiento). b) Minería (artesanales. Buscar su formalización). c) Comercio exterior y turismo (artesanos de Catacaos, con tejido de paja y orfebrería). d) Pesquería e industria (programa para formalización).

Desde la Gerencia de Desarrollo Social, Sub Gerencia de Normas y Supervisión, se dirige el Coremype de la Región Grau que, como en otros lugares, padece la escasa asistencia de sus miembros a las reuniones. Su principal interés es la simplificación administrativa (licencias), la creación de ferias itinerantes y la capacitación de manera más didáctica.

El Gobierno Regional tiene el Programa de Apoyo Social (PAS) que depende de la Presidencia y desarrolla proyectos productivos.

- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

Este organismo público apoya sectores de cerámica y joyería. Con los CITE de Chulucanas y Catacaos brinda capacitación en tecnología, diseños, suministro de material de calidad, entre otros. Busca promover los tejidos de fibra vegetal (sombrosos, floreros con paja toquía) y articular a los productores. En Catacaos, el CITE apoya la formalización de cinco pequeñas empresas de filigrana. Promueve la exportación, pero al centrarse solo en joyería genera descontento. Los artesanos no están identificados con él, porque no perciben beneficios tangibles. En cuanto al turismo, la dirección manifiesta que existen 385 establecimientos de hospedaje y solo 40 están categorizados. Es notoria la falta de capacitación en este rubro, lograda en la campaña "Cebiche Imagen del Perú" en Piura.

- Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo

Desarrolla dos programas: Prodame y Perú Emprendedor. En Renamype tiene tres gremios inscritos. En Coremype busca actuar en cuatro ejes: 1) formalización (licencias municipales), 2) acceso a mercados (jornadas itinerantes y el Proyecto "Herramientas en Internet" para buscar mercados), 3) capacitación y 4) asociatividad. La Dirección destaca también la inasistencia a las reuniones y la falta de presupuesto en Coremype, que a pesar de ser un ente consultivo es requerido para ejecutar acciones. Así mismo, señala que no hay trabajo concertado. Por ejemplo, en nuevos

emprendimientos, cada institución desarrolla por su lado iniciativas similares: Escuela Emprende (Ministerio de Trabajo), CID, Iglesia de los Mormones, Colegio Montessori.

- Dirección Regional de Agricultura

Desde la Dirección de Promoción Agraria se está organizando a los productores y promoviendo cadenas productivas. Se empieza con diagnóstico y sensibilización, luego se da paso a la organización y formalización, después a las alianzas productivas y mesas de concertación para articular cadenas productivas. Se trabaja con productores organizados y con el comprador. Esta labor se inició en el 2001. Tiene una relación impresa de asociaciones y un *diskette* de cadenas productivas.

- Caja Municipal de Piura

Sus principales datos e indicadores son los siguientes:

- Sus colocaciones ascienden a 460 millones de soles.
- Sus captaciones de ahorros llegan a 550 millones de soles.
- Su radio de influencia económica va desde Tumbes hasta Lima y también en la zona de Selva.
- En Piura es líder en captaciones y colocaciones, le siguen el Banco de Crédito e Interbank. En Lambayeque, la Caja es tercera en colocaciones y cuarta en captaciones.
- Las tasas de créditos (efectiva anual) van de 31.37 a 57.35%.
- Las tasas de interés en sus depósitos a plazo (ahorro) en moneda nacional van del 4% al 12%.
- Sus colocaciones están el 88% en las PYME y el 12% en créditos de consumo (convenios). Sector agrícola restringido.
- Tiene líneas de créditos para la Pesca en Sechura, Tumbes, Piura y Chiclayo.
- Otorga préstamos desde 20 mil dólares con garantías inscribibles; y menores préstamos con garantías blandas: electrodomésticos, máquinas, mercadería.
- Da préstamos mínimos por 100 dólares.
- El 90% de los créditos son menores a los US \$10,000.00
- En crédito PYME, el promedio es 1700 dólares y en crédito de consumo cinco mil soles.
- En el Sistema de Cajas ocupa el primer lugar, seguida de Arequipa y Trujillo. Tiene 23 años en el mercado.
- Hoy tienen Fundación Piura para desarrollar labores culturales; así como un proyecto para crear la Escuela de Capacitación para la Microempresa, con un porcentaje de las utilidades de la Municipalidad.
- Tiene 650 trabajadores y cuenta con un Plan Intensivo de Capacitación que incluye financiamiento de Maestrías.
- Sus productos estrella son: Crédito PYME y Depósito a Plazo Fijo.
- Su competencia mayor es con los Bancos. Su estrategia contempla atención personalizada, costos razonables (tasas de interés sin costos adicionales), flexibilidad de pago acorde con necesidades de clientes; y en captaciones: tasas más altas y solidez.
- Considera de urgencia bajar costos, aplicar herramientas para modificar la evaluación crediticia, el acceso a tarjetas, entre otros. Busca expandirse a zonas rurales (Chota, Cutervo).
- Tiene varios proyectos y busca la modificación de la estructura para emitir Bonos AFP por ejemplo, sin abandonar captaciones.

- Proyecto PIDE CAFÉ

Es una ONG que Ejecuta hace 10 años el Proyecto de Cooperación Internacional con la Central Piurana de Cafetaleros que agrupa 60 organizaciones de base y cuatro mil agricultores. Abarca Piura, Jaén, Amazonas y San Martín a través de otras

organizaciones: Central Fronteriza de Cafetaleros (Nor Oriente-Jaén), Cooperativa Oro Verde de Lomas (Tarapoto), Cooperativa de Pequeños Asociados (Ayabaca, Huancabamba y Morropón) y Cooperativa Lomya (Amazonas). Los productos orgánicos que se cultivan son café, caña de azúcar y mango.

- CEPI CAFÉ

Es la empresa comercializadora que coloca los productos en el mercado internacional (Estados Unidos, Holanda, Alemania), enmarcada en los conceptos de comercio justo y producción ecológica.

- Perú Emprendedor

Recién está activándose, estuvo detenido desde diciembre de 2004 hasta agosto de 2005. Tiene presupuesto para desarrollar 20 asistencias técnicas y capacitar a 200 empresarios (8 cursos). Cuenta con ocho Proveedores de SDE, tres Instituciones y cinco profesionales independientes.

- Centro IDEAS

ONG también con sede en Lima y Cajamarca. En Piura está desde hace 15 años en la agricultura orgánica. Desde 1996 en los distritos de Chulucanas y Salitral. Trabaja en la formación de la Asociación de Pequeños Productores y Productoras Ecológicos del Alto Piura (APPEAP) que luego la vinculan al mercado solidario. Presta servicios y cobra por la asistencia técnica a los agricultores interesados en incursionar en la agricultura orgánica: 10% por el valor de tonelada que es de mil soles en el caso del mango orgánico. Hace muchos años trabaja con mujeres en ciudadanía, salud, derechos, y hoy también en temas económicos (transformación, agroindustria). Ha creado AMPRODESCH, Asociación de Mujeres Promotoras del Desarrollo Sostenible del Distrito de Chulucanas a quienes ofrecen microcréditos con la Caja Municipal. Está trabajando en el acercamiento con la Central Piurana de Bananeros Orgánicos.

- CARE Perú

Ha desarrollado el Programa de Frontera buscando fortalecer capacidades agropecuarias y comerciales, orientadas al mercado. En el marco del Fondo Binacional realizó Proyectos Pilotos Productivos en la Sierra y zona de frontera, buscando vender los productos a mercados costeros: lúcumas, fresas, cochinilla, tuna, tara, granadilla, hierbas aromáticas. También desarrolla proyectos de papa lavada, leche de cabra, yogurt, hilados y telar, orquídeas, engorde de cerdos, ecoturismo.

Los gremios empresariales que tienen una mayor presencia en la región son: Cámara de Comercio de Piura, Apemipe Región Grau, Asociación de Artesanos de Catacaos, Asociación Calixto Romero, Asociación de Pequeños Artesanos Unidos, Asociación Virgen de la Puerta, Asociación Virgen del Socorro.

Chiclayo

Instituciones y Programas de promoción a las MYPE

- Perú Emprendedor

Este Programa se redujo a su mínima expresión en noviembre de 2004 por falta de recursos, luego de dos reinicios y suspensiones volvió a activarse en agosto de 2005.

Sin embargo hasta diciembre de ese año había presupuesto para realizar 20 asistencias técnicas y para capacitar a 315 personas. Para el presente período se ha priorizado turismo, bosques secos y café. Se busca colocar bonos en coordinación con la Asociación de Hoteles y Restaurantes, pero las interrupciones enfriaron el mercado y son pocos los participantes. Se cuenta con ocho instituciones que han renovado su contrato de Proveedores de SDE y con 25 profesionales independientes.

Gobierno Regional de Lambayeque

Desde la Coordinación de PYME: Según éste el Coremype no funciona y el plan MYPE de la Región Lambayeque no fue aprobado a raíz de las descoordinaciones con el MTPE. La Coordinación recoge información de compras de instituciones de la Región e informa a Prompyme. Ha organizado Feria de Servicios Empresariales y programó para agosto de 2005 una Feria de Proyectos. Apoya también con *stands* a otras instituciones. Para setiembre del mismo año estuvo prevista una reunión con el fin de tomar decisiones para reorganizar y hacer que el Coreympe funcione, y para diciembre debe realizarse una Feria de Mujeres con UMEP.

Desde la Gerencia de Desarrollo Económico: se plantea que es prioritario fortalecer la asociatividad. Considera que el Coremype y el Consejo Regional para la Competitividad, ambos inactivos, deben ser reestructurados, y constata el funcionamiento del Consejo Ejecutivo para las Exportaciones. Busca desarrollar proyectos para organizar e impulsar la productividad de PYME por distritos. Hace convocatorias a quienes trabajan Cadenas Productivas y los reúne en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT) para unificar criterios y definir metodologías que eviten confusión de mensajes. Se estructura el programa "Gestores de Cadenas Productivas" y busca financiamiento para su ejecución. Fomenta el emprendedorismo en jóvenes mediante ferias de proyectos en toda la Región y se enseña a hacer tanto perfiles como planes de negocios para luego buscarles financiamiento.

El Gobierno Regional participa en el Proyecto de Promoción Turística Cultural del Distrito de Monsefú, fortaleciendo la cultura, la capacidad de gestión empresarial y el *marketing* turístico. Ahí participan además, la Dirección de Trabajo y Promoción del Empleo, Dircetur (Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo), Idesi, Copeme, CICAP, SNV y asociaciones de productores.

- Dirección Regional de Agricultura

Está implementando la Norma de Registro de Asociaciones Agropecuarias: Ley 28062 de Desarrollo y Fortalecimiento de Organizaciones Agrarias y su Reglamento. Tiene interés en lograr una Cadena Regional, ahora en fase de organización y consolidación.

- Junta de Usuarios de Chancay-Lambayeque

Agrupar a 24,347 agricultores con un total de 118 mil hectáreas, de las cuales 35 mil están sembradas con arroz. La Junta está organizada a partir de 14 Comisiones de Regantes y 140 Comités de Regantes por Canal. Brinda servicios de distribución de agua para regadío, entrega de agua para uso poblacional, energía y agroindustria. También brinda capacitación a los directivos, administrativos y técnicos de la propia Junta, así como a directivos de las comisiones de regantes y comités de regantes por canal. La capacitación y asesoría que brinda abarca diversos temas: manejo de agua, infraestructura, derechos, manejo de conflictos, tributación, gestiones con SUNAT, planes estratégicos, aspectos legales, agrarios, gestión empresarial, normas de control interno, TLC, reglamentos y estatutos, entre otros. El Presupuesto de la unidad de capacitación en el 2005 fue de 55 mil nuevos soles; por sequía, el 2004 no tuvo presupuesto, sólo se realizaron acciones en coordinación con otras instituciones. Cada comisión de regantes tiene un contador y recibe asesoría especial en el momento de la comercialización.

El D.S. 9398 les exige contabilidad completa a los agricultores (de una a tres hectáreas). La Junta ha pedido aclaración y ha presentado una propuesta para su modificación. El Presidente de la Junta de Usuarios Chancay-Lambayeque es el Vicepresidente de la Junta Nacional de Usuarios, que agrupa a 109 Juntas de Usuarios, las que reconocen a la de Chancay-Lambayeque como la más adelantada, razón por la cual la visitan constantemente.

- Eagle Condor Humanitarian - Asociación para el Desarrollo

Tiene un Programa de Promoción de PYME que dura dos años, y que se inicia con un proceso de selección estricta, en el que durante seis meses se brinda capacitación y asesoría para determinar las necesidades reales. Quienes cumplen con las exigencias y tienen la paciencia suficiente para esperar pasan a la fase uno. En ésta, durante seis meses reciben dos visitas semanales en las que se realiza arqueo general, auditoría financiera, contable y de gestión, *couching* y acompañamiento. Del 7.º al 12.º mes reciben una visita semanal. Del 13.º al 18.º mes, la visita es quincenal. En los últimos seis meses, fase de estabilidad y crecimiento, la visita es mensual. Posteriormente se busca establecer redes empresariales y articularlas al mercado internacional a través de un Fondo de Riego. Desde el 2004 hay 37 empresas vigentes, empezaron 45. En el 2005, 13 empresas terminaron la fase de prueba. Los aspirantes saben que si no son honestos, quedan fuera del programa. Adicionalmente, como actividad para generar ingresos, la Asociación tiene Programa de Perforación de Pozos y de Construcción de Módulos Básicos para Vivienda.

- CICAP: Centro de Investigación, Capacitación, Asesoría y Promoción - Chiclayo

Esta Institución desarrolla con el Gobierno Regional capacidades de producción y gestión en pobladores de bosques secos. Tiene un proyecto por 800 mil soles que se inició el 2004. En él participan 500 familias y busca ser una alternativa a la tala de árboles. Se han implementado tres centros para procesamiento y estandarización de miel de abejas y vaina de algarrobo. Cada centro cuenta con pequeñas plantas de procesamiento. Las 10 asociaciones de apicultores existentes forman empresas que manejan los centros de procesamiento. CICAP también impulsa negocios rurales vía financiamiento a mujeres. El de café y el de la compra y venta de animales beneficia a 150 familias. Participa en el Consorcio dirigiendo un proyecto en Monsefú. En fruticultura, mango para exportación, se busca complementar la producción con la formación de empresas de servicios constituidas por jóvenes: trabaja con cuatro organizaciones y beneficia a 400 familias. Se forma a los jóvenes en fumigación, preparación y venta de abonos orgánicos, poda, cosecha de mangos. Con la Central Cafetalera del Nor Oriente, que agrupa a 6 organizaciones y 2200 productores; y con la Caja Rural como soporte financiero, siembran café orgánico en San Miguel, Florida, Niepas, Kañaris, Utcubamba, Luya y Rodríguez de Mendoza. Forma PROASA para comercializarlo en el extranjero: mercado orgánico, de comercio justo y solidario. Crea marcas de origen: Femenino, Oro de los Andes, Penachí. Busca establecer Plataforma de Servicios, siguiendo el modelo de trabajo del mango para exportación. Ha iniciado un nuevo proyecto para jóvenes empresarios: "Transformación y Comercialización de Caña Guayaquil", y otro proyecto de Ecoturismo se encuentra en su fase inicial. El CICAP tiene dos áreas de especialización: desarrollo económico y gobernabilidad.

- Dirección Regional de PRODUCE

Sector Industria: Está prácticamente desligado de PYME. Se ha abocado a la campaña de RPIN (registro de la producción industrial, supuestamente abolido en Lima) y Cómprale al Perú. Mantiene una estadística industrial mensual y de insumos químicos, y aunque el 70 u 80% sean PYME, no tiene mecanismos para clasificarlas. En el Registro Industrial aparecen 500, pero en el 99 aparecerían cinco mil. PRODUCE

tiene limitaciones económicas, no tiene partida del Ministerio, y cuenta con solo dos mil soles del Gobierno Regional.

Sector pesquería: Existen en Lambayeque 900 procesadores artesanales, cuatro mil pescadores y 15 asociaciones de acuicultores (pescado y conchas de abanico). Se prestan servicios técnicos y administrativos, y de Lima llegan algunos expertos. El Gobierno Regional está preparando un Proyecto de Inversión Pública para Crédito a Pescadores. En septiembre de 2005 se inicia el Proyecto del Gobierno Regional para reducir la contaminación en Pimentel y Santa Rosa: "Reciclaje de Desperdicios de Pescado en Abono Orgánico" por un monto de 100 mil dólares.

- COPEME - Chiclayo

Facilita el trabajo del Consejo Regional de Turismo y colabora en la elaboración del Plan Estratégico 2005. Ha logrado el financiamiento para el Proyecto de Señalización de Playas. A través de TURISMAN (un programa turístico especial) exporta su modelo a regiones vecinas. Programa, con la Dirección Regional de Trabajo y la Cámara de Comercio, los Lunes Emprendedores. También dicta cursos de planes de negocios para jóvenes y trabaja en áreas de ferias en municipalidades. Impulsa una alianza con el Servicio Alemán para proyectos. Con once mil euros financia: certificación en madera, Cite mate burilado y telares (iconografía). Copeme tiene siete ONG asociadas en la región.

- Cáritas Chiclayo

Brinda créditos solidarios a las MYPE. Ingres a turismo con el proyecto del Fondo Italo-Peruano: mujeres en cerámica y telares. Actúa en formación de redes, capacitación, asistencia técnica, búsqueda de mercados, certificación y consolidación. Es una réplica del proyecto Cáritas Chachapoyas. Otorga créditos solidarios en pueblos jóvenes.

- IPR: Instituto de Investigación y Promoción Regional - Perú

Desarrolla un proyecto de alcachofas en una zona de Cajamarca y otro de turismo para el rescate de la identidad cultural en la zona de Eten.

- Solidaridad

Supervisa el Fondo Peruano-Alemán y mantiene la línea de crédito La Chanchita. Desarrolla un proyecto en Mochumi: "Fortalecimiento y Asociatividad de Jóvenes Emprendedores" (Banco Mundial), y en Zaña: "Jóvenes para Rescatar la Identidad Cultural".

- Gremios empresariales

Se llegó a tener contacto con representantes de Apemipe Lambayeque, Apemipe Ferreñafe, APIC, Sociedad Nacional de Industrias (SNI), APIMECO, Organización Nacional de Mujeres de la Industria Azucarera (ONMA), los cuales demostraron cierta actividad en la zona.

Trujillo

- MINKA

Es una institución especializada en redes empresariales, *clusters*, cadenas productivas y desarrollo local. Fue fundada en 1987, y aplica una metodología de redes empresariales probada en el campo de diversas regiones de América Latina. Para ello

dispone de un equipo multidisciplinario de experiencia y capacidad innovadora. Sus ejes de intervención son las acciones promocionales para PYME, estimulando las aglomeraciones de PYME urbanas y de pequeños agricultores, potenciando iniciativas empresariales conjuntas que hagan viable la conformación y desarrollo de grupos, generando confianza para viabilizar estrategias de generación y consolidación de empleos e ingresos. Potencia enlaces con mercados locales, corredores económicos y oportunidades de exportación. Busca priorizar productos que deriven en una cadena productiva o tengan una clara perspectiva empresarial. Tiene una gama de proyectos –financiados por diversas fuentes de cooperación internacional y programas gubernamentales– que pasan por capacitación para jóvenes, bonos para microempresarios, entre otros. Da énfasis al trabajo de redes (de alcachofas en Cajamarca, de cerámica en Chulucanas, de calzado en Trujillo, de artesanía en Ayacucho, de metal mecánica en Los Olivos). Está promoviendo alianzas de cámaras de comercio con universidades y municipios.

- Gobierno Regional de La Libertad

Su trabajo sobre MYPE es casi inexistente. La gerencia de promoción de inversiones era la encargada del tema antes de pasarlo al Ministerio de Trabajo. El Coremype, formalmente a cargo del Gobierno Regional, no se reúne. Otro problema es que son las Gerencias de Desarrollo Social las que se encargan del tema MYPE donde se junta con temas de salud y educación, con funcionarios totalmente alejados de su competencia profesional. No existe coordinación del Gobierno Regional con programas de PRODUCE o Agricultura. Hay proyectos de PRODUCE con la municipalidad de El Porvenir o con FONDEPEZ (Fondo de Desarrollo Pesquero) que no son conocidos por los Directores Regionales.

- Dirección Regional de Producción

No tiene proyectos específicos con las MYPE que sean manejados por esta dirección. Tiene un proyecto con la Municipalidad de El Porvenir (2004-06) para la normalización (donde participan gremios de cuero y calzado y Cámara de Comercio), mejora de la competitividad y capacitación, que ha permitido la creación de 7 consorcios. Sus principales tareas son verificar el cumplimiento de la normatividad y apoyar la competitividad a través de convenios interempresariales.

- Asociación de Comerciantes e Industriales de Trujillo (ACIT)

Tiene aproximadamente 450 socios inscritos pero están activos no más de 120. Manifiesta su descontento por la parálisis del proyecto del parque industrial, que llegó a ser lotizado, pero que hoy está siendo destinado a fines no industriales, según la Asociación, la responsabilidad está en manos del Gobierno Regional. Busca una mayor participación de las universidades para lograr que algunas industrias puedan reconvertirse (en Arequipa se planteó lo mismo) al haber quedado maquinaria obsoleta y contar con materia prima más cara que en el exterior, lo que afecta la capacidad de competir. Tiene convenios con SUNAT para información tributaria. Casi no conoce los programas del MTPE. Manifiesta dificultades en el acceso al crédito por los plazos largos que se toman las cajas y los bancos.

- Municipalidad de El Porvenir

En el distrito de El Porvenir hay aproximadamente 2,000 unidades productoras de calzado. Para los empresarios, todos los organismos públicos están desprestigiados, incluso la propia Municipalidad. El convenio que tienen con PRODUCE les ha permitido organizar 10 consorcios de microempresas de calzado a partir de acciones para apoyar la asociatividad, la asistencia técnica en gestión y la asistencia en formalización. Los empresarios quieren utilizar BonoPyme (buscando que se les dé asistencia técnica y no capacitación). La Municipalidad tiene un proyecto por 3.5 millones de soles con el Concejo de Lombardía (Italia) por el período 2005-10 que es

manejado a través del gobierno regional para la formación de no menos de 100 consorcios, capacitación, pasantías a Italia y la mejora de viviendas- taller.

Capítulo 6: Los gremios empresariales

6.1 El inicio de los gremios en el Perú

Los inicios de la actividad gremial de la pequeña y microempresa en nuestro país se remontan a la década del 70, cuando se crea el Comité de la Pequeña Industria (COPEI) de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI) para enfrentar a la Ley de la Comunidad Industrial del gobierno del general Velasco Alvarado. En dicha ley se decía que las pequeñas empresas no tendrían tal comunidad, por lo que los empresarios organizados en la SNI crearon el Comité y muchos se afiliaron al mismo. Ciertamente no es un inicio muy positivo, pero esa es la realidad.

Hacia finales de la misma década algunos empresarios del sector consideraron que la SNI no los representaba ni defendía adecuadamente. Un grupo de asociados del COPEI lo abandonan y forman la Asociación de la Pequeña y Mediana Industria del Perú, Apemipe. Entre los primeros promotores de este gremio encontramos a Justo Orellana (su primer Presidente), Rosa Gálvez de Martínez y Máximo San Román. Posteriormente este grupo de empresarios con el apoyo de algunas ONG organizan otras Apemipe en las principales ciudades del país, para finalmente, agrupando a estas organizaciones, formar la Federación Nacional de la Pequeña Industria (Fenapi-Perú) hacia principios de los 80.

Desde el año 1980 se inicia, con significativos recursos, el Programa de Formación de Líderes y Dirigentes Empresariales y el Programa de Apoyo a la Organización de Fenapi-Perú. En 1988, con una proyección de 10 años, un nuevo proyecto complementa los anteriores: “Acceso de la Pequeña Empresa a la Estructura del Poder.” Ambos estuvieron a cargo del CINSEIT (Centro de Investigaciones Sociales, Económicas y Tecnológicas), con financiamiento de la Konrad Adenauer de Alemania.

Durante todo ese período el COPEI-SNI, por un lado, y la Fenapi-Perú con sus Apemipe, por otro, empiezan a competir y a enfrentarse, ocasionando un gran perjuicio al sector. En este marco se crean nuevos gremios, principalmente de carácter sectorial, como es el caso de APIC (Asociación Peruana de la Industria de la Confección) y Apemefac (Asociación de Pequeños y Medianos Fabricantes de Calzado y Afines), así como otros de carácter local, entre ellos Asociaciones de Gamarra (la aglomeración de empresas más importante del país, ubicada en el distrito de La Victoria en Lima) y de varios otros lugares del país. Todo esto debilitó la capacidad de diálogo entre ellos y otros actores, principalmente el gobierno y la cooperación internacional.

En 1990, al asumir Alberto Fujimori la presidencia del país, Máximo San Román, en ese momento Vicepresidente de Fenapi-Perú, llega a ser Primer Vicepresidente de la República, Senador y Presidente del Congreso y de la Cámara de Senadores, y junto con él, cinco dirigentes gremiales son elegidos Congresistas. Justo Orellana, Presidente de Fenapi-Perú, es nombrado Director Nacional de Industrias en el Ministerio de Industria. Desgraciadamente, el movimiento PYME no estaba aún preparado para semejante responsabilidad.

A partir del autogolpe de Estado de 1992, los gremios de la pequeña y microempresa atraviesan por una etapa de reactivación aparente pues estaba inequívocamente

vinculada a los intereses del gobierno. Lo que se hizo fue enfrentar y utilizar a las asociaciones gremiales para fines particulares. Era común entonces observar avisos de saludo e identificación con el gobierno, entre muchas otras manifestaciones. Esta etapa reforzó, en los dirigentes de gremios, conductas de lo que podríamos llamar una “cultura pedigüeña e irresponsable”.

En 1995, con el segundo período de Fujimori, se elige a Ricardo Márquez, empresario emergente, como Primer Vicepresidente de la República. A nivel gremial, se propicia la creación de la Confederación Nacional de Gremios de la Micro y Pequeña Empresa (Conamype). Nunca antes se percibió con tanta claridad la manipulación de los gremios. Hacia fines de los 90, cuando decae el apoyo, esta organización se debilita hasta prácticamente desaparecer.

En los meses previos a la caída del gobierno de Fujimori y dada la posición contraria asumida por cierto sector de las MYPE, entre los que se encontraba David Waissman, entonces Presidente del COPEI y que lideraba una cierta oposición al gobierno en compañía de otros gremios (como la Coordinadora de Gamarra, la FENAPI, algunas Apemipe entre otros), es invitado a formar parte de la plancha presidencial de Perú Posible, llegando a convertirse en el Segundo Vicepresidente de la República en el año 2001.

En el Gobierno de Transición, según evidencia Sara Pait en su Informe de Consultoría realizada para OIT/MTPE en el 2001, “Prompyme convocó a gremios del interior y promovió su organización por departamentos, con participación en su Consejo Consultivo; también se promovió a dirigentes remunerados en provincias como interlocutores de la institución, a cargo de “maquicentros”¹⁰⁶, lo cual es cuestionable pues puede ser considerado como una forma de captación o neutralización de dirigentes”.

Ya en el gobierno de Alejandro Toledo, las asociaciones gremiales ingresan a una etapa de marcada inercia, reflejada en muy poca actividad hacia el interior de sus organizaciones, lo que devino en un debilitamiento de su representatividad.

A mediados del año 2005, fecha en que se inicia este estudio, la actividad gremial del sector MYPE empieza a vivir algo así como un período de renacimiento. Es clara la influencia del impulso exportador, el TLC, la dinámica comercial, la cercanía del proceso electoral y cierto cambio de actitud en un grupo de dirigentes gremiales.

En el ambiente político, cerca del proceso electoral de abril de 2006, observamos nuevamente la presencia de líderes vinculados al sector de la pequeña y microempresa: Susana Pinilla, vinculada al partido aprista, fundadora de Idesi (ONG creada a mediados de los 80) y de reconocida trayectoria, ha constituido el Movimiento “Perú Emergente”; Marco Arrunátegui, quien fuera en algún momento Secretario de Conamype, hace algún tiempo lidera su Movimiento “Proyecto País”. El propio

¹⁰⁶. Este fue uno de los proyectos más importantes en el gobierno de Fujimori, que demuestra el desorden de la promoción al sector en esa época (del que hemos hablado en páginas anteriores), pues: (i) fue promovido y ejecutado por la Casa Militar de Palacio de Gobierno (que obviamente no tenía mucho conocimiento del tema); (ii) se incurrió en endeudamiento público (se estima en 50 millones de dólares) para importar módulos de máquinas de fabricación china (de dudosa calidad) en las actividades más comunes como confecciones, calzado, metalmecánica; (iii) inicialmente cada maquicentro fue administrado por los gremios empresariales de los conos y de las provincias del interior (muchos débiles y sin la capacidad de cumplir esta tarea) y finalmente, (iv) algunos maquicentros ni siquiera se usaron, y muchos de ellos terminaron en manos de CEOs e ISTs del Ministerio de Educación (que tampoco tenía mucha idea de qué hacer con ellos).

Máximo San Román aparece como candidato presidencial de Avanza Perú, otro partido nuevo y pequeño.

Además, es notorio que en otras agrupaciones políticas existe interés en destacar los temas MYPE y en contar con representantes que estén vinculados a la realidad del sector. Cada vez más, el análisis y la proyección de la Pequeña Empresa forma parte prioritaria de la agenda política nacional.

6.2 Los gremios en la actualidad

Para efectos de este estudio, se tomó en cuenta como base inicial a los gremios inscritos en el Renamype (solo para recordar: Registro Nacional de Asociaciones de la Micro y Pequeña Empresa, instituido por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, MTPE). Allí se encuentran registradas 36 asociaciones gremiales en Lima y 12 en las nueve regiones visitadas, (en el Registro Nacional solo figura un gremio de la Región Lambayeque, mientras que en el Registro Regional de Lambayeque se cuenta con dos inscritos).

A esas 48 asociaciones gremiales se fueron sumando, por referencias de expertos, otros dirigentes y directivos de organismos públicos de Lima, de las demás regiones visitadas, así como de otros gremios que eran considerados representativos por las personas e instituciones referentes, llegándose a un total de 133 en total para este estudio. De esas 133 asociaciones gremiales pertenecen a Gamarra 22, a Villa El Salvador 16, y a las demás regiones, 45 (la relación completa se encuentra en el anexo 2).

Obviamente esta relación es parcial, pues existe un número mayor de gremios en los distritos, provincias y regiones, muchos de los cuales son antiguos y su representatividad está muy venida a menos. También encontramos gran cantidad de asociaciones en el sector comercial, cuya pujanza y crecimiento es notorio, aunque su aporte al desarrollo de las MYPE, aún no es valorado.

Un estudio de mayor profundidad permitiría determinar el real potencial de las asociaciones gremiales, tanto tradicionales como las nuevas que están surgiendo principalmente en el sector comercial, y también en el sector agro exportador. Se lograría así precisar qué porcentaje de las 2'518.617 pequeñas y microempresas existentes en el país se encuentran representadas en los gremios actuales que reclaman representatividad, estimamos que no llegan a agrupar ni al 1% del total de empresas del sector.

6.3 Los gremios más representativos a nivel nacional, local y regional

Los gremios más representativos a nivel nacional

- De todos los gremios existentes en la actualidad la Coordinadora Nacional de Gremios PYME PERU representa el esfuerzo más serio e importante en la búsqueda de unidad y representatividad del sector de la micro y pequeña empresa. Este gremio

surge como una respuesta a la necesidad de que las pequeñas empresas tengan un interlocutor válido con el sector público, especialmente a partir de las primeras rondas de conversaciones del TLC.

Ha logrado convocar a 14 gremios de nuestra capital; está integrada por el Comité de la Pequeña Industria (COPEI) de la Sociedad Nacional de Industrias, el Comité de la Pequeña y Mediana Empresa (PYMEADEx) de la Asociación de Exportadores, y la Asociación de Empresarios Metal Mecánicos (ATEM Perú), así como por representantes de gremios locales como los de Villa El Salvador y Gamarra.

Es importante destacar el rol de liderazgo de estas tres instituciones empresariales, lo que ha contribuido a que se les reconozca la iniciativa en este esfuerzo unificador y logre ya decisivos avances. Es importante mencionar que el COPEI cuenta con 420 asociados¹⁰⁷, el PYMEADEx con aproximadamente 200 asociados y con un crecimiento sostenido, y ATEM también cuenta con un número significativo de afiliados muy activos.

Luego de algunos meses de gestación, la Coordinadora Nacional de Gremios de la PYME, ha logrado, no solo la representatividad ante el Foro del TLC, sino el apoyo económico de la CAF para desarrollar un proyecto que le permita contar con un equipo de apoyo (Secretario Técnico, Asesor Legal y Coordinador) para alcanzar, en el más breve plazo, su formalización y consolidación.

Los pasos que la Coordinadora ha seguido hasta hoy le aseguran avanzar de manera consistente en los temas de la dirección y representatividad. El haber adoptado una organización cuya dirección asume la forma de Presidencia Colegiada (de las tres organizaciones mencionadas) le permite enfrentar adecuadamente uno de los problemas comunes en los gremios de las PYME: el personalismo y las distorsiones por intereses personales o de grupo y el fracaso institucional que ha significado en el pasado.

En una perspectiva de crecimiento resulta importante que en la primera Presidencia Colegiada estén representantes del COPEI (Eduardo Hoyle), PYMEADEx (Rosario Guisado) y ATEM Perú (Ángel Neyra), tres organizaciones bastante bien organizadas y en permanente actividad a favor del sector PYME. Dos de estas organizaciones tienen una institución matriz de prestigio cada una: la Sociedad Nacional de Industrias (SNI) y ADEX (Asociación de Exportadores del Perú).

Es también decisiva para su consolidación y crecimiento, la presencia de un equipo técnico rentado, que monitoreará su evolución. El proceso no será sencillo, pero existen ya bases sólidas que contribuirán con ello. Será sí necesario, además de su formalización, trazarse el objetivo de convocar a otros gremios representativos y organizados que aún no se integran, y salir también a las regiones para alcanzar dimensión nacional.

El gran reto es iniciar una exhaustiva tarea de capacitación dirigida a todos los asociados, soporte indispensable para lograr no solo mejores organizaciones sino también mejores líderes. Este aspecto es central y atraviesa a todas las pequeñas empresas y sus gremios.

- Encontramos también como gremio representativo nacional a la Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú, Apemipe Perú, presidida por el señor Víctor Álvarez. Tiene representantes en diversos lugares del país como Tarapoto,

¹⁰⁷. Información proporcionada por los propios dirigentes del gremio.

Piura, Chiclayo, y Juliaca-Puno. En el mes de mayo de 2005, con Apemipe Cusco y la Asociación de Mecánicos Automotrices del Cusco, realizaron el Primer Congreso Regional MYPE del Sur del País, congregando a cerca de mil representantes de las pequeñas y microempresas, autoridades e instituciones locales. El 27 de agosto en la ciudad de Piura, organizaron el Primer Congreso Regional MYPE del Norte del país, reuniendo a 1200 participantes.

Apemipe Perú cumplió el 2005, 31 años de vida institucional, tiene representatividad en diferentes instituciones y está trabajando siete propuestas para el nuevo gobierno: declaratoria en emergencia del sector PYME por cinco años, creación del Ministerio PYME, puesta en funcionamiento del Banco PYME, modificación de la Ley MYPE, activación de parques industriales, legislación sobre la representatividad PYME y reactivación y generación del empleo desde la PYME.

- Un tercer Gremio con aspiraciones de representatividad nacional es el Consejo de Organizaciones de la Micro y Mediana Empresa del Perú, COMPYMEP, dirigido por Rómulo Fernández. Tiene registrados 118 gremios en las 23 regiones del país, aunque en los 9 lugares visitados por el equipo de este estudio no se encontró representantes que se identificaran como bases de este gremio¹⁰⁸. Cuenta con un plan estratégico para el desarrollo de las PYME, 14 comités especializados por temas y un Comité Consultivo Público-Privado integrado por representantes del Ministerio de Trabajo, PRODUCE, Colegio de Ingenieros, Asociación Nacional de Rectores, CONCYTEC, entre otras Instituciones.

Realizaron un Encuentro Macro regional en Cusco con cerca de mil representantes de ocho regiones, participaron cuatro Ministros. El 19 de julio de 2005 presentaron un Plan de Emergencia PYME al Ministro de Trabajo. Han realizado ocho Audiencias Públicas sobre el TLC y 10 asambleas de dirigentes a nivel nacional.

Su actividad gremial tiene tres líneas de acción: defensa gremial (instalarán Defensoría de la Micro y Pequeña Empresa), negocios estratégicos y propuestas técnicas. Han expresado que aceptan el TLC, pero exigen mejorar condiciones de PYME para poder competir.

- La Unión de Mujeres Empresarias (UMEP) es una institución creada en 1995 que también expresa tener presencia nacional. Se han encontrado filiales en Lambayeque, Piura y Trujillo. Han programado realizar en las diversas regiones del país, el Seminario Panel “Concertación y Competitividad para el Desarrollo Integral Sostenible”.

- Finalmente, cabe mencionar a PYMEDIS, Sociedad Nacional de la Pequeña y Microempresa de Personas con Discapacidad del Perú, con representantes en Ayacucho, Trujillo y Chiclayo. Se creó en 1997. Busca apoyar a que ese 13% de personas con discapacidad de nuestra población, tenga posibilidades preferenciales de desarrollar actividades productivas o económicas y constituirse como micro y pequeñas empresas promocionables: con ventajas para licitaciones y en Municipalidades (en Los Olivos no pagan nada por constitución). Existen líneas de crédito preferenciales en COFIDE.

¹⁰⁸. Es importante precisar lo que afirmamos: en las visitas a cada una de las 11 ciudades más importantes del país, el equipo que elaboró este estudio se reunió con las instituciones públicas y privadas más representativas (el Gobierno Regional, el Municipio, la Cámara de Comercio, son solo algunas). Se les pedía que nombraran los gremios más significativos de la ciudad y región. En ningún caso mencionaron a alguna de las bases del COMPYMEP. Esto no quiere decir que no existan dichas bases, solo estamos afirmando que no las hemos visitado porque no fueron reconocidas por la institucionalidad PYME local, y por lo tanto no aparecen citadas.

Los gremios más representativos a nivel local (de Lima Metropolitana)

Además de los gremios que buscan tener representatividad nacional, encontramos en el pujante conglomerado de Gamarra que reúne a más de 10 mil empresarios de la Pequeña, Mediana y Microempresa, otro interesante esfuerzo de unidad. Lo constituye el denominado **Frente Único de Gremios de Gamarra** que busca desarrollar proyectos que beneficien no sólo el desarrollo empresarial sino también la calidad de vida de quienes habitan en tan reconocido emporio comercial. Busca también impulsar la innovación tecnológica y asumir la defensa auténtica de sus miles de asociados.

Un importante proyecto que ahora está muy cerca de concretarse, es el CITE Confecciones para Gamarra, de carácter privado, con apoyo del gobierno y que cuenta con una directiva integrada por representantes de los diferentes gremios que lo conforman. Está presidido por Antonio Siapo, de CIDEMYPE.

Otro de los proyectos del Frente es la Cooperativa de Servicios Múltiples Gamarra, cuyo trámite de inscripción está en marcha, aunque ya hace dos años que presta dinero a sus asociados, de un fondo rotativo formado con el aporte de 128 empresarios. La preside Carlos Choque, ex Presidente de la Federación de Empresarios de Gamarra.

Entre los asociados del Frente se encuentran 16 gremios de Gamarra de todas las actividades económicas que allí se desarrollan, 15 formalmente constituidos y uno en proceso de formalización. Este esfuerzo de unidad gremial consideramos que es de gran trascendencia por estar centrado en una realidad caracterizada por el accionar de muchas asociaciones gremiales, tradicionalmente enfrentadas entre sí. Está presidido por René Cobeña del Gremio ADEPYMEGA, y por Manuel Salazar de la Asociación de Pequeños Empresarios de Gamarra, como Vicepresidente. Su enfoque de gestión está centrado en desarrollar experiencias privadas, buscando sí el apoyo del gobierno, pero fundamentalmente siendo conscientes, y así lo expresan, de que será su accionar directo el que consiga dejar atrás toda una historia de conflictos, pleitos, fracasos y esperas vanas.

Encontramos también en Gamarra, a la **Coordinadora de Empresarios de Gamarra**, (que preside Diógenes Alva), que afirma representar a dos mil empresarios, aunque algunos comentarios afirman que representa principalmente a los propietarios de galerías. Esta Coordinadora es la creadora y promotora de la Tarjeta Gamarra Card y es reconocida su posición frente a las salvaguardas y al contrabando. Desarrolla capacitación para sus asociados, tiene un convenio con Indecopi, mantiene constantes reuniones con autoridades para mejorar las condiciones de las PYME en Gamarra y está abocada al ordenamiento de Gamarra para facilitar el acceso y comodidad de los clientes. Este gremio, al igual que el anterior, afirma que los demás gremios de Gamarra no tienen mayor representatividad y por tanto no es conveniente ningún intento para lograr la unidad.

En ninguno de estos dos gremios mencionados que, como hemos dicho, cuentan con cierta representatividad, se encuentra AMPIC-GAMARRA PERÚ que preside Isidro Zapata. Aunque es un dirigente muy activo, que participa en muchas reuniones y encuentros, es claro que su gremio aún no tiene representatividad.

Otro importante esfuerzo de unidad y organización gremial lo encontramos en el Parque Industrial de Villa El Salvador, singular experiencia desarrollada en nuestro país, que tiene su Central de Asociaciones Empresariales y Empresarios de la Micro y Pequeña Empresa del Cono Sur de Lima (Apevimex).

Este gremio, al igual que otros del país, estaba atravesando una situación de crisis y de reducción de asociados. Hoy está en franco proceso de recuperación con una sostenida actividad y con valiosos proyectos en ejecución. Apevimex reúne a 11 de las 16 asociaciones gremiales existentes en Villa El Salvador. No incluye a cuatro asociaciones ubicadas en las parcelas I y II (fuera de su ámbito) y a una Asociación Pro Ecología.

Está presidida por Carlos Acevedo Silvestre del gremio de carpintería (ASIMVES) y su más importante proyecto es la construcción del futuro Complejo Empresarial en un terreno de 5000 metros cuadrados que están pagando. Ha reactivado y revitalizado el Fondo Revolvente que se creó para prestar asistencia económica a sus asociados, cuyo capital inicial fue producto de la realización de exitosas polladas. También está implementando un Parque Industrial Privado en Pucallpa en convenio con la Municipalidad de esa ciudad. Tiene muy claro su objetivo de superar largamente el actual número de asociados (600). Esta Central es consciente de las crisis que originaron la disminución de sus asociados, y activando servicios y desarrollando proyectos está convencida de que volverán. Su posición ante los programas que realiza el gobierno es muy crítica, reclama que tome en cuenta la realidad y desarrolle actividades que de verdad los beneficie. Su rol de defensa gremial se percibe sólido.

En el rubro comercio, del sector Mipyme, encontramos también esfuerzos interesantes de asociatividad. Existe una cantidad importante de asociaciones de centros comerciales, varias de ellas orientadas no al “gremialismo tradicional”, sino a buscar resultados empresariales que beneficien directamente a sus asociados.

Es el caso de UDAMPE – LAS MALVINAS, asociación del rubro ferretero, formada por 700 asociados del Centro Comercial “Las Malvinas”, ex ambulantes de la Av. Argentina que fueron desalojados consiguiendo luego su reubicación. El proyecto se inició hace dos años, logrando conformar la Asociación y construir el Centro Comercial que ahora los alberga. Es un esfuerzo netamente privado que se concreta a través de un financiamiento del Banco Wiese, bajo un esquema de negociación innovador para las PYME. Ahora la asociación está abocada, con 100 de sus asociados, a la creación de una empresa importadora para comprar directamente sus productos de China.

Los gremios representativos a nivel regional

En la **Región Lambayeque** se encuentran inscritas en Renamype la Asociación de Pequeños y Microempresarios de Comercialización de las Galerías Comerciales Plataforma Balta Mercado Modelo (APYMECO) y la Asociación de Carpinteros en Madera “San José de Lambayeque”, la primera con 30 asociados y la segunda con 12 aproximadamente. Ambas son de reciente creación, no más de un año.

Sin embargo, la principal organización representativa es Apemipe Lambayeque, y también funciona Apemipe Ferreñafe. Tanto APIC Filial Lambayeque como Apemipe Chiclayo, han prácticamente desaparecido como organizaciones gremiales, aunque la primera mantiene representantes en Senati y Fogapi. Existen sí adicionalmente algunas asociaciones de artesanía en Monsefú y otros lugares. En el sector turismo: AHORA (Asociación de Hoteles, Restaurantes y Actividades Afines) Lambayeque. La ONMA (Organización Nacional de Mujeres Agrarias) desarrolla dentro de sus

actividades un notorio impulso a la actividad productiva de las mujeres de la industria azucarera.

En la **Región Grau** encontramos como asociación gremial más representativa a Apemipe Región Grau. También existen Apemipe en las provincias de Sullana, Paíta, Sechura, Piura, entre otras. Están inscritas en el Renamype las de Paíta, Piura y la Región Grau.

En artesanía es representativa la Asociación de Artesanos de Catacaos, también aunque en menor medida, la Asociación de Pequeños Artesanos Unidos. También están organizados en Narihualá, las Asociaciones Virgen de la Puerta y Virgen del Socorro. En el sector Turismo funciona AHORA Piura.

En la **Región La Libertad**, son gremios significativos la Asociación de Pequeños Industriales y Artesanos de Trujillo y el Consorcio Industrial “La Alameda del Calzado”. En proceso de decrecimiento se encuentra la Asociación de Comerciantes e Industriales de Trujillo. En el Distrito de “El Porvenir” que alberga cerca de dos mil productores de calzado y afines, se ubican varias asociaciones, entre ellas las más importantes son AMINCAE la Asociación de Microempresarios de Calzado El Porvenir Trujillo. Sólo la Cámara de Comercio está inscrita en Renamype.

En la **Región Junín** se encuentran asociaciones representativas por sectores: la Asociación de Productores “La Casa del Artesano” (hoy La Casa del Artesano S.A.) integrada por 91 artesanos de Huancayo, Cochas, San Jerónimo, Mito y San Pedro de Cajas de Tarma, que han logrado comprar un amplio local frente a la Plaza Constitución con una inversión de 860 mil dólares compartidos entre todos y con apoyo de la Edpyme Confianza.

Está también la Asociación del Centro Comercial de la Plaza Constitución, integrada por 250 propietarios, mayoritariamente ex ambulantes del sector comercio, que también han unido esfuerzos y han logrado construir de manera conjunta, el más moderno Centro Comercial de Huancayo, con una inversión aproximada por persona (a 5 años) de ocho mil dólares.

Además tenemos a la Asociación de Fabricantes de Calzado Quinta Industrial “PYME Export Huancayo”, que agrupa a 34 asociados, fabricantes y comerciantes de calzado.

Apemefac Huancayo, es la Asociación de Fabricantes de Calzados, Artículos Afines y Complementarios. Es un gremio tradicional que se formaliza en 1994, afirma tener 300 asociados aunque al parecer atraviesa una situación crítica.

Inscritos en el Renamype están la Cámara de Comercio y la Cámara de Turismo del Valle del Mantaro, ambas de significativo aporte para el desarrollo empresarial de la Región Junín.

En la **Región Arequipa**, los gremios más importantes son dos: 1) la Cámara PYME, que dice representar a 90 gremios de 13 rubros productivos en las ocho provincias de Arequipa, y que participa en el Codemype y en la Coordinadora Nacional de Gremios Empresariales PYME Perú. Ha celebrado un convenio con la Universidad Católica Santa María con la que preparan la priorización de cadenas y proyectos productivos. 2) El otro gremio es la Asociación de Empresas Industriales de Arequipa, Asemin, promotores del Parque Industrial de El Palomar.

Sólo están inscritos en Renamype dos gremios menores: la Asociación de Micro y Pequeños Empresarios del Pueblo Joven Ciudad de Israel y la Asociación Central de Centros de Acopio de Leche.

En la **Región San Martín**, es Apemipe San Martín el gremio reconocido. Tiene participación en varias instancias del Gobierno Regional y de la Municipalidad. Está inscrito en Renamype, junto con la Asociación de Pequeños y Medianos Empresarios Transformadores y Comercializadores Los Cedros-Apimetic Los Cedros.

En la **Región Puno**, sucede lo mismo con Apemipe Juliaca, aunque no está inscrito en Renamype.

En la **Región Ucayali**, son tres asociaciones pequeñas las inscritas en Renamype: ASIMA, AAMYPE y Albergue Sakura, tienen no más de 20 asociados cada una. La última de ellas es de discapacitados que carecen de experiencia empresarial y reciben periódicamente asistencia de organizaciones religiosas y del Gobierno Regional. Los dos primeros gremios son básicamente de carpinteros. Apemipe es el gremio más activo en la Región y tiene interés en desarrollar el proyecto de un Parque Industrial.

En el sector maderero está la Asociación de Productores Forestales de Ucayali, (60 empresas entre medianas y pequeñas) y la Asociación de Extractores de Madera y Reforestadores de Ucayali, que dicen agrupar a 400 asociados.

En la **Región Ayacucho**, existen algunas asociaciones que agrupan micro y pequeñas empresas: son los casos del rubro hotelería, artesanía, agroindustria, apicultura; sin embargo, no agrupan a una parte significativa. Por otro lado, la presencia del Renamype pasa inadvertida.

Ahora, lo que hay que decir respecto a los gremios en las regiones del país, es que las **Cámaras de Comercio**¹⁰⁹ de las Regiones visitadas, constituyen sin lugar a dudas, los gremios empresariales más representativos, con la mejor infraestructura y soporte técnico, con los mayores recursos económicos y posibilidades de acción. Sus asociados superan los varios cientos y entre ellos se cuenta a empresas grandes, medianas, pequeñas empresas y algunas microempresas. Si bien los gremios de las MYPE consideran que las Cámaras no son representativas de las empresas del sector, en realidad son bastante más representativas de la pluralidad empresarial en las regiones. En ellas prácticamente no hay grandes empresas, por lo tanto las Cámaras están llenas de pequeñas y medianas, típicamente PYME. Una política razonable sería impulsar la afiliación de las microempresas a las Cámaras para tener una sola entidad representativa de las Mipyme. De esta manera se podría evitar la gran dispersión que vemos hoy día y que hace tan difícil para las instituciones públicas y privadas contar con interlocutores válidos del sector.

6.4 Situación actual y perspectivas de los gremios empresariales

El panorama que acabamos de presentar nos permite afirmar que existe “un despertar” alentador en el mundo gremial de las pequeñas y microempresas de nuestro país. Esta reactivación tiene mucho que ver con el crecimiento de la

¹⁰⁹. En algunos lugares se denominan de “Comercio y Producción”, en otros aún conserva su nombre original de “Comercio, Agricultura e Industrias”, en ambos casos incluyen empresas del sector turismo.

economía, el dinamismo de las exportaciones, las expectativas por el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, el dinamismo del sector comercial, así como con las elecciones generales.

Una señal adicional de este “despertar gremial” la encontramos también en las actitudes más modernas expresadas por un importante sector de dirigentes, que contrasta con las actitudes “dependientes y pedilonas” fruto de la tradicional política asistencialista del pasado. También se nota una mejora sustantiva en la calidad de los proyectos e iniciativas presentadas por los nuevos dirigentes.

La presencia de cinco gremios en el Codemype y su activa participación en la elaboración del Plan Nacional MYPE 2005, junto con instituciones del Estado y la Sociedad Civil, habla de su capacidad de propuesta, interés y decisión responsable de mejorar la realidad de la pequeña y microempresa.

Estos cinco gremios son los siguientes: la Central de Asociaciones Empresariales y Empresarios de la Micro y Pequeña Empresa del Cono Sur de Lima, APEMIVES Cono Sur; la Asociación de propietarios del Parque Industrial, El Asesor, APPIA; el Comité de la Pequeña Empresa Exportadora de ADEX, PYMEADDEX; la Sociedad Nacional de Confeccionistas y la Cámara PYME Arequipa. Se espera que el Plan se exprese en políticas concretas y se lleve a la práctica.

En cuanto a la visión que los gremios tienen del Estado y de los Programas de Promoción para el Fomento de las MYPE, hemos encontrado algunas posiciones críticas, que afirman que no responden a la realidad de los empresarios ni están organizados, programados y ejecutados tomando en cuenta sus opiniones y situación real. Se aprecia una saturación de reuniones, estudios, análisis, evaluaciones, que no conducen a un cambio sustancial. Ellos piden tener presencia concreta y efectiva en el diseño e implementación de los diversos programas, y están dando ya algunos pasos en ese sentido.

Para impulsar el desarrollo gremial, es conveniente que se ponga especial énfasis en detectar aquellas asociaciones gremiales que se organizan con el convencimiento de que son las protagonistas de su destino, asumiendo responsabilidades económicas, y claramente centradas en la temática empresarial, en la búsqueda de mercados y en consolidarse para lograr mejores posibilidades de negocios y proyectos de apoyo al sector.

Es prioritario no dejar de lado el sector comercial y superar el inicial sesgo proindustrial de los gremios, cuyo dinamismo y crecimiento es notorio. Junto al sector servicios ofrecen la posibilidad de desarrollar experiencias donde es decisivo el esfuerzo colectivo y donde la presencia de programas de apoyo a las MYPE complementaría y reforzaría su consolidación y crecimiento.

Una experiencias singular, que puede tomarse como ejemplo de una concepción moderna de asociación gremial PYME, está dado por la organización de pequeños y microempresarios para la compra de centros comerciales, como por ejemplo La Casa del Artesano y el Centro Comercial de la Plaza Constitución en Huancayo, Las Malvinas de UDAMPE en Lima y tantos otros casos que se van replicando. Los empresarios de la MYPE asumen compromisos económicos (mientras que los gremios tradicionales no aportan ni una mínima cuota) y decisiones importantes respecto a su futuro, dejando de lado actitudes pasivas y demandantes. Apoyar su esfuerzo con programas de reforzamiento para mejorar sus habilidades de gestión, visión empresarial y estrategias para incrementar mercados, es de mucha importancia.

Este es el momento propicio para que la participación de los actores centrales, los empresarios unidos en gremios y asociaciones, sean efectivamente tomados en cuenta en el diseño y la ejecución de medidas que contribuyan a su respectiva consolidación y crecimiento sostenido. Es de vital importancia que desde el Estado se asuman políticas firmes y claras para tomar acciones concretas orientadas al fortalecimiento institucional-gremial, se mejoren los mecanismos de participación que ya existen y se creen los que sean necesarios.

El Renamype es un mecanismo que debe perfeccionarse de acuerdo con la realidad actual, dotándolo de los elementos necesarios y criterios uniformes para su adecuación. Algunas situaciones no favorecen su fortalecimiento, como el reconocimiento de gremios no registrados. Es el caso del Codemype donde, de los cinco gremios que participan, solo Apemives Cono Sur está en el Renamype. Ello denota evidentes deficiencias, sobre todo de sintonía con la realidad. También es esencial cuidar la concertación entre las instituciones del Estado.

La consultoría realizada por Sara Pait en diciembre de 2001, recomendó entre otras medidas: "El MTPE debe considerar la necesidad de establecer programas de fortalecimiento gremial que promuevan el desarrollo institucional de las organizaciones de pequeños y microempresarios. El rol del Ministerio debe ser de fortalecimiento de entidades intermediarias que puedan ejecutar tales programas, igual que con los servicios financieros y no financieros". En los años transcurridos muy poco se ha hecho al respecto.

No hay instancia en la que se desarrollen programas integrales de consolidación gremial, hay algunas iniciativas aisladas sin mayor repercusión. El BonoGremio no tuvo los resultados esperados, quizá por su vinculación taxativa con la formalización y hoy carece de presupuesto para su relanzamiento por Perú Emprendedor. Es conveniente rediseñarlo y plantear programas que logren organizaciones gremiales y dirigentes con visión de futuro, enfoque empresarial, orientación al mercado y centrados en valores.

Los cursos de capacitación que se organicen para lograrlo deben tener un enfoque holístico, integrado, no parcial, y contar con la metodología y continuidad necesaria para obtener resultados, no para alimentar estadísticas. Deben tener en cuenta la singular realidad del tradicional dirigente gremial PYME, incluyendo algunas de las debilidades de los empresarios: actitud dependiente, carencia de compromiso y responsabilidad individual, incumplimiento de compromisos económicos, tendencia a no participar activamente, motivación personal por encima del interés del grupo, proclividad al conflicto más que a las soluciones, costumbre de quejarse y resistirse a la acción personal para lograr el cambio.

Es imperativo también revisar el funcionamiento de los Consejos Regionales de la Micro y Pequeña Empresa, Coremype, como instancia de efectiva participación gremial. En las diferentes regiones visitadas el balance es poco positivo: la asistencia de sus integrantes a las reuniones es mínima y sus acciones no tienen mayor incidencia en la realidad de las pequeñas y microempresas. Es conveniente revisar su legislación, en cuanto a su naturaleza consultiva, a su composición y a la urgencia de asignarle un presupuesto y precisar los recursos con los que funcionará, así como la responsabilidad de los Gobiernos Regionales en su conducción.

Facilitar la modernización del movimiento gremial contribuirá a validar a los interlocutores y favorecerá obtener la mayor información de quienes mejor conocen su realidad, hecho que permitirá actuar certeramente para lograr pequeñas empresas competitivas. Se requiere un trabajo sostenido e integral, empezando por profundizar

el conocimiento del potencial gremial existente en cada región y en cada ciudad, y que no deje de lado sino priorice las experiencias de asociaciones comerciales, que al parecer se han diseminado en todo el país con un impacto generador de experiencias exitosas.

Capítulo 7: Políticas públicas de promoción a la pequeña empresa

Una de las críticas más importantes que se ha hecho en el pasado a la promoción de las pequeñas empresas ha sido la ausencia de políticas públicas explícitas que orienten y den coherencia al esfuerzo de promoción que desde muchos años realiza el Estado. En efecto, podemos reconocer que desde la década de los 80 instituciones públicas como el Banco Industrial y Cofide brindaban servicios financieros a las pequeñas empresas y a la artesanía, por su parte Artesanías del Perú también brindaba algunos servicios de desarrollo empresarial; sin embargo se trataba de acciones aisladas que no formaban parte de un todo coherente. En los 90 proliferaron los programas estatales de promoción al sector¹¹⁰, que ciertamente aumentaron los servicios financieros y no financieros pero que se mantenían como esfuerzos aislados sin coordinación entre sí, y sin una orientación ni una política común.

Es verdad que a lo largo de esos años se han dado diversas leyes de promoción y fomento a las pequeñas, medianas y microempresas¹¹¹, generalmente al final del período de los sucesivos gobiernos (Morales Bermúdez, Belaunde Terry, García Pérez y Fujimori Fujimori), y que tuvieron escasa aplicación y efecto en el sector. Por lo general, dichas leyes obedecían a presiones y exigencias de los gremios empresariales de las MYPE que empezaban a tener mayor presencia en la escena nacional, y de alguna manera representaban un esfuerzo por racionalizar las actividades que realizaba el Estado en favor del sector, y contenían algunos aspectos de la política pública respecto a las Mipyme. Sin embargo, no llegaban a constituir cuerpos enteros y representativos de las políticas públicas existentes en otros países de la región.

Sin desconocer estos avances parciales realizados en las décadas pasadas, se debe reconocer que es a partir del año 2001 que se han realizado los mayores esfuerzos por dotar al Estado de una política coherente y comprensiva de promoción a las MYPE. Debe señalarse en primer lugar que el rol protagónico que le tocó cumplir al sector MYPE en estos últimos años se debe a su íntima relación con el empleo. En otras palabras, la prioridad que se le otorgó al sector MYPE en el gobierno de Alejandro Toledo se ha debido a su capacidad de generar y mejorar el empleo, que era precisamente la orientación básica inicial del actual gobierno. Esta decisión estatal tuvo la siguiente secuencia lógica: se priorizó el empleo como tema central del gobierno¹¹², luego se reconoció el rol clave de las MYPE en la generación y mejoramiento del empleo, para finalmente concluir que debían ser apoyadas de manera destacada y prioritaria.

¹¹⁰. Que fueron documentados extensamente en el trabajo ya citado de Villarán y Chíncono (1998), Pait (2001) y Vildoso (2004), entre otros.

¹¹¹. Las principales normas para el sector, desde que se empezó a hablar del tema en el Perú han sido: Ley 21435, Ley de la Pequeña Empresa del Sector Privado de 1976, Decreto Ley 23189 Nueva Ley de la Pequeña y Mediana Empresa de 1980, Ley 24062, Ley de Promoción de la Pequeña Empresa Industrial de 1985, Decreto Legislativo 705, Ley de Promoción de Microempresas y Pequeñas Empresas de 1991, Ley 27268, Ley General de la Pequeña y Microempresa.

¹¹². Esta prioridad estuvo reflejada incluso en la propia campaña electoral del entonces candidato: "Toledo más Trabajo". También tuvo un lugar privilegiado en el Plan de Gobierno de Perú Posible, en el que incluso se hablaba explícitamente de las micro y pequeñas empresas.

Esta decisión estratégica respecto al empleo es la que rompe el “empate” que existía en la década de los 90 en torno a la promoción del sector. Como se ha analizado¹¹³, en ese momento (sobre todo a finales de la década) todos los ministerios importantes tenían programas de apoyo a las MYPE: MEF (Cofide, Fogapi), Ministerio de la Presidencia, Agricultura, Industria, Trabajo, Pesquería, Educación, PROMUDEH, Transporte y la Primera Vicepresidencia de la República. Además de programas, cada uno poseía (lo cual no tiene nada de extraño) sus propias políticas y orientaciones, que generalmente eran bastante diferentes a las de los otros sectores. Un perfecto ejemplo del desorden que tenía la promoción a las MYPE en los 90 es el Programa “Maquicentros”, del cual ya hemos hablado.

Como se ha dicho, no había una coordinación efectiva entre los ministerios y sectores involucrados, y menos un liderazgo que pudiera poner cierto orden y concierto. Cada sector reclamaba no sólo su independencia respecto a los otros, sino también el liderazgo (que por supuesto el resto no le reconocía), aduciendo diversos argumentos como la competitividad, la política productiva, el apoyo social, la descentralización, el desarrollo tecnológico, de acuerdo con el lugar y sector desde donde se realizaba. Esto es lo que hemos llamado un “empate” que en la práctica significó un desorden de la promoción y por lo tanto un perjuicio para las Mipyme.

Con la priorización del empleo como tema central en este gobierno, se rompe este empate y se avanza significativamente en la organización de la promoción estatal a las MYPE. Se decidió que la institución que lideraría la reforma en este campo sería el Ministerio de Trabajo¹¹⁴.

Los argumentos para otorgar el rol de liderazgo al Ministerio de Trabajo fueron los siguientes: 1) El sector MYPE es multisectorial y la promoción al mismo también tiene que serlo, de manera que había que encontrar un ministerio con esa cualidad. 2) La característica más distintiva de las MYPE es su capacidad de generar empleo (de hecho el 75% del empleo en el Perú se encuentra en este sector, realidad semejante en la mayoría de países del mundo) y de paso es también el problema más importante del país, por lo que parecía lógico que el tema fuera manejado por el mismo ministerio. 3) En plena globalización la institucionalidad pública nacional debía adecuarse a la institucionalidad internacional, y es la OIT (Organización Internacional del Trabajo) la encargada en el mundo de ver ambos temas (empleo y MYPE). 4) Los subsidios internos y la propia cooperación internacional solo se van a justificar por razones sociales (como el empleo) y mucho menos por razones productivas y de competitividad. 5) La promoción a las MYPE es realizada cada vez más por instituciones privadas y menos por el Estado (que actúa como segundo piso), de manera que el conocimiento especializado o sectorial de las empresas no es tan importante para el Estado que se encarga de las políticas generales. 6) Las dificultades de coordinación que se vieron en los 90 se originaban en la convicción de que los sectores tienen igual jerarquía y por tanto no se someten a las orientaciones de sus pares¹¹⁵.

¹¹³. Ver trabajo de Villarán y Chíncono.

¹¹⁴. Algunas personas piensan que esta decisión fue de carácter personal (del Ministro de Trabajo de ese momento, Fernando Villarán), pero en realidad esta decisión fue discutida y aprobada en el Consejo de Ministros, y tuvieron un rol protagónico en ella principalmente el Presidente Alejandro Toledo, el Primer Ministro Roberto Dañino y el Ministro de Industria y Primer Vicepresidente Raúl Diez Canseco, los que no solo estuvieron de acuerdo sino que la respaldaron a lo largo de su ejecución.

¹¹⁵. Es evidente que también existen otros argumentos que pueden contradecir los expuestos, argumentos que podrían justificar que fuese otro sector, como el Ministerio de la Producción o la PCM, el que lidere la promoción a las Mipyme, y que todavía están circulando en los medios académicos y gremiales.

Es importante mencionar que el concepto de liderazgo que se tuvo en esos momentos (que va mucho más allá del formal concepto de “entidad rectora”) no significaba el monopolio o la exclusividad de la promoción de las MYPE, que sería claramente contraproducente, sino principalmente tener claridad de objetivos y metas, contar con un mínimo de programas propios, y poder convencer (no imponer mediante una ley) no solo al sector público sino principalmente al sector privado de ir en una misma dirección en el largo plazo. La palabra clave en la promoción de las MYPE es la coordinación de las diferentes instituciones públicas y privadas, y sus respectivos programas y/o proyectos. Esta es la exigencia mínima en el momento actual, y para ello se necesita un liderazgo con la suficiente autoridad legal, pero sobre todo intelectual y moral para que las diversas instituciones actúen en función de objetivos superiores y de largo plazo.

Las reformas que culminaron en el cuerpo de políticas públicas que hoy están vigentes para las MYPE empezaron por los cambios en el propio Ministerio de Trabajo. Como se sabe, antes del año 2001 éste se denominaba Ministerio de Trabajo y Promoción Social (concepto que incluía diversos objetivos y programas) y se preocupaba principalmente de regular las relaciones laborales aunque tenía algunos programas de empleo y apoyo a las MYPE, claramente subordinados al tema laboral. Por ello la tarea central consistió en cambiar de orientación al Ministerio: sin abandonar sus responsabilidades en el campo de las relaciones laborales, se dedicaría principalmente a la promoción del empleo. Para tal efecto: 1) se creó el Viceministerio de Promoción del Empleo y las MYPE, la Dirección General de la Micro y Pequeña Empresa. 2) Se transfirió la principal institución estatal de promoción a las MYPE al ministerio: Prompyme, que en ese momento pertenecía a la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM). 3) Se concentraron algunos de los principales programas de apoyo al sector (que estaban dispersos en diversos ministerios y dependencias públicas, como fue el caso de FONDEMI que estaba en el MITINCI), de tal manera que se puso al Ministerio en un claro rol de liderazgo en la promoción pública de las MYPE. Desde esta posición, no sólo se pudo ordenar la dispersión existente en el sector público en materia de promoción, sino que se logró construir un solo interlocutor válido con los actores que, por cierto, eran mucho más numerosos e importantes que la propia promoción estatal. Como corolario de esta política se cambió el nombre del Ministerio por el de Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), siguiendo el ejemplo de Brasil y otros países en desarrollo que unen trabajo con empleo (las dos caras de una misma moneda).

Como se dijo, este cambio y esta nueva orientación fueron aceptadas por el Presidente y todo el gabinete, y varios Ministros pasaron algunos de sus programas y proyectos con el sector MYPE al MTPE para consolidar y darle consistencia al liderazgo propuesto¹¹⁶. ¿Cómo es que se pasa de la prioridad nacional en el empleo a la prioridad en las Mipyme? La respuesta es bastante sencilla: en las éstas es donde se encuentra el grueso de la fuerza laboral, es el sector que más empleo nuevo genera, y es donde la calidad del empleo presenta los mayores problemas.

En efecto, el diagnóstico de la situación del empleo en el Perú nos indica que el principal problema no es, como en la mayoría de países desarrollados, el desempleo (que alcanza el 7% de la PEA), sino el subempleo (que alcanza el 55% de la PEA), y que el grueso de los subempleados urbanos se encuentra en el autoempleo, la microempresa y la pequeña empresa. Por otro lado, desde el punto de vista de las

¹¹⁶. Los que tienen alguna experiencia en la función pública saben que nadie cede una institución, un programa, y menos un proyecto con fuentes de cooperación (es decir, poder) fácilmente. Esto fue posible no solamente por la convicción del Presidente y del Primer Ministro, sino sobre todo porque el tema del empleo era una prioridad del gobierno y había sido el tema principal en la campaña.

relaciones laborales, se sabe que solo el 25% de la PEA tiene derechos laborales y beneficios sociales, y que el grueso de los trabajadores no tiene ninguna protección legal. Por todo ello es perfectamente lógico que las prioridades desde el punto de vista del empleo se ubiquen claramente en el campo del autoempleo, la microempresa y la pequeña empresa.

La política en materia de empleo se organizó en cuatro grandes áreas: 1) La promoción de la micro y pequeña empresa para mejorar la calidad del empleo¹¹⁷. 2) La capacitación de los trabajadores para mejorar la empleabilidad, productividad e ingresos. 3) La información sobre el mercado laboral para facilitar la inserción en el mismo, sobre todo de los jóvenes de menores ingresos (programas Red-CIL, ProJoven y ProEmpleo). 4) El apoyo a los nuevos emprendimientos para crear nuevo empleo, principalmente en la población joven (Programa Perú Emprendedor)¹¹⁸. Antes del año 2001 el Ministerio ya se encontraba trabajando en las áreas de capacitación e información laboral, las cuales por supuesto se mejoraron y fortalecieron. El valor agregado a las políticas de empleo y aporte al Ministerio fue el desarrollo del trabajo con las MYPE y los nuevos emprendimientos.

En el tema específico de las políticas públicas de promoción a las Mipyme vigentes en estos momentos, se debe expresar que ellas están plasmadas en la Ley de Promoción y Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas (Ley 28015).¹¹⁹

La política para las micro y pequeñas empresas tiene como objetivos: 1) Desarrollar la contribución del sector MYPE a la competitividad del país. 2) Facilitar la formalización de las empresas informales. 3) Incrementar y mejorar la calidad del empleo. 4) Aumentar la productividad y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas. 5) Ampliar su aporte al Producto Bruto Interno. 6) Mejorar su participación en la ampliación del mercado interno y las exportaciones. 7) Incrementar su contribución en la recaudación tributaria.

La Ley empieza definiendo el concepto de microempresa como aquella que abarca de uno a diez trabajadores, y comprende por pequeña empresa a aquella que tiene entre 11 y 50 trabajadores, incluyendo al propietario y sus familiares. La otra variable que menciona es la de ventas, las microempresas debían vender menos de 50 mil dólares y las pequeñas empresas menos de 750 mil dólares.

Las orientaciones estratégicas de la política estatal actualmente en vigencia son las siguientes: 1) garantizar un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE, y el apoyo a los nuevos emprendimientos a través de los Gobiernos Nacional, Regionales y Locales. 2) Establecer un marco legal e incentivar la inversión privada, promoviendo y generando una oferta de servicios empresariales (tanto financieros como de desarrollo empresarial) destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las MYPE. 3) Desarrollar políticas que permitan la organización y asociación empresarial (tanto vertical como horizontal), así como el fortalecimiento de los gremios representativos para el crecimiento económico con empleo sostenible.

¹¹⁷. El trabajo con el sector MYPE desde el MTPE ha sido documentado en el libro de Carmen Vildoso: *Dos años en el Ministerio de Trabajo, Agenda: Micro y pequeña empresa*, Fundación Ford, Instituto para la Educación Internacional, Lima, junio 2004.

¹¹⁸. A las que se debe sumar las políticas de promoción de la inversión privada, nacional y extranjera, para la creación de nuevas empresas y la ampliación de las existentes, que son la principal fuente de nuevo empleo, y que se ejecutan en otros ministerios y dependencias.

¹¹⁹. El contrapunto entre la norma legal y el diseño de las políticas para las MYPE se encuentra descrito y analizado en el trabajo de Vildoso ya mencionado, contiene además el proceso de discusión y negociación que supuso la aprobación de dicha norma.

Se definió como órgano rector del sector MYPE al MTPE, superando la dispersión y rompiendo el “empate” mencionado. Se creó el Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (Codemype) como órgano de diálogo para debatir, concertar y sugerir al MTPE las políticas, programas y medidas de apoyo y promoción del sector. En este organismo participan representantes de los gremios principales, del gobierno (principales ministerios), de los organismos privados de promoción a las MYPE, de las universidades, y de otras instancias relevantes que apoyan al sector; la cooperación internacional asiste como invitada. También se crean los Consejos Regionales y Locales con la misma composición institucional a nivel de cada una de las 25 regiones existentes en el país y gobiernos locales (municipios) con capacidad y voluntad de apoyar.

Los instrumentos de promoción para el sector MYPE se agruparon en cinco áreas: 1) Los mecanismos de acceso a los servicios de desarrollo empresarial y aquellos que promueven el desarrollo de los mercados de servicios. 2) Los mecanismos de acceso a los servicios financieros y aquellos que promueven el desarrollo de dichos servicios. 3) Los mecanismos que facilitan y promueven el acceso a los mercados, y a la información y estadísticas referidas a la MYPE. 4) Los mecanismos que facilitan y promueven la inversión en investigación, desarrollo e innovación tecnológica, así como la creación de la MYPE innovadora. 5) Instrumentos y mecanismos para la formalización y legalización de las empresas del sector. En todas y cada una de estas áreas se incluyen las orientaciones de política, así como los principales mecanismos e instituciones encargadas de la promoción, con sus respectivos roles y actividades.

Finalmente, como parte importante de las políticas para el sector MYPE, se estableció un régimen laboral especial para los trabajadores de las microempresas. Dicho régimen tenía como filosofía otorgarles algunos derechos laborales y un mínimo de protección. Este régimen especial, que tenía una duración de 5 años, contemplaba los siguientes aspectos: jornada de trabajo de 8 horas, descanso semanal de 1 día, seguro de salud, vacaciones de 15 días al año (el régimen general es de 30), una indemnización por despido de 15 días (el régimen general es de 45 días), no contemplaba derecho a gratificaciones de navidad y fiestas patrias, ni reparto de utilidades, ni compensación por tiempo de servicios (CTS), y la jubilación en el sistema privado era opcional. Esta propuesta era parte de la estrategia de formalización del sector, mayoritariamente informal. Sin embargo, como en todos los países, las modificaciones al régimen laboral generaron una encendida polémica nacional. Los dirigentes sindicales (de los trabajadores de las grandes empresas formales, pues los trabajadores de las MYPE no estaban organizados) protestaron airadamente por esta pretensión arguyendo que se reducían los derechos de los trabajadores y se estaban creando ciudadanos de segunda categoría, lo que finalmente ponía en riesgo sus conquistas laborales. Los abogados laboristas (salvo muy pocas excepciones) también se opusieron argumentando que no podían existir dos regímenes laborales al mismo tiempo. Los empresarios, tanto pequeños como grandes, estuvieron de acuerdo con la propuesta y la apoyaron. Los partidos políticos se dividieron, algunos miembros o sectores apoyaban la reforma y otros estaban en contra. Al final, se logró la correlación necesaria en el Congreso para la aprobación de este régimen especial.

Uno de los principales trabajos de investigación de los últimos tiempos sobre las micro y pequeñas empresas es el efectuado por GRADE¹²⁰, en el que se evidencia la ausencia de políticas estatales claras para el sector MYPE. Al mismo tiempo propone un conjunto de “lineamientos” para el marco normativo y las políticas públicas, que se pueden resumir en los siguientes: 1) Las políticas de promoción deben ser compatibles

¹²⁰. Robles, Saavedra et. al. 2001.

con una economía de mercado y abierta al comercio internacional. 2) Se requieren programas permanentes y estables pero que brinden apoyos temporales a las empresas. 3) Las políticas de promoción deben estar dirigidas a quienes más las valoren, por ello deben utilizarse sistemas de co-pago y evitar subsidios totales. 4) Es crucial el desarrollo de un mercado de microfinanzas. 5) Es necesario promover el financiamiento por el lado del patrimonio-capital de riesgo. 6) Se deben satisfacer los requerimientos de servicios de desarrollo empresarial bajo el principio de subsidiar temporal y parcialmente a las empresas con posibilidades de crecimiento. 7) Para lograr el “arranque” de los mercados de servicios se justifican los subsidios parciales a la demanda (bajo esquemas de co-pago) que sean decrecientes en el tiempo. 8) La complementariedad de los servicios (incluyendo los financieros) es altamente recomendable. 9) Hay que crear mecanismos para certificar la calidad de los proveedores de SDE. 10) Deben idearse “mecanismos inteligentes” que ayuden a orientar los SDE en función a la demanda. 11) La capacitación ha probado ser el servicio de mayor impacto en las empresas cuando se orienta a formar capital humano. 12) Se deberá promover una mayor articulación entre las empresas (micro, pequeñas, medianas y grandes), en sus dos opciones, la horizontal (empresas del mismo tamaño) y la vertical (empresas de diverso tamaño)¹²¹.

Es claro que las nuevas políticas públicas elaboradas a partir del año 2001 recogen y aplican estas orientaciones y recomendaciones, así como las propias experiencias (positivas y negativas) de la actuación del Estado en los últimos 20 años.

Como consecuencia de estas nuevas políticas públicas, y como evidencia de sus principios y orientaciones, el MTPE diseñó y ejecutó el Programa Perú Emprendedor. Este tuvo como base el Proyecto Fondemi de la Unión Europea (iniciado en 1995), cuya característica principal era la de no solo apoyar a las empresas existentes sino que también incluía a un grupo social muy importante, los jóvenes. Por ello, por un lado, está dirigido a atender las demandas de financiamiento y servicios de desarrollo empresarial de las micro y pequeñas empresas que realizan actividades industriales, comerciales y de servicios; y por otro lado, el programa apoya las nuevas iniciativas empresariales especialmente de los jóvenes y ex trabajadores que deseen emprender un negocio. En lo que respecta a las nuevas iniciativas empresariales, el Programa brinda servicios de capacitación, asesoría y acompañamiento a los jóvenes de 18 a 30 años de edad, con secundaria completa, que cuenten con habilidades, actitudes emprendedoras y que deseen poner en marcha un negocio. La capacitación incluye la elaboración de un Plan de Negocios, a partir de la idea del emprendedor, mientras que la asesoría incluye la gestión del financiamiento y la puesta en operación.

La principal institución de promoción al sector por parte del Estado es Prompyme, que desarrolla sus múltiples actividades según las orientaciones dadas por las políticas de promoción y formalización a las MYPE. Si bien esta institución ya tenía sus propios lineamientos desde su creación en 1997, ellos se vieron reafirmados y reforzados por las nuevas políticas y la nueva normatividad.

Ahora bien, la política vigente ha tenido un producto que la refuerza, profundiza y desarrolla: el Plan Nacional de Promoción MYPE 2005 elaborado por el Codemype con la participación del Estado, los gremios empresariales más representativos, las instituciones de promoción privadas, y la cooperación técnica internacional. Este documento es un paso adelante muy importante, no solo porque se trata de un ejercicio de concertación entre los principales actores del sector Mipyme, sino también

¹²¹. Recomendaciones y propuestas de política contenidas en las páginas 414 a 423, de Robles, Saavedra et. al. 2001

porque avanza en la concreción y puesta en práctica de muchas metas e indicadores de los objetivos de la política general vigente.

La visión que propone el **Plan Nacional de Promoción** es la de un país de emprendedores(as) que se desarrolla sosteniblemente basado en un tejido empresarial articulado, competitivo y descentralizado, donde las micro y pequeñas empresas generan oportunidades económicas y empleo digno, en el marco de un sistema de promoción con políticas concertadas a nivel local, regional y nacional.

Por su parte, la misión del plan incluye una institucionalidad MYPE, de carácter multisectorial, descentralizada y con una fuerte relación público-privada de promoción a las empresas del sector, que fomenta la competitividad y el compromiso ético y práctico por la construcción de una sociedad sostenible económica, social y ambientalmente.

Los ejes de intervención estratégicos y las líneas de acción para el desarrollo de las MYPE y los nuevos emprendimientos son los siguientes:

1. Fomento de la productividad y la competitividad de las MYPE.
2. Entorno favorable para la formalización y la calidad del empleo.
3. Institucionalidad público-privada de promoción a las MYPE y los nuevos emprendimientos.

Estos ejes estratégicos se plasman en líneas de acción para cada uno de los estratos empresariales: microempresas de acumulación, microempresas de subsistencia y nuevos emprendimientos. A la vez para cada línea de acción se desarrollan objetivos, metas, acciones y se definen las instituciones responsables de darles viabilidad.

A continuación se presentan los tres ejes de intervención con sus principales líneas de acción:

1. Fomento de la productividad y competitividad de las MYPE.
 - Fomento de la articulación y la cooperación empresarial.
 - Promoción del acceso al mercado de bienes y servicios nacional e internacional.
 - Desarrollo de capacidades.
 - Servicios de desarrollo empresarial.
 - Formación profesional.
 - Formación de una cultura emprendedora.
 - Promoción y acceso a servicios financieros.
 - Desarrollo tecnológico: innovación y transferencia tecnológica.
 - Tecnología de información y comunicación, TIC.
 - Fomento de la infraestructura adecuada para el desarrollo de la MYPE y los nuevos emprendimientos.
2. Entorno favorable para la formalización y la calidad del empleo.
 - Reducción de las barreras a la formalización.
 - Régimen laboral especial.
 - Promoción de un régimen tributario racional y equitativo.
3. Institucionalidad pública-privada de promoción a las MYPE y los nuevos Emprendimientos.
 - Políticas e instrumentos concertados y coordinados.
 - Fortalecimiento de la asociatividad empresarial y gremial.

La propuesta del Plan MYPE 2005 representa un hito en el desarrollo de las políticas públicas en favor de las micro y pequeñas empresas en el Perú ya que se basa en los lineamientos de política contenidos en la Ley de Promoción y Formalización de las MYPE (28015). Es el producto del esfuerzo concertado entre los principales actores del sector. Ha dado el paso decisivo de asumir que la promoción y formalización de las MYPE no es exclusiva responsabilidad del Estado sino de todos los sectores involucrados, principalmente de las propias empresas del sector y de la institucionalidad privada de apoyo.

Por todo ello se puede afirmar que las políticas públicas vigentes para las Mipyme representan el esfuerzo más serio, sostenido y consensuado que ha tenido la corta historia de promoción del sector.

Capítulo 8: Marco legal y regulatorio

8.1 Legislación comparada en América Latina

Resulta útil dar una mirada al tratamiento legal que el tema Mipyme tiene en algunos países de la región¹²². De hecho encontramos que si bien todos los países tienen leyes para la promoción y fomento del sector, se encuentran diferencias desde la definición misma de PYME, MYPE o Mipyme, según sea el caso, a partir de conceptos como número de trabajadores, valor de los activos o volumen de ventas, de manera conjunta (como Argentina) o independientemente (como Brasil, donde solo usan ventas). En algunos países tienen como ámbito de aplicación solo al sector industrial (como el caso mexicano), aun cuando estos casos sean ahora más bien las excepciones. Otras legislaciones hacen énfasis en normas sobre intermediación financiera (como en Colombia), mientras que la mayoría de países de la región ha optado por regular el tema de las compras estatales.

El tratamiento tampoco es uniforme en cuanto a la regulación de incentivos tributarios –tema que en el caso peruano fue expresamente excluido del proyecto discutido en el Congreso y posteriormente aprobado– pues países como Venezuela, Colombia, México y Brasil contemplan medidas fiscales de apoyo a las pequeñas empresas. En temas relativos a simplificación administrativa, México ha creado un canal único que permite a los microempresarios realizar los trámites que deben llevar a cabo ante varias instancias administrativas. En la ley colombiana, por su parte, se han integrado una serie de registros y trámites en el Registro Único Empresarial, a cargo de las cámaras de comercio.

En el caso chileno, si bien no hay una ley general que regule el tratamiento a las Mipyme, en el 2002 se aprobó un estatuto -jurídico y económico- para apoyar y fortalecer las políticas de fomento implementadas en las últimas dos décadas. Puede afirmarse que el contexto de crecimiento del que Chile ha gozado durante los últimos años ha hecho que la aplicación de las políticas de fomento, y su efectividad, hayan requerido recién con posterioridad la aprobación de dicho estatuto con el fin de garantizar el mantenimiento de esas políticas.

Si bien la intención de este documento no es hacer un análisis detallado del tratamiento que la legislación comparada le da a las pequeñas empresas en América Latina, sin embargo no deja de ser relevante observar en el caso peruano el esfuerzo por consolidar en una “ley madre” la participación de los distintos actores involucrados con el sector, así como concentrar los lineamientos principales en materia de promoción, ordenamiento institucional y definición de políticas para el sector. Esto, ciertamente, en un marco descentralizador y de generación de consensos que permita además la participación activa de los representantes gremiales.

8.2 La Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa

¹²² Ver “Análisis comparativo de las leyes para el fomento de las Pymes en Argentina, Brasil, Colombia, México y Venezuela” del Centro de Estudios Económicos y Legales de Venezuela (Octubre, 2001).

¿Por qué una Ley MYPE?

Como ya hemos dichos varias veces, en julio de 2003 se promulgó la Ley 28015, de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, la misma que fue reglamentada mediante Decreto Supremo N° 009-2003-TR en setiembre del mismo año. Ello fue el resultado de un largo y complejo proceso¹²³ iniciado dos años antes.

La legislación previa: Ley 27268 (Ley General de la Pequeña y Microempresa), Decreto Legislativo 705 (Ley de Promoción de Micro Empresas y Pequeñas Empresas), y Ley 24062 (Ley de Promoción de la Pequeña Empresa Industrial), son normas que reflejaban el tratamiento institucional que el sector había recibido desde el Estado y la sociedad civil durante las décadas anteriores, sin embargo no resolvieron el problema de la fragmentación y dispersión normativa que tuvieron las pequeñas empresas hacia finales de los 90.

Esta maraña legal originaba dificultades en el acceso a la información por parte de los microempresarios, así como en el diseño de políticas que complementasen y articulasen los distintos niveles y sectores involucrados. Fue ese el escenario que impulsó la necesidad de consolidar normativa e institucionalmente los esfuerzos que desde el sector público se estaban realizando. Así, a través de la presentación al Congreso –por parte del Presidente de la República en julio de 2002- del proyecto de ley para la promoción de la micro y pequeña empresa, se buscaba centralizar en el Ministerio de Trabajo los principales esfuerzos que el Estado estaba desarrollando en ese campo.

El proyecto de ley fue ampliamente debatido en la sociedad civil, dentro del gobierno, en talleres, en foros descentralizados, entre representantes de gremios, entre académicos, autoridades, organizaciones públicas y, ciertamente, en el propio Congreso.

Contenido principal de la Ley y su reglamento

Como se ha señalado, la Ley busca articular los actores, las políticas y los instrumentos que den al sector un tratamiento integral. En lo fundamental, ella establece los conceptos y requisitos para definir a la micro y pequeña empresa, que en capítulos anteriores se han expuesto con amplitud.

Del marco institucional de las políticas de promoción y formalización

La ley aprueba lineamientos estratégicos respecto a la acción del estado en la promoción de las MYPE. Define además un marco institucional en el cual el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo asume el carácter de órgano rector. También crea el Codemype como un órgano adscrito al MTPE (artículo 7.º), que a diferencia del proyecto propuesto por el Ejecutivo, tiene la facultad de aprobar planes (es decir que no es un ente meramente consultivo). Cuenta con una Secretaría Técnica a cargo de la Dirección Nacional de la MYPE (artículo 8.º). Esta entidad tiene, entre otras, como funciones principales aprobar el Plan Nacional de Promoción y Formalización para la Competitividad y Desarrollo de las MYPE (lo cual fue efectuado el 28 de junio del 2005), supervisar el cumplimiento de políticas, contribuir a la coordinación y promoción de la asociatividad, del acceso a los mercados financieros, de desarrollo empresarial, de productos, y demás.

¹²³ Ver Carmen Vildoso, op. cit. (2004).

Para reforzar la descentralización, la ley crea en cada región, con interés de generación de consensos, los Consejos Regionales de las MYPE (Coremype), cuyo liderazgo debe ser ejercido por los Gobiernos Regionales para promover el acercamiento entre las diferentes asociaciones de las MYPE, las entidades privadas de promoción y asesoría, y las autoridades regionales, todo ello dentro de la estrategia y el marco de las políticas nacionales y regionales.

Instrumentos de promoción para el desarrollo y la competitividad

Se parte de la siguiente premisa: que el Estado promueve los servicios de capacitación y asistencia técnica, priorizando la creación de nuevas empresas, así como el fortalecimiento de las MYPE y la asociatividad empresarial con potencial exportador y generación de empleo (Artículo 16.º).

Así mismo, se establecen las medidas de promoción a instituciones privadas que brinden **capacitación y asistencia técnica** a las MYPE (artículo 17.º), como la formación de consultores y capacitadores, concursos de mejores prácticas, pasantías, incentivos a la oferta de servicios de desarrollo empresarial, promoción de la especialización de la oferta de servicios de desarrollo empresarial, transferencia de metodologías, programas de voluntariado por intermedio de cooperantes internacionales.

Asociatividad empresarial: El Reglamento establece que las MYPE pueden asociarse o celebrar contratos asociativos para tener un mayor acceso al mercado privado y compras del Estado (artículo 18.º).

El Reglamento señala que Prompyme facilita el acceso de las MYPE a las **compras estatales** (artículo 19.º), a través de:

- Difusión de planes anuales, convocatorias y buena pro (en las licitaciones).
- Mecanismos de articulación de demanda y oferta de bienes y servicios y obras previstas en la legislación.
- Promoción de consorcios.
- Programas de subcontratación.
- Mecanismos centralizados de negociación (como por ejemplo, bolsa de productos).

Así mismo, se dispone:

- La preferencia por las MYPE regionales y locales allí donde se realizan compras estatales.
- Sistema alternativo a la obligación de presentar garantía de fiel cumplimiento.
- Obligación de las entidades del Estado de presentar a Prompyme su presupuesto anual de compras para su difusión, con el fin de ser atendidas en 40% por MYPE.
- Para la acreditación de las microempresas en las compras estatales, además de la declaración jurada señalada en el artículo 5.º del Reglamento, deberán presentar una declaración jurada de cumplimiento de las normas del régimen laboral especial o del general, de ser el caso (artículo 20.º).
- Obligación de reportar cada dos meses a Prompyme las compras que realicen las entidades, bajo sanción por incumplimiento (artículo 21.º).

La Dirección Nacional de la MYPE en coordinación con Prompyme y otras entidades mencionadas en el artículo 23.º del Reglamento, difundirán información actualizada sobre las oportunidades de exportación para las MYPE.

Del acceso al financiamiento

La Ley le asigna al Estado la promoción del acceso de las MYPE al mercado financiero y al mercado de capitales, fomentando la expansión, solidez y descentralización de dichos mercados. Respecto a Cofide, le encarga, entre otras funciones, articular integralmente el financiamiento, diversificando, descentralizando e incrementando la cobertura de la oferta de servicios de los mercados financieros y de capitales en beneficio de las MYPE.

Instrumentos de formalización para el desarrollo y la competitividad

Es el Estado quien fomenta la formalización de las MYPE a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior. Las Municipalidades, en un plazo no mayor de siete días hábiles, otorgarán la licencia de funcionamiento provisional (previa conformidad de la zonificación y compatibilidad de uso correspondiente). Pasado ese plazo, si la Municipalidad no cumple con la expedición de la Licencia, se considerará como otorgada.

Se incluye, con un carácter meramente declarativo, un capítulo con solo un artículo (42.º), sobre el régimen tributario de las PYME. Allí la norma declara la aspiración de lograr que un mayor número de contribuyentes se incorpore a la formalidad.

Tal vez en este aspecto se exprese una de las debilidades más marcadas de la Ley en tanto no se aprovecha la utilización de herramientas fiscales que permitan generar incentivos concretos a los empresarios, tal como se hace en varios países de la región. La norma se limita a mencionar de manera general algunas medidas de la SUNAT.

Régimen laboral

Este capítulo fue uno de los más debatidos en el proceso de aprobación de la Ley. Sin embargo es necesario decir que no es el primer caso de un régimen especial aplicado a un sector en particular con una duración de tiempo determinada. El antecedente más cercano es el régimen establecido por la Ley 27360, expedida a finales del año 2000 que aprueba la normas de promoción al sector agrario. Dicha norma declara de interés prioritario la inversión y desarrollo del sector agrario y establece beneficios durante los 10 años siguientes dirigidos a productores agropecuarios o dedicados a la actividad agroindustrial con productos nacionales, incluyendo regímenes tributario y laboral de naturaleza excepcional. La Ley MYPE, en cambio, no contempla beneficios tributarios específicos, si bien contempla un régimen laboral de excepción únicamente para las microempresas.

A efectos de comparación vamos a reseñar las principales características del régimen laboral agrario de excepción:

- Al igual que la Ley MYPE, tiene carácter temporal (hasta el 31 de diciembre del año 2010) pero no es aplicable en todo el territorio nacional, pues se excluye la actividad agroindustrial en la provincia de Lima y en la Provincia Constitucional del Callao.
- Se reduce a la mitad la tasa del Impuesto a la Renta (15%), así como se establece una depreciación acelerada de ciertas inversiones (20% anual) para infraestructura hidráulica u obras de riego, además de aprobarse un sistema de recuperación anticipada del Impuesto General a las Ventas. No hay en la ley MYPE nada parecido a estas normas.
- Crea un régimen laboral y de seguridad social que, entre otros puntos, establece una remuneración legal integral que comprende CTS, gratificaciones y que solo es aplicable a remuneraciones por encima de 2 UIT (Unidad Impositiva Tributaria).
- No excluye la asignación familiar ni la póliza de seguro de vida.

- Reduce el goce vacacional a 15 días, así como la indemnización por despido arbitrario a 15 días de remuneración por cada año de servicios con el tope de 180 días de remuneración.
- En cuanto al seguro de salud y régimen previsional se establece para el primero un aporte mensual del 4% de la remuneración mensual (a diferencia de régimen común que lo fija en 9%), mientras que hace optativo el régimen de afiliación a los sistemas previsionales.

Por su parte, el régimen laboral especial que contempla la Ley MYPE es solo aplicable a las microempresas, tiene naturaleza temporal (cinco años a partir de la vigencia de la norma) y establece, en lo fundamental, los siguientes derechos:

- Determina un período de descanso vacacional de 15 días (igual que el régimen especial agrario).
- No establece diferencias para la remuneración mínima vital.
- Fija una indemnización especial equivalente a dos remuneraciones por cada año si el trabajador del régimen general es despedido para ser reemplazado por otro del régimen especial.
- Establece verificaciones de no menos del 20% de inspecciones anuales en las microempresas para verificar el cumplimiento del régimen especial.
- Hace no aplicable la sobretasa del 35% para el trabajo nocturno.
- Le da el tratamiento general al seguro social de salud pero deja a voluntad del trabajador el pago correspondiente al régimen pensionario.
- No se reconoce CTS, gratificaciones, participación en las utilidades, póliza de seguros de vida, asignación familiar.

Hasta el momento se ha acogido una fracción pequeña del universo existente de MYPE. Ello, si bien puede ser una crítica, abre aún hoy la posibilidad de crecer significativamente en el número de empresas que pueden aprovechar los mecanismos e instrumentos que la ley dispone. Y no solo en cuanto al régimen laboral, pues podemos exigir –por ejemplo- que los gobiernos regionales asuman el liderazgo en la articulación de políticas y actores vinculados al sector.

Impacto de la norma

A casi dos años de vigencia de la Ley N° 28015 y en virtud del escaso número de microempresas acogidas a este régimen laboral especial, el Ministerio de Trabajo solicitó a Cecilia Garavito¹²⁴ la evaluación del impacto de dicha norma con el fin de evaluar, entre otros puntos, la formalización por parte de las micro y pequeñas empresas. En la investigación de Garavito se sostiene que el reducido porcentaje de micro y pequeñas empresas que se han acogido a esta ley se debe a que los beneficios esperados son menores a los costos que la formalidad implica. Por otro lado, la misma consultora hace interesantes propuestas:

- Diseñar programas de capacitación adecuados a las necesidades específicas de cada tipo de empresa.
- Favorecer la penetración de nuevos mercados y la capacidad de competir de las empresas a través de la exoneración de impuestos entre las empresas que realicen asociaciones horizontales.
- Mantener los cinco años de vigencia del régimen laboral especial pero contados a partir del momento en que la microempresa se acoge a él y no desde la fecha de vigencia de la Ley (plazo que se cumpliría en julio de 2008).

¹²⁴. Ver Cecilia Garavito "Impactos económicos de la extensión de la Ley Mype al resto de unidades económicas", MTPE, marzo 2005.

8.3 Institucionalidad

El tratamiento que países de la región le dan a la institucionalidad en el tema MYPE¹²⁵, salvo algunas excepciones como el caso de Colombia o Chile, apunta a la creación (ya entrados los 90) de instituciones *ad hoc* para la promoción de las MYPE. Incluso en los casos de los países con instituciones más antiguas, su relevancia y fortalecimiento se remonta a la última década. Y es regularmente en los Ministerios de Economía, Trabajo o Industria donde recaen las funciones de diseño de políticas para las MYPE.

El Plan Nacional de Promoción y Formalización para la Competitividad y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, aprobado el 28 de junio del 2005 en el seno del Codemype recoge una relación de roles que debe asumir el Estado para superar las inequidades que sufren las pequeñas empresas en el acceso a los servicios y las imperfecciones en los mercados¹²⁶. De acuerdo a dicho Plan el Estado tiene un rol normativo, facilitador, promotor, concertador y descentralizador.

A partir de esa asignación de roles tenemos a las siguientes instituciones involucradas en el cumplimiento de los roles mencionados:

Rol normativo:

Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, responsable de coordinar, proponer, evaluar y supervisar la política nacional de las micro y pequeñas empresas, proponiendo la normatividad legal correspondiente.

Rol promotor:

Prompyme: es el Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa y constituye una instancia de promoción, coordinación y concertación de las acciones necesarias para contribuir con el incremento de la competitividad del sector en los diferentes mercados en los que participa.

Cofide: debe adoptar las medidas técnicas, legales y administrativas necesarias para fortalecer su rol de fomento en beneficio de las MYPE para establecer las normas y procedimientos relacionados con el proceso de estandarización de productos financieros destinados a los clientes potenciales, de conformidad con la normatividad vigente.

Rol concertador y descentralizador:

Codemype: Es el Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa. Se crea como órgano adscrito al Ministerio de Trabajo, con participación interinstitucional, y encargado entre otras cosas de aprobar el plan nacional de promoción y formalización para la competitividad y desarrollo de las MYPE, mencionado líneas arriba, así como de contribuir a la coordinación y armonización de las políticas y acciones sectoriales de apoyo a la pequeña empresa, y promover su asociatividad y organización.

Coremype: Consejos Regionales de las MYPE con el objeto de promover su desarrollo, formalización y competitividad en su ámbito geográfico, así como su articulación con los planes y programas nacionales.

¹²⁵ Véase Alejandro Solís y Pablo Angelelli "Políticas de Apoyo a la Pequeña Empresa en 13 Países de América Latina", BID (diciembre 2002).

¹²⁶ Que a su vez los toma de José Távara, "Propuestas para la elaboración de un documento de políticas públicas de la Mesa de Coordinación Pyme" (2001).

8.4 Registro de asociaciones empresariales

Renamype: En octubre de 2003 fue creado el Registro Nacional de Asociaciones de Micro y Pequeñas Empresas con la finalidad de brindar información a las organizaciones que agrupan a las micro y pequeñas empresas. El escaso número de asociaciones inscritas, 56 a nivel nacional, de las cuales 35 están en Lima, que representan a 4680 microempresas, así como el número mínimo de microempresarios exigido para constituir e inscribir una asociación (10), hace que el grado de representatividad no se vea fortalecido¹²⁷.

El siguiente listado da cuenta de la enorme dispersión de las instancias en que participan representantes de diversos gremios de las MYPE.

- a) Consejo Nacional del Trabajo y Promoción del Empleo.
- b) Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa.
- c) Essalud.
- d) Prompyme.
- e) Prompex.
- f) Consejo Nacional de Competitividad.
- g) Comisión de lucha contra los delitos aduaneros y la piratería.
- h) Todos los Coremype.
- i) Consejo Nacional del Senati.
- j) Fogapi
- k) Fondepez.
- l) Todos los CITE.
- m) Sub Comité Técnico de Normalización de Calidad en el Sector PYME.
- n) Cajas Municipales de Ahorro y Crédito.
- o) Consejo Nacional de Concertación Agraria para la Reactivación y Desarrollo del Sector Agrario (Conaca).
- p) Consejo Nacional del Algodón.
- q) Consejo Nacional del Café.
- r) Consejo Nacional del Banano Orgánico, etcétera.

Para regular esta dispersión es que se ha planteado un interesante Proyecto de Ley que está pendiente de aprobación en el Congreso.¹²⁸

8.5 Régimen tributario

De los regímenes vigentes:

Régimen Único Simplificado, RUS (Decreto Legislativo 937)

Para las personas naturales que obtengan rentas de 3ra. categoría por actividades de comercio y/o industria o actividades de servicios y para personas no profesionales que perciban rentas de cuarta categoría hasta 80 mil nuevos soles en un cuatrimestre calendario. Bajo este régimen, las empresas no emiten facturas sino boletas de venta y pagan un impuesto sobre los ingresos brutos (3%), que sustituye al impuesto a la renta y al IGV (Impuesto General a las Ventas). No están obligadas a llevar libros contables y sólo pueden emitir boletas de venta.

¹²⁷ Revisar el capítulo sobre los gremios empresariales.

¹²⁸ Proyecto de ley 13009 del Congresista Juan Manuel Figueroa.

En los hechos, estas limitaciones implican que los usuarios del RUS carezcan de posibilidades de engancharse a encadenamientos con empresas medianas o grandes, en la medida que no gozarían del beneficio del crédito fiscal.

Régimen Especial del Impuesto a la Renta, RER (Decreto Legislativo 938)

Para las MYPE, sean personas naturales o jurídicas, que necesiten emitir facturas. Requiere comprobantes de pago (facturas, guías de remisión) y libros y/o registros contables.

Lo utilizan las empresas con ingresos anuales inferiores a los 216 mil soles, pero sin los requisitos adicionales exigidos por el RUS. Las empresas que se acogen a este régimen pagan por concepto de Impuesto a la Renta de tercera categoría, con carácter de pago definitivo, el 2.5% de sus ingresos netos mensuales provenientes de rentas de tercera categoría. Sin embargo, no pueden acogerse al RER las personas dedicadas a la construcción y a los servicios comprendidos en las normas del IGV.

Régimen General

Para las MYPE contribuyentes del RUS y el RER que hayan sobrepasado los 216 mil soles anuales. En estos casos es necesario llevar contabilidad completa (caja, inventarios y balances, libro diario, etcétera).

Agenda pendiente

El tratamiento tributario que la Ley aplica se circunscribe a un solo artículo, el artículo 42.º, que señala: “El Régimen Tributario facilita la tributación de las MYPE y permite que un mayor número de contribuyentes se incorpore a la formalidad. El Estado promueve campañas de difusión sobre el régimen tributario, en especial el de aplicación a las MYPE con los sectores involucrados. La SUNAT adopta las medidas técnicas, normativas, operativas y administrativas, necesarias para fortalecer y cumplir su rol de entidad administradora, recaudadora y fiscalizadora de los tributos de las MYPE”.

Esto es consecuencia de las negociaciones y concesiones que se hicieron en el proceso de aprobación de la Ley 28015. Por ello hay hasta la fecha una serie de temas cuya discusión sería interesante:

- Exoneración del IGV al pago de intereses que efectúen los usuarios de microcréditos.
- Estabilidad tributaria para las MYPE.
- Incremento del porcentaje del 3% que establece el RUS para efectos del crédito fiscal.

Bibliografía

Adams, Norma y Valdivia, Nestor, *Los otros empresarios*, IEP, Lima, 1992.

Andriani, C., Biasca, R., Rodríguez, M., *Un nuevo sistema de gestión para lograr PYMES de clase mundial*, Norma, México, 2003.

Banco Mundial, *Globalization, Growth and Poverty: building an inclusive world economy*, Oxford University Press, Washington, 2002.

Becattini, Giacomo, Los distritos industriales y el reciente desarrollo italiano, *Sociología del Trabajo*, No. 5, Madrid, 1989.

Benavides, M. y Rivera C., *Chile: estructura e instrumentos para la promoción productiva*, Swisscontact, Lima, 1998.

Berry, Albert, *SME Competitiveness: The Power of Networking and Subcontracting*, IDB, Washington, 1997.

BID, *El nuevo rostro empresarial – Indagación sobre el empresariado juvenil en América Latina y el Caribe*, Colombia, marzo 2004.

Brugger, E., Nelson J., Timberlake, L., *The cutting edge: small business and progress*, FUNDES, Suiza, 1994.

Centro de Estudios Económicos y Legales de Venezuela, *Análisis comparativo de las leyes para el fomento de las Pymes en Argentina, Brasil, Colombia, México y Venezuela*, octubre, 2001.

COPEME, Promoviendo el Desarrollo – *Memoria 2002*, Lima, junio 2003.

- *Reporte financiero de MicroFinanzas*, Lima, marzo 2005

Cuánto S.A, *Anuario Estadístico Perú en Números*, Lima, 2001.

De Soto, Hernando, *El Otro Sendero*, Ediciones El Barranco, Lima, 1986.

- *El Misterio del Capital*, Empresa Editora El Comercio, Lima, 2000.

ERVET, *Emilia-Romaña Principales Indicadores Económicos de la Región*, Boloña, 1989.

Fukuyama, Francis; *Confianza*, Editorial Atlántida, Madrid, 1996.

Garavito, Cecilia; *Impactos económicos de la extensión de la Ley Mype al resto de unidades económicas*, MTPE, marzo 2005.

IDESI Nacional, *Pequeña y Micro Empresa – Competir El reto de Vivir*, Fondo de Cultura Pirámide, Lima, agosto 1998.

International Finance Corporation, IFC, *From Proposal to Action*, Small and Medium Enterprise Facility, 2004.

ILO, *Global Employment Agenda*, Geneva 2002.

INDECOPI, *La oferta de servicios de INDECOPI a las pequeñas y microempresas*, Documento de Trabajo 001– 2001, Gerencia de Estudios Económicos de INDECOPI, Lima, 2001.

Lévano, Cecilia, *Elaboración de estadísticas de la micro y pequeña empresa*, Ministerio de Trabajo, Lima, 2005.

Linares, Dino, *Jóvenes emprendedores – Entre la realidad y el deseo del negocio propio*, Colectivo Integral de Desarrollo (CID), Lima, 1997.

- *Haz Realidad tu Negocio*, CID, UNESCO, Lima, 1999.

- *Formación de jóvenes emprendedores y creadores de negocios*, CID, UNESCO, 2001.

López Cerdán, Carlos; *Redes Empresariales – Experiencias en la Región Andina*, MINKA, Trujillo, 2003.

Mifflin, Iván, “Posibilidad y promesa de la micro, pequeña y mediana empresa peruana”, Mesa de Coordinación PYME Perú, Lima, Mayo 2006.

Ministerio de Economía y Finanzas, *Marco Macroeconómico Anual 2006–2008*, Lima, 2005.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), *Plan Nacional de promoción y formalización para la competitividad y desarrollo de la micro y pequeña empresa*, Dirección Nacional de la micro y pequeña empresa, 2005.

- *El estado del empleo en el Perú: 2003*, Lima, 2004.

- Magnitud y características de la economía informal en el Perú, en: *Boletín de Estadísticas Laborales* Año 7, # 28-29, Programa de Estadísticas y estudios laborales, 2004.

- *Exporta Perú – Exportando Sueños hechos realidad*, MTPE, USAID, CRECER, 2004.

- *Las Pequeñas Empresas y los Servicios de Asistencia Técnica del Programa Perú Emprendedor*, Néstor Valdivia, Programa FONDEMI-BONOPYME, Lima, octubre 2004.

- *La mujer en el mercado laboral peruano*, PEEL, Lima, marzo 2005

Muñoz, Hortensia y Rodríguez, Yolanda, *Microempresarios: entre demanda de reconocimiento y dilemas de responsabilidad*, Escuela Antonio Ruiz de Montoya, Lima, 1999.

Oliva, Carlos; Castilla, Luis Miguel y Benavides, Marcela; *Obstáculos para el aumento de la competitividad en el Perú*, Instituto Peruano de Economía, Corporación Andina de Fomento, 2002.

Pait, Sara; "Participación de las organizaciones empresariales de las PYMEs en las instancias de concertación del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo", OIT-MTPE, Lima, Dic. 2001.

Pérez, Carlota, *Technological Revolutions and Financial Capital*, Edward Elger, Chentelham UK, 2002.

Piore, Michael y Sabel, Charles, *The Second Industrial Divide*, Basic Books, Nueva York, 1984.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano – Peru 2002 – Aprovechando las potencialidades*, Lima, junio 2002.

- *Mapa de las Potencialidades del Perú – Una primera aproximación a nivel Provincial*, Lima, 2003.

Prompyme, *Las tecnologías de la Información al servicio de la Micro y Pequeña Empresa*, MTPE, Prompyme, Lima, julio 2005.

Reinert, Eric, editor, *Globalization, Economic Development and Inequality – An Alternative Perspective*, Edward Elger, Cheltenham, UK, 2004.

Robles, M., Saavedra, J., Torero, M., Valdivia N., Chacaltana, J. *Estrategias y racionalidad de la pequeña empresa*, OIT, GRADE y Mesa PYME, Lima, 2001.

Sánchez, Guido, *Cómo iniciar una Empresa de éxito*, 6ta. Edición, SYSA, Lima, 2004.

- *Cómo organizar y gestionar una empresa con éxito*, 3era. Edición, SYSA, Lima, 2002.

- *Cómo preparar planes de negocios y perfiles de inversión*, SYSA, Lima, 1997.

Sánchez, G., Becerra S., *Aprendiendo a emprender*, SYSA, Lima, 2005.

Schwaag, S., Hansson, E., *Competing in the single market – SMEs and Innovation in the Baltic Countries and Poland*, IKED, Suecia, 2004.

Solís, A. y Angelelli P., *Políticas de Apoyo a la Pequeña Empresa en 13 Países de América Latina*, BID, diciembre 2002.

Távora, José, *Propuestas para la elaboración de un Documento de Políticas públicas*, Mesa de Coordinación Pyme, Swisscontact, 2001.

Trejos, Juan Diego, *La microempresa en el Perú a inicios del siglo XXI: magnitud, importancia y características*. IPES – Promoción de desarrollo sostenible – Serie: Desarrollo Económico Local #1, 2003.

Vildoso, Carmen, *Dos años en el Ministerio de Trabajo - Agenda Micro y Pequeña Empresa*, Fundación Ford, 2004.

Villafuerte, M., Távora, J., Araoz, M., Rodríguez R., Villarán, F., "Reactivación Industrial: de corto y mediano plazo", Taller de Investigación, Fundación F. Ebert, Lima, 1986.

Villarán, Fernando, *La pequeña empresa: una alternativa tecnológica para el desarrollo industrial*, Fundación F. Ebert, Lima, 1987.

- *Riqueza Popular: pasión y gloria de la pequeña empresa*, Lima, Ediciones del Congreso del Perú, 1998.

- "APEC Symposium: Micro and Small Enterprise financing: a tool for mainstreaming the informal sector?", 2005.

Villarán, F., Chíncharo S., *Promoción Estatal a la PYMEs en el Perú*, Swisscontact, Lima, 1998.

Villarán, F., Gutierrez, JJ., *La medición de efectos en los clientes de los Centros de Desarrollo Empresarial*, Lima, COSUDE, DESIDE, SWISSCONTACT, 2001.

Villarán F., Hnyilicsa, E., "Entrepreneurship and institutional innovations: the path to competitiveness in Latin America", presented in the Conference Unleashing Entrepreneurship: mobilizing financial, human and social capital, abril 6-8, Ottawa, IDRC, U. of York, CIDA, 2005.

Vissert, E., Távara, J., "Gamarra al Garete – Concentración local y aislamiento global", Cuadernos DESCO, CIES, Lima, 1995.

Womack, Jones, Ross y Sammons, *The Machine that Changed the World*, Macmillan Publishing Company, 1990.

Páginas WEB consultadas:

Small Business Administration de USA: www.sba.gov

Organización Internacional del Trabajo: www.ilo.org

Banco Interamericano de Desarrollo: www.iadb.org

Banco Mundial: www.worldbank.org

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo: www.undp.org

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial: www.unido.org

Superintendencia de Banca y Seguros – Perú: www.sbs.gob.pe

Small Enterprise Assistance Fund: www.seaf.com

Corporación Financiera de Desarrollo – Perú: www.cofide.com.pe

Consorcio de Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa - Perú: www.copeme.org.pe

Fondo de Garantía para la Pequeña Industria - Perú: www.fogapi.com.pe

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Perú: www.mincetur.gob.pe

Comisión para la Promoción de la Pequeña y Micro Empresa – Perú:
www.prompyme.gob.pe

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Perú: www.sunat.gob.pe

Consortio de Investigación Económica y Social – CIES: www.consortio.org

Cámara de Comercio de Lima: www.camaralima.org.pe

Ministerio de la Producción – Perú: www.produce.gob.pe

Anexo 1: Directorio de instituciones de promoción de la pequeña empresa en el Perú¹²⁹

Siglas	Apellido	Cargo	Dirección	Teléfono	Fax	e-mail
AECI - Agencia Española de Cooperación Internacional	Fernando Rey Yebenes	Coordinador General	Miguel Dasso 117. 2do piso.- San Isidro	212-4080	221-2301	otc@aeci.org.pe
Agro Acción Alemana	Jeannette Weller	Representante	Vanderghen 351 - Miraflores	421-3537	421-3537	dwhaaa@terra.com.pe
UNIÓN EUROPEA - Delegación de la Comisión - Eurpoea en el Perú	Karl Heinz Vogel	Representante	Comandante Espinar 719 - Miraflores	415-0800	446-5100	delegation-peru@cec.eu.int
Cooperación Alemana al Desarrollo	Wilfried Liehr	Director	Av. Prolongación Arenales 801 - Miraflores	422-6477	422-6188	gtz-peru@gtz.de
USAID PERÚ - United States Agency International Development	Hilda Arellano	Directora	Av. Encalada, cuadra 17 - Monterrico - Surco	618-1304	618-1356	jnrons@usaid.gov
SOS FAIM PERÚ - Auxilio como Ayuda al Hambre	Wilfredo Necochea	Representante	Av. Ricardo Palma 248 Ofic. 702 - Miraflores	446-4737	447-5350	sosfaim2@infonegocio.net.pe
FORD FOUNDATION	Jean Paul Lacoste	Representante	Edificio Birmann, Mariano Sánchez Fontecilla 310 Piso 14, Los Condes - Santiago - Chile	562-2325454	562-3332324	j.lacoste@fordfound.org
NOVIB - Organización Holandesa para la Cooperación Internacional al Desarrollo	Silvia Borren	Director General	Mauritskade 9 Apartado Postal 30919 2500 GX La Haya - Los Países Bajos	3170-3421621	3170-3614461	SILVIABORREN@NOVIB.NL
CHEMONICS INTERNATIONAL INC	David Valenzuela	Representante Legal	República de Panamá 3055 - Piso 14 - San Isidro	690-3000	690-3006	dvalenzuela@chemonicspdap.com
DED PERÚ - Servicio Alemán de Cooperación Social Técnica	Werner Göbels	Director	Los Manzanos 119 - San Isidro	264-4490	264-5512	wernergobels@ded.de
ICCO - Organización Intereclesiástica para la Cooperación al Desarrollo	Johannes Solf	Responsable del Programa de Microfinanzas en América Latina	Josep Haydnlaan 2a 3503 RD Utrech - Holanda	310-306927841	310-306925614	johannes.solf@icco.nl

¹²⁹. Este directorio contiene las principales instituciones involucradas en la promoción de las pequeñas empresas en el Perú, incluyendo la Cooperación Internacional, y algunas Cámaras de Comercio. Los gremios empresariales del sector se presentan en Anexo 2. Nuestra idea con este directorio es facilitar al lector la ubicación de las instituciones que aparecen mencionadas en las páginas del libro, pues incluye direcciones, teléfonos, fax y direcciones electrónicas. No pretende ser un directorio completo ni exhaustivo de todas las instituciones que existen en el país. Casi todas las instituciones mencionadas en el capítulo V, en el que se da cuenta de la promoción en las principales ciudades del país, aparecen en este directorio.

El mundo de la pequeña empresa

OIT - Organización Internacional del Trabajo	Ricardo Hernández Pulido	Director Sub Regional	Las Flores 275 - San Isidro	615-0300	615-0401	etm@oit.org.pe
PROMPYME - Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa	Walter Noceda Martorollet	Director Ejecutivo	Faustino Sánchez Carrión 250 - San Isidro	221-0018	422-2930	direcc@prompyme.gob.pe
SWISSCONTACT - Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico	Jon Bickel	Representante	Jr. Juan Dellepiani 585 - San Isidro	264-1707	264-3212	jonb@swisscontact.org.pe
BANCO MUNDIAL	John Newman	Representante Residente	Av. Alvarez Calderon # 185 - piso 7 - San Isidro	615-0660	421-7241	aaarteaga@worldbank.org
THE SEEP NETWORK - The Small Enterprise Education and Promotion Network	Dana De Kanter	Executive Director	1825 Connecticut Avenue, NW. Washington DC 20009-5721 - USA	1202-8848392	1202-8848479	moniquec@mfopps.org
PERUCÁMARAS - Cámara Nacional de Comercio, Producción y Servicios	Samuel Gleiser Katz	Presidente	Av. Gregorio Escobedo 398 - Jesús María	463-3434	219-1610	cnadministracion@perucam.com
BID - Banco Interamericano de Desarrollo	Christof Kuechemann	Representante en Perú	Paseo de la República 3245, Piso 13 - San Isidro	215-7800	442-3466	rosaliola@iadb.org
FPA - FONDO CONTRAVALOR PERU ALEMANIA	Wolkmar Ernst Blum	Co-Director	General Córdova 518 - Miraflores	421-6444	441-2151	fcpa@fcpa.org.pe
CRS - CATHOLIC RELIEF SERVICES	Julio Gamero	Director en el País	Núñez de Balboa 610 - Miraflores	446-0127	444-4578	jgamero@crspe.org.pe
PARA - Programa de Reducción y Alivio a la Pobreza	José Iturrios	Gerente General	República de Panamá 3055 - Piso 12 - San Isidro	221-3266	441-1110	info@proyectopra.com.pe
FONCODES - Fondo de Compensación y Desarrollo Social	Jorge Feliciano	Gerente de Fomento Productivo	Paseo de la República 3101 - San Isidro	421-2102	421-2102	jfeliciano@foncodes.gob.pe
COFIDE - Corporación Financiera de Desarrollo	Edgardo Alvarez Chavez	Encargado de Gerencia General	Augusto Tamayo # 160 - San Isidro	442-2550	442-3374	eaalvarez@cofide.com.pe
MERCADEANDO	Fernando Zelada	Director Técnico	Av. Shell # 237 - Of. 401 - Miraflores	242-9676	242-9608	zelada_f@mercadeando.com
APC PYME - Asociacion Peruana de Consultores	Guido Sanchez Yabar	Presidente	Los Pinos # 114 - Of 802	241-5757	241-5757	apcpymesperu@yahoo.com
CCSPYMEPERÚ - Consorcio de Centros de servicios de Desarrollo Empresarial PYME	Fernando Zelada	Presidente	Av. Shell # 237 - Of. 401 - Miraflores	242-9676	242-9608	zelada_f@mercadeando.com
MIBANCO	Rafael Llosa Barrios	Gerente General	Av Domingo Orue # 165 - Surquillo	513-8000	513-8155	
Fondo Binacional para la Paz y el Desarrollo Perú - Ecuador Sede Lima	Jorge Voto - Bernalles	Embajador - Secretario Ejecutivo Binacional	Av. Salaverry # 2890 - Lima 27 - Perú	463-1155	460-6076	jvotobernalles@planbinacional.org.pe
CTB - Cooperación Técnica Belga	Ives Cordier	Representante Residente	Av Nuñez de Balboa 586 - Miraflores	447-3002	444-5711	myriam.cadoret@btcctb.org.pe
MTPE - Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo	Walter Gago Rodriguez	Vice Ministro de Promoción del Empleo y MyPE	Av. Salaverry Cdra 6 - Piso 5 - Jesús María	315-6000	315-6000	

El mundo de la pequeña empresa

CENTROPYME SENATI - Centro de servicios para la Pequeña y Micro Empresa	Carlos Capurro	Gerente	Av Panamericana Norte # 15200 - Independencia	533-4476	533-4476	cplimacallao@senati.edu.pe
Programa Perú Emprendedor del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo	Rolando Mogollon Rivas	Coordinador General	Av. Salaverry Cdra 6 - Piso 7 - Jesús María	315-7200 anx 7022	315-7200 anx 7038	rzegarra@mintra.gob.pe
QUALITY CONSULTING - Consultorias de Calidad Sociedad Anonima	Federico Salvador	Director Ejecutivo	Av. Jorge Basadre # 780 - Of. 701 - San Isidro	221-0318	222-2826	qualcons@terra.com.pe
CERPER SA - Certificadores del Perú	Eduardo Scerpella	Gerente General	Av. Santa Rosa # 601 - La Perla - Callao	420-4145	420-4128	certipyme@cerper.com
IDESI NACIONAL - Instituto de Desarrollo del sector Informal	Susana Pinilla	Presidenta	Jr Las Perdices 122 - San Isidro	442-2842	422-5213	presidencia@idesi.org
SBS - Superintendencia de Banca y Seguros	Luis Felipe Arismendi Echevar	Superintendente	Los Laureles 214 - San Isidro	221-8990	221-8990	
FOGAPI - Fundación Fondo de Garantías para Prestamos a la pequeña industria	Edgar Coquis Fernandez Dávila	Gerente General	Las Camelias # 530 - San Isidro	221-8646	440-1589	gg@fogapi.com.pe
Caja Municipal de Ahorro y Crédito Arequipa	Socorro Acuña	Gerente de Ahorros y Finanzas	La Merced 106 - Arequipa	054-220023	054-220023	sacuna@cmac-arequipa.com.pe
Caja Municipal de Ahorro y Crédito Chíncha	Macario Veramendi	Gerente	Av. Mariscal Benavides 299 - Chíncha Alta	056-263030	056-263329	
Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco	Darío León	Gerente de Créditos	Portal Espinar 146 - Cusco	084-233660	084-233660	dleon@cmac-cusco.com.pe
Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa	Luis Vigo	Gerente	Av. José Gálvez 602 - Chimbote	043-883140	043-883140	
Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo	Luz Limaymanta	Gerente de Administración	Calle Real 341 - 343 - Huancayo	064-481000	064-481000	llimaymanta@cmac-huancayo.com.pe
Caja Municipal de Ahorro y Crédito Ica	Edwin Olivera	Gerente de Créditos	Av. Municipalidad 152 - Ica	056-211700	056-225726	emog@cmac-huancayo.com.pe
Caja Municipal de Ahorro y Crédito Maynas	Guillermo Guzmán	Gerente de Créditos	Jr. Próspero 791 - Iquitos	065-223323	065-223323 (anexo 102)	iguzman@cmacmaynas.com.pe
Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Paita	Carlos Carrillo	Gerente	Plaza de Armas 176-178 - Piura	073-211506	073-211506	gcredito@cmac-paita.com.pe
Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Pisco	Edgar Berrocal	Gerente	Calle Beatita de Humay 500 - Pisco	056-535206	056-535206	cmacpisco@speedy.com.pe
Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Piura	Pedro Talledo	Gerente de Créditos y Finanzas	Jr. Ayacucho 353 - Piura	073-284300	073-284300	peta@cmacpiura.com.pe
Caja Municipal de Ahorro y Crédito Sullana	Alfredo León	Gerente de Créditos	Bolívar 272 - Sullana - Piura	073-501920	073-501920	aleon@cmac-sullana.com.pe
Caja Municipal de Ahorro y Crédito Tacna	Oscar Bohorquez	Gerente de Administración	Av. San Martín 710 - Tacna	052-741312	052-725305 (anx 206)	osbo@cmactacna.com.pe
Caja Municipal de Ahorro y Crédito Trujillo	Roberto Guanilo	Gerente Créditos	Av. España 2611 - 2615 - Trujillo	044-205048	044-205048	eorezzoli@cmactrujillo.com.pe

El mundo de la pequeña empresa

Caja Rural de Ahorro y Crédito del Sur	Manuel Bedregal	Gerente General	San José 110 - Arequipa	054-287100	054-222503	gerencia@cajasurperu.com
Caja Rural de Ahorro y Crédito Los Libertadores de Ayacucho S.A.	Carlos González	Gerente General	Jr. 28 de julio 202 - Ayacucho	066-815771	066-812673	ayasis@terra.com.pe
Caja Rural de Ahorro y Crédito Nor Perú	Danilo Chávez	Gerente Finanzas	Jr. Independencia N° 527 - Trujillo	044-485500	044-485515	cracll@terra.com.pe
Caja Rural de Ahorro y Crédito Profinanzas	María Alvarez	Gerente General	Av. Mariscal Benavides 430 - Cañete	581-1174	581-1174	cjarural@terra.com.pe
Caja Rural de Ahorro y Crédito Credinka	Carlos Collantes	Gerente General	Av. El Sol 457. 2do Piso - Cusco	084-257169	084-245652	CRQ@terra.com.pe
Caja Rural de Ahorro y Crédito San Martín	César Fernández	Gerente General	Jr. Martínez de Compagnon 235 - Tarapoto	042-524888	042-523245	cfernandez@crsanmartin.com.pe
Caja Rural de Ahorro y Crédito Señor de Luren	Jaime Quesada	Gerente General	Esquina Av. Grau y Jr. Ayacucho - Ica	056-211927	056-223492	curlen_gerencia@terra.com.pe
Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa Alternativa	José Gonzáles Tapia	Gerente General	7 de enero N° 232 - Chiclayo	074-204808	074-204808	jgonzales@alternativa.com.pe
Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa Confianza	Elizabeth Ventura	Presidenta Ejecutiva	Av. Centenario 346. Urb. San Carlos - Huancayo	064-212417	064-212417	confianza@edpymeconfianza.com.pe
Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa Crear Arequipa	Javier Valencia	Gerente General	La Merced 121-A. - Arequipa	054-289192	054-281364	creargerencia@terra.com.pe
Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa Crear Cusco	Rita Sologuren	Gerente General	Av. Garcilazo 506 - Cusco	084-244858	084-231203	gerencia@crearcusco.com
Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa Crear Tacna	Freddy Ramos	Gerente General	San Martín 788 - Tacna	052-741388	052-728058	framos@creartacna.com.pe
Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa Crear Trujillo	Carlos Pacheco	Gerente General	Av. Jesús de Nazareth 371, Urb. San Andrés - Trujillo	044-222012	044-234720	creartrujillo@terra.com.pe
Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa Credivisión	Leoncio Farfán	Gerente General	Jr. Alberto Alexander 2398 - Lince	471-3144	265-1109	credivision@terra.com.pe
Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa Edyficar	Ana María Zegarra	Gerente General	General Córdova 591, Santa Cruz - Miraflores	422-9014	422-9014	zegarra@edyficar.com.pe
Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa Efectiva	Javier Sánchez Griñan	Gerente General	Av. Luis Gonzales 1315. Ofic 302 - Chiclayo	074-274867	074-274867	jsq@efectiva.com.pe
Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa Nueva Visión	Alberto Lira	Gerente General	Jerusalén 202-B, Cercado - Arequipa	054-247766	054-247765	alira@nuevavision.com.pe
Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa Proempresa	Guillermo Portugal	Gerente General	Av. Aviación 2433 - San Borja	625-8080	625-8073	gerenciag@proempresa.com.pe
Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa Pronegocios	Humberto Leturia	Gerente	Av. 28 de julio 114 - Trujillo	044-205796	044-205796	hleturia@camaratru.org.pe
Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa Raiz	Braulio Gómez	Gerente General	Calle Los Cisnes 222 - San Isidro	222-0302	222-0302	vcuadros@raizperu.com
Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa Solidaridad	Rosa Cruzado	Gerente General	Torres Paz 338 - Chiclayo	074-226927	074-226927	rcruzado@edpymesol.com.pe
CITE CAMELIDOS - Centro de Innovación Tecnológica de la Industria Textil Camelidos Perú -	Eliseo de los Ríos	Director Ejecutivo	Campaña Paisajista No 106-San Lázaro	054-202696	054-227405	ipac@ipacperu.org

El mundo de la pequeña empresa

El Taller						
CITE AGROINDUSTRIAL AYACUCHO - Centro de Innovación Tecnológica Agroindustrial de Ayacucho	Clelia Galvez Sosa	Directora	28 de Julio # 178 - Of 205 - Ayacucho	066-311422	066-311422	ayacuchocompetitivo@hotmail.com
CITE METALMECANICO - Centro de Innovación Tecnológica Metalmeccanico ATEM	Angel Neyra Olaychea	Director Ejecutivo	Jr. El Sodío 301 - Urb. Industrial Infantas - Los Olivos - Lima	528-6862	528-6862	citemetal@yahoo.com
CITE CIBERTEC - Centro de Innovación Tecnológica de la información CIBERTEC	Julio Cardenas Olaya	Director Ejecutivo	Av. Salaverry # 2255 - Jesús María - Lima	419-2900	419-2929	jcardena@cibertec.edu.pe
CITE CCAL - Centro de Innovación Tecnológica del Cuero y Calzado	Adriana Ríos de Horna	Director Ejecutivo	Av. Caquetá # 1300 - Rimac - Lima	382-0115	482-5870	citeccal@produce.gob.pe
CITE MADERA - Centro de Innovación Tecnológica de la Madera	Angel Hurtado Erazo	Director Ejecutivo	Parcela II Mz. F Lte. 11 Parque Industrial Villa El Salvador - LIMA	288-0931	287-5059	citemadera@produce.gob.pe
CITE VID - Centro de Innovación Tecnológica Viticultural	Manuel Moron Guillén	Director Ejecutivo	Predio los Pobres Km. 293.5 Panamericana Sur - ICA	056-406224	056-406224	citevid@produce.gob.pe
CITE FRUTAS TROPICALES - Centro de Innovación Tecnológica de Frutas Tropicales y Plantas Medicinales	Romulo de Vivanco	Director Ejecutivo	Abelardo Quiñones Km 2.5 - Iquitos - Loreto	065-226698	065-226698	citeftpm@yahoo.es
CITE AGROINDUSTRIAL - Centro de Innovación Tecnológica Agroindustrial Módulo de Servicios Tacna	Carlos Guillén	Director Ejecutivo	Carretera Panamericana Sur Km. 1303 - Tacna	052-317171	052-317000	citeagrindustrial@zofratatna.com.pe
CITE CONFECCIONES - Centro de Innovación Tecnológica de Confecciones El Taller	Jeanette Pacheco Santas	Director Ejecutivo	Urb. Cabaña María J-5, II Etapa – Cercado - Arequipa	054-201970	054-201363	consultec@eltaller.org.pe
CITE AGROINDUSTRIAL CEPORUI - Centro de Innovación Tecnológica Agroindustrial Ceporui	Antonio García	Coordinador	Urb. Cabaña Mz. J5, 2da. Etapa, Arequipa	054 201507	054 201363	ceporui@eltaller.org.pe
CITE AGROINDUSTRIAL PIURA - Centro de Innovación Tecnológica Agroindustrial Piura	Gaston Cruz	Director	Urb. San Eduardo Z-2 – Piura	073 310930	073 310930	citeagropiura@produce.gob.pe
ACONSUR - Asesoría, Consultoría y Negocios	Fernando Saavedra Fernández	Presidente	Horacio Urteaga 1727 - Jesús María	261-9480	460-5699	aconsur@tsi.com.pe
ADEC ATC - Asociación Laboral para el Desarrollo	Abelardo Vildoso Chirinos	Presidente	Jr. Marconi 349 - San Isidro	441-7327	440-8029	adecatc@telefonica.net.pe
ADRA PERÚ	César Palacios Pinedo	Gte. Financiero	Angamos 770 - Miraflores	712-7700	712-7710	adra@adra.org.pe
ADEVI - Asociación de Defensa de la Vida	Ezequiel Robles Hurtado	Presidente	Las Dalias 268 - Urb. Los Jazmines - SJL	388-3293	388-3293	adevi@terra.com.pe
AEDES - Asociación Especializada para el desarrollo Sostenible	Manuel Tejada Cano	Dir. Ejecutivo	Puente Bolognesi 102-104 Cotahuasi La Unión - Arequipa	054-430794	054-430275	aedescot@aedes.com.pe
AMA - Asociación Mujeres en Acción	Ziara Silva	Gte. Gral	Cavero y Muñoz 126 Urb. Las Quintanas - Trujillo	044-203468	044-203468	ama-ong@terra.com.pe
ALTERNATIVA - Centro de Investigación Social y Educación Popular	Miyaray Benavente Ercilla	Directora Gral.	Jr. Emeterio Pérez 348 Urb. Ingeniería - SMP	481-5466	481-6826	direcc@alter.org.pe

El mundo de la pequeña empresa

ASODECO - Asociación para el Desarrollo Económico del Perú	Luz Marina Soria Trito	Direct. Ejecutiv	Antonio Raymondi E-1 Urb. Santa Mónica - Cusco	084-263895	084-235678	asodecoperu@yahoo.com
CAPIRONA Investigación y Desarrollo	Marianne Seehase de Tenorio	Direct. Presid.	Jr. Manuela Morey 245 - Tarapoto	042-522009	042-522350	capirona@speedy.com.pe
CARE PERÚ - Cooperative for Assistance and Relief Everywhere	Milo Stanojevich	Director Nac.	Mariscal Santa Cruz 659 - Jesús María	431-7430	423-5842	Postmaster@Care.org.pe
CÁRITAS DEL PERÚ	Jorge Luis Lafosse	Secret. Gral.	Calle Omicrón 492 - Pque Industrial - Callao	613-5200	613-5210	postmaster@caritas.org.pe
CECYCAP - Centro de Estudios Cristianos y Capacitación Popular	Marco Obando Aguirre	Presidente	Jorge Polar 107 - Urb. La Victoria - Arequipa	054-242691	054-242691	Cecycap@star.com.pe
CENCA - Instituto de Desarrollo Urbano	Luis Gálvez León	Director	Jr. Coronel Zegarra 426 - Lince	421-5866	266-0012	cenca@terra.com.pe
CENDIPP - Centro de Investigación y Promoción Popular	Carmen Valverde Garabán	Presidente	Jr. José Gregorio Paredes 161 - Pueblo Libre	461-7010	461-7010	cendipp@speedy.com.pe
CEPCO - Centro de estudios y Promoción Comunal del Oriente	Betty Leveau Sinti	Directora	Manuela Morey 233 - Tarapoto	042-523110	042-526221	cepc@terra.com.pe
CEPDEL	Benito Sobrodo Baylón	Presidente	Mz. C2 Urb. Los Laureles - Espalda La Luna Rota - Trujillo	044-231526	044-231526	cepd@terra.com.pe
CENTRO BARTOLOMÉ DE LAS CASAS	Marco Zeisser Polatsik	Direct. Gral.	Av. Tullumayu 274 - Cusco	084-233466	084-241319	ccamp@apu.cbc.org.pe
CICAP - Centro de Investigación Comunal Agropecuaria del Perú	Leonor Rocha	Presidente	Jr. Manco Capac 725 Urb. San Juan - Chiclayo	074-231587	074-231587	cicap@cicap.com.pe
EAGLE CONDOR HUMANITARIAN	Oswaldo Tello Mier y Terán	Director	Los Faiques B 140 Urb. Sta. Victoria - Chiclayo	074-234928	074-234928	andes-ech@millicom.com.pe
EDAPROSPPO - Equipo de Educación y Autogestión Social	Vicente Otta Rivera	Presidente	Pasaje Octavio Bernal 598 - Jesús María	463-4173	460-4572	Postmast@edapr.org.pe
EL TALLER - Asociación El Taller	Guido Zegarra Ponce	Presidente	Cabaña María J5 2º Etapa - Cercado - Arequipa	054-201363	054-201507	consultec@eltaller.org.pe
FINCA PERÚ	Mario Aquiles Lanao Flores	Presidente	Domingo Casanova 151 - Lince	222-9220	222-9220	fincaperu@fincaperu.net
FILOMENA TOMAIRA PACSI	Esther Hinostroza Ricaldi	Directora	Almirante Guisse 1149 - Jesús María	266-0164	266-0164	filomena@terra.com.pe
FONDESURCO - Fondo de Desarrollo Regional	Rodolfo Marquina Requena	Presidente	Av. República Argentina 326 - Urb. La Negrita - Arequipa	054-283715	054-247325	fondesurco@terra.com.pe
FOVIDA - Fomento de la Vida	Roelfien Haak Mares	Presidenta	Av. Javier Prado Oeste 109 - Magdalena	461-4856	461-0106	Postmast@fovida.org.pe
GCOD - Grupo Consultivo para el Desarrollo Andino	Rubén Camarena Castillo	Presidente	Jr. Junín 855 - El Tambo - Huancayo	064-244261	064-252023	gcod@terra.com.pe
Asociación Guamán Poma de Ayala	José María Gómez García	Dir. Ejecutivo	Jr. Retiro 346 - Tahuantinsuyo - Cusco	084-244811	084-225552	ceoccapac@terra.com.pe
Habitad Arequipa Siglo XXI	Percy Tapia	Presidente	Juan de la Torre 453 - Arequipa	054-284558	054-284558	habitat_agp@speedy.com.pe

El mundo de la pequeña empresa

Habitad Tacna Siglo XXI	Víctor Hugo Rondinel	Dir. Ejecutivo	San Martín 784 - 2º Piso - Tacna	052-424474	052-428058	
Habitad Trujillo	Américo Baamante Murgia	Presidente	Calle Sta. Ursula Lt. 2 Mz. 28 Urb. La Merced - Trujillo	044-255214	044-234720	habitat@chanchan.rcp.net.pe
IDEAS - Centro de Investigación, Documentación, Educación, Asesoría	Julio Chávez Achong	Presidente	Av. Arenales 645	423-0645	433-1073	Postmast@ideas.org.pe
IDER CV - Instituto de Desarrollo Regional Cesar Vallejo	Enrique Paredes León	Presidente	Mz. LL. Lt. 19 Urb. San Isidro - Trujillo	044-206217	044-201100	idercv@terra.com.pe
IDESI AREQUIPA - Instituto de Desarrollo del Sector Informal Arequipa	Bernabé Pacheco Santos	Presidente	Calle Carlos Arevalo 202 - Cercado La Perla - Arequipa	054-237088	054-243660	cefyde@terra.com.pe
IDESI LA LIBERTAD - Instituto de Desarrollo del Sector Informal La Libertad	Ulises Gonzáles Urrelo	Presidente	Jr. Orbegoso 341 - Trujillo	044-261793	044-261793	idesill@terra.com.pe
IDESI LAMBAYEQUE - Instituto de Desarrollo del Sector Informal de Lambayeque	Dante Supo Rojas	Presidente	Jr. Torre Paz 317 - Chiclayo	074-222014	074-228073	idesilambayeque@telefonica.net.pe
IDESI SAN MARTÍN - Instituto de Desarrollo del Sector Informal de San Martín	Jackson Malpartida Barral	Gerente	Manuela Morey 181 - Tarapoto	042-523452	042-523452	
IFOCC - Instituto de Fomento a la Comercialización Campesina	Alfonso López	Presidente	Jr. Humberto Luna 204 - Urb. Magisterial - Cusco	084-233142	084-233005	ifocc@terra.com.pe
INCAFAM - Instituto de Investigación y Capacitación de la Familia y la Mujer	Violeta Billinghamurst	Dir. Ejecutiva	Gral. Santa Cruz 743 - Jesús María	431-2449	431-1947	incafam@infonegocios.net.pe
INPET - Instituto de Promoción del Desarrollo Solidario	Rosa Hasembank Armas	Presidenta	Psje. Brenner 291 - Jesús María	462-0422	462-0421	inpet@speedy.com.pe
IPES - Instituto Peruano de Economía Social	Jorge Price	Presidente	Av. Audiencia 194 - San Isidro	421-6684	440-6099	ipes@ipes.org.pe
IPR - Instituto de Investigación y Promoción Regional	Manuel Quiroz Ramírez	Presidente	Francisco Cabrera 1471 - Chiclayo	074-231044	074-231044	ipr.peru@terra.com.pe
ITDG	Alfonso Carrasco Valencia	Presidente	Av. Jorge Chávez 275 - Miraflores	447-5127	446-6621	info@itdg.org.pe
Movimiento Manuela Ramos	Gina Yáñez de la Borda	Directora	Pablo Fernandini 1550 - Pueblo Libre	423-8840	332-1280	Postmast@manuela.org.pe
MICROFINANZAS	María Álvarez Mayorca	Directora	Psje. Los Amatas 141 - Salamanca	435-4890	435-4965	microfi@terra.com.pe
MINKA TRUJILLO - Centro de Investigación, Estudio y Promoción del Desarrollo Minka	Francisco San Martín Baldwin	Presidente	Independencia 476 - Plaza de Armas - Trujillo	044-242923	044-241924	minka@minkaperu.com
MIDE - Microcredito para el Desarrollo	Rosina Valverde Delgado	Gerente	Plaza de Armas 114 B - San Sebastián - Cusco	084-270648	084-270648	mide@speedy.com.pe
MUJER Y SOCIEDAD	Irma Camargo de la Barra	Presidenta	Av. Petit Thouars 479 - 483 - Cercado	330-2439	330-1705	mujerysociedad@terra.com.pe
PRADES - Asociación de protección Ambiental y Desarrollo	Milagro Núñez Rivera	Dir. Ejecutiva	Av. Francisco Javier Mariategui 241 - Jesús María	266-0960	266-0960	prades@infonegocio.com.pe
PRISMA - Asociación Benéfica Prisma	Josephine Gilman	Presidenta	Calle Carlos Gonzáles 251-Urb. Maranga-San Miguel	616-5500	464-0781	Postmaster@prisma.org.pe

El mundo de la pequeña empresa

PRO MUJER – Programa para la Mujer	Naldy Delgado Cruz	Directora	Jr. Libertad 345 - 3º Piso - Puno	051-363198	051-363198	promujerperu@promujerperu.org.pe
RASUHUILLCA - Asociación Rasuhuillca	Flor Vera Caparachin	Gerente	Jr. Libertad 800 - Ayacucho	066-816111	066-818387	rasu@terra.com.pe
SEA - Servicios Educativos El Agustino	Sergio Vargas	Director	Jr. Renán Olivera 249 - El Agustino	327-0784	327-0175	sea@seaperu.org
SEDES - Servicio y Desarrollo	Saúl Calle Sierra	Presidente	Jr. Sánchez Cerro 1822 - Jesús María	460-9631	460-9863	direccion@sedesperu
SEPAR - Servicios Educativos, Promoción Apoyo Rural	Percy Flores	Presidente	Fco. Solano 290 - Urb. San Carlos - Huancayo	064-223261	064-223261	glauna@separ.org.pe
SOLIDARIDAD - Centro de Estudios Sociales Solidaridad	Angel Fernández de la Gala	Presidente	Leoncio Prado 443 - Chiclayo	074-227131	074-235013	solidaridad@cess.org.pe
TACIF - Taller de Capacitación e Investigación Familiar	Cecilia Bravo-García Ampuero	Directora	Cápac Yupanqui 1082 - Jesús María	472-5011	472-5011	tacif@terra.com.pe
TALENTUM	Franklin Pisfil Huatay	Presidente	San José 604 - 5º Piso B – Chiclayo	074-229939	074-229939	talentum@peru.com
COPEME - Consorcio de Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Pequeña y Microempresa	Jack Burga Carmona José Lombardi Francisco Dumler	Gerente General Presidente Gerente SDE	Jr. León Velarde 333 - Lince	471-9526	471-6816	jburga@copeme.org.pe jlombardi@copeme.org.pe fdumler@copeme.org.pe
Cámara de Comercio Industria y Producción de Tacna	Guillermo Martorell Sobero	Presidente	Calle Alfonso Ugarte N° 56 Tacna	052-424961	052-424961	camaratacna@perucam.com
Cámara de Comercio de Chanchamayo	García Valverde	Presidente	Calle Junín # 202 - La Merced - Chanchamayo	064-531508	064-531727	chanchamayo@perucam.com
Cámara de Comercio e Industria de Ilo	Jose Cerdeña Becerra	Presidente		053-792912	053-792912	camarailo@perucam.com
Cámara de Comercio e Industria de Satipo	Cirilo Bisares Pajuelo	Tesorero	Calle jr. Francisco Irazola 475 Satipo	042-805228	042-558197	bisares@perucam.com
Cámara de Comercio y Producción de Tumbes	Carlos Arturo Moretti Ricardi	Presidente	Crucero Piura y Paseo la Concordia s/n 2do piso – Tumbes	072-523914	072-523914	camaratumbes@perucam.com
Cámara de Comercio de Nazca	Max Leonardo Benavides Carpio	Presidente	Calle Lima # 122 - Nazca	056-522917	056-522917	info@nanasca.com
Cámara de Comercio, Industria y Producción del Cusco	Fausto Salinas Lovón	Presidente	Calle Manco Inca # 206 - Wanchaq - Cusco	084-240090	084-240090	camaracuzco@perucam.com
Cámara de Comercio y la Producción de Puno	Víctor Madariaga Ancieta	Presidente	Jr. Arequipa # 1052 - 2do piso – Puno	051-351952	051-351952	ccpp@perucam.com
Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Loreto	María Violeta Ramírez De Porras	Presidente	Calle Huallaga # 311 - 3er piso - Apartado 155 - Iquitos	065-235953	065-235953	ccitl@perucam.com
Cámara de Comercio y Producción de la Provincia del Santa	Rodolfo León Menéndez	Presidente	Enrique Palacios # 536 - Chimbote	043-322632	043-322632	camarasanta@perucam.com
Cámara de Comercio, Producción y Turismo de Sullana	Luis Niño Olaya	Presidente	San Martín # 1021 - Sullana	073-502149	073-503872	ccpsullana@perucam.com
Cámara de Comercio e Industria de Huánuco	Hugo Salas Rivera	Presidente	Jr. General Prado # 869-873 – Huánuco	062-513532	062-513532	camarahuanuco@perucam.com
Cámara de Comercio de Madre de Dios	Carlos Mateo Salinas Lovón	Presidente	Av. Fitzcarrald # 677 – Puerto Maldonado	082-574145	082-572796	camaramadrededios@perucam.com

El mundo de la pequeña empresa

Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ucayali	Nelson Torres Contreras	Presidente	Jr. Tarpacá # 746 - Pucallpa	061-571267	061-575308	camaraucauali@perucam.com
Cámara de Comercio Agricultura e Industria de Jaén	Jorge Sánchez Tafur	Presidente	Jr. Bolivia # 1580 - Jaén - Cajamarca	076-734262	076-734246	camarajaen@hotmail.com
Cámara de Comercio y Producción de la Provincia de Chepén	Juan Dávila Zelada	Presidente	Calle Lima # 522 - Chepen	044-561686	044-562009	camarachepen@perucam.com
Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca	Horacio Gálvez Villanueva	Presidente	Jr Dos de Mayo # 359 - Cajamarca	076-362450	076-830733	camcaj@perucam.com
Cámara de Comercio e Industrias de Talara	Leyter Arizaga Saavedra	Presidente	Centro Cívico # 203 - Banco Regional Of. 304 - Talara	073-381622	073-384646	camaratalara@perucam.com
Cámara de Comercio de Huancavelica	Raúl Alberto Garagundo Romero	Presidente	Agustín Gamarra # 120 - Huancavelica	067-751027	067-753072	camarahvca@terraimail.com.pe
Cámara de Comercio E Industria de Moquegua	Oscar Raúl Cahuana Arisaca	Presidente		053-464134	053-464134	cmoquegua@perucam.com
Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque	Germán Fernández Castro	Presidente	Calle 7 de Enero # 232 - Chiclayo	074-238081	074-233040	camara@cclam.org.pe
Cámara de Comercio de Pasco	Andrés Solano Rivera	Presidente	Plaza Jorge Chávez # 121 - Chupimarca - Pasco	063-721228	063-721656	camarapasco@hotmail.com
Cámara de Comercio y Producción de Tarma	Julio Augusto Espinoza León	Presidente	Jr. Huánuco # 483 - Tarma	064-322327	064-322413	camaratarma@perucam.com
Cámara de Comercio y producción de la Provincia de Rioja - CCPR	Nilo Bartolomé Salvador Rosado	Presidente	Av. Dos de Mayo # 824 - Of. 101 - Rioja	042-805228	042-558197	ads@terra.com.pe
Cámara de Comercio, Producción, Industrial y Servicios de Barranca	Gilberto Rodríguez Alvarez	Presidente	Plaza de Armas 257 - Barranca	235-2296	235-3442	camarabarranca@perucam.com
Cámara de Comercio Industria y Turismo de Ica	Rafael Yamashiro Oré	Presidente	Calle Tacna # 178 - 182 - Ica	056-234511		camaraica@perucam.com
Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Juanjui	José Dodge del Castillo Pérez	Presidente	Jr. Grau # 444 - Juanjui - Mariscal Caceres	042-545121	042-545152	armagedon_dioses@hotmail.com
Cámara de Comercio y Producción de la Provincia de Huaura	Wilfredo Carbajal Bazán	Presidente	Jr José T. García # 203 - Huacho	232-3521	232-3521	camarahuaura@perucam.com
Cámara de Comercio y Producción del Callao	José Ignacio Arteaga Panizo	Presidente	Jr. Miller # 450 - 2do piso - Callao	429-8300	429-8300	camaracallao@tcamaracallao.org.pe
Cámara de Comercio Agricultura y Producción de Huancayo	Jesús Capcha Carbajal	Presidente	Av. Giraldes # 634 - Huancayo	064-231432	064-214603	camarahyo@perucam.com
Cámara de Comercio y Producción de San Martín-Tarapoto	Walter John Arévalo Alvarado	Presidente	Jr. Manco Capac # 196 - Tarapoto	042-522872		ccpsm@perucam.com
Cámara de Comercio y Producción de Piura	Ricardo Alvarez Elías	Presidente	Urb. San Eduardo Mz. A, Lt. 2 - Piura	073-321871	073-332609	camco-piura@perucam.com

El mundo de la pequeña empresa

Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Huaraz	Jorge Ramírez Rodríguez	Presidente	Jr. Sucre # 765 - Huaraz	043-721392		camarahuaraz@perucam.com
Camara de Comercio de Pisco	Jaime Galván Drago	Presidente		056-531020		camarapisco@perucam.com
Cámara Chinchana de Comercio, Industria, Turismo, Servicios y Agricultura	César Carranza Falla	Presidente		056-268417	056-421474	camarachinchana@perucam.com
Cámara de Comercio y Producción de Moyobamba	Mario Pinedo Rodríguez	Presidente	Jr. Alonso de Alvarado # 450 - Moyobamba	042-562147		promario@hotmail.com
Cámara de Comercio y Producción de la Provincia de Pacasmayo	Víctor Noriega Castañeda	Presidente		044-523061		camarapacasmayo@perucam.com
Cámara de Comercio Industria y Producción de la Convención	Mario Max Lira Camero	Presidente	Jr. Espinar # 342 - 2do piso - Quillabamba - La Convención	084-435745	084-282550	guilcamara@amauta.rcp.net.pe
COFIDE - Cámara de Comercio de Huancayo	Ketty Ingaroca Huamán	Representante	Av. Giraldez No. 634 - Huancayo	064-223501	064-231432	cch@perucam.com
COFIDE - Cámara de Comercio e Industria de Arequipa	Rafael Chirinos	Representante	Calle Quezada No. 104, Yanahuara, Arequipa	054-253920	054-254320	Cofideccia@camara-arequipa.org.pe
COFIDE - Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco	Vladimir Santiago Espinoza	Representante	Jr. General Prado No. 873, Huánuco	062-513532	062-515464	huanuco@camaralima.org.pe
COFIDE - Cámara de Comercio y de la Producción de Tumbes	Arturo Moreti Ricardi	Representante	Paseo La Concordia y la Av. Piura, s/n. 2do. Piso, Tumbes	072-523914	072-526183	
COFIDE - Cámara de Comercio y la Producción de Puno	Ursula Zabaleta Vargas	Representante	Jr. Arequipa No. 1052, 2do. Piso	051-351952	051-351952	ccpp@camaralima.org.pe
COFIDE - Cámara de Comercio, Industria y Producción de La Libertad	Ricardo Varilla	Representante	Jr. Junín No. 454	044-231114	044-242888	cofide@camaratu.org.pe
COFIDE - Cámara de Comercio, Industria y Producción de la Provincia del Santa	Henry Aldea	Representante	Enrique Palacios No. 536, Chimbote	043-322632	043-322632	camarasanta@perucam.com
COFIDE - Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque	Jorge Vera Orrego	Representante	Calle 7 de enero No. 232, Chiclayo	074-238081	074-206446	cofide@mail.cclam.org.pe
COFIDE - Cámara de Comercio y la Producción de Piura	Carmen Peña	Representante	Urb. San Eduardo A-2, Piura	073-321871	073-332609	relacionespublicas@camcopiura.org.pe
COFIDE - Cámara de Comercio y Producción de San Martín	Juan Ríos Pérez	Representante	Calle Manco Cápac No. 196, Tarapoto	042-522872	042-522872	ccpsm@perucam.com

El mundo de la pequeña empresa

COFIDE - Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ayacucho		Representante	Jr. San Martín No. 432 - 2do.Piso, Ayacucho	066-312998	066-312998	ayacucho@perucam.com
COFIDE - Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Huaraz	Edgar Herrera Tuya	Representante	Jr. Sucre No. 765, HUARAZ	043-421392	043-421392	camarahuaraz@perucam.com
COFIDE - Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ica	Gerardo Felipe Moron Moron	Representante	Calle Tacna No. 178 - 182, Ica	056-234511	056-234511	camaraica@perucam.com
COFIDE - Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ucayali	Olga Ramos Chávez	Representante	Jr. Tarapacá No. 746, Pucallpa	061-571267	061-571267	ccitu@camaralima.org.pe
COFIDE - Cámara de Comercio, Industria, Servicios, Turismo y de la Producción del Cusco	Fausto Salinas Lovon	Representante	Calle Manco Inca No. 206 Wanchaq, CUSCO	084-240090	084-240090	gerencia@camaracusco.org

Anexo 2: Directorio de gremios empresariales¹³⁰

GREMIOS QUE TIENEN DENOMINACIÓN NACIONAL

- Coordinadora Nacional de Gremios de la Pequeña Empresa PYME PERÚ.
- Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú - APEMIPE PERÚ.
- Consejo de Organizaciones de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa del Perú – COMPYMEP.
- Unión de Mujeres Empresarias del Perú – UMEP.
- Sociedad Nacional de la Pequeña y Microempresa de personas con discapacidad del Perú-PYMEDIS.
- Comité de la Pequeña Empresa Exportadora de ADEX - PYMEADDEX.
- Asociación Peruana de Industriales Confeccionistas - APIC.
- Asociación de Talleres y Empresas de Metalmecánica del Perú – ATEM PERU.
- Asociación de Mujeres Industriales y Artesanas del Perú – AMIAP.
- Federación de la Micro y Pequeña Industria - FEDAMPI.
- Cámara de las PYMES Exportadores del Perú – CAPIMEXPE.
- Asociación de Micro y Pequeños Empresarios Confeccionistas del Perú – AMPECOM PERU.
- Sociedad de la Micro y Pequeña Empresa del Perú – SOMIPE.
- Cámara Nacional de Empresarios del Perú – CANEP PERÚ.
- Asociación Nacional de Microempresarias Generando Empleo OSB Panaderías de los Comedores Populares, Clubes de Madres y Vasos de Leche.
- Asociación de Micro y Pequeños Empresarios Confeccionistas del Perú – AMPECOM PERÚ.
- Asociación Civil Cámara de Artesanos del Perú.
- Asociación Corporación de Medianas y Micro-Pequeñas Empresas del Perú.
- Coordinadora Nacional de la Mediana y Pequeña Empresa - CONAMYPE

¹³⁰. Este es un Directorio parcial de los gremios empresariales, elaborado en base a las entrevistas que tuvimos los miembros del equipo de profesionales que realizamos para el proyecto CRECER; es un complemento al capítulo VI, donde se realiza un análisis cualitativo de los gremios existentes.

- Sociedad Nacional de Confeccionistas.
- Unión Nacional de Empresarios Textiles – UNETE.
- Cámara Nacional de la Producción y el Emprendimiento – CAPRODEM.

GREMIOS POR SECTORES

Metalmecánica:

- Asociación de Talleres y Empresas de Metalmecánica - ATEM-PERÚ.
- Asociación de Pequeños y Medianos Industriales de Metal Mecánica de Villa El Salvador - APIMEAVES.

Confecciones y Textiles:

- Cámara de las PYMES Exportadores del Perú – CAPIMEXPE.
- Asociación de Micro y Pequeños Empresarios Confeccionistas del Perú – AMPECOM PERÚ.
- Asociación Civil Maquicentro Textil Huaycán.
- Asociación de Pequeños y Micro Industriales de Confecciones de Villa El Salvador – APEMICOVES.
- Asociación Peruana de Industriales Confeccionistas - APIC.
- Coordinadora de Empresarios de Gamarra.
- Corporación de Propietarios y Empresarios del Damero de Gamarra.
- Sociedad Nacional de Confeccionistas.
- Asociación de Micro y Pequeños Industriales Confeccionistas - AMPIC Gamarra Perú.
- Federación de Empresarios de Gamarra – FEDEGA.
- Unión Nacional de Empresarios Textiles – UNETE.
- Asociación de Pequeños Empresarios de Gamarra – APEGA.
- Asociación de Industriales Textiles de Gamarra.
- Asociación de Empresarios de la Pequeña y Micro Empresa de Gamarra - ADEPYMEGA.

Carpintería:

- Asoc. de Industriales de Muebles y Afines de San Juan de Lurigancho – AIMYA SJL.
- Asociación de Productores Industriales de Muebles y Afines – APIMA SJL.

- Asociación de Micro y Pequeños Empresarios de Muebles Felipe Castillo Alfaro – AMIPEM FCA.
- Asociación de Productores Comerciantes de Muebles del Cono Este – PROCOMUS.
- Asociación de Industriales de la Madera de Villa El Salvador - ASIMVES

Panificación:

- Asociación de Mujeres Microempresarias Trabajando por el Desarrollo del País.
- Asociación de Micro Industriales en Panadería y Pastelería del Distrito de Carabaylo ASMIPPAC.
- Asociación Nacional de Microempresarias Generando Empleo OSB Panaderías, Comedores Populares, Club de Madres y Vasos de Leche.

Comercio:

- Asociación de Propietarios del Centro Comercial Polvos Azules.
- Centro Comercial Electro Ferretero Paruro.
- Unión de Ambulantes del Perú - UDAMPE – Las Malvinas.
- Asociación 21 de Octubre.
- Asociación Centro Comercial América - ASCENCA.
- Asociación Copacabana Shopping Center.
- Asociación de Comerciantes y Saldos Textiles de Gamarra - ASONCOSATEX.
- Asociación de Propietarios de Galería Santa Lucía.
- Asociación de Pequeños Comerciantes 8 de Enero - APECOR.
- Asociación De Comerciantes Señor de Chacos.

Artesanía:

- Talleres Asociados Wari Ayllu de Quinoa Tawaq.
- Asociación Civil Cámara de Artesanos del Perú.
- Asociación de Industriales y Artesanos del Parque Industrial de Villa El Salvador – ADIAPIVES.
- Federación de Artesanos de Lima y Callao.

Fundición:

- Asociación de Fundición y Afines del Parque Industrial de Villa El Salvador - AFAPIVES

Calzado:

- Asociación Peruana de Calzado del Parque Industrial de Villa El Salvador – APC – PIVES
- Asociación de Pequeños Industriales de Calzado y demás Ramos Productivos Unidos Perú – APICUP.
- Cámara de Comercio del Calzado.

Ambiental – Ecológica:

- Asociación Ecológica del Parque Industrial de Villa El Salvador – ECOPIVES.

Agricultura:

- Asociación de Productores Agro APAKISAMA.

Transporte:

- Asociación de Mototaxistas 1 de Mayo.
- Asociación de Empresarios Transportistas de Gamarra - ASETRANG.

Pesca:

- Asociación Nacional de Empresarios de la Pesca Artesanal del Perú – ANEPAP.

GREMIOS DE CARÁCTER LOCAL METROPOLITANO

- Central de Asociaciones Empresariales y Empresarios de la Micro y Pequeña Empresa del Cono Sur de Lima “APEMIVES CONO SUR”.
- Asociación de Propietarios del Parque Industrial de Villa El Salvador – APROPIVES.
- Asociación de Pequeñas Empresas Industriales del Parque Industrial N° 1 de Huaycán.
- Asociación de Micro y Pequeños Industriales Artesanos del Pueblo Joven Santa Rosa del Rímac – AMPIASAR.
- Asociación de la Pequeña y Mediana Industria Alimentaria y Afines de Villa El Salvador - APEMINAVES.
- Asociación de Micro y Pequeñas Empresas Solidarias del Sur – AEMPRESUR.
- Asociación de Mujeres Emprendedoras para Mejor Futuro – AMENF.
- Asociación de Exportadores Cóndor Pasa.
- Corporación de Pequeños y Microempresarios del Cono de Lima – COPYME.
- Asociación de Micro y Pequeños Empresarios Industriales Hermanos Israelitas Pachacamac Cieneguilla – AMPEIHIPAC.

- Asociación de Industrias Unidas Micro y Pequeñas Empresas de Carabayllo.
- Asociación de Micro y Pequeñas Empresas y Afines de Cangallo Perú – AMPEACP.
- Asociación de Empresarios Industriales del Cono Sur - ADEICOSUR
- Asociación de Pequeños Industriales de Metal Mecánica de Villa El Salvador – APEMIAVES.
- Asociación de de Propietarios del Parque Industrial El Asesor - APPIA.
- Cámara Peruana de Agricultores - CAPEA – Nuevo Quipán
- Asociación de Pequeños Empresarios de Lima Metropolitana.
- Asociación de Pequeños y Medianos Comerciantes Industriales de Ancón – ACOMPIA.
- Central Única de Asociaciones de la Pequeña y Mediana Empresa. del Cono Norte - CUAPEME.
- Frente Único de Gremios de Gamarra.
- Asociación de Servicios de Emolientes de La Victoria - ASEV.
- Asociación de Propietarios Galería Santa Lucía.
- Seguridad del Damero de Gamarra – SEDAGA.
- Asociación de Comerciantes de Galerías La Victoria – ACOMGOVI.
- Asociación 21 de Octubre.
- Asociación Centro Comercial América - ASCENCA.
- Asociación Copacabana Shopping Center.
- Asociación de Comerciantes y Saldos Textiles de Gamarra - ASONCOSATEX.
- Asociación de Propietarios de Galería Santa Lucía.
- Asociación de Pequeños Comerciantes 8 de Enero - APECOR.
- Asociación de Comerciantes Señor de Chacos.
- Federación de Empresarios de Gamarra – FEDEGA.
- Asociación de Pequeños Empresarios de Gamarra –APEGA.
- Asociación de Industriales Textiles de Gamarra.
- Asociación de Empresarios de la Pequeña y Micro Empresa de Gamarra – ADEPYMEGA
- Asociación de Empresarios Transportistas de Gamarra - ASETRANG

- Coordinadora de Empresarios de Gamarra.
- Corporación de Propietarios y Empresarios del Damero de Gamarra - COPROGAMARRA.

GREMIOS EN LAS REGIONES

La Libertad

- Asociación de Pequeños Industriales y Artesanos de Trujillo – APIAT.
- Consorcio Industrial de Trujillo La Alameda del Calzado.
- Asociación de Comerciantes e Industriales de Trujillo.
- Asociación de Microempresarios de Calzado El Porvenir.
- Asociación de la Industria de Calzado para Exportación.

Lambayeque

- APEMIPE Lambayeque.
- APEMIPE Ferreñafe.
- Asociación de Pequeños Industriales Confeccionistas de Lambayeque.
- Sociedad Nacional de Industrias Filial Lambayeque.
- Asociación de Pequeños y Microempresarios de Comercialización de las Galerías Comerciales Plataforma Balta Mercado Modelo - APYMECO.
- Asociación de Carpinteros en Madera San José de Lambayeque.
- Organización Nacional de Mujeres de la Industria Azucarera - ONMA.
- Unión de Mujeres Empresarias del Perú Filial Lambayeque.
- Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de Lambayeque.

Piura

- APEMIPE Región Grau.
- APEMIPE Sullana.
- APEMIPE Paita.
- APEMIPE Piura.

- APEMIPE Sechura.
- Asociación de Artesanos de Catacaos.
- Asociación de Pequeños Artesanos Unidos.
- Asociación Calixto Romero.
- Asociación Virgen de la Puerta de Narihualá.
- Asociación Virgen del Socorro de Narihualá.
- AHORA Piura.

Huancayo

- Asociación de Productores “La Casa del Artesano”.
- Asociación Centro Comercial “Plaza Constitución”.
- Asociación de Fabricantes de Calzado Quinta Industrial.
- Asociación de Pequeños y Medianos Empresarios de Calzado - APEMEFAC Huancayo.
- Asociación De Pequeños y Medianos Empresarios – APEYMELO Yauli La Oroya.
- Cámara de Turismo del Valle del Mantaro - CAMATUR.
- Sociedad Peruana de Criadores de Alpacas y Llamas.
- Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo - APAVIT Junín.

San Martín

- APEMIPE San Martín.
- Asociación de Pequeños y Medianos Empresarios Transformadores y Comercializadores Los Cedros - APIMETIC Los Cedros.

Arequipa

- Cámara de Industria, Comercio y Artesanía de la Micro y Pequeña Empresa de Arequipa y la Región Sur - CÁMARA PYME.
- Asociación de Empresas Industriales de Arequipa – ASEMÍN.
- Asociación de Micro y Pequeños Empresarios del PPJJ Ciudad de Israel.
- Asociación Central de Centros de Acopio de Leche.

Ucayali

- ALBERGUE SAKURA.
- Asociación de Productores Forestales de Ucayali – APROFU.
- Asociación de Extractores de Madera y Reforestadores de Ucayali – AEMR

Puno

- APEMIPE Juliaca.

Anexo 3: Ley de Promoción y Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

POR CUANTO:

El Congreso de la República

ha dado la Ley siguiente:

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA;

Ha dado la Ley siguiente:

LEY DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- Objeto de la Ley

La presente Ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.

Artículo 2.- Definición de la Micro y Pequeña Empresa

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante de tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

Artículo 3.- Características de las MYPE

Las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

a) El número total de trabajadores:

- La microempresa abarca de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
- La pequeña empresa abarca de uno (1) hasta cincuenta (50) trabajadores inclusive.

b) Niveles de ventas anuales:

- La microempresa: hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.

- La pequeña empresa: a partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.

Las entidades públicas y privadas uniformizan sus criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

TÍTULO II

MARCO INSTITUCIONAL DE LAS POLÍTICAS DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN

CAPÍTULO I

DE LOS LINEAMIENTOS

Artículo 4.- Política estatal

El Estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacional, Regionales y Locales; y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las MYPE, estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenible.

Artículo 5.- Lineamientos

La acción del Estado en materia de promoción de las MYPE se orienta con los siguientes lineamientos estratégicos:

a) Promueve y desarrolla programas e instrumentos que estimulen la creación, el desarrollo y la competitividad de las MYPE, en el corto y largo plazo y que favorezcan la sostenibilidad económica, financiera y social de los actores involucrados.

b) Promueve y facilita la consolidación de la actividad y tejido empresarial, a través de la articulación inter e intrasectorial, regional y de las relaciones entre unidades productivas de distintos tamaños, fomentando al mismo tiempo la asociatividad de las MYPE y la integración en cadenas productivas y distributivas y líneas de actividad con ventajas distintivas para la generación de empleo y desarrollo socio económico.

c) Fomenta el espíritu emprendedor y creativo de la población y promueve la iniciativa e inversión privada, interviniendo en aquellas actividades en las que resulte necesario complementar las acciones que lleva a cabo el sector privado en apoyo a las MYPE.

d) Busca la eficiencia de la intervención pública, a través de la especialización por actividad económica y de la coordinación y concertación interinstitucional.

e) Difunde la información y datos estadísticos con que cuenta el Estado y que gestionada de manera pública o privada representa un elemento de promoción, competitividad y conocimiento de la realidad de las MYPE.

f) Prioriza el uso de los recursos destinados para la promoción, financiamiento y formalización de las MYPE organizadas en consorcios, conglomerados o asociaciones.

g) Propicia el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen o laboran en las MYPE, a las oportunidades que ofrecen los programas de servicios de promoción, formalización y desarrollo.

h) Promueve la participación de los actores locales representativos de la correspondiente actividad productiva de las MYPE, en la implementación de políticas e instrumentos, buscando la convergencia de instrumentos y acciones en los espacios regionales y locales o en las cadenas productivas y distributivas.

i) Promueve la asociatividad y agremiación empresarial, como estrategia de fortalecimiento de las MYPE.

j) Prioriza y garantiza el acceso de las MYPE a mecanismos eficientes de protección de los derechos de propiedad intelectual.

k) Promueve el aporte de la cooperación técnica de los organismos internacionales, orientada al desarrollo y crecimiento de las MYPE.

l) Promueve la prestación de servicios empresariales por parte de las universidades, a través de incentivos en las diferentes etapas de los proyectos de inversión, estudios de factibilidad y mecanismos de facilitación para su puesta en marcha.

CAPÍTULO II

DEL MARCO INSTITUCIONAL PARA LAS MYPE

Artículo 6.- Órgano rector

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo define las políticas nacionales de promoción de las MYPE y coordina con las entidades del sector público y privado la coherencia y complementariedad de las políticas sectoriales.

Artículo 7.- Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa

Créase el Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa -CODEMYPE- como órgano adscrito al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

El CODEMYPE es presidido por un representante del Presidente de la República y está integrado por:

- a) Un representante del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- b) Un representante del Ministerio de la Producción.
- c) Un representante del Ministerio de Economía y Finanzas
- d) Un representante del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- e) Un representante del Ministerio de Agricultura.
- f) Un representante del Consejo Nacional de Competitividad.
- g) Un representante de COFIDE.

- h) Un representante de los organismos privados de promoción de las MYPE.
- i) Un representante de los Consumidores.
- j) Un representante de las Universidades.
- k) Dos representantes de los Gobiernos Regionales.
- l) Dos representantes de los Gobiernos Locales.
- m) Cinco representantes de los Gremios de las MYPE.

El CODEMYPE tendrá una Secretaría Técnica que estará a cargo del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Representantes de la Cooperación Técnica Internacional podrán participar como miembros consultivos del CODEMYPE.

El CODEMYPE, aprueba su Reglamento de Organización y Funciones, dentro de los alcances de la presente Ley y en un plazo máximo de treinta (30) días siguientes a su instalación.

Artículo 8.- Funciones del CODEMYPE

Al Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa - CODEMYPE- le corresponde en concordancia con los lineamientos señalados en la presente Ley:

- a) Aprobar el Plan Nacional de promoción y formalización para la competitividad y desarrollo de las MYPE que incorporen las prioridades regionales por sectores señalando los objetivos y metas correspondientes.
- b) Contribuir a la coordinación y armonización de las políticas y acciones sectoriales, de apoyo a las MYPE, a nivel nacional, regional y local.
- c) Supervisar el cumplimiento de las políticas, los planes, los programas y desarrollar las coordinaciones necesarias para alcanzar los objetivos propuestos, tanto a nivel de Gobierno Nacional como de carácter Regional y Local.
- d) Promover la activa cooperación entre las instituciones del sector público y privado en la ejecución de programas.
- e) Promover la asociatividad y organización de la MYPE, como consorcios, conglomerados o asociaciones.
- f) Promover el acceso de la MYPE a los mercados financieros, de desarrollo empresarial y de productos.
- g) Fomentar la articulación de la MYPE con las medianas y grandes empresas promoviendo la organización de las MYPE proveedoras para propiciar el fortalecimiento y desarrollo de su estructura económico productiva.
- h) Contribuir a la captación y generación de la base de datos de información estadística sobre la MYPE.

CAPÍTULO III

DE LOS CONSEJOS REGIONALES Y LOCALES

Artículo 9.- Objeto

Los Gobiernos Regionales crean, en cada región, un Consejo Regional de la MYPE, con el objeto de promover el desarrollo, la formalización y la competitividad de la MYPE en su ámbito geográfico y su articulación con los planes y programas nacionales, concordante con los lineamientos señalados en el artículo 5 de la presente Ley.

Artículo 10.- Conformación

Su conformación responderá a las particularidades del ámbito regional, debiendo estar representados el sector público y las MYPE, y presidida por un representante del Gobierno Regional.

Artículo 11.- Convocatoria y coordinación

La convocatoria y coordinación de los Consejos Regionales está a cargo de los Gobiernos Regionales.

Artículo 12.- Funciones

Los Consejos Regionales de las MYPE promoverán el acercamiento entre las diferentes asociaciones de las MYPE, entidades privadas de promoción y asesoría a las MYPE y autoridades regionales; dentro de la estrategia y en el marco de las políticas nacionales y regionales, teniendo como funciones:

a) Aprobar el Plan Regional de promoción y formalización para la competitividad y desarrollo de las MYPE, que incorporen las prioridades sectoriales de la Región señalando los objetivos y metas para ser alcanzados a la CODEMYPE para su evaluación y consolidación.

b) Contribuir a la coordinación y armonización de las políticas y acciones sectoriales de apoyo a las MYPE, a nivel regional y local.

c) Supervisar las políticas, planes y programas de promoción de las MYPE, en su ámbito.

d) Otras funciones que se establezcan en el Reglamento de Organización y Funciones de las Secretarías Regionales.

Artículo 13.- De los Gobiernos Regionales y Locales

Los Gobiernos Regionales y Locales promueven la inversión privada en la construcción y habilitación de infraestructura productiva, comercial y de servicios, con base en el ordenamiento territorial, y en los planes de desarrollo local y regional; así como la organización de ferias y otras actividades que logren la dinamización de los mercados en beneficio de las MYPE.

La presente disposición se aplica sin perjuicio del cumplimiento de la normatividad vigente sobre la materia.

TÍTULO III

INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA COMPETITIVIDAD

CAPÍTULO I

DE LOS INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN DE LAS MYPE

Artículo 14.- Rol del Estado

El Estado fomenta el desarrollo integral y facilita el acceso a los servicios empresariales y a los nuevos emprendimientos, con el fin de crear un entorno favorable a su competitividad, promoviendo la conformación de mercados de servicios financieros y no financieros, de calidad, descentralizado y pertinente a las necesidades y potencialidades de las MYPE.

Artículo 15.- Instrumentos de promoción

Los instrumentos de promoción para el desarrollo y la competitividad de las MYPE y de los nuevos emprendimientos con capacidad innovadora son:

- a) Los mecanismos de acceso a los servicios de desarrollo empresarial y aquellos que promueven el desarrollo de los mercados de servicios.
- b) Los mecanismos de acceso a los servicios financieros y aquellos que promueven el desarrollo de dichos servicios.
- c) Los mecanismos que faciliten y promueven el acceso a los mercados, y a la información y estadísticas referidas a la MYPE.
- d) Los mecanismos que faciliten y promueven la inversión en investigación, desarrollo e innovación tecnológica, así como la creación de la MYPE innovadora.

CAPÍTULO II**DE LA CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA****Artículo 16.- Oferta de servicios de capacitación y asistencia técnica**

El Estado promueve, a través de la CODEMYPE y de sus Programas y Proyectos, la oferta y demanda de servicios y acciones de capacitación y asistencia técnica en las materias de prioridad establecidas en el Plan y Programas Estratégicos de promoción y formalización para la competitividad y desarrollo de las MYPE, así como los mecanismos para atenderlos.

Los programas de capacitación y de asistencia técnica están orientados prioritariamente a:

- a) La creación de empresas.
- b) La organización y asociatividad empresarial.
- c) La gestión empresarial.
- d) La producción y productividad.
- e) La comercialización y mercadotecnia.
- f) El financiamiento.
- g) Las actividades económicas estratégicas.
- h) Los aspectos legales y tributarios.

Los programas de capacitación y asistencia técnica deberán estar referidos a indicadores aprobados por el CODEMYPE que incluyan niveles mínimos de cobertura, periodicidad, contenido, calidad e impacto en la productividad.

Artículo 17.- Promoción de la iniciativa privada

El Estado apoya e incentiva la iniciativa privada que ejecuta acciones de Capacitación y Asistencia Técnica de las MYPE.

El Reglamento de la presente Ley establece las medidas promocionales en beneficio de las instituciones privadas, que brinden capacitación, asistencia técnica, servicios de investigación, asesoría y consultoría, entre otros, a las MYPE.

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo coordina con el Ministerio de Educación para el reconocimiento de las entidades especializadas en formación y capacitación laboral como entidades educativas.

Artículo 18.- Acceso voluntario al SENATI

Las MYPE que pertenecen al Sector Industrial Manufacturero o que realicen servicios de instalación, reparación y mantenimiento y que no están obligadas al pago de la contribución al SENATI quedan comprendidas a su solicitud, en los alcances de la Ley N° 26272, Ley del Servicio Nacional de Adiestramiento del Trabajo Industrial (SENATI), siempre y cuando contribuyan con el pago de acuerdo a la escala establecida por el Consejo Nacional del SENATI.

CAPÍTULO III

DEL ACCESO A LOS MERCADOS Y LA INFORMACIÓN

Artículo 19.- Mecanismos de facilitación

Se establece como mecanismos de facilitación y promoción de acceso a los mercados: la asociatividad empresarial, las compras estatales, la comercialización, la promoción de exportaciones y la información sobre las MYPE.

Artículo 20.- Asociatividad empresarial

Las MYPE, sin perjuicio de las formas societarias previstas en las leyes sobre la materia, pueden asociarse para tener un mayor acceso al mercado privado y a las compras estatales.

Todos los beneficios y medidas de promoción para que las MYPE participen en las compras estatales incluye a los Consorcios que sean establecidos entre las MYPE.

Artículo 21.- Compras estatales

Las MYPE participan en las contrataciones y adquisiciones del Estado, de acuerdo a la normatividad correspondiente.

Prompyme facilita el acceso de las MYPE a las compras del Estado.

En las contrataciones y adquisiciones de bienes y servicios, las entidades del Estado, prefieren a los ofertados por las MYPE, siempre que cumplan con las especificaciones técnicas requeridas.

En los contratos de suministro periódico de bienes o de prestación de servicios de ejecución periódica, distintos de los de consultoría de obras, que celebren las MYPE, éstas podrán optar, como sistema alternativo a la obligación de presentar la garantía de fiel cumplimiento, por la retención de parte de las Entidades de un porcentaje de un diez por ciento (10%) del monto total del contrato.

La retención de dicho monto se efectuará durante la primera mitad del número total de pagos a realizarse, de forma prorrateada, en cada pago, con cargo a ser devuelto a la finalización del mismo.

Sin perjuicio de la conservación definitiva de los montos referidos, el incumplimiento injustificado por parte de los contratistas beneficiados con la presente

disposición, que motive la resolución del contrato, dará lugar a la inhabilitación temporal para contratar con el Estado por un período no menor de un (1) año ni mayor a dos (2) años.

Los procesos de selección se pueden llevar a cabo por etapas, tramos, paquetes o lotes. La buena pro por cada etapa, tramo, paquete o lote se podrán otorgar a las MYPE distintas y no vinculadas económicamente entre sí, lo que no significará un cambio en la modalidad del proceso de selección. Asimismo, las instituciones del Estado deben separar no menos del 40% de sus compras para ser atendidas por las MYPE, en aquellos bienes y servicios que éstas puedan suministrar.

Se darán preferencia a las MYPE regionales y locales del lugar donde se realizan las compras estatales.

Artículo 22.- Comercialización

El Estado, los gobiernos regionales y locales, a través de los sectores, instituciones y organismos que lo conforman, apoyan y facilitan la iniciativa privada en la promoción, organización y realización de eventos feriales y exposiciones internacionales, nacionales, regionales y locales, periódicas y anuales.

La presente disposición se aplica sin perjuicio del cumplimiento de la normatividad vigente en materia de autorización de ferias y exposiciones internacionales, nacionales, regionales o locales.

Artículo 23.- Promoción de las exportaciones

El Estado promueve el crecimiento, diversificación y consolidación de las exportaciones directas e indirectas de la MYPE, con énfasis en las regiones, implementando estrategias de desarrollo de mercados y de oferta exportable, así como de fomento a la mejora de la gestión empresarial, en coordinación con otras instituciones públicas y privadas.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo promueve programas intensivos de apertura, consolidación y diversificación de mercados internacionales.

El Ministerio de Relaciones Exteriores promueve alianzas estratégicas entre la MYPE con los peruanos residentes en el extranjero, para crear un sistema de intermediación que articule la oferta de este sector empresarial con los mercados internacionales.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo genera, mantiene actualizado y difunde información sobre oportunidades de exportación y acceso a los mercados del exterior, que incluye demandas, directorios de importadores, condiciones arancelarias, normas técnicas, proceso de exportación y otra información pertinente.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ejecuta planes estratégicos por sectores, mercados y regiones, priorizando el desarrollo de cadenas exportadoras con participación de las MYPE, en concordancia con el inciso a) del artículo 8 de la presente Ley.

Artículo 24.- Información, estadísticas y base de datos

El Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI mantiene actualizado el Sistema Nacional de Estadística e Informática sobre la MYPE, facilitando a los integrantes del sistema y a los usuarios el acceso a la información estadística y bases de datos obtenidas.

El INEI promueve las iniciativas públicas y privadas dirigidas a procesar y difundir dicha información, de conformidad con la Resolución Jefatural N° 063-98-INEI, de la Comisión Técnica Interinstitucional de Estadística de la Pequeña y Microempresa.

CAPÍTULO IV

DE LA INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y SERVICIOS TECNOLÓGICOS

Artículo 25.- Modernización tecnológica

El Estado impulsa la modernización tecnológica del tejido empresarial de las MYPE y el desarrollo del mercado de servicios tecnológicos como elementos de soporte de un sistema nacional de innovación continua.

El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología -CONCYTEC- promueve, articula y operativiza la investigación e innovación tecnológica entre las Universidades y Centros de Investigación con las MYPE.

Artículo 26.- Servicios tecnológicos

El Estado promueve la inversión en investigación, desarrollo e innovación tecnológica, así como la inversión en formación y entrenamiento de sus recursos humanos, orientadas a dar igualdad de oportunidades de acceso a la tecnología y el conocimiento, con el fin de incrementar la productividad, la mejora de la calidad de los procesos productivos y productos, la integración de las cadenas productivas inter e intrasectoriales y en general a la competitividad de los productos y las líneas de actividad con ventajas distintivas. Para ello, también promueve la vinculación entre las universidades y centros de investigación con las MYPE.

Artículo 27.- Oferta de servicios tecnológicos

El Estado promueve la oferta de servicios tecnológicos orientada a la demanda de las MYPE, como soporte a las empresas, facilitando el acceso a fondos específicos de financiamiento o cofinanciamiento, a Centros de Innovación Tecnológica o de Desarrollo Empresarial, a Centros de Información u otros mecanismos o instrumentos, que incluye la investigación, el diseño, la información, la capacitación, la asistencia técnica, la asesoría y la consultoría empresarial, los servicios de laboratorio necesarios y las pruebas piloto.

TÍTULO IV

DEL ACCESO AL FINANCIAMIENTO

Artículo 28.- Acceso al financiamiento

El Estado promueve el acceso de las MYPE al mercado financiero y al mercado de capitales, fomentando la expansión, solidez y descentralización de dichos mercados.

El Estado promueve el fortalecimiento de las instituciones de microfinanzas supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguros. Asimismo, facilita el acercamiento entre las entidades que no se encuentran reguladas y que puedan proveer servicios financieros a las MYPE y la entidad reguladora, a fin de propender a su incorporación al sistema financiero.

Artículo 29.- Participación de COFIDE

El Estado, a través de la Corporación Financiera de Desarrollo - COFIDE, promueve y articula integralmente el financiamiento, diversificando, descentralizando e

incrementando la cobertura de la oferta de servicios de los mercados financiero y de capitales en beneficio de las MYPE.

Los intermediarios financieros que utilizan fondos que entrega COFIDE para el financiamiento de las MYPE, son los considerados en la Ley N° 26702 - Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros y sus modificatorias, y utilizan la metodología, los nuevos productos financieros estandarizados y nuevas tecnologías de intermediación a favor de las MYPE, diseñadas o aprobadas por COFIDE.

COFIDE procura canalizar prioritariamente sus recursos financieros a aquellas MYPE que producen o utilizan productos elaborados o transformados en el territorio nacional.

Artículo 30.- Funciones de COFIDE en la gestión de negocios MYPE

La Corporación Financiera de Desarrollo - COFIDE, en el marco de la presente Ley, ejercerá las siguientes funciones:

- a) Diseñar metodologías para el desarrollo de Productos Financieros y tecnologías que faciliten la intermediación a favor de las MYPE, sobre la base de un proceso de estandarización productiva y financiera, posibilitando la reducción de los costos unitarios de la gestión financiera y generando economías de escala de conformidad con lo establecido en el numeral 44. del artículo 221 de la Ley N° 26702 y sus modificatorias.
- b) Predeterminar la viabilidad financiera desde el diseño de los Productos Financieros Estandarizados, los que deben estar adecuados a los mercados y ser compatibles con la necesidad de financiamiento de cada actividad productiva y de conformidad con la normatividad vigente.
- c) Implementar un sistema de calificación de riesgos para los productos financieros que diseñen en coordinación con la Superintendencia de Banca y Seguros.
- d) Gestionar la obtención de recursos y canalizarlos a las Empresas de Operaciones Múltiples consideradas en la Ley N° 26702 - Ley General del Sistema Financiero, para que destinen dichos recursos financieros a las MYPE.
- e) Colaborar con la Superintendencia de Banca y Seguros -SBS- en el diseño de mecanismos de control de gestión de los intermediarios.
- f) Coordinar y hacer el seguimiento de las actividades relacionadas con los servicios prestados por las entidades privadas facilitadoras de negocios, promotores de inversión, asesores y consultores de las MYPE, que no se encuentren reguladas o supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguros -SBS- o por la Comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores - CONASEV, para efectos del mejor funcionamiento integral del sistema de financiamiento y la optimización del uso de los recursos.

COFIDE adopta las medidas técnicas, legales y administrativas necesarias para fortalecer su rol de fomento en beneficio de las MYPE para establecer las normas y procedimientos relacionados con el proceso de estandarización de productos financieros destinados a los clientes potenciales y de conformidad con la normatividad vigente.

Artículo 31.- De los intermediarios financieros

COFIDE a efectos de canalizar hacia las MYPE y entregar los fondos que gestiona y obtiene de las diferentes fuentes, incluyendo los provenientes de la Cooperación Técnica Internacional y en fideicomiso, suscribe convenios o contratos de operación con los intermediarios financieros señalados en el artículo 29 de la presente Ley, siempre que las condiciones del fideicomiso no establezcan lo contrario.

Artículo 32.- Supervisión de créditos

La supervisión y monitoreo de los créditos que son otorgados con los fondos que entrega COFIDE a través de los intermediarios financieros señalados en el artículo 29 de la presente Ley, se complementa a efectos de optimizar su utilización y maximizar su recuperación, con la participación de entidades especializadas privadas facilitadoras de negocios, tales como promotores de inversión; de proyectos y de asesorías y de consultorías de MYPE; siendo retribuidos estos servicios en función de los resultados previstos.

Artículo 33.- Fondos de garantía para las MYPE

COFIDE destina un porcentaje de los recursos financieros que gestione y obtenga de las diferentes fuentes para el financiamiento de la MYPE, siempre que los términos en que les son entregados los recursos le permita destinar parte de los mismos para conformar o incrementar Fondos de Garantía, que en términos promocionales faciliten el acceso de la MYPE a los mercados financiero y de capitales, a la participación en compras estatales y de otras instituciones.

Artículo 34.- Capital de riesgo

El Estado promueve el desarrollo de fondos de inversión de capital de riesgo que adquieran una participación temporal en el capital de las MYPE innovadoras que inicien su actividad y de las existentes con menos de dos años de funcionamiento.

Artículo 35.- Centrales de riesgo

El Estado, a través de la Superintendencia de Banca y Seguros, crea y mantiene un servicio de información de riesgos especializado en MYPE, de conformidad con lo señalado por la Ley N° 27489, Ley que regula las centrales privadas de información de riesgos y de protección al titular de información, y sus modificatorias.

TÍTULO V

INSTRUMENTOS DE FORMALIZACIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA COMPETITIVIDAD

CAPÍTULO I

DE LA SIMPLIFICACIÓN DE TRÁMITES

Artículo 36.- Acceso a la formalización

El Estado fomenta la formalización de las MYPE a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior.

Artículo 37.- Simplificación de trámites y régimen de ventanilla única

Las MYPE que se constituyan como persona jurídica lo realizan mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta, conforme a lo establecido en el inciso i) del artículo 1 de la Ley N° 26965.

El CODEMYPE para la formalización de las MYPE promueve la reducción de los costos registrales y notariales ante la SUNARP y Colegios de Notarios.

CAPÍTULO II

DE LAS LICENCIAS Y PERMISOS MUNICIPALES

Artículo 38.- Licencia de funcionamiento provisional

La Municipalidad, en un plazo no mayor de siete (7) días hábiles, otorga en un solo acto la licencia de funcionamiento provisional previa conformidad de la zonificación y compatibilidad de uso correspondiente.

Si vencido el plazo, la Municipalidad no se pronuncia sobre la solicitud del usuario, se entenderá otorgada la licencia de funcionamiento provisional.

La licencia provisional de funcionamiento tendrá validez de doce (12) meses, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud.

Artículo 39.- Licencia municipal de funcionamiento definitiva

Vencido el plazo referido en el artículo anterior, la Municipalidad respectiva, que no ha detectado ninguna irregularidad o que habiéndola detectado, ha sido subsanada, emite la Licencia Municipal de Funcionamiento Definitiva.

Otorgada la Licencia de Funcionamiento Definitiva, la Municipalidad Distrital o Provincial, según corresponda, no podrá cobrar tasas por concepto de renovación, fiscalización o control y actualización de datos de la misma, ni otro referido a este trámite, con excepción de los casos de cambio de uso, de acuerdo a lo que establece el Decreto Legislativo N° 776, Ley de Tributación Municipal y sus modificatorias.

Artículo 40.- Costo de la licencia provisional y definitiva

El costo de los trámites relacionados con la Licencia Municipal de Funcionamiento Provisional y Definitiva para las MYPE está en función del costo administrativo del servicio que prestan las municipalidades debidamente sustentado, previa publicación.

La Comisión de Acceso al Mercado del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) es la encargada de velar por el cumplimiento de estas normas, debiendo actuar de oficio o a pedido de parte.

Artículo 41.- Revocatoria de la licencia de funcionamiento

Sólo se podrá revocar la Licencia de Funcionamiento Definitiva por causa expresamente establecida en el ordenamiento legal de acuerdo a lo establecido en el artículo IV del Título Preliminar de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

La Municipalidad deberá convocar a una audiencia de conciliación como requisito para la revocación de una Licencia de Funcionamiento Definitiva. El incumplimiento de este requisito acarrea la nulidad del procedimiento revocatorio.

CAPÍTULO III

DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO DE LAS MYPE

Artículo 42.- Régimen tributario de las MYPE

El Régimen Tributario facilita la tributación de las MYPE y permite que un mayor número de contribuyentes se incorpore a la formalidad.

El Estado promueve campañas de difusión sobre el régimen tributario, en especial el de aplicación a las MYPE con los sectores involucrados.

La SUNAT adopta las medidas técnicas, normativas, operativas y administrativas, necesarias para fortalecer y cumplir su rol de entidad administradora, recaudadora y fiscalizadora de los tributos de las MYPE.

TÍTULO VI**RÉGIMEN LABORAL DE LAS MICROEMPRESAS****CAPÍTULO ÚNICO****DEL RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL****Artículo 43.- Objeto**

Créase el régimen laboral especial dirigido a fomentar la formalización y desarrollo de las Microempresas, mejorar las condiciones de disfrute efectivo de los derechos de naturaleza laboral de los trabajadores de las mismas.

El presente régimen laboral especial es de naturaleza temporal y se extenderá por un período de cinco (5) años desde la entrada en vigencia de la presente Ley, debiendo las empresas para mantenerse en él, conservar las condiciones establecidas en los artículos 2 y 3 de la presente Ley para mantenerse en éste.

El régimen laboral especial comprende: remuneración, jornada de trabajo, horario de trabajo y trabajo en sobre tiempo, descanso semanal, descanso vacacional, descanso por días feriados, despido injustificado, seguro social de salud y régimen pensionario.

Las Microempresas y los trabajadores considerados en el presente régimen pueden pactar mejores condiciones a las previstas en la presente Ley, respetando el carácter esencial de los derechos reconocidos en el párrafo anterior.

Artículo 44.- Permanencia en el régimen laboral especial

Si en un ejercicio económico una Microempresa definida como tal en la presente Ley, inicialmente comprendida en el régimen especial supera el importe máximo de ingresos previstos en la presente Ley o tiene más de diez (10) trabajadores por un período superior a un año, será excluida del régimen laboral especial.

Artículo 45.- Remuneración

Los trabajadores comprendidos en la presente Ley tienen derecho a percibir por lo menos la remuneración mínima vital, de conformidad con la Constitución y demás normas legales vigentes.

Artículo 46.- Jornada y horario de trabajo

En materia de jornada de trabajo, horario de trabajo, trabajo en sobre tiempo de los trabajadores de la Microempresa, es aplicable lo previsto por el Decreto Supremo N° 007-2002-TR, Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N° 854, Ley de Jornada de Trabajo, Horario y Trabajo en Sobre Tiempo, modificado por la Ley N° 27671; o norma que lo sustituya.

En los Centros de trabajo cuya jornada laboral se desarrolle habitualmente en horario nocturno, no se aplicará la sobre tasa del 35%.

Artículo 47.- El descanso semanal obligatorio

El descanso semanal obligatorio y el descanso en días feriados se rigen por las normas del régimen laboral común de la actividad privada.

Artículo 48.- El descanso vacacional

El trabajador que cumpla el récord establecido en el artículo 10 del Decreto Legislativo N° 713, Ley de Consolidación de Descansos Remunerados de los Trabajadores sujetos al Régimen Laboral de la Actividad Privada, tendrá derecho como mínimo, a quince (15) días calendario de descanso por cada año completo de servicios. Rige lo dispuesto en el Decreto Legislativo N° 713 en lo que le sea aplicable.

Artículo 49.- El despido injustificado

El importe de la indemnización por despido injustificado es equivalente a quince (15) remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento ochenta (180) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.

Artículo 50.- El seguro social de salud

Los trabajadores y conductores de las Microempresas comprendidas en la presente norma, son asegurados regulares, conforme al artículo 1 de la Ley N° 26790, Ley de Modernización de la Seguridad Social en Salud.

Artículo 51.- El régimen pensionario

Los trabajadores y los conductores de las Microempresas comprendidas en el presente régimen podrán afiliarse a cualquiera de los regímenes previsionales, siendo opción del trabajador y del conductor su incorporación o permanencia en los mismos.

Artículo 52.- Determinación de microempresas comprendidas en el régimen especial

Para efectos de ser comprendidas en el régimen especial, las Microempresas que cumplan las condiciones establecidas en los artículos 2 y 3 de la presente Ley, deberán presentar ante la Autoridad Administrativa de Trabajo una Declaración Jurada de poseer las condiciones indicadas, acompañando, de ser el caso, una copia de la Declaración Jurada del Impuesto a la Renta del ejercicio anterior.

Artículo 53.- Fiscalización de las microempresas

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo realiza el servicio inspectivo, estableciendo metas de inspección anual no menores al veinte por ciento (20%) de las microempresas, a efectos de cumplir con las disposiciones del régimen especial establecidas en la presente Ley.

La determinación del incumplimiento de alguna de las condiciones indicadas, dará lugar a que se considere a la microempresa y a los trabajadores de ésta excluidos del régimen especial y generará el cumplimiento del íntegro de los derechos contemplados en la legislación laboral y de las obligaciones administrativas conforme se hayan generado.

Debe establecerse inspecciones informativas a efecto de difundir la legislación establecida en la presente norma.

Artículo 54.- Descentralización del servicio inspectivo

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo adopta las medidas técnicas, normativas, operativas y administrativas necesarias para fortalecer y cumplir efectivamente el servicio inspectivo y fiscalizador de los derechos reconocidos en el presente régimen laboral especial.

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo celebrará convenios de cooperación, colaboración o delegación con entidades y organismos públicos para el adecuado cumplimiento de lo previsto en el régimen especial creado por la presente norma.

Artículo 55.- Beneficios de las empresas comprendidas en el régimen especial

A efectos de contratar con el Estado y participar en los Programas de Promoción del mismo, las microempresas deberán acreditar el cumplimiento de las normas laborales de su régimen especial o de las del régimen general, según sea el caso, sin perjuicio de otras exigencias que pudieran establecerse normativamente.

Artículo 56.- Disposición complementaria al régimen laboral

Para el caso de las microempresas que no se hayan constituido en personas jurídicas en las que laboren parientes consanguíneos hasta el segundo grado o el cónyuge del titular o propietario persona natural, es aplicable lo previsto en la segunda disposición complementaria de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral, Decreto Supremo N° 003-97-TR.

Los trabajadores con relaciones laborales existentes al momento de la entrada en vigencia del régimen especial, mantienen los derechos nacidos de sus relaciones laborales.

Artículo 57.- Disposición complementaria a la indemnización especial

En caso de que un trabajador que goza de los derechos del régimen general sea despedido con la finalidad exclusiva de ser reemplazado por otro dentro del régimen especial, tendrá derecho al pago de una indemnización especial equivalente a dos (02) remuneraciones mensuales por cada año laborado, las fracciones de año se abonan por dozavos y treintavos, según corresponda. El plazo para accionar por la causal señalada caduca a los treinta (30) días de producido el despido, correspondiéndole al trabajador la carga de la prueba respecto a tal finalidad del despido.

La causal especial e indemnización mencionadas dejan a salvo las demás causales previstas en el régimen laboral general así como su indemnización correspondiente.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

Primera.- Las MYPE están exoneradas del setenta por ciento (70%) de los derechos de pago previstos en el Texto Único de Procedimientos Administrativos del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, por los trámites y procedimientos que efectúen ante la Autoridad Administrativa de Trabajo.

Segunda.- De conformidad con el fortalecimiento del proceso de descentralización y regionalización, declárese de interés público la actividad de crédito a favor de las MYPE, en todo el país.

El Banco de la Nación puede suscribir convenios con entidades especializadas y asociaciones privadas no financieras de apoyo a las MYPE a efectos de que el primero brinde servicios de ventanilla a estas últimas.

Tercera.- En las Instituciones Públicas donde se otorgue en concesión servicios de fotocopiado, las MYPE constituidas y conformadas por personas con discapacidad o personas adultas de la tercera edad, en condiciones de similar precio, calidad y capacidad de suministro, serán consideradas prioritariamente, para la prestación de tales servicios.

Cuarta.- En caso de simulación o fraude, a efectos de acceder a los beneficios de la presente Ley, se aplicará las sanciones previstas en la legislación vigente.

Quinta.- Las unidades económicas que se dediquen al rubro de bares, discotecas, juegos de azar y afines, no podrán acogerse al artículo 38 de la presente Ley. Sólo podrán iniciar sus actividades una vez obtenida la licencia de funcionamiento definitiva.

Sexta.- En un plazo de sesenta (60) días calendario el Poder Ejecutivo, mediante Decreto Supremo, reglamentará la presente Ley.

Sétima.- Deróganse la Ley N° 27268, Ley General de la Pequeña y Microempresa; el segundo párrafo del artículo 48 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, y todos los dispositivos legales que se opongan a la presente Ley.

Comuníquese al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los once días del mes de junio de dos mil tres.

CARLOS FERRERO
Presidente del Congreso de la República

JESÚS ALVARADO HIDALGO
Primer Vicepresidente del Congreso de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los dos días del mes de julio del año dos mil tres.

ALEJANDRO TOLEDO
Presidente Constitucional de la República

BEATRIZ MERINO LUCERO
Presidenta del Consejo de Ministros

JESÚS ALVARADO HILDAGO
Ministro de Trabajo y Promoción del Empleo

Siglas

ADRA	Adventist Development and Relief Agency International
ADEX	Asociación de Exportadores
AAE	Andean Artisan Enterprise Initiative
AECI	Agencia Española de Cooperación Internacional
AFP	Administradora de Fondos de Pensiones
ALA	Asociación Los andes Cajamarca
ALC	América Latina y el Caribe
APEMIVES	Asociación de Empresas y Empresarios de la Micro y Pequeña Empresa del Cono Sur de Lima
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
BIP	Banco Industrial del Perú
BIRF	Banco Interamericano de Reconstrucción y fomento
CAF	Corporación Andina de Fomento
CCL	Caja de Comercio de Lima
CDE	Centro de Desarrollo Empresarial
CEO	Centro Educativo Ocupacional
CID	Centro Colectivo Integral de Desarrollo
CIDE	Centro de Innovación y Desarrollo
CICAP	Centro de Investigación, Capacitación, Asesoría y Promoción - Chiclayo
CINSEIT	Centro de Investigaciones Sociales Económicas y Tecnológicas
CITE	Centro de Innovación Tecnológica
CMAC	Caja Municipal de Ahorro y Crédito
CNC	Consejo Nacional de Competitividad
CODEMYPE	Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa
COFIDE	Corporación Financiera de Desarrollo
CONACA	Consejo Nacional de Concertación Agraria para la Reactivación y Desarrollo del Sector Agrario
CONAM	Consejo Nacional del Ambiente
CONFIEP	Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas
COPEME	Consorcio de Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa
COPEI	Comité de la Pequeña Empresa Industrial de la SNI
COREMYPE	Consejo Regional de la Micro y Pequeña Empresa
CORFO	Corporación de Fomento de la Producción (Chile)
CRAC	Caja Rural de Ahorro y Crédito
CTS	Compensación por Tiempo de Servicio
EDPYME	Entidad para el Desarrollo de la Pequeña y Microempresa
ENAH	Encuesta Nacional de Hogares-INEI
ESSALUD	Seguro Social de Salud del Perú
FENAPI	Federación Nacional de Pequeños Industriales
FOGAPI	Fondo de Garantía de la Pequeña Industria
FONCODES	Fondo de Compensación y Desarrollo Social
FONDEMI	Fondo para el Desarrollo de la Microempresa
FOPE	Programa de Fortalecimiento Patrimonial de Empresas
FTP	Fondo Trasandino Perú

GATT	General Agreement for Trade and Tariffs
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
GRADE	Grupo de Análisis para el Desarrollo
IDESI	Instituto de Desarrollo del Sector Informal
IDRC	International Development Research Center
IFC	Corporación Financiera Internacional
IFI	Institución Financiera Intermediaria
IGV	Impuesto General a las Ventas
ILD	Instituto Libertad y Democracia
IMF	Institución de Microfinanzas
INEI	Instituto Nacional de Estadística e Informática
INICTEL	Instituto Nacional de Investigación y Capacitación de Telecomunicaciones
IPAE	Instituto Peruano de Administración de Empresas
IPR	Instituto de Investigación y Promoción Regional - Perú
IST	Instituto Superior Tecnológico
MEF	Ministerio de Economía y Finanzas
MICTI	Ministerio de Industria, Comercio, Turismo e Integración
MIMDES	Ministerio de la Mujer y el Desarrollo Social
MINAGRO	Ministerio de Agricultura
MIPYME	Micro, Pequeña y Mediana Empresa
MINCETUR	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
MINPRODUCE	Ministerio de la Producción
MIT	Massachusetts Institute of Technology
MITINCI	Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales
MTPE	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
MYPE	Micro y Pequeña Empresa
OIT	Organización Internacional del Trabajo
ONG	Organización No Gubernamental
ONUDI	Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial
PAME	Programa de Apoyo a la Micro Empresa
PBI	Producto Bruto Interno
PE	Pequeña Empresa
PEA	Población Económicamente Activa
PFE	Productos Financieros Estructurados
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PPME	Programa de Pequeña y Micro Empresa
PARA	Proyecto de Reducción y Alivia a la Pobreza
PROMPEX	Comisión para la Promoción de las Exportaciones
PROMPYME	Comisión para la Promoción de la Pequeña y Micro Empresa
PROMUDEH	Ministerio de la Promoción de la Mujer y del Desarrollo Social
PROPOLI	Programa de Lucha contra la Pobreza de Lima Metropolitana
PUCP	Pontificia Universidad Católica del Perú
PYME	Pequeña y Mediana Empresa
RENAMYPE	Registro Nacional de Gremios de la Micro y Pequeña Empresa
RER	Régimen Especial del Impuesto a la Renta
ROE	Returns on Equity

RPIN	Registro de Productos Industriales Nacionales
RUC	Registro Único del Contribuyente
RUS	Registro Único Simplificado
SASE	Seguimiento, Análisis y Evaluación para el Desarrollo
SBA	Small Business Administration
SBS	Superintendencia de Banca y Seguros
SDE	Servicios de Desarrollo Empresarial
SEAF	Small Enterprise Assistance Fund
SEBRAE	Servicio Brasileño de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa
SENATI	Servicio Nacional de Adiestramiento del Trabajo Industrial
SIU	Sector Informal Urbano
SNI	Sociedad Nacional de Industrias
SUNARP	Superintendencia Nacional de Registros Públicos
SUNAT	Superintendencia Nacional de Administración Tributaria
TFNR	Trabajador Familiar No Remunerado
TIC	Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
TLC	Tratado de Libre Comercio
TUPA	Texto Único de Procedimientos Administrativos
UE	Unión Europea
UIT	Unidad Impositiva Tributaria
UNI	Universidad Nacional de Ingeniería
USAID	United States Agency for International Development
USIL	Universidad San Ignacio de Loyola
UTP	Universidad Tecnológica del Perú