

UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA

FACULTAD DE INGENIERIA ECONOMICA Y CIENCIAS SOCIALES



**LOS SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL EN LIMA SUR
PARA LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO. UNA PRIMERA
EVALUACION DE SU PERTINENCIA**

INFORME DE SUFICIENCIA

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

INGENIERO ECONOMISTA

POR LA MODALIDAD DE ACTUALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS

ELABORADO POR:

KELLY MEJIA TORRES

LIMA-PERU

2008

**A mis padres y hermanos, por su gran apoyo y
cariño, que me ha llevado a ser la persona y
profesional que soy hoy.**

INDICE

Pág.

CAPÍTULO I

LOS SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL EN LIMA SUR. UNA PRIMERA EVALUACIÓN DE SU PERTINENCIA

1.1 MARCO TEÓRICO	1
1.2 LOS SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL	6
1.2.1 Definición	6
1.2.2 Clasificación de los SDE	6
1.2.3 Los Servicios de Desarrollo Empresarial en el Perú	8

CAPÍTULO II

LAS MYPE EN EL PERU

2.1 Las MYPE en el PERÚ	12
2.2 La situación de las MYPE en el Perú	13
2.3 Presencia de las MYPE en los sectores productivos	21

CAPITULO III

LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO EN LIMA SUR

3.1 Villa El Salvador	23
3.2 Villa Maria del Triunfo	24
3.3 San Juan de Miraflores	26

CAPÍTULO IV

LA DEMANDA DE SERVICIOS DESARROLLO EMPRESARIAL PARA MYPES DEL SECTOR COMERCIO

4.1 Investigación exploratoria sobre la demanda de SDE	28
4.2 Características de la Demanda de los Servicios de Desarrollo Empresarial	33

CAPITULO V

LA OFERTA DE SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL PARA EL SECTOR COMERCIO

5.1 Gobierno Central	39
5.2 Gobierno Local	47
5.3 Instituciones Privadas (ONGs y Empresas Privadas)	49
CONCLUSIONES	63
ANEXOS	65
BIBLIOGRAFIA	72

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el gobierno nacional, regional y local, así como el sector privado han reconocido la importancia del desarrollo de las MYPE para crear el empleo y mejorar los ingresos de las personas con bajos ingresos. El éxito de instituciones de microfinanciación ha demostrado que los servicios adaptados para satisfacer las necesidades de empresas muy pequeñas pueden resultar viables financieramente y eficaces para reducir la pobreza.

Sin embargo, es igualmente evidente que las MYPE se ven limitadas por factores no financieros tales como una formación escasa o nula, destrezas técnicas inadecuadas, un acceso deficiente a los mercados, la falta de información e infraestructuras escasamente fiables. Estos factores impiden a menudo que las empresas ganen en rentabilidad, a pesar del acceso al capital.

Los servicios de desarrollo empresarial se han diseñado para ayudar a las MYPE a superar dichas barreras. Buscando que las mismas adquieran las capacidades necesarias para materializar su potencial, ya que todas ellas cuentan con un potencial adquirido por la experiencia en los negocios en los que se desenvuelven y de por si son personas emprendedoras, que a través de las herramientas y conocimientos que puedan adquirir podrán emprender el camino de salida de la pobreza, crear empleo y favorecer el crecimiento de las economías locales.

La presente investigación, busca realizar un análisis de los servicios de desarrollo empresarial que actualmente se prestan en las distintas instituciones gubernamentales y no gubernamentales; así como evaluar la pertinencia de los mismos.

Este documento se divide en 7 acápites, en el primer acápite se desarrolla un marco teórico general, en el segundo acápite se desarrolla la definición y características de los Servicios de Desarrollo Empresarial, en el acápite 3, se desarrolla un breve diagnostico de las MYPE en el Perú, en el acápite 4, se centra el análisis en la situación de las MYPE del sector comercio en Lima Sur, con los acápites anteriores, en el acápite 5, se muestra los resultados de una investigación exploratoria sobre la demanda de SDE, en el acápite 6, se desarrolla un breve diagnostico de la Oferta de SDE y para completar el análisis de los SDE en Lima Sur además se realiza un breve análisis comparativo de la oferta y la demanda de los SDE.

CAPÍTULO I

LOS SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL EN LIMA SUR. UNA PRIMERA EVALUACIÓN DE SU PERTINENCIA

1.1 MARCO TEÓRICO

Las MYPEs constituyen un sector estratégico importante en el país, representan el 97% del total de las unidades productivas, teniendo un aporte de aproximadamente del 40% de la producción y la ocupación del 78% de la población económicamente activa, producen menos del 40% del PBI, estas características indican la necesidad de aumentar su productividad. Asimismo podemos clasificarlas en MYPEs de subsistencia y MYPEs en desarrollo, donde más del 80% pertenecen al primer grupo, generando un empleo precario.

Uno de los sectores más predominantes en las MYPEs formales, es el sector comercio, que representa el 49% de las MYPEs¹, incluyen un amplio conjunto de actividades de compra y venta a nivel minorista de prácticamente todo tipo de bienes, como alimentos, bebidas, prendas de vestir, entre otros. Sin, embargo uno de los grandes puntos críticos de las microempresas del

¹ SUNAT 2005

sector comercio es la dificultad de poder posicionarse en el mercado y acceder a un mercado local potencial debido a la carencia de estrategias comerciales adecuadas. Las mejoras de la calidad de servicio al cliente por parte de los comerciantes (servicios de seguridad, limpieza e infraestructura), que atañe no solamente al sector comercio, sino que se vuelve una característica general a nivel de las microempresas.

Las MYPEs en el Perú, se encuentran en un proceso de recomposición como sector empresarial emergente y cuenta con un marco legal en la Ley de fomento de la micro y pequeña empresa², a todo esto se suma la inclusión de políticas y estrategias de fomento de las MYPEs en los Planes de Desarrollo de los Gobiernos Locales y Regionales. Sin embargo, los actuales retos del mercado y las exigencias de la competitividad empresarial en el marco de la globalización, implica nuevos retos para el desarrollo de la microempresa.

Ante los antecedentes antes planteados, en la década de los noventa han surgido políticas y estrategias desarrolladas por las entidades públicas y privadas como apoyo a este sector, fundamentalmente por su peso relativo en la generación de empleo; orientado sus servicios a mejorar la capacidad empresarial de los microempresarios, a través de los Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE). Algunos autores han definido a los servicios de desarrollo empresarial como aquellos *servicios prestados a las MYPEs con la finalidad de ayudarlas a mejorar sus capacidades de gestión y técnico productivas, su acceso a la información y el mercado, los cuales se brinda bajo la modalidad de capacitación, asesoría, asistencia técnica, comercialización, transferencia de tecnología, entre otros*³. Asimismo la Dirección Nacional de las MYPE, define a los servicios de desarrollo empresarial como una multiplicidad de servicios no financieros prestados a las MYPEs en varias etapas de su desarrollo.

² Ley 28015

³ Servicios de Desarrollo Empresarial: Un esquema de Análisis – Lara Goldmark (BID)

Un enfoque nuevo, conocido como el enfoque de "desarrollo del mercado de SDE y patrocinado por el Comité de Donantes de la MYPE, tiene la siguiente definición de los Servicios de Desarrollo Empresarial:

Los SDE comprenden una serie de servicios que contribuyen a la competitividad de la empresa, no a sus funciones tradicionales.

Entonces, más allá de la definición de los Servicios de Desarrollo Empresarial, para la OIT, los SDE se diseñan para ayudar a las MYPEs a fin de superar las barreras al incremento de su rentabilidad mediante la mejora de su productividad y acceso a mercados de alto valor. De este modo, pueden crear y sostener empleos de calidad, bien remunerados, reducir la pobreza y desarrollar economías locales.

Existe entonces una amplia gama de servicios de desarrollo empresarial orientados a mejorar las capacidades empresariales de los microempresarios, estos vienen siendo impulsados por los siguientes actores:

El Gobierno Central a través del Ministerio de Trabajo, específicamente dentro de las facultades de la Dirección Nacional de la MYPE y PROMPYME

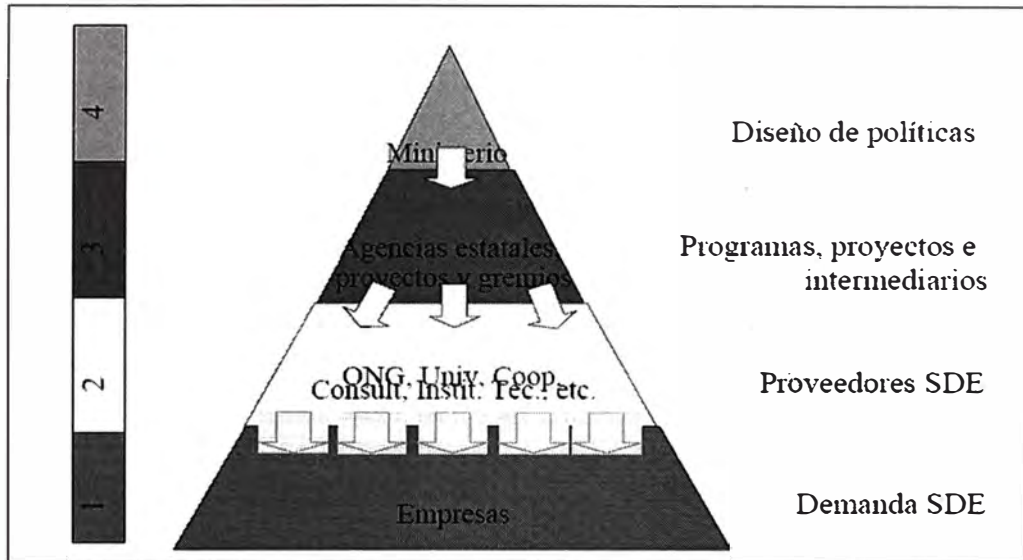
Los Gobiernos Regionales y Locales, incluyendo dentro de sus políticas y proyectos al sector MYPE

ONGs, Universidades e Institutos, como proveedores de SDE y mediante la ejecución de proyectos financiados por Cooperación Internacional.

La OIT, dentro de su estudio Los Mercados de SDE y Proveedores Pioneros en América Central, señala que con respecto a los Servicios de Desarrollo Empresarial, como se muestra en el GRÁFICO 1, existen pisos que indican niveles de intervención, generalmente se pueden distinguir cuatro pisos, a nivel gubernamental donde se diseñan las políticas se encontraría en el cuarto nivel, el tercer nivel es el de planeamiento y programación, ambos niveles son de donantes gubernamentales e internacionales. El segundo nivel es el de la entrega de los SDE, y tiene la variedad de actores más amplia: universidades, asociaciones, ONGs, empresas, entre otros. El

primer nivel se refiere a la colección de empresas, la demanda de SDE. Sin embargo, además se señala que los actores a menudo intervienen a diferentes niveles en forma simultánea.

**GRÁFICO 1:
ESQUEMA DE PISOS DE INTERVENCIÓN**



Fuente: Los Mercados de SDE y Proveedores Pioneros en América Central (OIT)

Para el caso del Perú, la oferta de servicios de desarrollo empresarial está enfocada en programas específicos acordes a su política de trabajo, en la siguiente tabla se muestra de manera general los servicios de desarrollo empresarial que brindan.

**Tabla I:
Los Servicios de Desarrollo Empresarial**

Organismos e Instituciones	Servicios que brindan
Gobierno Central Ministerios de Trabajo (DNMYPE, PROMPYME) Otros Ministerios. Gobiernos Regionales	Programas de capacitación y de asistencia técnica (Creación de empresas, asociatividad empresarial, gestión empresarial, comercialización, entre otros)

Gobiernos Locales	
ONGs ⁴	Programas de capacitación, asesoría, articulación empresarial y de asistencia técnica
Institutos y Universidades	Programas de capacitación
Instituciones Privadas (Empresas Proveedoras)	Programas de capacitación y de asistencia técnica

Los Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE), se encuentran basados en los siguientes factores importantes:

- Los fondos que las MYPEs están dispuestos a pagar.
- El Costo/Efectividad de los cursos, talleres, etc.
- La cobertura, es decir la aplicación de instrumentos de nuevas tecnologías.
- Inyección masiva de recursos.
- Nuevos servicios, orientados a la formalización, articulación comercial, etc.

Sin embargo, aun con la gran gama de servicios de desarrollo empresarial existente., que pueden ser de buena calidad y resistir análisis de costo beneficio. Para Lara Goldmark, no existe una definición aceptada del éxito en los programas de SDE debido a la dificultad de medir el impacto, la gran variedad de servicios proporcionados y las diferencias en las que operan los programas Cabe destacar que más del 50% de los servicios de desarrollo empresarial se brindan a través de instituciones privadas, en su mayoría ONGs, que por recibir financiamiento de Cooperación Internacional pueden ser de excelente calidad, debido a que las prioridades quedan a la merced de los donantes.

⁴ Dependen de la Cooperación Internacional.

1.2 LOS SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL

1.2.1 Definición

Los "servicios de desarrollo empresarial" (SDE) alude a una amplia gama de servicios utilizados por emprendedores y concebidos para facilitarles una gestión eficaz y el crecimiento de su empresas, con el propósito en última instancia de contribuir al crecimiento económico, la generación de empleo y la atenuación de la pobreza⁵. En el campo de los SDE, se otorga prioridad a la promoción del acceso a tales servicios y de la utilización de éstos por parte de las MYPE.

Anteriormente conocido como "servicios no financieros," lo cual originalmente concentró sus esfuerzos en la provisión de formación consultoría y otros servicios que tratan de las restricciones "internas" en las empresas, es decir, su falta de educación y capacidad técnica. Ahora se ha expandido para incluir servicios de mercado y recursos de la información que ayudan a las empresas a tener "acceso" a servicios normalmente utilizados por empresas más grandes. Existen otras actividades también incluidas bajo la calificación SDE, tales como el desarrollo de infraestructuras y reformas de las políticas, que tratan de las restricciones "externas" a las empresas.

1.2.2 Clasificación de los SDE

Según la Guía SEEP⁶ de servicios de desarrollo empresarial se establecen siete categorías de SDE: acceso al mercado, suministro de insumos, tecnología y desarrollo de productos, formación y asistencia técnica, infraestructura, formulación de políticas y asesoramiento y mecanismos de financiación alternativos. En la siguiente tabla se muestran los servicios comprendidos en cada una de las categorías:

⁵ Donor Committee Guiding Principles, 2001; Goldmark, 1997; Tanburn, 2000, McVay, 1996

⁶ Red de educación y promoción para la pequeña empresa, "SEEP Guide to Business Development Services and Resources". Sitio web: www.seepnetwork.org/bdsguide.html

**GRÁFICO 1:
CLASIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

Acceso al mercado:	<ul style="list-style-type: none"> ■ actividades de comercialización ■ vínculos con los mercados ■ ferias comerciales y exposiciones de productos ■ desarrollo de muestras para compradores ■ información sobre mercados ■ subcontratación y aprovisionamiento externo 	<ul style="list-style-type: none"> ■ reuniones y viajes de comercialización ■ estudios de mercado ■ desarrollo de espacios en los mercados ■ salas de exposición ■ envases y embalajes ■ publicidad
Infraestructuras:	<ul style="list-style-type: none"> ■ almacenamiento y gestión de almacenes ■ transporte y entregas ■ incubadoras de empresas ■ telecomunicaciones ■ mensajería 	<ul style="list-style-type: none"> ■ transferencias de efectivo ■ información a través de la prensa, la radio y la televisión ■ acceso a Internet ■ servicios informáticos ■ servicios de secretaría
Formulación de políticas y asesoramiento:	<ul style="list-style-type: none"> ■ formación en materia de promoción de políticas ■ análisis y comunicación de restricciones y oportunidades en materia de formulación de políticas 	<ul style="list-style-type: none"> ■ promoción directa en nombre de las PE ■ patrocinio de conferencias ■ estudios sobre formulación de políticas
Suministro de insumos:	<ul style="list-style-type: none"> ■ contacto de las PE con los suministradores de insumos ■ mejora de la capacidad de los suministradores para ofrecer un suministro regular de insumos de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> ■ facilitación de la creación de grupos para realizar compras a granel ■ información sobre fuentes de suministro de insumos
Formación y asistencia técnica:	<ul style="list-style-type: none"> ■ tutoría ■ estudios de viabilidad y planes empresariales ■ visitas de intercambio y desplazamientos a empresas ■ franquicias ■ formación en materia de gestión 	<ul style="list-style-type: none"> ■ formación técnica ■ servicios de asesoramiento ■ servicios jurídicos ■ asesoramiento financiero y fiscal ■ contabilidad y registros
Tecnología y desarrollo de productos:	<ul style="list-style-type: none"> ■ comercialización y transferencia de tecnología ■ contacto de las PE con los suministradores de tecnología ■ facilitación de la adquisición de tecnología 	<ul style="list-style-type: none"> ■ programas de aseguramiento de la calidad ■ arrendamiento financiero y alquiler de equipos ■ servicios de diseño
Mecanismos de financiación alternativos:	<ul style="list-style-type: none"> ■ compañías de factorización que facilitan capital de explotación para pedidos confirmados ■ financiación mediante ampliación de capital ■ facilitación del crédito de suministradores 	

Como se muestra en la tabla anterior la variedad de servicios de desarrollo empresarial es amplia y comprenden una gran variedad de productos y servicios. Para la Dirección Nacional de la MYPE – MTPE, los SDE, se pueden agrupar en cinco grandes grupos:

Asistencia técnica, servicios para mejorar procesos productivos, gestión y seguridad, estudios de ingeniería, proyectos de inversión.

Capacitación, transmisión de conocimientos y desarrollo de habilidades en diversos ámbitos

Información, recolección y provisión de información

Asesoría, consejos empresariales o tutorías, se entrega a través de interacciones personales.

Incluye una gama de servicios tales consejos: legales, marketing, financiera, laborales, etc.

Consultoría, también tomado como asistencia técnica otorgada por un consultor con experiencia empresarial. A través de un diagnóstico recomiendan soluciones para mejorar sus ventas.

1.2.3 Los Servicios de Desarrollo Empresarial en el Perú

En las últimas décadas el gobierno central, los gobiernos regionales y locales han reconocido la importancia del desarrollo de la MYPE para generar empleo y mejorar los ingresos de los más pobres; asimismo se ha observado las limitaciones que tienen las MYPE para acceder a factores no financieros como falta de información, infraestructura, formación escasa o nula, destreza técnica inadecuada, entre otros, todo esto se refleja en la inclusión de políticas, acciones, estrategias y programas de promoción y desarrollo de las MYPE en cada uno de los distintos gobiernos centrales, regionales y locales, a continuación se realizará un breve descripción de las distintas políticas que han surgido

En Junio de 2003 se aprueba la ley 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y pequeña empresa, establece la acción del Estado en materia de promoción de las MYPES, teniendo como 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 favorezca la sostenibilidad económica, financiera y social de los actores involucrados.
- 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
- 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.

Asimismo dentro del Capítulo de Capacitación y Asistencia Técnica, se establece que 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 establecida en el Plan y Programas Estratégicos de promoción y formalización para la competitividad y desarrollo de las MYPE, así como mecanismos para atenderlos

El 28 de Junio del 2005, es aprobado el Plan Nacional de Promoción y Formalización para la competitividad y desarrollo de la MYPE 2005 – 2009, el cual establece políticas, acciones y estrategias a ser asumidas por los diferentes sectores e instituciones del Estado y de la Sociedad Civil involucradas en el desarrollo y fortalecimiento de las MYPE, el, cual establece tres ejes estratégicos de intervención, dentro de su primer eje estratégico establece y 6 líneas de acción, siendo una de ellas el desarrollo de capacidades de las MYPE, el cual conlleva a promover los servicios de desarrollo empresarial, la formación profesional y la formación de una cultura emprendedora. Asimismo contiene objetivos y estrategias:

a. Contribuir a la competitividad y sostenibilidad de las MYPE en el mercado

- Identificación y focalización sectorial por regiones y cadenas productivas de las demanda de SDE
- Fortalecimiento de los proveedores, desarrollando sus capacidades metodológicas, técnicas y de gestión y mejora en la calidad de sus SDE orientado a satisfacer la demanda de las MYPE.
- Coordinación y concertación publico – privada y con la Cooperación Internacional en el desarrollo de los programas de SDE orientados a las MYPE
- Promoción y difusión transparente y organizada de la información sobre la oferta y demanda en el mercado de SDE

b. Contribuir a la consolidación y crecimiento de las MYPE de subsistencia

- Identificación, focalización y organización de la demanda efectiva en los diversos programas sociales de promoción MYPE que ejecuta el Estado
- Fortalecimiento de los proveedores, desarrollando sus capacidades metodológicas, técnicas y de gestión orientadas hacia la demanda y necesidades de las MYPE de subsistencia.

Impulso de un programa de SDE especializado de acuerdo a las necesidades de las MYPE de subsistencias, coordinando el sector público y en alianza con el sector privado y la CI.

Todos estos objetivos y estrategias tiene como responsables a los distintos organismos como son los ministerios y programas como: CNC, CND, MEF, AGRICULTURA, PRODUCE, DNMYPE, PROMPYME, MTPE, COREMYPE, Organismos de promoción a la MYPE.

Asimismo dentro de los planes de desarrollo económico de los gobiernos locales se han considerado políticas de promoción de las MYPE.

❖ **Villa el Salvador**

En el Plan de Desarrollo Concertado de Villa el Salvador al 2021, tiene dentro de sus líneas estratégicas el fomento del desarrollo económico, para el cual se establece como uno de los objetivos "Generar los mecanismos y estrategias necesarias para mejorar las condiciones de desarrollo del sector comercio", para ello se establece el desarrollo de un **programa del fortalecimiento del sector comercio, basado en la formación empresarial para los comerciantes**, esto dirigido a mejorar las capacidades de los comerciantes para el desarrollo de sus negocios, en el perfeccionamiento de sus estrategias de comercialización, mejora de manejo de costos fijos y de negociación, diseño de estrategias que le permitan fidelizar a sus clientes, tiene como indicador de resultado el número de instrumentos de negociación transferidos y el número de comerciantes que participan satisfactoriamente en los programas de capacitación a comerciantes

En el Plan Estratégico de Desarrollo Económico de Villa El Salvador 2006 – 2021, tienen dentro de sus líneas estratégicas: Generar los mecanismos y estrategias necesarias para mejorar las condiciones de desarrollo del sector comercio, para ello se propone la creación de un **Programa de Formación Empresarial para comerciantes y Programa de fortalecimiento de capacidades políticas de los comerciantes**.

❖ **San Juan de Miraflores**

En el Plan Estratégico de Desarrollo Económico de San Juan de Miraflores al 2012, tiene como primer objetivo estratégico: Desarrollar MYPE competitivas de comercio, producción y servicios

asociadas a redes empresariales, para ello se ha previsto implementar un **programa de capacitación permanente en gestión, productividad y especialización dirigido a las micro y pequeñas empresas** mediante los servicios de un centro de desarrollo empresarial que logre implementar un conjunto de proyectos que permitan promover la competitividad de los sectores priorizados.

❖ **Villa Maria del Triunfo**

En el Plan Estratégico en Desarrollo Económico de Villa Maria del Triunfo al 2010, tiene dentro de sus lineamientos estratégicos: Gestión del conocimiento empresarial y tecnológico; especialización productiva; afirmando la entidad villamariana, donde uno de sus objetivos es **Promover una adecuada visión empresarial en los mercados** para ello se propuso la creación de un **Programa de Fortalecimiento de las capacidades empresariales de las MYPE de comercio** (mercados, tiendas y bodegas, conglomerados de madera, etc.)

CAPÍTULO II

LAS MYPE EN EL PERU

2.1 LAS MYPE EN EL PERÚ

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el concepto de microempresa debe ser aplicado de acuerdo a las condiciones prevalecientes en cada país. Así para el caso peruano, según la Ley No 28015 (Ley de la Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña empresa). Su artículo segundo define a las micro y pequeña empresa, como "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 servicio"

Asimismo en el siguiente artículo, señala las características de las MYPE, enfocados en la cantidad de trabajadores y los niveles de ventas anuales, así se tienen:

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

- La pequeña empresa a partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 unidades impositivas tributarias (UIT) “

2.2 La situación de las MYPE en el Perú

El Perú cuenta con MYPE formales e informales. Para el 2006, según información de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) 2006-Anual del INEI, calcula el número de MYPE de acuerdo a dos métodos:

1. Al rango de trabajadores
2. Al número de conductores

En la siguiente tabla se muestra que el número total de MYPE depende del método utilizado, obteniéndose un total de 2, 290,479 microempresas y 63610 pequeñas empresas de acuerdo al rango de trabajadores; mientras que de acuerdo al número de conductores, se tiene 3, 167,750 microempresas y 49,728 pequeñas empresas. Para ambos casos la concentración de MYPE que emplean entre 2 y 4 trabajadores representa en promedio 83% de las MYPE, asimismo teniendo en cuenta ambos métodos de estimación el 98% de las MYPE son microempresas. Otro aspecto resaltante es la acumulación de empresas en el área rural, donde aproximadamente e 53% de las MYPE se ubica en dicha área.

**GRÁFICO 2:
ESTIMACIÓN DEL NÚMERO DE MYPE TOTALES**

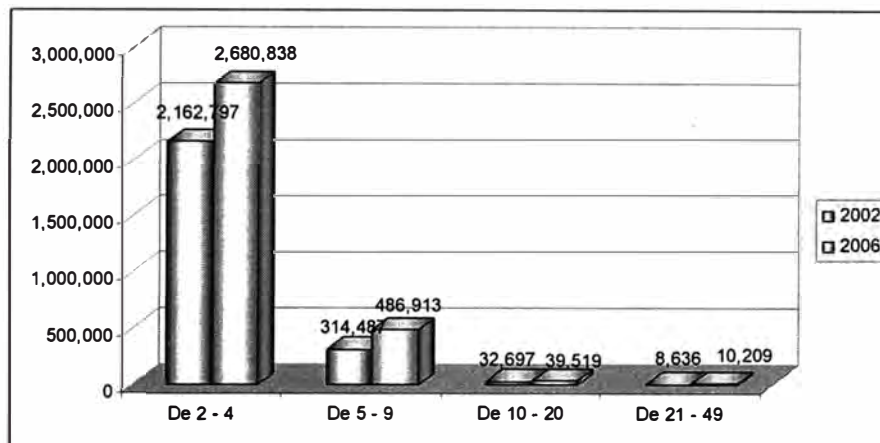
Tipo de Empresa	De acuerdo al rango de trabajadores			De acuerdo al numero de conductores		
	Urbano	Rural	Total	Urbano	Rural	Total
Microempresa	1,067,305	1,223,174	2,290,479	1,333,882	1,833,868	3,167,750
De 2 - 4	939,253	1,017,729	1,956,982	1,211,064	1,469,773	2,680,837
De 5 - 9	128,052	205,445	333,497	122,818	364,095	486,913
Pequeña Empresa	47,216	16,394	63,610	19,372	30,356	49,728
De 10 - 20	37,256	14,721	51,977	12,516	27,003	39,519
De 21 - 49	9,960	1,673	11,633	6,856	3,353	10,209

Fuente: Estadísticas MYPE (2007) – ENAHO 2006

En el GRÁFICO 3, se muestra que el número de MYPE, en los últimos años se ha ido incrementando considerablemente, comparando el número de MYPE estimados en el 2002 con el número de MYPE estimado para el 2006 (de acuerdo al número de conductores), se ha estimado

que el crecimiento total ha sido de 27% aproximadamente, asimismo la mayor variación se muestra en las MYPE de 5 a 9 trabajadores (54.80%), seguido de las MYPE de 2 a 4 trabajadores (24%)

**GRÁFICO 3:
NÚMERO DE MYPE ESTIMADOS (2002 – 2006)**



Fuente: Estadísticas MYPE (2007) – ENAHO 2006

Asimismo si se considera dentro de las estadísticas de las MYPE, a los trabajadores independientes o autoempleados⁷. Como se muestra en la GRÁFICO 4, el número de trabajadores independientes es significativo, tanto en el área urbana como en la rural, e incluso mayor al número de microempresas y pequeñas empresas, este sector representando aproximadamente el 50% del total de MYPE, asimismo se observa que en el área urbana este representa mas del 60%, mientras que en el caso del área rural, el mismo no supera el 40%. Cabe destacar que los trabajadores independientes en su mayoría cuentan con un negocio.

⁷ Son aquellas personas que trabajan en forma individual o asociada, explotando una empresa, negocio o profesión, y que no tiene trabajadores a su cargo

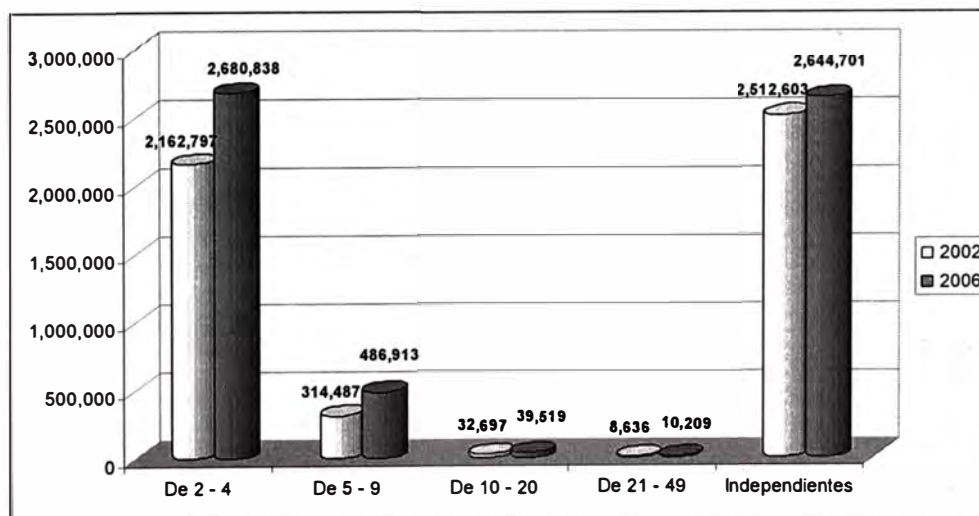
**GRÁFICO 4:
ESTIMACIÓN DEL NÚMERO DE MYPE TOTALES, CONSIDERANDO INDEPENDIENTES**

Tipo de Empresa	De acuerdo al rango de trabajadores			De acuerdo al numero de conductores		
	Urbano	Rural	Total	Urbano	Rural	Total
Microempresa	1,067,305	1,223,174	2,290,479	1,333,882	1,833,868	3,167,750
De 2 - 4	939,253	1,017,729	1,956,982	1,211,064	1,469,773	2,680,837
De 5 - 9	128,052	205,445	333,497	122,818	364,095	486,913
Pequeña Empresa	47,216	16,394	63,610	19,372	30,356	49,728
De 10 - 20	37,256	14,721	51,977	12,516	27,003	39,519
De 21 - 49	9,960	1,673	11,633	6,856	3,353	10,209
Independientes	1,993,723	650,978	2,644,701	1,993,723	650,978	2,644,701
TOTAL	3,108,244	1,890,546	4,998,790	3,346,977	2,515,202	5,862,179

Fuente: Estadísticas MYPE (2007) – ENAHO 2006

De manera gráfica, se puede observar que el número de MYPE se han ido incrementando entre los años 2002 y 2006, siendo en términos porcentuales el incremento de 16.52%. Para el 2002, las MYPE DE 2 a 4 trabajadores representaban el 42.99% (2,162,797) mientras que para el 2006, estos llegaron a representar el 45.73% (2,680,838), asimismo para el caso de las MYPE de 5 a 9 trabajadores cuya participación paso de 6.25% a 8.31%, para el caso de los trabajadores independientes, se incrementaron 5.26% en términos absolutos, mientras que en términos porcentuales su participación en el total de las MYPE descendió, es decir, para el 2002, represento el 49.44% mientras que para el 2006, su participación descendió a 45.11%.

**GRÁFICO 5:
NÚMERO DE MYPE, CONSIDERANDO INDEPENDIENTES ESTIMADOS (2002 – 2006)**



Fuente: Estadísticas MYPE (2007) – ENAHO 2006

De la ENAHO, se ha estimado que el número total de MYPE formales ascendió a 880,963, donde las microempresas representan el 96% del total de empresas formales.

**GRÁFICO 6:
ESTIMACIÓN DE MYPE FORMALES 2006**

Tipo de Empresa	Según rango de ventas anuales
Microempresa	846,517
Pequeña Empresa	34,446
TOTAL	880,963

Fuente: Estadísticas MYPE (2007) – ENAHO 2006

Asimismo en la siguiente tabla se muestra el número de MYPE formales e informales estimadas, lo cual nos muestra el alto grado de informalidad que existe en este sector empresarial, donde el 73% del total de microempresas son informales, mientras que en el caso de la pequeña sólo el 31% son informales, pero si se analiza de manera agregada, el 73% de las MYPE son informales.

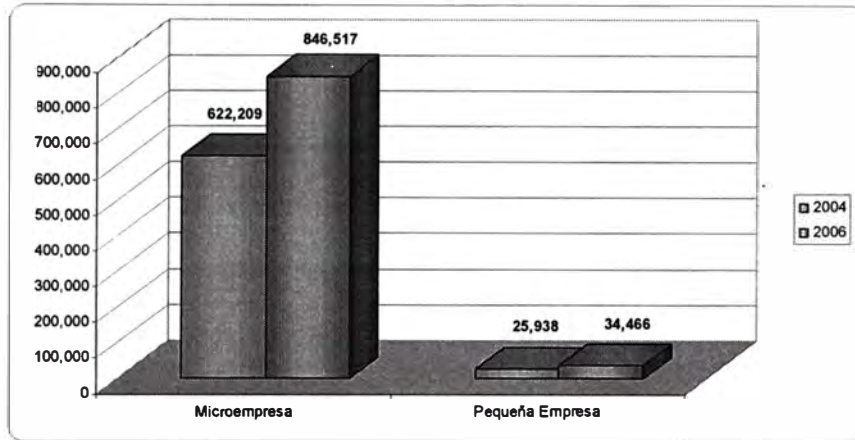
**GRÁFICO 7:
NÚMERO DE MYPE FORMALES E INFORMALES SIN INCLUIR AUTOEMPLEO (2006)**

Tipo de Empresa	Formal	Informal	Total
Microempresa	846,517	2,321,234	3,167,751
Pequeña Empresa	34,466	15,262	49,728
TOTAL	880,983	2,336,496	3,217,479

Fuente: Estadísticas MYPE (2007) – ENAHO 2006

En los GRÁFICO 8 y GRÁFICO 9, se puede observar la variación en el número de MYPE formales e informales respectivamente para el periodo 2004 – 2006, en el caso de las MYPE formales se observa que se han incrementado el número de MYPE formales, en 36% las microempresas, en 33% las pequeña empresa y de manera agregada en 36% con respecto al año 2004.

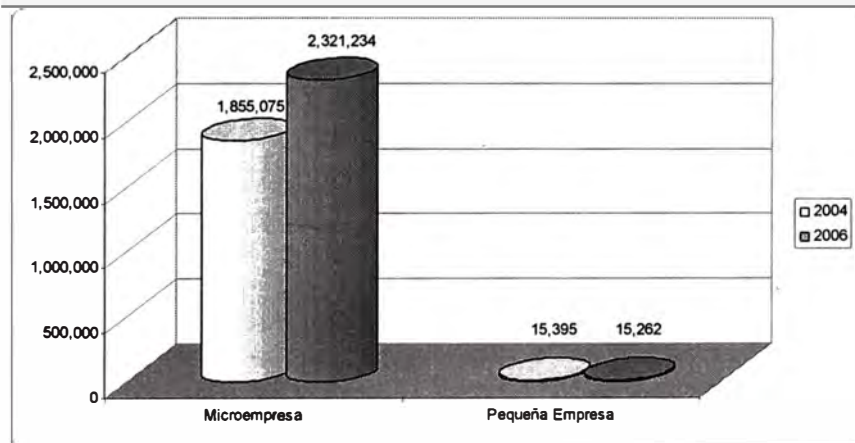
**GRÁFICO 8:
ESTIMACIÓN DEL NÚMERO DE MYPE FORMALES (2004 -2006)**



Fuente: Estadísticas MYPE (2007) – ENAHO 2006

Para el caso de las MYPE informales, se observa que con respecto al 2004, para el 2006, el número de microempresas informales se ha incrementado en 25%, mientras que en el caso de las pequeñas empresas se muestra una disminución en 1%.

**GRÁFICO 9:
ESTIMACIÓN DEL NÚMERO DE MYPE INFORMALES (2004 -2006)**



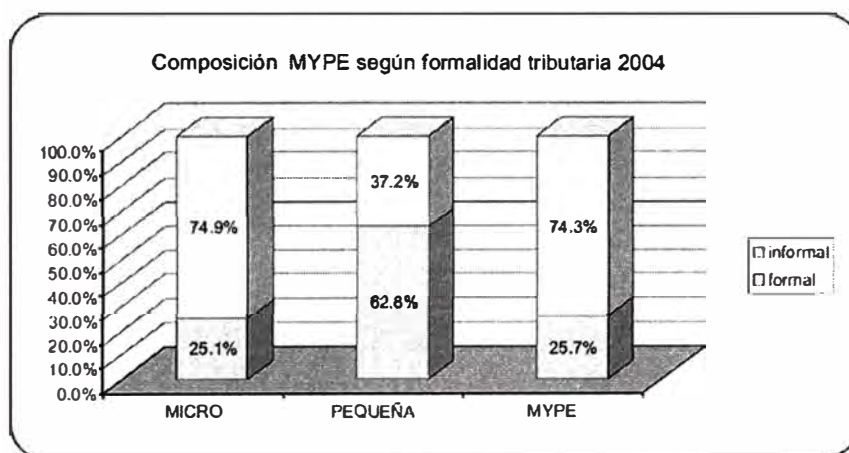
Fuente: Estadísticas MYPE (2007) – ENAHO 2006

Si evaluamos la informalidad, teniendo en cuenta la información de la SUNAT, se tiene que el sector MYPE, se caracteriza por tener los niveles mas altos de informalidad, para el año 2004, el 74.3% de la MYPE total del país, era informal, sustentando esta situación en las dificultades institucionales, jurídicas y principalmente en la falta de información, mientras que para el año

2006, dicho porcentaje se ha visto reducido, llegan a representar el 72.6% del total de las MYPE, porcentaje que aun continua siendo alto.

Ahora, si desagregamos ambos sectores que conforman las MYPE, se tiene que el sólo el 37.2% de las pequeñas empresas son informales como se muestra en el GRÁFICO 10, mientras que en el caso de las microempresas, el 74.9% son informales, a lo hay que tenerse en cuenta que del total de MYPE, las microempresas representan mas del 70%, lo cual conlleva a que el alto porcentaje de informalidad de las microempresas se refleje en la informalidad de las MYPE.

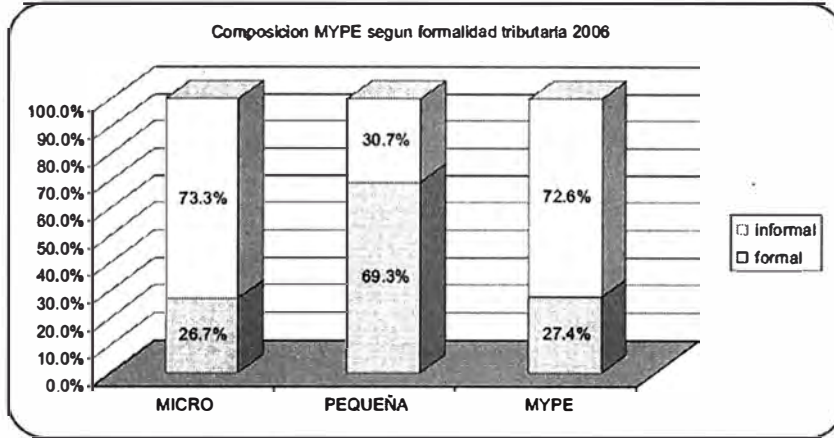
**GRÁFICO 10:
PORCENTAJE DE MYPE FORMALES E INFORMALES - 2004**



Fuente: Estadísticas MYPE (2007) – ENAHO 2006

Para el año 2006, se muestra que la informalidad tributaria, ha disminuido en comparación con la situación que se presentaba en el año 2004, pasando la informalidad de las microempresas a 73.3% y la informalidad de las pequeñas empresas a 30.7%, esto sin embargo obedece al esfuerzo realizado por la SUNAT para ampliar la base tributaria, mas que a la disminución de las dificultades institucionales y jurídicas.

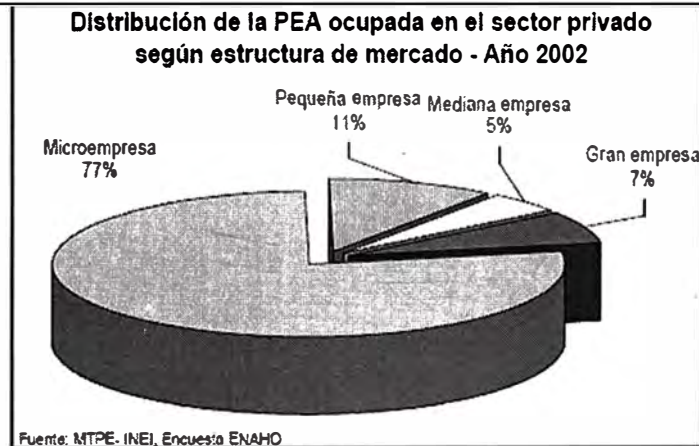
**GRÁFICO 11:
PORCENTAJE DE MYPE FORMALES E INFORMALES - 2006**



Fuente: Estadísticas MYPE (2007) – ENAHO 2006

La importancia de este sector se concentra en la alta participación en la PEA ocupada del nuestro país, por ser uno de los sectores que genera la mayor cantidad de empleo aportando en el 2002. el 88% de los empleos del sector empresarial y generando 7.2 millones de puestos de trabajo⁸.

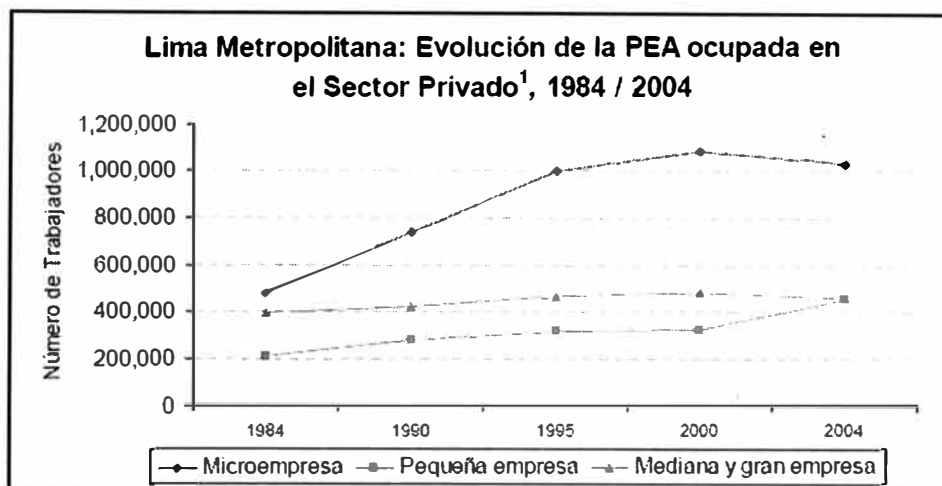
**GRÁFICO 12:
DISTRIBUCIÓN DE LA PEA OCUPADA EN EL SECTOR PRIVADO**



Según el siguiente grafico, la participación de los trabajadores en la pequeña empresa creció, del año 2000 al 2004, a una tasa promedio anual de 3.6 puntos, lo contrario ocurrió en la microempresa, que si bien se observa el crecimiento constante hasta el año 2000; a partir del año 2004, se ve una reducción.

⁸ Encuesta Nacional de Hogares del 2002 (ENAHO),

**GRÁFICO 13:
EVOLUCIÓN DE LA PEA OCUPADA EN EL SECTOR PRIVADO**



La microempresa es el segmento laboral que mayor empleo genera, de acuerdo a la Encuesta Nacional de Hogares 2006 del INEI, en la MYPE se ocuparon el 59.87% de la PEA nacional (sin incluir autoempleo). La MYPE continúa siendo el sector empresarial más importante, mostrando gran dinamismo. Ello se traduce en que la MYPE generó en el 2006 el 61.15% de los empleos del sector empresarial, es decir 8.93 millones de puestos de trabajo versus los 7.2 millones de puestos que generaba en el 2002. Además la PEA involucrada en la microempresa y pequeña empresa han aumentado en 24% y 22% respectivamente, mientras que la PEA total aumentó en 19%.

**GRÁFICO 14:
DISTRIBUCIÓN DE LA PEA TOTAL OCUPADA SEGÚN SEGMENTOS LABORALES
2002 - 2006**

Segmento Laboral	2002		2006		Variación en el periodo
	Valor Absoluto	%	Valor Absoluto	%	
A. Sector Privado	8,201,811	67.95%	10,128,859	70.44%	23%
Microempresa	6,352,695	52.63%	7,871,924	54.74%	24%
Pequeña Empresa	873,687	7.24%	1,065,057	7.41%	22%
Mediana y gran empresa	975,429	8.08%	1,191,878	8.29%	22%
B. Sector Público	940,261	7.79%	1,058,202	7.36%	13%
C. Independientes	2,512,603	20.82%	2,642,633	18.38%	5%
Independiente no calificados	2,348,527	19.46%	2,486,689	17.29%	6%
Independiente calificados	164,076	1.36%	155,944	1.08%	-5%
D. Trabajadores del hogar	415,397	3.44%	550,615	3.83%	33%
TOTAL RELATIVO	12,070,072	100.00%	14,380,309	100.00%	19%

Fuente: Estadísticas MYPE (2007) – ENAHO 2006

En conclusión, el aporte de las MYPE al desarrollo de la economía peruana se puede resumir en la siguiente tabla:

**GRÁFICO 15:
IMPORTANCIA ESTRATÉGICA DE LAS MYPE**

MYPE	Porcentaje
Participación de la MYPE en el PBI	42%
La MYPE como % del número de empresas	98%
Participación de la MYPE en el total del personal ocupado (sin tomar en cuenta el AUTOEMPLEO)	61%

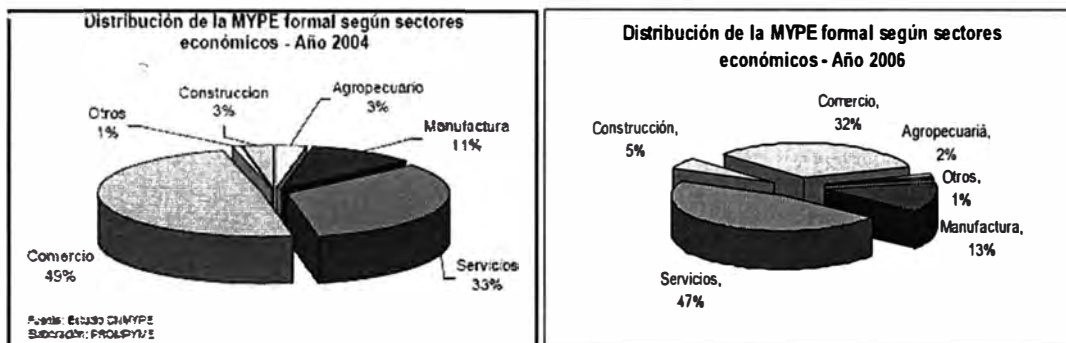
Fuente: DNMYPE: Estadísticas varias 2006

2.3 Presencia de las MYPE en los sectores productivos

La MYPE participa prácticamente en todos los sectores económicos, pero principalmente en aquellos sectores no primarios. En el sector agropecuario es donde la MYPE formal tiene una mayor participación (99.4%). De igual modo, la MYPE representa el 99% del total de empresas formales en cada uno de los sectores comercio y servicios

Adicionalmente en los siguientes gráficos, se muestra la estructura sectorial para el 2004 y 2006, donde los principales sectores donde operó la MYPE fueron comercio (49% y 32% respectivamente) y servicios (33% y 47% respectivamente). Estos porcentajes podrían ser incluso mayores si se considera el gran número de negocios informales que subsiste tales como el comercio ambulatorio y mercados, entre otros. La gran participación de las MYPE en actividades de comercio y servicios se explica principalmente por las reducidas barreras de entrada y salida que existen en ambos sectores, lo que se traduce en menores costos para la constitución de empresas. Así, por ejemplo, resulta comparativamente más barato iniciar un negocio de restaurantes, cabinas de Internet, bodegas, o similares, que uno perteneciente a la rama industrial. Debe señalarse también que estos rubros están en su mayoría dirigidos hacia el mercado interno.

**GRÁFICO 16:
DISTRIBUCIÓN DE LA MYPE FORMAL SEGÚN SECTORES ECONÓMICOS (2004 - 2006)**



Fuente: Estadísticas MYPE (2007) – ENAHO 2006

CAPITULO III

LAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO EN LIMA SUR

3.1 Villa El Salvador

Para el año 1998, se contaba con 67 centros de abastos formales e informales, registrándose 5,292 comerciantes en los centros formales e informales y 4,160 vendedores ambulantes.

**GRÁFICO 17:
TIPO DE COMERCIO**

Tipo de comercio	Cantidad	N° de comerciantes
Centros de abastos formales	29	1,937
Centros de abastos informales	38	3,355
Vendedores ambulantes	4160	4,160
Total		9,452

Fuente: Estudio de Mercados y Paraditas (1998)

Luego para el 2002, en el diagnóstico realizado para la formulación del Plan de Desarrollo Distrital del Comercio⁹, se identificaron 34 mercados y 38 paraditas/campos feriales, con un total de 5,735

⁹ Elaborado por la Mesa Comercio, con la participación de 44 organizaciones de mercados y paraditas, la Municipalidad, FUCOMIVES, FETRAAVES, FOVIDA y DESCO (2002)

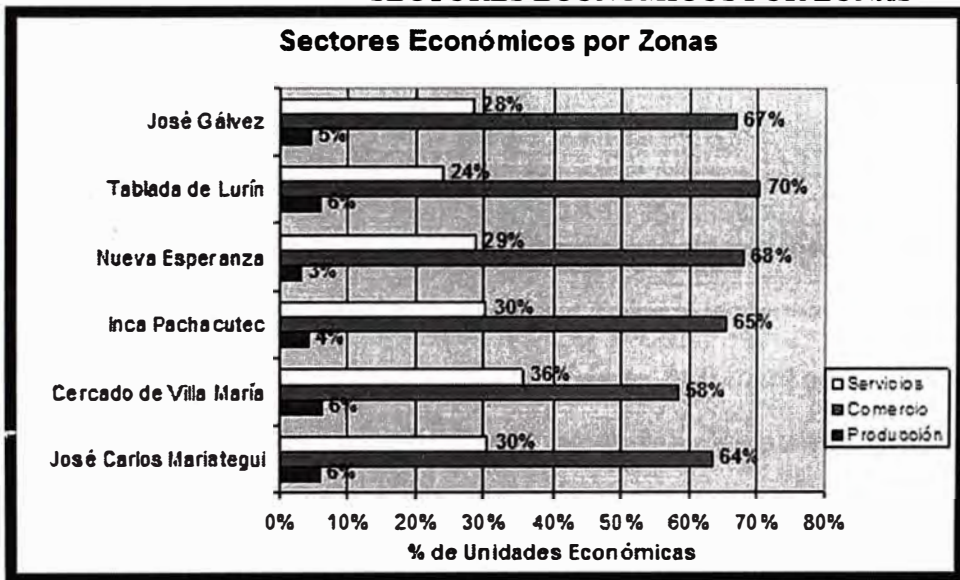
comerciantes. Por lo tanto se observa que existen cuatro mercados adicionales a los identificados en el año 1998.

Sin embargo al 2004, Villa El Salvador contaba con 15,534 unidades económicas, de las cuales el 84.31% pertenecen al sector terciario, predominando las unidades económicas del sector comercio, las cuales son principalmente: bodegas, hoteles, restaurantes, mercados de abastos, entre otros.

3.2 Villa Maria del Triunfo

En base al empadronamiento de organizaciones económicas, sociales y políticas de Villa Maria del Triunfo, realizado en el 2001, la actividad económica mas predominante era el sector comercio con el 66% del total de unidades económicas (5,474). El mismo estudio distribuye el distrito en 7 zonas geográficas, el siguiente grafico muestra la distribución de unidades económicas según sectores:

**GRÁFICO 18:
SECTORES ECONÓMICOS POR ZONAS**



FUENTE: Empadronamiento de Organizaciones Económicas, Sociales y Políticas VMT, 2001 FOVIDA.

A continuación se desarrolla un análisis del sector comercio por zonas

a. Zona 1: José Carlos Mariategui

En esta zona, el sector comercio es mayormente tradicional, caracterizándose por ser una actividad de sobrevivencia. Existiendo 26 mercados de abasto, de los cuales el 50% (13) eran formales.

b. Zona 2: Cercado de Villa Maria

En esta zona, se encuentra ubicado el Terminal pesquero, el cual alberga una gran cantidad de comerciantes y es de gran atracción para los consumidores de otros distritos. Adicionalmente se cuenta con 9 mercados formales y 8 mercados informales, dentro de los informales el más representativo es el que se ubica en la berma central de la Avenida Pachacutec, que alberga 550 puestos.

c. Zona 3: Inca Pachacutec

Esta zona esta caracterizada por albergar principalmente a comerciantes informales sólo existían 2 mercados formales y 2 informales. Últimamente se ha constituido una zona que alberga a mayoristas de plásticos, gaseosas y golosinas.

d. Zona 4: Nueva Esperanza

En esta zona, existe muy poco potencial comercial, sin embargo existen 14 mercados de abastos, de los cuales el 50% son formales.

e. Zona 5: Tablada de Lurin

Es un sector caracterizado por contar principalmente con tiendas y centros de abasto los que cumplen estas funciones. En la zona existen 7 mercados formales y solo un mercado informal.

f. Zona 6: Villa Poeta José Gálvez Barrenechea

La zona cuenta con mercados formales e informales y restaurantes campestres.

g. Zona 7: Nuevo Milenio

Se trata de una zona pobre que presenta un incipiente comercio a través de micro negocios. Se está conformando un pequeño conglomerado de negocios en una zona que podría tener cierto potencial debido a su ubicación vial.

3.3 San Juan de Miraflores

En base a la información proporcionada por la Municipalidad de San Juan de Miraflores, existe un total de 11,316 unidades económicas, distribuidas en 9 zonas del distrito, la distribución de estas según tipo de empresa se muestra en la GRÁFICO 19, donde se muestra que el 99.52% son MYPE, tan sólo el 0.04% son gran empresa y el 0.45% son mediana empresa. Asimismo dentro de las MYPE, la mayor concentración están dentro de las Microempresa de subsistencia (48.29%)

**GRÁFICO 19:
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS EN SAN JUAN DE MIRAFLORES**

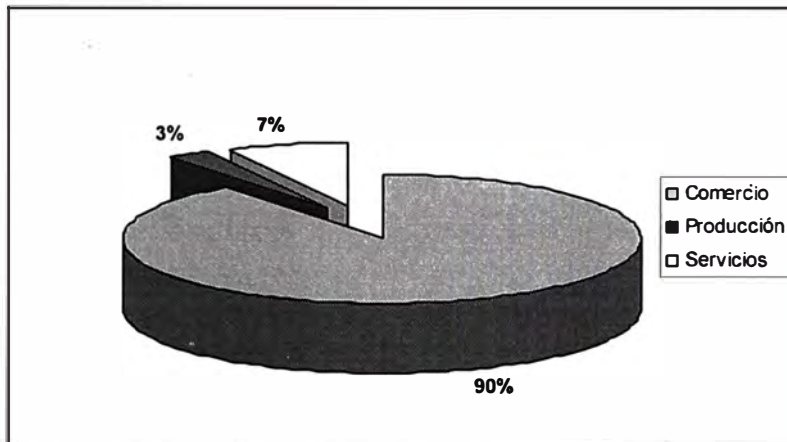
Tipo de Empresa	Nº de Fichas	Porcentaje
Micro empresa de sobrevivencia	2492	22.02%
Micro empresa de subsistencia	5464	48.29%
Micro empresa competitiva	2936	25.95%
Pequeña empresa	369	3.26%
Mediana empresa	51	0.45%
Gran empresa	4	0.04%
Total de Fichas	11316	100.00%

FUENTE: Estudio de COPEME 2002

Las mismas se concentran principalmente en el sector comercio (90%) (Ver GRÁFICO 20), dicho sector comercial se encuentran ubicados especialmente entre las avenidas San Juan y Los Héroes y zonas aledañas¹⁰

¹⁰ El conglomerado se extiende sobre cuatro conjuntos: Av. Los Héroes y Av. San Juan; Salvador Allende y Prolongación San Juan; Miguel Iglesias y Av. Los Héroes (Pachacutec); Plataforma y Cine Star.

**GRÁFICO 20:
EMPRESAS DE SAN JUAN DE MIRAFLORES, POR SECTOR ECONÓMICO**



Fuente: Municipalidad Distrital de San Juan de Miraflores

Mientras que en San Juan de Miraflores ⁽¹¹⁾, distrito comercial del Cono Sur, tiene 7,981 microempresas, de las cuales, 1,009 son de industria, 1,578 de servicios y 4,842 de comercio.

¹¹ Información proporcionada por el Municipio Distrital de San Juan de Miraflores. (2005)

CAPÍTULO IV

LA DEMANDA DE SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL PARA MYPES DEL SECTOR COMERCIO

4.1 Investigación exploratoria sobre la demanda de SDE

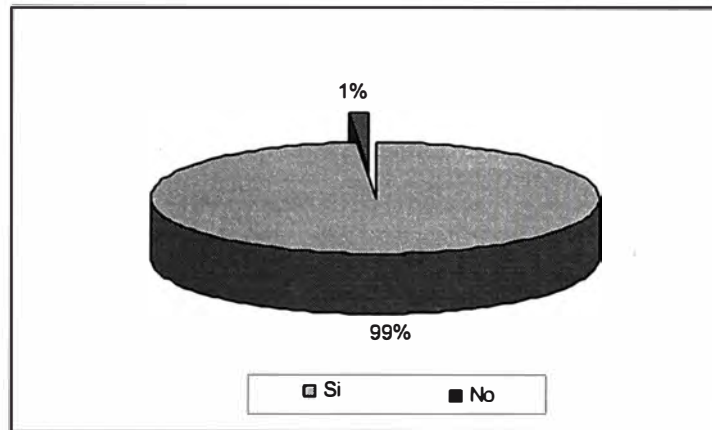
Para evaluar la opinión de los SDE en Lima Sur, se realizó una encuesta a MYPE del sector comercio de los mercados de abastos de los distritos de SJM, VMT y VES, aplicándose un total de 73 encuestas, de las cuales se pudo obtener la siguiente información:

Conocimiento de los SDE

Se observó que del total de empresas que fueron encuestadas, el 99% conocía los servicios de desarrollo empresarial, de los cuales el 32% se enteró a través de amigos, un 28% por ONGs que llegaron a sus mercados y un 35% a través de diversos medios como medios televisivos, empresas de servicios de microfinanzas (BCP y Mi Banco), entre otros, mientras un porcentaje más reducido conoció de los SDE por el Municipio, el Gremio o a través de proveedores particulares, lo cual nos muestra que la participación en la promoción de los SDE por parte del Estado a través del Municipio o de los distintos Ministerios es pobre, mientras que las entidades

privadas como ONGs, BCP y Mi Banco, han tomado la iniciativa de promocionar a los servicios de desarrollo empresarial en estos centros de abasto.

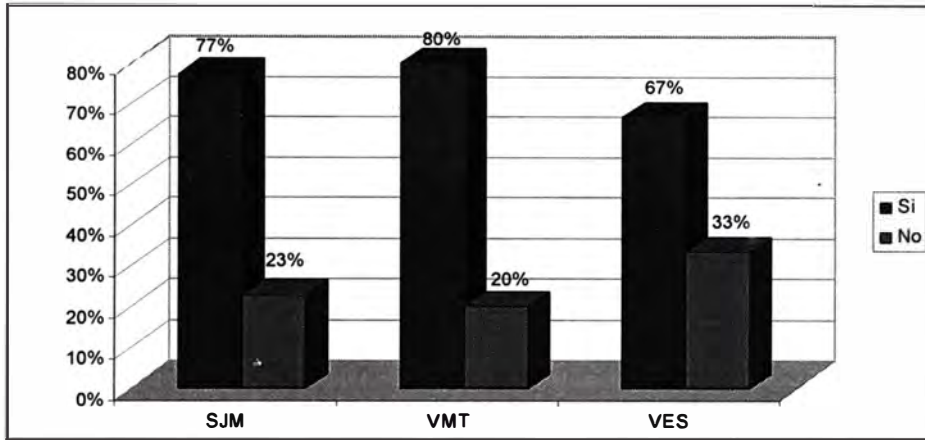
**GRÁFICO 21:
MYPE QUE CONOCEN DE LOS SDE**



Fuente: Encuesta

Asimismo teniendo en cuenta aquellos que conocían los SDE, se consulto cuanto de ellos habian recibido los SDE, de esto se obtuvo que el 74% recibió servicios de desarrollo empresarial y el restante 26% no ha recibido SDE, principalmente por motivos de falta de tiempo, lo cual lo justifican debido a que prefieren seguir vendiendo en sus puestos que cerrarlo e ir y participar en alguna capacitación por ejemplo. Mientras que en el caso de aquellos que han recibido los SDE el 100% ha recibido capacitaciones. Se tiene un mayor porcentaje de comerciantes de los mercados de abastos de VMT que han recibido SDE, 80% de los encuestados, mientras que en el caso de los comerciantes de Villa El Salvador, tiene un menor porcentaje que ha recibido SDE.

**GRÁFICO 22:
HA RECIBIDO SDE?**

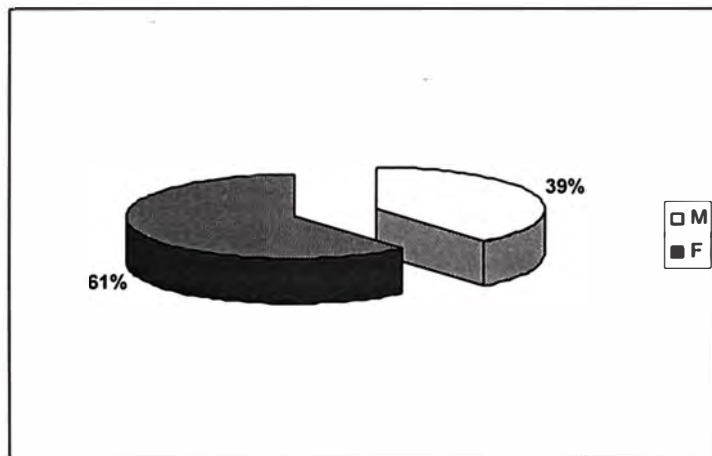


Fuente: Encuesta

Perfil del usuario del Servicio de Desarrollo Empresarial

Como se observa en el siguiente grafico, del total de comerciantes que han recibido SDE, el 61% son del sexo femenino, esto se puede sustentar debido a que la presencia de mujeres en el sector comercio bastante representativo.

**GRÁFICO 23:
PORCENTAJE DE COMERCIANTES POR SEXO**



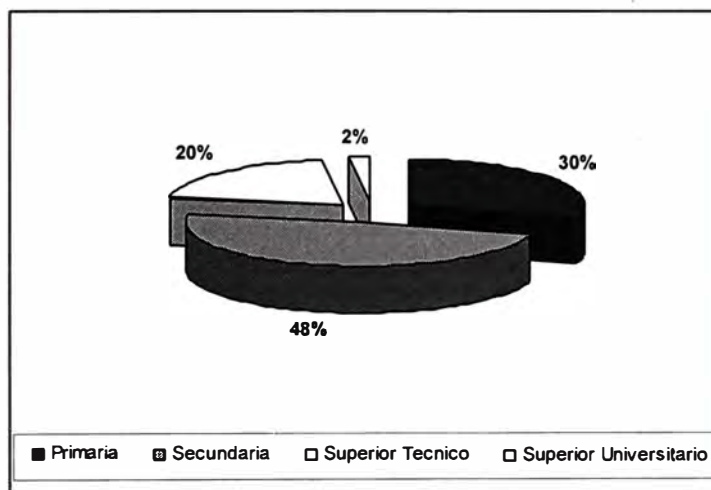
Fuente: Encuesta

Con respecto a la edad de los comerciantes que recibieron los SDE se tiene que existe un mayor porcentaje de comerciantes que tienen mas de 50 años (44%), seguido de un 30% que tiene entre 30 y 50 años, lo cual resalta que son personas adulto mayor en su mayoría los que desempeñan su labor como comerciante.

Asimismo, se observa que existe un mayor porcentaje de comerciantes que cuentan con grado de instrucción 48%, seguido de un 30% con grado de instrucción primaria, sólo un 22% de aquellos que han recibido SDE tienen un grado de instrucción superior.

Estas dos características deben tener importancia para las empresas proveedoras, ya que las mismas les definen las cualidades de la población objetivo de sus servicios, debiendo definir una metodología de enseñanza apropiada para este grupo de MYPE.

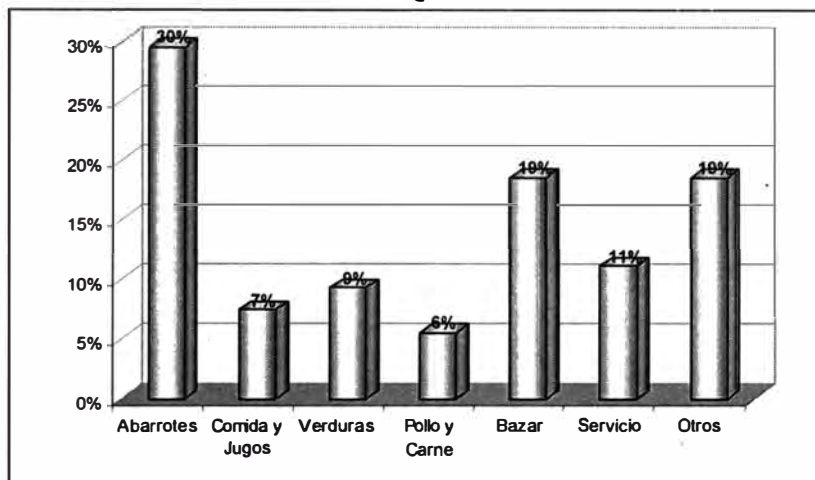
**GRÁFICO 24:
GRADO DE INSTRUCCIÓN**



Fuente: Encuesta

El rubro en el que se desempeñan los comerciantes que han recibido los SDE es variado, debido a la variedad de productos que se comercializan en los mercados de abastos, los comerciantes pertenecen principalmente a los siguientes rubros: Abarrotes 30%, Bazar 19%, Verduras 9% y Otros 19% (especerías, venta de alimento para perro, dulcería, zapatería, entre otros)

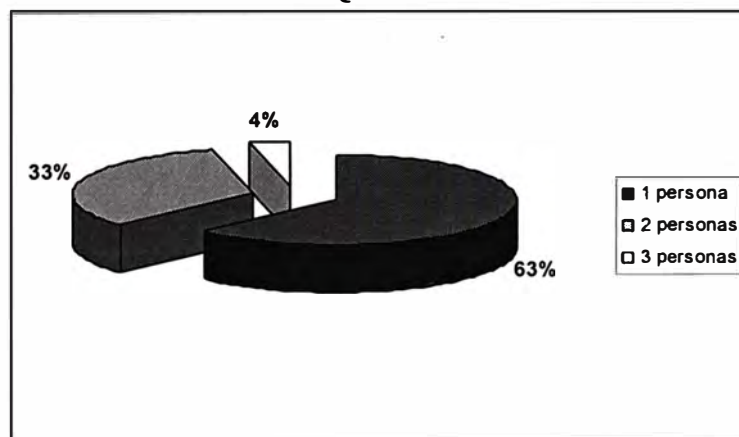
**GRÁFICO 25:
RUBROS EN LOS QUE DESEMPEÑAN**



Fuente: Encuesta

Como se muestra en el siguiente grafico, el mayor porcentaje de comerciantes, desempeñan sus actividades solos (63%), sólo un 33% trabaja cuenta con el apoyo de un familiar o contratado y un porcentaje de 4% tiene hasta dos personas que lo apoyan, cabe resaltar que este tipo de negocios se caracteriza por ser negocios familiares.

**GRÁFICO 26:
NÚMERO DE PERSONAS QUE LABORAN EN SU NEGOCIO**

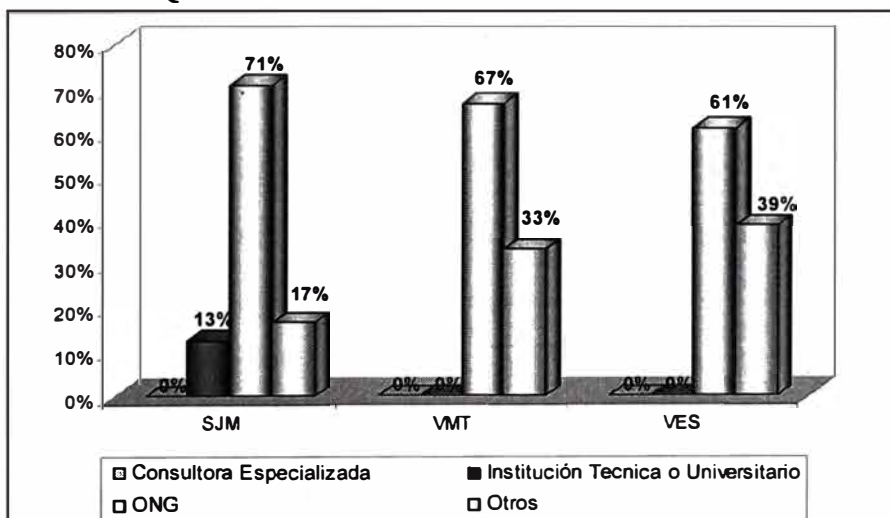


4.2 Características de la Demanda de los Servicios de Desarrollo Empresarial

Proveedores de SDE que conocen

Con respecto a los organismos que han proporcionado los servicios de desarrollo empresarial, se tiene que del total de comerciantes el 65% recibió los SDE de una ONG, el 30% de otras instituciones y el 6% de una institución técnica o instituto. En el caso de las ONG que han proporcionado SDE son Fovida y Manuela Ramos, mientras que como otras instituciones se tiene a Mi Banco principalmente. Asimismo a nivel de distrito, se tiene las mismas características, es decir, tanto en VMT, VES y SJM, las entidades que han proporcionado los SDE a los comerciantes de los mercados de abasto son las ONG y otras instituciones (Mi Banco), con los mayores porcentajes de comerciantes que han recibido SDE.

**GRÁFICO 27:
DE QUE ORGANISMO HA RECIBIDO UD. LOS SDE**

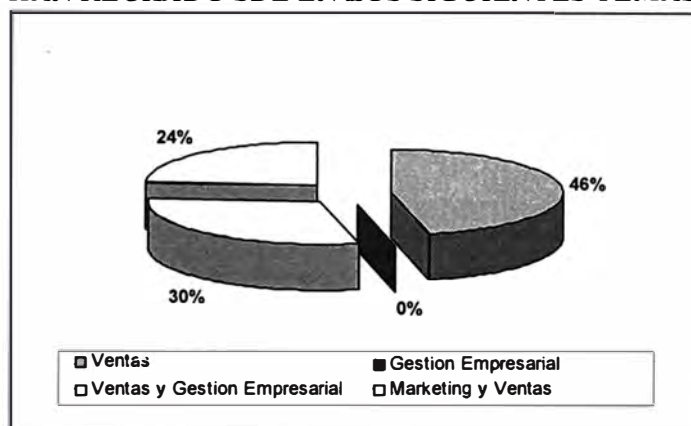


Fuente: Encuesta

Temas en los que recibieron SDE:

Los SDE recibidos por los comerciantes fueron en temas de Ventas (46%), Ventas y Gestión Empresarial (30%); Ventas y Marketing (24%), como se muestra en el siguiente gráfico:

**GRÁFICO 28:
HAN RECIBIDO SDE EN LOS SIGUIENTES TEMAS:**



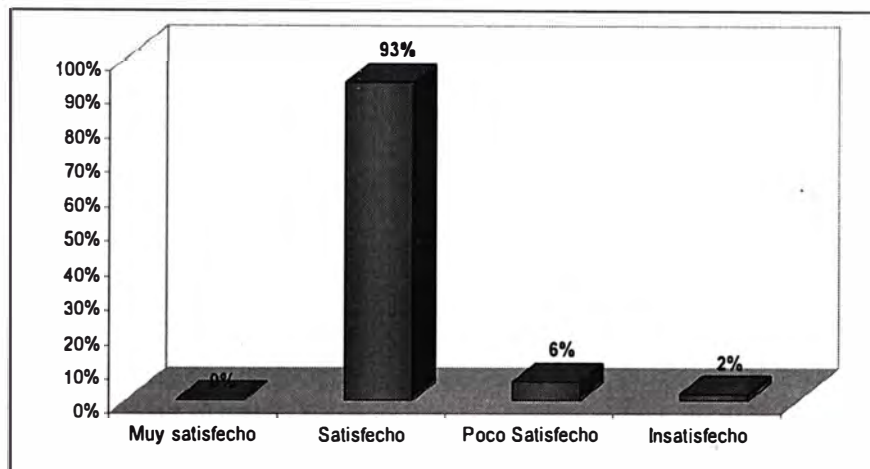
Fuente: Encuesta

A nivel distrital, se observa que el mayor porcentaje de comerciantes de SJM y VMT han recibido SDE en Ventas con 42% y 67% respectivamente, mientras que en el caso del distrito de VES, el mayor porcentaje de comerciantes han recibido SDE en Ventas y Gestión Empresarial (44%). Por lo tanto en los distritos de VMT y SJM, los SDE recibidos por los comerciantes se han enfocado en como mejorar las Ventas.

Calificación y Utilidad de los servicios recibidos

Con respecto a la calificación de los servicios de desarrollo empresarial recibidos se muestra que el 93% respondió haber estado satisfecho con el servicio recibido, y el restante 7% respondió haber estado poco satisfecho o insatisfecho. Asimismo al consultar en que había mejorado su negocio después de haber recibido los SDE, se obtuvo que el 57% asegura que le había permitido mejorar sus ventas y la organización de su negocio, mientras que para un 24% sólo le había permitido incrementar sus ventas y un considerable 11% señaló que no había desarrollado lo aprendido en el SDE recibido por lo tanto no había experimentado ningún cambio en su negocio, esta característica se observa de manera similar al realizar el análisis por distrito.

**GRÁFICO 29:
CALIFICACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO**

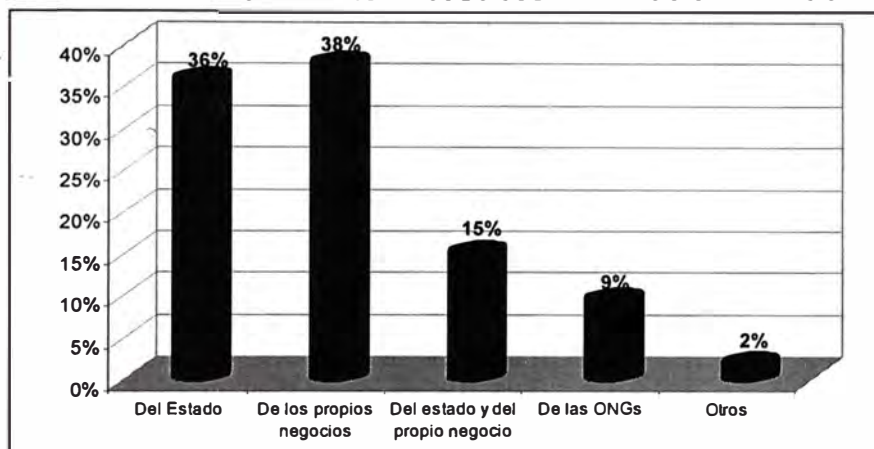


Fuente: Encuesta

Rol de la promoción de los SDE

Como se señaló líneas arriba, la promoción de los SDE lo vienen implementando las instituciones privadas, sin embargo al consultar a los comerciantes quienes deberían ser los responsables de la promoción de los SDE, estos respondieron mayoritariamente que los propios comerciantes o dueños de negocios solicitar SDE (38%), argumentando que ellos mismos deberían buscar aprender y preocuparse por buscar ayuda para mejorar su negocio, a través de capacitaciones o asesorías; un 36% opino que el Estado como parte de su política debería ser el promotor de los SDE de esta manera promueven el interés de los comerciantes para hacer uso de los SDE, un porcentaje representativo también (15%) opino que es tarea de ambos (Estado y empresario) promover el uso de los SDE, ya que tanto al Estado como al propio dueño de negocio son los que se benefician con la mejora de los negocios.

**GRÁFICO 30:
ROL DE LA PROMOCIÓN DE LOS SDE LE CORRESPONDE A:**

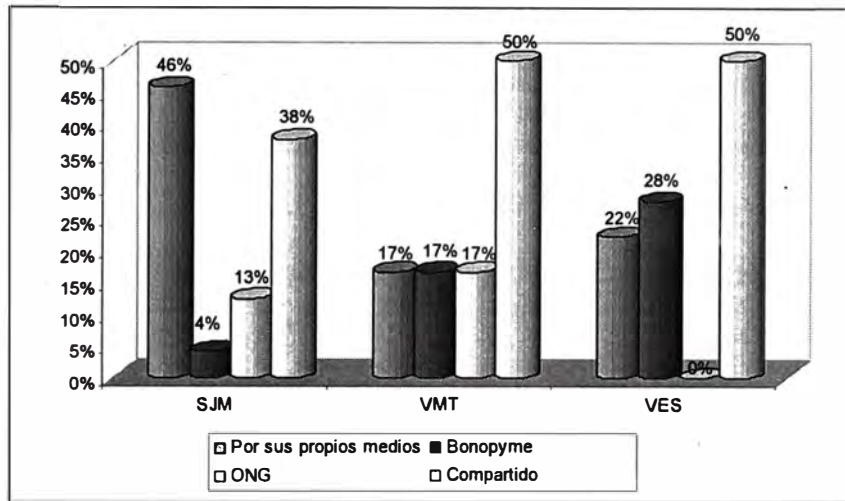


Fuente: Encuesta

Fuentes de financiamiento y Disponibilidad a pagar

Las fuentes de financiamiento que han utilizado los comerciantes para pagar los SDE empresariales, han sido diversos, así se tiene que el 45% financio de manera compartida, es decir, no han cubierto el costo del servicio totalmente hasta en algunos casos han recibido el servicio de manera gratuita, mientras que un 31% ha financiado con sus propios recursos, un 15% ha utilizado los BONOPYME y un 9% obtuvo el servicio a través de un convenio entre su mercado y la ONG. Si analizamos a nivel distrital se tiene, como se muestra en el GRÁFICO 31, en el caso de los comerciantes de los mercados de abastos de SJM, el mayor porcentaje lo representan aquellos que han financiado los SDE con sus propios recursos (46%), mientras que en el caso de los comerciantes de los mercados de abastos de VMT y VES, el mayor porcentaje lo representan los comerciantes que han financiado los SDE de manera compartida y en algunos casos han sido gratis, lo cual se podría sustentar que los comerciantes de los mercados de abastos de SJM, cuentan con mayores ingresos o que le dan mayor importancia a los SDE que los comerciantes de otros distritos.

**GRÁFICO 31:
COMO FINANCIÓ EL SDE**



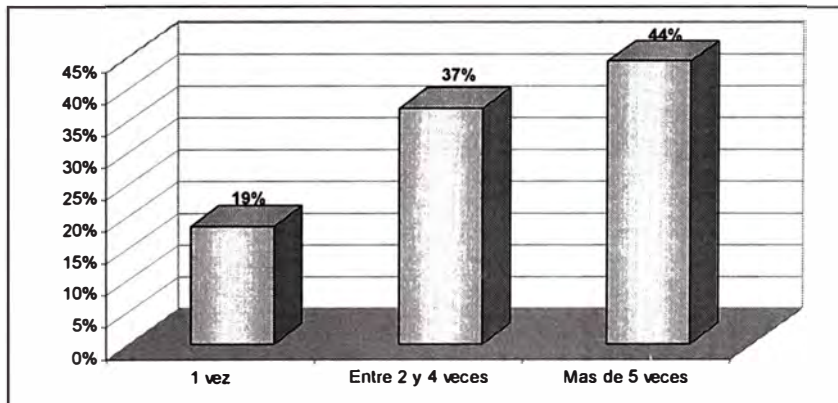
Fuente: Encuesta

La capacidad de pago de los comerciantes para adquirir un SDE, se calculó a través de su disponibilidad a pagar por un SDE, debido a que ellos han recibido sólo capacitaciones, se tiene que el 100% estaría dispuesto a pagar hasta 10 soles por capacitación recibida.

Características de la Capacitación recibida

Como se muestra en el siguiente grafico, el 44% de las personas que han recibido capacitaciones lo han hecho más de 5 oportunidades, seguido de un 37% que ha recibido entre 2 a 4 veces. Asimismo el 96% de las personas que han recibido las capacitaciones las han calificado como baratas e útil y tan sólo un 4% las ha calificado de baratas e inútil.

**GRÁFICO 32:
NÚMERO DE VECES QUE HA RECIBIDO CAPACITACIONES**

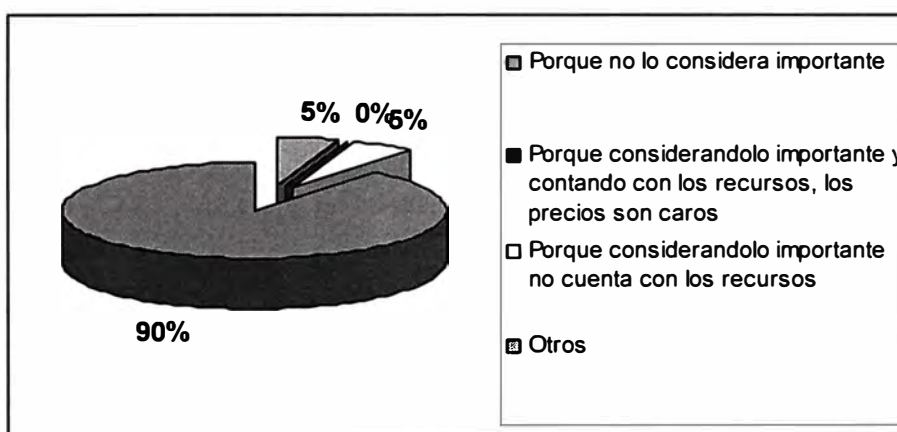


Fuente: Encuesta

Motivos por el cual no accedieron a SDE

En el caso de aquellos que conocían los SDE pero que no lo habían recibido, al consultarles las razones por la cual no recibieron SDE, se obtuvo que un 90% que argumento que no recibió el SDE por falta de tiempo principalmente, mientras que un 5% contesto que no lo consideraban importante y el restante 5% contesto que considerándolo importante no contaban con los recursos para cubrir el costo de un SDE.

**GRÁFICO 33:
RAZONES POR LAS CUAL NO ACCEDIERON A SDE**



Fuente: Encuesta

Al consultar cuanto estarían dispuestos a pagar por un SDE, el 98% señaló que podrían a pagar hasta S/. 10.00 nuevos soles por una capacitación.

Por lo tanto de esta parte se puede concluir que los comerciantes del sector comercio en Lima Sur tienen conocimiento de que existen entidades o proveedores de SDE, sin embargo estos proveedores han llegado por cuenta propia, sin la intervención del Gobierno Local o Gobierno Central

CAPITULO V

LA OFERTA DE SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL PARA EL SECTOR COMERCIO

Los proveedores de servicios de desarrollo empresarial que actualmente se brinda a las MYPES del sector comercio, provienen de las siguientes instituciones estatales y privadas:

5.1 Gobierno Central

La ayuda gubernamental para las MYPES se orienta a que el propio empresario elija el servicio que más le convenga.

El Ministerio de Trabajo, tiene como parte de su política: "Promover y facilitar la competitividad y formalización de la MYPE", para ello ha planteado como estrategias:

- Desarrollar programas que promuevan la formalización de las MYPE.
- **Facilitar el acceso de las MYPES a la información comercial, la asesoría, consultoría y demás servicios de desarrollo**, que favorezca su expansión en un entorno propicio para la desregulación y simplificación administrativa.
- Apoyar iniciativas empresariales.

Desde el año 1999, implemento el Programa Perú Emprendedor, el cual se ejecutaba con el concurso de la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), y la Fundación Suiza de

Cooperación para el Desarrollo Técnico (SWISSCONTACT). Asimismo con el apoyo del Servicio Alemán de Cooperación Social Técnica (DED), los Gobiernos Regionales, Gobiernos Locales y las Direcciones Regionales de Trabajo y Promoción del Empleo.

Se dirige a microempresas y pequeñas empresas de 2 a 20 empleados en sectores de crecimiento: turismo, agroindustrias, artesanía e industria manufacturera, y funciona en nueve ciudades de Perú. Los bonos se utilizan para ayudar a las MYPE a acceder a formación gerencial y técnica y a asistencia técnica o servicios de consultoría prestados por una variedad de proveedores del sector privado y de instituciones sin fines de lucro, el mismo gobierno promocionaba y administraba los bonos.

Este programa contaba con cuatro componentes: BONOPYME, BONOEMPRENDE, BONOGRAMIO y BONOPROPOLI. Los bonos eran instrumentos que cubrían en importante medida los costos de los Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE) que la MYPE usuaria del Programa quería contratar. Para ello contaba con proveedores de SDE, los mismos que para inscribirse debían cumplir con los requisitos establecidos en las bases publicadas todos los años. El programa funcionaba en catorce regiones del Perú: Ancash, Arequipa, Ayacucho Cajamarca, Huanuco, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima, Moquegua, Piura, Puno, San Martín y Tacna.

El BONOPYME consideraba 2 tipos de bonos:

- Bono de Capacitación: bonos que podían utilizarse para recibir cursos de Capacitación en gestión empresarial o cursos técnicos productivos, dependiendo del rubro de la empresa.
- Bono de Servicios: bonos dirigidos a la empresa para que puedan utilizarse para recibir diversos servicios especializados como Asesorías, Consultorías o Asistencias Técnicas, estos servicios permitirían mejorar un aspecto puntual del negocio como ventas, productividad, competitividad, etc.

El Bono Propoli, operaba con el apoyo del Programa PROPOLI y el Ministerio de la Mujer y del Desarrollo Social (MIMDES), en los distritos de Ventanilla, Puente Piedra, Comas, San Juan de Miraflores, Villa María del Triunfo, Villa el Salvador, Lurín, Pachacamac, San Juan de Lurigancho y Ate Vitarte, permitía que los empresarios de la microempresa, incluyendo al dueño y sus trabajadores, así como personas con iniciativas de negocio puedan acceder a descuentos en

Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE) como Capacitación y Asistencia Técnica / Asesoría, pagando un costo mínimo.

Como resultado¹² de la implementación del programa, en sus dos primeras fases, se obtuvo:

En dos años se utilizaron 27.411 bonos

Las MYPE pagaron el 27% de los costes de formación

El programa atrajo al mercado a proveedores del sector privado. Al principio del programa, el 85% de los prestadores eran ONG o instituciones vocacionales, pero para el 2002 la mitad de los formadores eran empresas o asociaciones del sector privado.

El 79% de las MYPE encuestadas dijeron que la asistencia técnica resolvió más de la mitad de sus problemas de productividad

El 90-95% de los asistentes a los cursos opinaron que su contenido era adecuado, lo utilizaron en sus empresas, recomendarían la formación a otros, y consideraron que los monitores tenían un gran dominio de su materia.

El 50% de las empresas que recibieron servicios a través del programa de bonos mejoraron la competencia profesional de sus empresas, y el 50% aumentaron ventas o productividad, o experimentaron una reducción de costes.

En el año 2006, es lanzado el Programa Mi Empresa, el cual fusiona varios programas destinados a apoyar a la MYPE, entre ellos el Programa Perú Emprendedor. El Programa Mi Empresa, cuenta con 6 componentes:

1. Nuevas Iniciativas Empresariales.
2. Identidad Ciudadana Empresarial (ID Empresarial).
3. **MYPE Competitiva,**
4. Contactos Comerciales.
5. Inserción financiera.

¹² Presentación, "Perú Vouchers," Formación SEEP, Situación actual de los SDE, 2002

6. Asociándonos.

Por lo tanto a través del componente MYPE Competitiva, que se encarga de ofrecer a los empresarios bonos de capacitación y, bonos de asistencia técnica, continua con el objetivo del Programa Perú Emprendedor, es decir, se continua con la entrega bonos a los mismos empresarios, entregando actualmente dos tipos de bonos: Bonos de Capacitación y Bonos de Servicio, en ambos casos el bono constituye un instrumento de pago pues equivalen a dinero que el pequeño empresario y el microempresario puede utilizar para la compra de servicios de asesoría y capacitación con el fin de desarrollar su negocio. Este programa, se ha descentralizado en Lima Metropolitana y Regiones (5 regiones). Para el caso de Lima, se cuenta con módulos ubicados en las Municipalidades de la Victoria, Independencia, Comas, Rímac y Villa El Salvador. En cada uno de dichos módulos los microempresarios pueden acceder a dichos bonos, las condiciones, son las siguientes:

- Cada empresario puede participar en el programa durante tres años, teniendo la opción de recibir hasta un máximo de 4 talonarios el primer año 2 talonarios, el segundo y tercer año; siempre que los bonos sean usados para resolver problemas de su empresa,
- En ningún caso se permitirá la transferencia de los bonos a otras empresas o a personas que no trabajen en la MYPE que recibió los talonarios de bonos.
- El Bono de Servicios no es fraccionable y por tanto sólo puede cofinanciar un servicio específico. El empresario deberá cofinanciar en todos los casos, cuando menos el equivalente al 25% del precio del servicio.
- Todos los valores de los Bonos y Precios de Venta de los servicios anteriormente mencionados incluyen el I.G.V.

Como se menciona hay dos tipos de bonos, los cuales permiten a los microempresarios acceder a servicios de desarrollo empresarial, como:

- a. Bonos de capacitación, permite acceder a cursos especializados en:
 - Gestión empresarial
 - Técnicos productivos
- b. Bonos de servicios, permite acceder a servicios especializados, tales como:

Asesorías

Consultorías

Asistencia Técnicas

En su primer semestre de implementación, como se muestra en la siguiente tabla, se obtuvo un % de avance de efectividad en el uso de los bonos de 94% con respecto a la meta, mientras que el porcentaje de avance considerando las metas al 28 de julio del 2007, fue de 46%.

**TABLA II:
METAS DE AVANCE Y RESULTADOS**

	Meta 28-07-2006 al 28-07-2007		Meta 28-07-2006 al 28-01-2007		Fuente de información	Plazo (Año)	Fecha
	Cifras	% avance al 28-01-2007	Cifras	% avance al 28-01-2007			
Política 2: Promover y facilitar la competitividad y formalización de la MYPE							
Indicador 2.1 Usuarios de Micro y pequeñas empresas atendidos	21.424	11.551* (54%)	9.360	11.551 (123%)	Registro de atenciones a usuarios del Programa Mi Empresa	01	28/07/07
Indicador 2.2 Efectividad de uso de los Bonos	20.104 ^e	12.250 (46%)	9.838	12.250 (94%)	Base estadística del Programa Mi Empresa	01	28/07/07
Indicador 2.3 Servicios directos brindados a la MYPE	36.000 ^a	17.670* (47.2%)	17.277	17.670 (102%)	Registro de atenciones directas de PROMPYME	01	28/07/07

Fuente: Balance de Gestión (Julio 2006 – Julio 2007)

La mecánica de los bonos, es que los empresarios MYPE retiran bonos y los utilizan, los proveedores captan bonos y los canjean de forma retroactiva a la prestación del servicio.

En el caso de los Proveedores de SDE, también deben de cumplir ciertas condiciones para pertenecer a la lista de proveedores del programa, para ello deben seguir un proceso de calificación y registro, los proveedores tienen la responsabilidad de programar la realización de los servicios, informar dicha programación al Coordinador regional¹³ y luego realizar los SDE; para luego presentar los informes correspondientes ante la oficina regional según sea el caso. Los Proveedores deberán garantizar la realización efectiva de los servicios, el pago del cofinanciamiento por parte de las MYPE y la calidad de los SDE ofrecida.

¹³ El coordinador es responsable de realizar la calificación, selección y registro de proveedores de SDE;

Los procedimientos a seguir por estos proveedores y sus servicios son los que se detallan a continuación.

Proveedores Institucionales

- Los proveedores que se presenten de manera asociada, deberán suscribir un documento en el que se especifique las responsabilidades de cada uno de los miembros en relación con la provisión de los SDE y señale quién es el representante ante el Programa.
- Para ser elegibles, los proveedores deberán acreditar experiencia en proveer SDE directamente a las MYPE.
- Los proveedores Institucionales, de manera individual o asociada, deben acreditar haber ejecutado por lo menos dos (2) cursos de capacitación o dos (2) servicios de asistencia técnica, consultoría, asesoría e información en el último año.
- Los facilitadores o consultores propuestos por la Institución deben mostrar experiencia según el tipo de servicio al que se presenten.

Proveedores Individuales

Pueden calificar y ser registrados como proveedores individuales de SDE, aquellas personas que:

- Sean consultores, asesores, así como técnicos especializados, maestros artesanos, gerentes o propietarios de empresas privadas que muestren conocimiento, habilidad o destreza específica basada en la experiencia laboral, profesional o empresarial y que pueda ser transmitida como servicio de desarrollo empresarial.
- Tengan Registro Único de Contribuyentes (RUC) activo.
- Presenten su Currículum Vitae documentado, con fotografía actual, pudiendo agregar información adicional que considere relevante.
- Acrediten haber ejecutado por lo menos dos (2) servicios de capacitación, asistencia técnica, asesoría, consultoría e información en el último año, indicando los principales resultados logrados, y datos de los clientes atendidos.
- Para que un proveedor individual pueda brindar servicios deberá acreditar el manejo de metodologías adecuadas en el trabajo con MYPES.

Condiciones adicionales para todo tipo de proveedores

Los expertos pueden ser consultores o formadores, así como técnicos especializados, maestros artesanos, gerentes o propietarios de empresas privadas que muestren un conocimiento, habilidad o destreza específica basada en la experiencia y que pueda ser transmitida como servicio de capacitación, asistencia técnica.

- Para que los proveedores puedan iniciar sus actividades en el marco del PROGRAMA deben contar con al menos con un servicio aprobado por el PROGRAMA. De lo contrario tienen el status de proveedor calificado, pero no están hábiles para ejecutar ningún servicio.

Criterios a utilizar por los Proveedores de Capacitación

A continuación, se detalla, los criterios que ha establecido el Ministerio que debe tener en cuenta los proveedores para diseñar los **Cursos de Capacitación**:

- a) Los cursos de capacitación presentados por el proveedor de SDE deben describir qué competencias serán aprendidas por los participantes del curso, a qué demanda y necesidad específica corresponden y el segmento al cual van dirigidos (empresario/trabajador, sector). Es decir cada curso debe tener un perfil de entrada del participante al que se orienta el curso con los respectivos requisitos que debe cumplir y un perfil de salida que describa las competencias que alcanzará el participante al final del curso.
- b) Las competencias que se aspira lograr en los participantes de los cursos de capacitación deben estar formuladas como objetivos de aprendizaje generales o específicos que permitan una evaluación ex-post del proceso de aprendizaje del empresario o trabajador de la MYPE.
- c) Los cursos de capacitación pueden tener contenidos en el área de gestión empresarial o técnico-productiva, poniendo énfasis en los sectores o subsectores priorizados en cada región.
- d) Los contenidos particulares del curso serán propuestos por el proveedor de SDE de acuerdo a los requerimientos del mercado y deben estar orientados al aprendizaje de las competencias que se propone en términos de conocimientos, actitudes, habilidades y destrezas. Deberá considerarse contenidos que incorporen o que por lo menos no sean contradictorios, con

aspectos de preservación del medio ambiente, equidad de género y orientación a la mejora tecnológica. Los contenidos estarán organizados de acuerdo a una Programación Curricular.

e) Las estrategias o metodologías de aprendizaje (métodos y actividades) deben estar orientadas al logro de los objetivos de aprendizaje propuestos. Los métodos deberán ser fundamentalmente participativos, dinámicos y orientados al aprendizaje práctico e interactivo del empresario o trabajador de la MYPE, valorando y rescatando su experiencia. Deben considerarse cualquiera de las técnicas modernas de aprendizaje de adultos. Se procurará una casuística y actividades pedagógicas propias y cercanas a la realidad sectorial de la MYPE de la región en la que se ejecute el servicio.

f) Serán desechados los métodos puramente expositivos que no convoquen ni motiven el compromiso de aprender de los participantes. Los cursos deben tener por lo menos un 30% de horas dedicadas a prácticas o ejercicios de aplicación.

g) Se valorarán las clases presenciales complementadas con material de autoaprendizaje, visitas de estudio, trabajos de grupo, entre otras actividades prácticas no presenciales (fuera del lugar de realización de la capacitación).

h) Los facilitadores, formadores o instructores de cada curso deben presentar un currículum que demuestre su experiencia en el dictado de dicho curso o el conocimiento práctico derivado del ejercicio laboral, profesional o empresarial. Igualmente deberán tener competencias didácticas y comunicativas para la enseñanza.

i) Podrán ser incluidos facilitadores, formadores y consultores tales como: especialistas, maestros artesanos, técnicos independientes, expertos asociados y gerentes de empresas en las propuestas de SDE a ser calificados (todos ellos no necesariamente pertenecientes a la institución proveedora).

j) Todo curso de capacitación debe tener medios didácticos de apoyo antes, durante y después del servicio que incorporen los objetivos y contenidos que serán aprendidos por los participantes. Los manuales o guías para el participante deberán ser adjuntados a las propuestas de cursos para su evaluación.

- k) En los cursos que se requiera equipamiento productivo, el proveedor debe garantizar la infraestructura necesaria en términos técnicos y pedagógicos.
- l) El número de alumnos por curso será propuesto por el proveedor de SDE, pero no debe exceder a 25 alumnos por aula, garantizando un mínimo de calidad en la relación docente-participante.
- m) Cada curso debe tener un mínimo de 15 horas de clases presenciales conducidas por el facilitador o instructor. El tiempo que se dedique a actividades complementarias no presenciales, como las descritas en el inciso g) podrán ser especificadas como horas de capacitación, pero serán contabilizadas mas allá de las 15 horas de clase establecidas. De igual modo el proveedor debe especificar si el curso que ofrece es un curso completo de acuerdo a los objetivos de aprendizaje que propone lograr o es un Módulo dentro de un curso más amplio.
- n) Para efectos del proceso de evaluación del aprendizaje, el proveedor debe presentar en su propuesta la estrategia de evaluación a ejecutar puesto que al finalizar el curso cada participante deberá tener una nota sobre su desempeño en el desarrollo del mismo.
- o) El proveedor de SDE debe especificar qué flexibilidad, en términos de horarios, frecuencia y lugar ofrecen al empresario o trabajador de la MYPE que les posibilite el acceso a dichos cursos.

5.2 Gobierno Local

Como se mostró en el acápite 2.3 Los Servicios de Desarrollo Empresarial en el Perú, los planes de desarrollo de los Gobierno Locales de Villa El Salvador, Villa Maria del Triunfo y San Juan de Miraflores, tienen dentro de sus políticas, promover las capacidades de las MYPEs, a través de Programas de Fortalecimiento de las capacidades de las MYPE¹⁴, Programa de Capacitación permanente en gestión, productividad y especialización dirigido a las MYPE¹⁵ y un Programa de Formación Empresarial para comerciantes y Programa de fortalecimiento de capacidades

¹⁴ Plan Estratégico de Desarrollo Económico de VMT al 2010

¹⁵ Plan Estratégico de Desarrollo Económico de SJM al 2012

políticas de los comerciantes¹⁶. Sin embargo dichas políticas no se vienen implementando, esto se demuestra al revisar los Presupuestos Participativos de los últimos dos años, donde en ninguno de los tres gobiernos locales se ha incluido o priorizado proyectos destinados a promocionar u ofrecer servicios de desarrollo empresarial para las MYPE en general, menos aun si se quiere encontrar acciones que tengan como finalidad promover los SDE para el sector comercio, que como se ha señalado anteriormente es uno de los sectores mas importante dentro de la economía de cada uno de los distritos analizados.

La preocupación por parte de dirigentes de mercados ante la poca promoción por parte del gobierno local, se demuestra, en los resultados de la Encuesta sobre Políticas de Incidencia¹⁷, aplicada por la ONG Fovida en convenio con la Federación Nacional de Trabajadores de Mercados (FENATM), a dirigentes de mercados de abastos de Lima Metropolitana, donde en uno de los puntos de la encuesta se solicitó a los dirigentes mencionar cuales serían los 5 temas principales que deben ser considerados en la agenda de los gobiernos municipales 2007-2010, con respecto al sector comercio. El resultado fue el siguiente:

¹⁶ Plan de Desarrollo Económico de VES 2006 – 2021 – Plan de Desarrollo Concertado de VES al 2021.

¹⁷ La encuesta fue aplicada a dirigentes de 70 mercados de abasto de las 4 zonas de Lima Metropolitana (zona norte, sur, centro y este), la misma que se llevó a cabo entre el 12 de octubre y 12 de diciembre del 2006.

**GRÁFICO 34:
TEMAS A SER CONSIDERADOS POR LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL 2007 – 2010**



Fuente: Encuesta de Políticas de Incidencia, PROGEM - FOVIDA

Como se muestra en el gráfico anterior, la “Capacitación Empresarial” es el tema con mayor votación para ser tomado en cuenta por la administración local, el 63.4% de los dirigentes manifestó la solicitud de apoyo, por parte del gobierno local, en programas de capacitación empresarial enfocados a dirigentes y comerciantes de los mercados. Los temas de capacitación más solicitados por los dirigentes son: marketing, sistema de manipulación de alimentos, salud e higiene, herramientas de modernización, formalización y reciclaje de residuos sólidos. Adicionalmente en el distrito de Villa El Salvador (zona sur) se hace referencia al programa de capacitación mercado saludable.

5.3 Instituciones Privadas (ONGs y Empresas Privadas)

Como se ha resaltado en los resultados de la encuesta, el sector privado es el principal promotor de los SDE, a continuación pasaremos a detallar las formas de promoción de SDE de algunas instituciones:

❖ **Mi Banco**

Empresa dedicada a las microfinanzas, cuenta con agencias en VMT, SJM y VES, ofrece como parte de servicios complementarios a sus clientes Cursos de Capacitación, en temas de desarrollo empresarial como Marketing y Ventas. Los cursos de capacitación no tiene costo alguno y son realizados en coordinación con los gobiernos locales y con instituciones educativas – empresariales. A través del Grupo ACP, mediante su programa Aprenda, Mi Banco ha venido realizando cursos de capacitación en 23 distritos de Lima y en 22 provincias del Perú. El grupo ACP a través de Aprenda tiene como misión "Formar nuevos empresarios de la microempresa y capacitar a los existentes, para el mejoramiento de su nivel de vida, a través de servicios educativos que respondan a sus necesidades y a la vez promuevan el autoempleo y una cultura de valores y de excelencia empresarial. Buscar alianzas y sinergias con otras instituciones educativas dedicadas al mismo fin. Los cursos de capacitación se desarrollan en temas de Marketing, Ventas, Finanzas. Estrategia de Ventas, Costos, Contabilidad, Aspectos Legales, Tributación, Administración, Comercio Exterior, Ofimática, entre otros. Así para el año 2005 y 2006, se obtuvieron los siguientes resultados:

DIME MIBANCO, Diplomado en Microempresas, se capacitaron a 2,050¹⁸ empresarios clientes de Mi Banco, los cuales tuvieron 4,095 participaciones en el mencionado programa. Se realizaron las capacitaciones en 7 sedes de Lima y en las provincias de Arequipa, Chiclayo, Chincha y Huancayo. Para el 2006, se desarrollo un programa de capacitación a empresarios de la microempresa en mercadotecnia y ventas para la mejora de sus negocios. Este programa se llevó a cabo en el sur del país, y se capacitó a 1,382¹⁹ empresarios de la microempresa de Arequipa, Puno, Juliaca, Ilo, Cusco y Tacna. Mientras que para el 2007, se desarrollo en los distritos de Chorrillos, Surquillo y Villa Maria, mientras que en Provincia se realizo en Arequipa, Chiclayo, Huancayo, Huanuco, Piura y Tarma, capacitando a 26,232²⁰ microempresarios.

¹⁸ Memoria Anual 2005- Grupo ACP

¹⁹ Memoria Anual 2006 – Grupo ACP

²⁰ Boletín Sumando N°13 – Grupo ACP

Para el 2008, a nivel de Lima Metropolitana, durante las fechas del 7 al 18 de enero, se llevo a cabo las capacitaciones en Marketing y Técnicas de Ventas para los microempresarios de VES.

❖ **ONG FOVIDA – Fomento de la Vida**

La ONG Fovida, es una entidad sin fines de lucro que viene operando desde el año 1984. Actualmente cuenta con tres programas: Competitividad, Gobernabilidad Local, Ambiente Saludable y Equidad Social. Como parte de su programa Competitividad, tiene en actual ejecución el Proyecto Formación Empresarial y Desarrollo Local en los distritos del Cono Sur de Lima Metropolitana. De 1998 al 2005 ha implementado el proyecto Formación Empresarial y Desarrollo Local en los distritos del Cono Sur de Lima Metropolitana. A la fecha, viene implementando el proyecto Gestión Empresarial y Desarrollo Local, ha trabajado con 12 Asociaciones de mercados, brindando capacitación empresarial a 841 comerciantes (76% mujeres y 24% varones). Así mismo, se ha capacitado y asesorado a 103 dirigentes de Asociaciones de Mercados. Además dentro del ámbito del proyecto viene trabajando con la Federación Nacional de Trabajadores de Mercados (FENATM)

En el trabajo con los comerciantes y con los dirigentes, la ONG Fovida, ha trabajado de manera coordinada con los gremios de mercados de abastos y los funcionarios de los gobiernos locales de SJM, VMT y VES, a través de ellos han elegido los mercados o asociaciones de comerciantes a las cuales han capacitado y asesorado en temas de Marketing, Finanzas, Liderazgo, Tributación, entre otros.

❖ **ILADE, Instituto Latinoamericano de Desarrollo Empresarial**

Es una entidad que brinda consultoría, asesoría y servicios de gestión a micro y pequeña empresas, desde 1996, viene desarrollando el dictado del Curso Integral: Gestión de Micro y Pequeños negocios dirigidos a comerciantes, negociantes y empresarios de las MYPE. Asimismo, para el 2007, desarrollo el Encuentro Anual de Empresarios de la Micro y Pequeña Empresa, en el que participaron 500 microempresarios. Además ha organizado nueve (9) Encuentros Mensuales de Empresarios de Micro y Pequeña Empresa, los últimos domingos de cada mes.

En el Encuentro Anual, se realizó una encuesta a 223 MYPE, de los cuales pertenecían el 39% al sector Servicios, 32% al Comercio y un 15% dedicado a la manufactura. Donde el 52.91% señaló que obtuvieron mejores resultados en su negocio en el 2007 respecto al año 2006 y lo más relevante es que el 86.55% piensa que le irá mejor en el 2008. Además señalaron como principales prioridades, lo siguiente:

- Invertir en capacitación (68.16%)
- Fortalecer la estructura de sus ventas (67.71%)
- Mejorar sus productos (60.54%)
- Invertir en asesoría (43.05%)
- Ampliación de sus instalaciones (40.81%)

❖ **SISDE, es un Sistema de Información de SDE.**

Es un sistema de información, que exhibe la oferta de SDE al mercado de insumos para las PYME. El SISDE tiene como objetivo dinamizar el mercado de SDE, hacer más transparente la oferta e incentivar la demanda de SDE desde las PYME. Para ello, tiene como función conectar con instituciones de SDE, centros de información, centros de desarrollo empresarial, gremios. Conexión con instituciones de microfinanzas. Facilitadores, especialistas, asesores para la demanda de SDE de las áreas de la empresa

Con ese fin promueve:

- El conocimiento de la oferta. Cada SDE tiene sus características, requerimientos, posibilidades y limitaciones que se adecuan a situaciones específicas.
- La mejora de calidad de la oferta. La oferta de SDE es vasta y brinda productos con distintos niveles de estructuración y validación
- La reducción de los costos. El SISDE mejora los costos de comunicación para hacer efectiva la oferta de SDE, por ejemplo promueve:

Por lo tanto, el SISDE exhibe una serie de proveedores de SDE clasificados por tipo de SDE,

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE LOS SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL

En los dos últimos acápites, se ha desarrollado las características de la demanda y oferta de SDE en Lima Sur, en el presente capítulo se busca responder a preguntas claves como

¿Qué servicios necesitan realmente las MYPE del sector comercio?

¿Quiénes están dispuestos a acceder y son capaces de pagar?

¿Cómo se puede alcanzar a tener altos números de MYPE que acceden a SDE?

¿Cuándo son relevantes los subsidios?

¿Qué tipos de entidades deberían estar brindando SDE y cómo?

¿Cuál es el rol del sector público?

¿Cómo medir el impacto de los SDE?

Entonces para responder a estas interrogantes, se desarrollara un breve análisis para cada una de ellas:

1. ¿Qué servicios necesitan realmente las MYPE del sector comercio?

Adicionalmente a esta pregunta, podemos además tener la siguiente interrogante: **¿Los proveedores de SDE enfocan su servicio hacia las necesidades de las MYPE?**

Tanto en el análisis de la demanda de SDE como en la oferta, se ha observado que los SDE que han recibido los MYPE, están enfocados en temas generales como marketing, estrategias de ventas, finanzas, gestión empresarial, entre otras. Es decir, los proveedores de SDE, cuentan con una serie de cursos de capacitación ya estructurados, es decir, no se desarrolla un diagnóstico de las necesidades de las MYPE del sector comercio. Como señala el siguiente esquema, es importante que los proveedores de SDE conozcan la problemática del grupo a capacitar, por lo que se debería implementar las capacitaciones a grupos que laboren en un mismo espacio de trabajo (cooperativas o asociaciones de mercados) o pertenezcan a un mismo sector, por lo tanto los SDE deben estar enfocados en la demanda, es decir, deberán responder a las necesidades de las MYPE. En la actualidad, los proveedores de SDE ofrecen una gran gama de módulos de capacitaciones que no necesariamente responden a las necesidades de los interesados. Algunas herramientas que pueden utilizar los proveedores de SDE son las investigaciones de mercados.

Ilustración 1: Importancia de realizar un diagnóstico



2. ¿Quiénes están dispuestos a acceder y son capaces de pagar?

De la encuesta realizada por el instituto ILADE, se observa que el 68.16% tiene como prioridad invertir en capacitaciones, lo cual demuestra la importancia que le dan a hacer uso de los SDE, esto también se ratifica en los resultados de la Encuesta sobre Políticas de Incidencia realizado por PROGEM – Fovida, donde el 63.4% de los dirigentes encuestados manifestó que el principal apoyo que debe brindar el gobierno local debe ser en “Capacitación Empresarial”. Por lo cual se

observa que existe predisposición por parte de los MYPE de acceder a SDE (Capacitaciones), sin embargo se ha observado que existen barreras para acceder a dichos servicios, entre ellas tenemos:

- Se carece de información acerca de los servicios disponibles y de las ventajas de éstos.
- Se carece de información de proveedores de SDE
- Las MYPE no cuentan con los recursos para pagar plenamente los servicios
- Las MYPE no pueden determinar eficazmente sus problemas empresariales.

De estas tres puntos señalados anteriormente, el mas resaltante es la limitada información, no permitiendo tanto a los demandantes de SDE como a los oferentes (proveedores) tener conocimiento de las condiciones en las cuales se puede desarrollar los SDE.

Esto es importante desde el punto de vista, que el sector publico, asigne mayores partidas presupuestarias para financiar la difusión de información sobre las características de los SDE y requisitos para acceder a ellos, la difusión de proveedores de SDE, todo tipo de información destinada guiar las decisiones de los microempresarios para acceder a los SDE.

3. ¿Cómo se puede alcanzar a tener altos números de MYPE que acceden a SDE? ¿Cuándo son relevantes los subsidios?

Las políticas públicas empleadas para mejorar el acceso a los SDE por parte de las MYPE, han sido y vienen siendo el subsidio, es decir, se aplican subsidios que permite a las MYPE acceder a servicios gratuitamente o en caso contrario el aporte del microempresario es muy bajo. Así en el caso del Perú, se viene aplicando el subsidio a través de los denominados "bonos", mediante el cual se busca alentar a los proveedores para servir a las MYPE, sin embargo la aplicación de mismo lleva a que se cuente con problemas latentes, tales como:

- Corrupción y politización de la distribución de bonos y registro de proveedores
- Inadecuada focalización en la entrega de bonos a las MYPE con mayores necesidades.

- Demora en los pagos de proveedores y poco conocimiento de las capacidades que tienen los proveedores para relacionarse con las MYPE.
- Sostenibilidad en el uso de los recursos para financiar los bonos.

Sin embargo, los subsidios a través de los bonos son relevantes, cuando han sido implementados con la finalidad de corregir fallas de mercado, una de las principales fallas de mercados señaladas anteriormente es referente a la información, es decir, el uso de bonos es relevante cuando tiene como estrategia proporcionar información y las subvenciones son “temporales” y enfocadas a las MYPE que no suelen utilizar los SDE, y de esta manera las relacionan con proveedores, llevando a un aumento de la demanda de SDE, que aliente o estimule al proveedor a desarrollar y mejorar sus servicios para el mercado de las MYPE, ya que esto permitirá de que a largo plazo, las MYPE al observar que su negocio ha mejorado, entonces continuaran accediendo a los servicios de desarrollo empresarial, pero con sus propios recursos, es decir seguirá trabajando con proveedores de SDE, sin la necesidad de seguir usando la subvención.

De la experiencia descrita acerca de los bonos en el Perú, se puede señalar que los proveedores han respondido a la utilización de los bonos, del mismo modo, las MYPE han hecho uso de los bonos, en algunos lugares o sectores con mayor intensidad que en otros, sin embargo como se muestra de los resultados de la encuesta, del total de comerciantes que han recibido SDE, sólo el 15% de ellos había utilizado los bonos para financiar los SDE recibidos, mientras que la mayoría (45%) lo financio de manera compartida con la institución que les brindo la capacitación (principalmente ONGs) o recibió de manera gratuita la capacitación, lo cual nos lleva una vez mas a señalar que la debilidad en la implementación de los bonos es la limitada promoción de los mismos. Con respecto al grupo que recibió de manera gratuita la capacitación, a través de instituciones privadas como Mi Banco por ejemplo, aunque bien, alienta a los microempresarios acceder a los SDE, se vuelve desde algún aspecto negativo debido a que el microempresario al recibir gratuitamente las capacitaciones no valora realmente lo aprendido, por lo cual no se incentiva a aplicarlo o muchas veces a querer pagar por dicho servicio mas adelante.

El distrito donde más comerciantes utilizaron los bonos para financiar la capacitación fue Villa El Salvador, lo cual se podría explicar por la existencia de un Centro de Desarrollo Empresarial

donde se distribuyen y promocionan los bonos, el mismo que se encuentra ubicado en el Parque Industrial de VES, es decir, se encuentra ubicado estratégicamente, como para que los microempresarios puedan conocer y acceder al uso de dichos bonos.

4 ¿Qué tipos de entidades deberían estar brindando SDE y cómo?

El mercado de SDE contiene una gama de proveedores, tales como proveedores individuales y proveedores institucionales, sin embargo por el lado de la oferta se muestra la siguiente problemática:

- Los Proveedores sirven a MYPE en áreas urbanas pero no en áreas rurales, esto se muestra incluso desde la promoción por parte del Estado del uso de bonos tan sólo en algunas regiones al interior del país o en algunos distritos de la ciudad de Lima.
- Proveedores que proporcionan los servicios adecuados, pero hay tan pocos proveedores, que los precios son altos y la espera es larga.
- Proveedores sin experiencia en gestión de negocios, ofreciendo una gama de servicios limitada.
- Falta de información de mercado de los proveedores acerca de las características del servicio que desean las MYPE.
- Falta de información de MYPE acerca de servicios disponibles y sus beneficios.

Por lo tanto lo que debería buscar es contrarrestar dicha problemática a través de un seguimiento y monitoreo en el caso de los proveedores que son financiados a través de los bonos, sobre la calidad de los SDE recibidos por las MYPE.

Para establecer que entidades deberían brindar SDE, primero se deberá mencionar cuales son las características o requisitos que deben cumplir, entonces comenzaremos por evaluar los objetivos de las instituciones, deben formular estrategias de desarrollo de SDE que generen impacto en las MYPE, para ello deberán ofrecer servicios basados en la demanda y que permita al microempresario corroborar que los servicios recibidos han generado valor inmediato a su negocio.

En términos generales los SDE ofrecidos por los proveedores debe ir enfocado a ayudar a las MYPE a obtener resultados y responder a la pregunta ¿cómo quieren las MYPE mejorar su actividad empresarial?, por lo cual es importante hacer hincapié una vez mas en la importancia que tiene realizar un diagnostico del grupo a capacitar y de su entorno con la finalidad de brindar capacitaciones acorde a sus necesidades.

5. ¿Cuál es el rol del sector público?

En el mercado de SDE, como en cualquier otro existe la oferta y la demanda. Entonces el Estado puede intervenir en ambas partes como impulsador de la demanda o de la oferta. En la siguiente tabla se muestra la problemática por el lado de la demanda y la oferta.

Tabla 1: Problemas identificados en el mercado de SDE

Problemas por el lado de la demanda	Problemas por el lado de la Oferta
Las MYPE carecen de información acerca de los servicios	Los proveedores carecen de información del mercado
Las MYPE no pueden determinar eficazmente sus problemas empresariales	Los proveedores carecen de destrezas empresariales o técnicas
Las MYPE carecen de capacidad para pagar los SDE	Los proveedores en su mayoría trabajan con subvenciones
Las MYPE no perciben el valor de los servicios	Los servicios carecen de las ventajas y las características que demandan las MYPE

Actualmente, interviene en la demanda a través de los bonos de capacitación y servicios y en la oferta a través del registro de proveedores de SDE, sin embargo esa intervención en la magnitud en la que se viene implementando es aun muy débil. Por una parte la promoción de los bonos es muy limitada.

Por tanto, hay potencialmente dos partes en las que el Estado interviene para desarrollar el mercado a través del Ministerio de Trabajo en coordinación con algunos Gobiernos Locales, sin embargo se muestra una falta de información por ambas partes, que conlleva a una debilidad para las MYPE de acceder a los servicios adecuados y pagar por dichos servicios así como por parte de los proveedores una debilidad para ofrecer sus servicios,

Por lo tanto el Estado debe jugar un rol promotor, al menos hasta que las MYPE se den cuenta del valor que tienen los SDE y puedan financiar solos dichos servicios, ya que en algunos casos hay muchos proveedores de SDE que ofrecen servicios que los empresarios no valoran y por lo tanto no estarán dispuestos a pagar, por lo cual el uso de dichos servicios a la larga no les generara ningún impacto en el negocio.

6. ¿Cómo medir el impacto de los SDE?

La última interrogante es como medir el impacto del uso de los SDE en las MYPE, Cada uno de las instituciones que desarrollan SDE, tiene diversas formas de medir el impacto de los servicios brindados, realizándose a través de la fijación de objetivos y de las metas a lograr.

Sin embargo las metas establecidas, se realiza acorde al tipo de SDE que proporciona la entidad. Por ejemplo, en el caso de la ONG Fovida, la estrategia utilizada por la ONG para medir el impacto de los servicios de Capacitación y Asesoría, estaba fijado en los resultados que consisten en un incremento de sus ventas, la revalorización de sus puestos, el incremento de su rentabilidad, incremento de clientes y opinión de los clientes acerca de la atención. A continuación se desarrollara el caso, de capacitación y asesoría a microempresarios del sector comercio de La Cooperativa de Servicios Especiales "Mercado América", ubicado en San Juan de Miraflores y los resultados obtenidos de los dos meses de asesoría y capacitación a los comerciantes.

CASO: "MERCADO AMERICA"

La Cooperativa de Servicios Especiales "Mercado América", esta integrado por 94 socios, de los cuales el 66% (62) son mujeres y el 34% (32) son varones, lo cual indica mayor presencia del género femenino en la composición de la fuerza laboral que viene atendiendo a los clientes y público en general.

Actualmente, en cuanto a la oferta comercial del mercado, aproximadamente el 48% de los socios trabaja en su puesto, el restante 52% lo alquila ó no lo ocupa, por ello se encuentran puestos vacíos o sin funcionamiento.

Mediante un Convenio realizado entre el Mercado América y Fovida, a través de las gestiones realizadas por el gremio de comerciantes de mercados de abastos de SJM, primero se desarrolla un diagnóstico del mercado, mediante la aplicación de encuestas a los clientes, comerciantes y conteo de clientes, para establecer las estrategias a implementar.

Adicionalmente se desarrolló 01 Programa de Capacitación en Gestión Empresarial, que contó con los siguientes módulos:

- a. Plan de Marketing
- b. Marketing
- c. Dirección y Liderazgo
- d. Finanzas

Estos talleres, contaron con la participación del 80% de los socios.

Sin embargo, con la finalidad de reforzar los conocimientos transferidos en el programa de capacitación, adicionalmente la ONG Fovida brindó asesoría personalizada a los comerciantes que después de haber recibido la capacitación tenían el interés de aplicar los conocimientos adquiridos, dicho grupo de asesoría, se implementó con 10 comerciantes (8 mujeres y 2 varones).

La asesoría consistía en:

- Entrega de material didáctico para el registro de sus ingresos y costos (Registro de venta del comerciante, Registro del comerciantes)
- La asesoría se realizaba tres veces por semana.
- Se les explicaba la importancia de conocer y registrar sus ingresos por ventas y costos (costos del negocio y costos de familia)
- Se les enseñaba a interpretar los resultados económicos de su negocio

Adicionalmente, se trabajaba con los directivos de la cooperativa, para establecer actividades de mejora en la atención al cliente, realizándose 03 principales actividades:

- El arreglo de la fachada (tarrajeo, lijado y pintado) con la realización de faenas con los comerciantes
- La realización de ofertas por campañas, haciendo uso de material publicitario.

- Mejora en la exhibición de los productos

Los resultados obtenidos en los dos primeros meses de trabajo fueron los siguientes:

- En Gestión Empresarial:

Marketing	- Campaña Escolar - Ofertas - Publicidad
Liderazgo	- Se ha fomentado el trabajo en conjunto. - Se ha delegado a comerciantes responsabilidades de las actividades del Plan de Marketing

En Gestión Financiera:

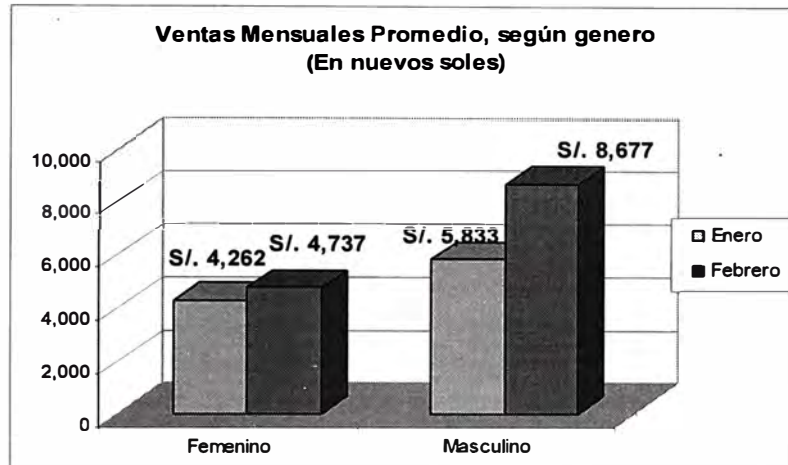
Ingresos	- Se han incrementado los ingresos de los comerciantes
Costos	- Los comerciantes han aprendido a reconocer los costos y a reducir aquellos costos innecesarios

Los niveles de ventas totales para los meses de enero y febrero fueron de S/. 45,760.40 Nuevos Soles y S/.55,251.70 Nuevos Soles respectivamente, mostrándose un incremento promedio de 10%. Este incremento en las ventas se puede explicar por las siguientes razones:

- El mes de febrero se presentó mejores condiciones para la actividad comercial respecto al mes de enero, por ser posterior a las festividades de fin de año.
- La inversión en la campaña escolar del presente año.
- La realización de ofertas realizadas individualmente (grupo asesorado)
- La implementación de actividades para mejorar la imagen del mercado.

Para el caso de comerciantes según sexo, se tuvo que los comerciantes varones obtuvieron en promedio ventas e ingresos por servicios por un monto promedio de S/. 5,832.50 y S/. 8,677.00 para los meses de enero y febrero respectivamente, muestran incremento en 24% (principalmente por el giro de abarrotes), mientras las comerciantes mujeres tuvieron ingresos por montos promedio de S/. 4,261.93 y S/. 4,737.21 nuevos soles para los meses de enero y febrero respectivamente, con un incremento de 6% con respecto al mes de enero, esto se explica porque dos de las comerciantes obtuvieron una disminución en sus ventas en 12% en promedio, mientras que las demás comerciantes muestran incrementos de hasta 26%, por lo que en el análisis grupal conlleva a obtener un incremento menor al de los hombres.

Gráfico 35: Cuadro Comparativo



Fuente: Registro Económico de los comerciantes (Ene – Feb 2007)

Entonces como se muestra en el caso anterior, el resultado utilizado por la ONG para medir su impacto se realizó a través del cálculo de incremento de ventas, dicho indicador de impacto se vuelve más real al ser evaluado mas meses, debido a la temporalidad de las ventas y también porque permite evaluar la sostenibilidad de la aplicación de la asesoría.

Por lo tanto los métodos utilizados por los proveedores o por el Estado para medir el impacto de los SDE deben ir enfocados a mostrar al propio microempresario las ventajas de haber recibido el servicio, es decir, reflejarles los beneficios y mejoras de su negocio.

CONCLUSIONES

La importancia en el desarrollo de las MYPE se sustenta en la relevancia que tiene este sector en la economía de nuestro país, si bien el Estado a través del Gobierno Central, Gobiernos Regionales y Locales, ha buscado prestarle una mayor atención al sector MYPE, aun las políticas o estrategias utilizadas han mostrado ser débiles para atacar realmente la problemática de dicho sector.

A nivel de los SDE, el rol del Estado como promotor de los SDE debe apuntar a tener como reto que a través de su intermediación, se promueva el uso de los bonos por las MYPE que realmente los necesiten y a la vez se brinde una oferta de servicios capaz de responder a las prioridades del sector MYPE y apoyarlas para resolver los problemas que más afectan su negocio.

Con respecto al sector comercio en Lima Sur, se observa que existe una alta predisposición por parte de los gremios de comerciantes por trabajar en coordinación con el Gobierno Local y promover el uso de los SDE, sin embargo aun no se ha entablado trabajos en conjunto hacia el sector, lo que ha llevado a que cada asociación de comerciantes o gremio distrital de comerciantes, realice la búsqueda de proveedores de SDE de manera independiente encontrando en algunos casos proveedores que les han brindado servicios acorde a sus necesidades, pero otras veces no han cumplido con esa función lo cual ha llevado a sus asociados o comerciantes a no creer en la utilización de dichos servicios, lo cual lo lleva a no

valorar los SDE y por ende no querer realizar pago alguno por el mismo u otros que puedan ofrecerles después.

Dentro de los SDE recibidos por los comerciantes del sector comercio, se tiene que el 100% de los encuestados ha recibido sólo capacitaciones, además el 57% aseguro que la capacitación recibida le había permitido mejorar sus ventas y la organización de su negocio, asimismo un 11% señalo que no había desarrollado lo aprendido, por lo tanto no había experimentado ningún cambio en su negocio, por lo tanto se deberá buscar contrarrestar dicho porcentaje con la finalidad de que el impacto sea cada vez mejor.

Asimismo los comerciantes del sector MYPE, destacan la importancia del Estado como promotor de los SDE, sin embargo argumentan que ambos (Estado y empresario) deben promover el uso de los SDE, ya que tanto al Estado como al propio dueño de negocio son los que se benefician con la mejora de los negocios

ANEXOS

ANEXO 1

METODOLOGÍA

Proceso Metodológico.- Permitirá conocer en forma inicial características de la demanda de los SDE por parte de los empresarios MYPE.

La entrevista será informal, sin que el entrevistado perciba que está proporcionando valiosa información.

Definición del público objetivo (unidad muestral).- El público objetivo son los microempresarios que cuentan con un puesto en los mercados de abasto ubicados en Lima Sur.

Distritos	Número de MYPE sector comercio
San Juan de Miraflores	11,261
Villa María	5,474
Villa El Salvador	9,452

Tamaño de la Muestra

Se determinó una muestra de 73 de acuerdo a la muestra estadística.

Formula:

$$n = \frac{Z^2(p \times q)}{E^2} = 73$$

Z = 1.96 (grado de confianza)

P = 95%

q = 5%

E = +- 5%

Factor de corrección para muestras finitas

$$n^* = \frac{n}{1 - \frac{n}{N}} = 73.19$$

n = 73

N = 26187 (Número de MYPE del sector comercio)

Distritos	Número de MYPE sector comercio a encuestar
San Juan de Miraflores	31
Villa María	15
Villa El Salvador	26

Instrumento.- El instrumento para el recojo de la información es un cuestionario compuesto por preguntas abiertas, cerradas y dicótomas (Ver anexo N° 2)

7. ¿Ha recibido SDE en?

Ventas
Tributación

Gestión Empresarial
Otros: _____

8. ¿Se encuentra satisfecho con el servicio recibido?

Muy Satisfecho
Poco Satisfecho

Satisfecho
Insatisfecho

9. El Servicio recibido le ha permitido:

Mejorar sus ventas
Reducir tus costos

Mejorar la organización de su negocio
Otros: _____

10. ¿Considera que la promoción de los SDE debe ser una función de:

Del Estado
De las propios negocios

De las ONGs
Otros: _____

11. ¿Por que no recibió los SDE?

Porque no lo considera importante

Porque considerándolo importante no cuenta con los recursos

Porque considerándolo importante y contando con los recursos, los precios son caros

Otros: _____

12. ¿Hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por un servicio de desarrollo empresarial?

Capacitación
Asistencia Técnica

Información
Asesoría y Consultoría

II. Para el caso de las capacitaciones

12. ¿Cuántas veces ha recibido capacitaciones?

Número de veces que recibió la capacitación

1 vez
Entre 2 y 4 veces
Mas de 5 veces

Duración por día y hora

13. De que organismo?

Consultora Especializada
Institución Técnica o
Universitaria

ONG
Otros: _____

13. Donde recibió la capacitación?

En su mercado
Municipio (Local)

Local del Proveedor
Otros

14. ¿Cómo calificaría el servicio recibido?

Barato e útil
Barato e inútil

Caro pero útil
Caro e inútil

ANEXO 3:
CAPACITACIONES IMPLEMENTADAS A COMERCIANTES
DEL MERCADO AMERICA – SAN JUAN DE MIRAFLORES

MODULOS	CONTENIDO	DÍAS
Finanzas	<u>Primera Sesión:</u> - Fijación de Precios de Venta <u>Segunda Sesión</u> - Costos <u>Tercera Sesión</u> - Registros Contables - Plan de Inversión Comercial - Créditos	3 días (2 horas x día)
Empresa y Marketing.	<u>Primera Sesión</u> - ¿Qué es una empresa y la función gerencial? - ¿Qué es el mercado? - ¿Qué es el Marketing y como se aplica? - La competencia <u>Segunda Sesión</u> - Los clientes <u>Tercera Sesión</u> - Caso practico	2 días (2 horas por día)
Plan de Marketing	<u>Primera Sesión</u> - ¿Qué es un Plan de Marketing? - ¿Para que sirve el Plan de Marketing? <u>Segunda Sesión</u> - Casos Prácticos	3 días (2 horas por día)
Dirección y Liderazgo.	<u>Primera Sesión</u> - Conceptos básicos de líder - Conceptos básicos de dirección de una empresa - La información - La comunicación <u>Segunda Sesión</u> - La motivación - Los conflictos - El trabajo en equipo	2 días (2 horas por día)

BIBLIOGRAFIA

- ❖ Angelelli, Pablo, Guaipatín, Carlos y Suaznabar, Claudia (2004), La colaboración público-privada en el apoyo a la pequeña empresa: siete estudios de caso en América Latina, Washington.
- ❖ Arroyo, Jorge y Michael Nebelung (2002) La Micro y Pequeña Empresa en América Central. Realidad, Mitos y Retos. San José y Guatemala.
- ❖ Cenpromype (2004) Los Mercados de Servicios de Desarrollo Empresarial y Proveedores Pioneros en América Centrai.
- ❖ Comité de Donantes para el Desarrollo de la Pequeña Empresa (2001), Servicios de Desarrollo Empresarial para pequeñas empresas: Principios rectores para la intervención de los donantes.
- ❖ García Juan Manuel y Hernández Manuel, (2001), Servicios de Desarrollo Empresarial y desempeño de las micro y pequeñas empresas en el Perú: El caso de confecciones y metal-mecánica.
- ❖ Goldmark, Lara (1996), Servicios de Desarrollo Empresarial: Un Esquema de Análisis, Unidad de Microempresa Departamento de Programas Sociales y Desarrollo Sostenible Banco Interamericano de Desarrollo.
- ❖ Ministerio de Economía de Guatemala (2005), "Caracterización Nacional de Oferentes de Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE)" Banco Interamericana de Desarrollo, Proyecto Relex de la Unión Europea.
- ❖ Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2005), Boletín de Economía Laboral N° 31, Características de la PEA ocupada en la micro y pequeña empresa en Lima Metropolitana, Programa de Estadísticas y Estudios Laborales, Lima.
- ❖ Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2005), Situación de la micro y pequeñas empresas en el Perú, PROMPYME, Lima.
- ❖ Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2006), Guía de auditoria de servicios de capacitación para las MYPEs.

- ❖ More, Raúl, Zevallos, Emma y Granados, Arturo (2003), Pequeño comercio y desarrollo económico social, EDAPROSPO, Lima – Perú.
- ❖ More, Raúl y Villanueva, Mirtha (2003), Identificación de Demandas y Desarrollo de Capacidades en el Pequeño Comercio, EDAPROSPO, Lima – Perú.
- ❖ Municipalidad de San Juan de Miraflores (2006), Plan Estratégico de Desarrollo Económico de San Juan de Miraflores al 2012, Lima – Perú.
- ❖ Municipalidad de Villa El Salvador (2006), Plan Estratégico en Desarrollo Económico de Villa El Salvador 2006 – 2021, Lima – Perú.
- ❖ Municipalidad de Villa Maria del Triunfo (2005), Plan Estratégico en Desarrollo Económico de Villa Maria del Triunfo, Lima – Perú.
- ❖ Organización Internacional del Trabajo (2003), El desarrollo de mercados comerciales para los Servicios de Desarrollo Empresarial, Turín – Italia.
- ❖ Preinversión (2005), MYPEqueña empresa crece Guía para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, Lima.
- ❖ Rivero León, Rocio y Rivero H, José (1993), Capacitación en pequeños negocios, Educación de adultos en América Latina. Desafíos de la equidad y la modernización, TAREA.
- ❖ Rottenschweiler, Sergio y Schneider, Gabriel (2004), Problemas de Información en el Mercado de Servicios de Desarrollo Empresarial para las MIPyMEs – Servicios Internacionales de Consultoría para el Desarrollo.
- ❖ Sierra Contreras Juan, Sato Kuroda Enrique, Quiroz Vera Eduardo (2004), Las Pyme y los Servicios de Desarrollo Empresarial - Avances de Investigación – Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (Universidad Nacional de Ingeniería).