

Revista

PROMpyme

La voz de los micro y pequeños empresarios del Perú

Edición N.º 1 — agosto de 2026



PRIMERA VICEPRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

PROMpyme

Renace PROMpyme

Creada en 1997. Vuelve en 2026 para impulsar a las MYPE.

La presidenta Keiko Fujimori prioriza a las MYPE

Menos trabas y más oportunidades para crecer.



Mercados para crecer

Más exportaciones, más ingresos y más empleo para las MYPE.



Tecnología para las MYPE

Innovación y digitalización para ser más competitivos.



La voz de las regiones

Historias de emprendedores que impulsan el desarrollo del país.



MAJESTIC
MICAL
— HOTEL —

Tu mejor estadía en *Yurimaguas*

Confort, prestigio y atención.



Ubicación
ideal



Habitaciones
confortables



Atención
de calidad



Restaurante



RESERVA HOY

Vive la experiencia
Majestic Mical.



www.majesticmicalhotel.com



majesticmicalhotel@gmail.com



+51 65 760664



Cel. 968 494 494



Calle Alcibiades Malapi Nro. 104



INFORME CENTRAL

20-21

MYPE, prioridad nacional



INFORME

28-29

La ONU y las MYPE



ANÁLISIS

26-27

El reto tecnológico de las MYPE



DIÁLOGO

32-33

Las MYPE toman la palabra



MEMORIA PROMPYME

34-35

La historia de PROMpyme



MOTOR REGIONAL

16

Ruta Tarapoto-Panamá

DIRECTORIO DE LA REVISTA

PROMpyme

Revista PROMpyme

Año 1 — Edición N.º 1 — agosto de 2026

DIRECTOR

Aquilino Huaytalla Chipana

EDITOR GENERAL

Rafael Sifuentes García

EMPRESA EDITORA

Radio TV Digital Tarapoto S.A.C.S.

GERENTE GENERAL

Caleb Ríos Vargas

HECHO EL DEPÓSITO LEGAL EN LA BIBLIOTECA NACIONAL DEL PERÚ

N.º 2026-08768

OFICINA

Jr. Pro. Alerta N.º 467, Tarapoto, San Martín

CONTACTO

971 271 760

prompyme1@gmail.com

www.prompyme.com



Aquilino Huaytalla Chipana
Director

Impulsando el futuro de las Mipymes

Las Mipymes somos los motores productivos del país, generamos empleo, impulsamos la economía y representamos la esperanza de miles de emprendedores que trabajan cada día por construir un futuro mejor para sus familias y para el Perú. Somos el pilar del desarrollo nacional.

El nuevo gobierno de Keiko propone oficialmente reactivar PROMpyme y la verdad esta propuesta los empresarios emprendedores las Mipymes saludan y damos la Bienvenida, porque es una iniciativa muy buena para el sector de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa las Mipymes, ahora queda elaborar un Plan a: corto, mediano y a largo plazo, para una política NACIONAL de EMPLEO.

Y la visión debe ser evaluar a las Mipymes no por encima sino a PROFUNDIDAD y cualquier estrategia tiene que estar alineado al modelo de desarrollo sostenible.

Busquemos la integración de empresas grandes con pequeños, para el trabajo de SubContrata y Consorcios.

Y valgan la verdad PROMpyme fue creado en los años 1995 en adelante en su gestión del Ing. Ricardo Márquez Flores cuando fue Primer Vicepresidente de la República, en donde funcionó muy exitosamente reconocido por los mismos Mipymes del sector y a nivel nacional.

En esos años no existía una sola organización nacional que los represente ante el gobierno central y se trabajo bajo “Tres Ejes Estratégicos: representación (Congreso Nacional); Consolidación Local, Regional, Nacional y la Promoción del Desarrollo Empresarial”.

Desde el año 2000 en adelante el gobierno de Alejandro Toledo le quita este beneficio de las Mipymes y hasta hoy en día en total abandono por los gobiernos de turno.

Las Mipymes con urgencia necesitaban está decisión política del actual gobierno de KEIKO para que funcione la verdadera ALIANZA con el sector privado los empresarios emprendedores.

Se necesita con urgencia la renovación de maquinarias de punta de mediana ha alta tecnología, Las innovaciones tecnológicas avanzan (IA) y este sector de Mipymes necesitan con urgencia actualizar bajo un programa nacional full capacitación.

PROMpyme, buscamos emprendedores con ideas audaces y con gran impacto.

Aquilino Huaytalla
Chipana
Director

Cofundador de PROMpyme

Las MYPE sostienen gran parte de la economía y el empleo del Perú



99,2 %
de las empresas formales son MYPE

2,3 millones
de MYPE formales operan en el país

93,8 %
del total empresarial corresponde a microempresas



Las micro y pequeñas empresas sostienen buena parte de la actividad cotidiana del Perú. Están presentes en el comercio, los servicios, la manufactura, el transporte, la agricultura y una amplia

red de negocios familiares que conecta barrios, ciudades y mercados.

Su enorme participación en el tejido empresarial contrasta con las limitaciones que todavía

frenan su crecimiento. El acceso al crédito, la productividad, la capacitación, la transformación digital y la formalización continúan siendo retos decisivos para fortalecer su desarrollo.

MYPE transforman regiones en todo el Perú y logran crecimiento

En todas las regiones del Perú, las MYPE no solo movilizan la economía nacional: también siembran entusiasmo, esfuerzo y esperanza.



70 %
del empleo en el país.



25
regiones del Perú.



40 %
del PBI nacional.

Licencia 0: la promesa para abrir una MYPE sin trabas



La “Licencia 0” forma parte del plan de Fuerza Popular para facilitar la creación y formalización de nuevas micro y pequeñas empresas. La propuesta busca eliminar costos y procedimientos innecesarios que retrasan el inicio de una actividad económica.

El mecanismo permitiría abrir un negocio con RUC y declaración jurada. Una ventanilla digital conectaría a la SUNAT, Sunarp, Indecopi y municipalidades para evitar trámites repetidos.

Una implementación

Fuerza Popular plantea que los emprendedores puedan iniciar un negocio formal con RUC y declaración jurada, mediante trámites digitales, menores costos y una atención pública más rápida.

podría reducir trámites y costos, impulsar la formalización y ampliar el acceso de las MYPE al crédito, capacitación, compras públicas y mercados; para lograrlo, se necesitarán instituciones coordinadas, reglas claras, plataformas y atención en todas las regiones.

TikTok convierte la creatividad de las MYPE en nuevas ventas



Los videos breves y las transmisiones en vivo permiten mostrar productos, captar clientes y convertir la visibilidad en oportunidades comerciales.

TikTok se ha convertido en una vitrina digital para las micro y pequeñas empresas. La MYPE muestra sus productos mediante videos breves y directos.

TikTok alcanzó a 24,4 millones de usuarios en el Perú a inicios de 2025. Además, el 34 % de jóvenes de 18 a 27 años compra desde redes sociales.

MYPE exigen una SUNAT que eduque antes de sancionar

Los emprendedores reclaman reglas claras, orientación oportuna y acompañamiento preventivo antes de recibir multas que pueden poner en riesgo la continuidad de sus negocios.



Las micro y pequeñas empresas demandan que la administración tributaria refuerce su rol educativo y preventivo. Para muchos emprendedores, cumplir con sus obligaciones fiscales sigue siendo un proceso complejo por los cambios normativos, el lenguaje

técnico y la falta de asesoría cercana.

Representantes del sector sostienen que una SUNAT orientadora debe explicar con claridad los procedimientos, advertir errores y otorgar plazos razonables para corregirlos antes de aplicar sanciones.

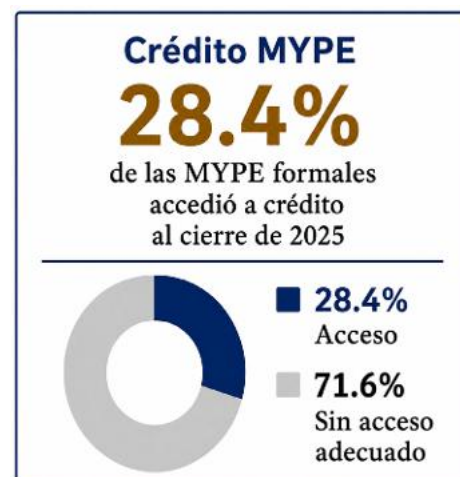
Esta atención resulta especialmente importante para los negocios que recién ingresan a la formalidad.

Las multas, los intereses y los cierres temporales pueden comprometer el capital de trabajo de una MYPE.

El crédito formal sigue fuera del alcance de las MYPE.

El acceso al financiamiento sigue siendo una de las principales barreras para las micro y pequeñas empresas. Muchos negocios formales no logran obtener préstamos en condiciones adecuadas por la falta de garantías, el reducido historial crediticio y las altas tasas de interés.

Esta situación limita la compra de maquinaria, la incorporación de tecnología y la ampliación de los locales. También obliga a numerosos emprendedores a recurrir a ahorros familiares o a créditos informales, que suelen tener mayores costos y riesgos.



EXPERTOS EN
ESTUDIOS TÉCNICOS
Y SUPERVISIÓN
DE PROYECTOS

Ingeniería que convierte ideas en obras.

Estudios técnicos, expedientes y supervisión
para proyectos seguros y viables.


CONSTRUCTORA
SALEM EIRL

Especialistas en estudios técnicos
y supervisión de proyectos

NUESTROS SERVICIOS



Perfiles y
expedientes
técnicos



Supervisión
de obras



Asesoría y
formulación
de proyectos



ATENCIÓN PROFESIONAL
CON **ALCANCE NACIONAL**



Solicita una evaluación para tu proyecto

WhatsApp: 958 585 446



DESDE **TARAPOTO**
COMPROMETIDOS CON
TU PROYECTO

Canva: una solución de diseño para MYPE con bajo presupuesto

La versión gratuita de Canva permite crear piezas visuales básicas y mantener una imagen ordenada cuando el negocio no puede pagar a un diseñador profesional.



Beneficios para la MYPE

- Reduce costos
- Ahorra tiempo
- Ordena la imagen
- Facilita promociones
- Reutiliza diseños

La plataforma permite crear publicaciones para redes sociales, catálogos, promociones, presentaciones, afiches y tarjetas mediante plantillas prediseñadas. Estas pueden adaptarse con fotografías, colores, logotipos,

tipografías y textos propios del negocio.

La MYPE puede reutilizar un diseño, cambiar precios, actualizar productos y preparar promociones sin empezar desde cero,

gracias a plantillas fáciles de editar, adaptar y compartir. Además, una mejor presentación puede atraer más clientes y aumentar las ventas.

Web: www.canva.com

¿Cómo crear una pieza visual efectiva en Canva para promocionar una MYPE?

Definir el objetivo, elegir una plantilla adecuada y mantener una identidad visual clara mejora el resultado de cada publicación.



El primer paso es definir qué se quiere comunicar y a quién se dirige la pieza. Luego se debe elegir una plantilla acorde con el mensaje y reemplazar sus elementos por fotografías, colores,

logotipos y textos propios del negocio.

Organiza bien toda la información, usa pocas tipografías y revisa siempre cuidadosamente la ortografía.

La IA transforma y fortalece las MYPE

Atiende, asesora y vende más con inteligencia artificial aplicada a tu negocio.



Entrar al mundo de la inteligencia artificial ya no es una opción lejana: es una necesidad para competir en

una economía globalizada. Estas herramientas permiten atender consultas, crear contenidos, ordenar información, automatizar

tareas y apoyar cada etapa de la venta.

Empezar ahora evita quedarse atrás.



La IA convierte datos en decisiones acertadas en segundos

Analizar ventas, inventarios y comportamiento del cliente permite reducir riesgos y detectar nuevas oportunidades de negocio.



Las decisiones empresariales ya no dependen solo de la intuición. La IA permite reunir información de ventas, gastos, inventarios y

atención al cliente para identificar patrones y actuar con mayor precisión.

Información que suma, éxito seguro.

Japón usa la inteligencia artificial para producir más riqueza

Automatización, datos y robots inteligentes están impulsando la productividad, la calidad y la innovación en las empresas japonesas.



Japón ha convertido la inteligencia artificial en una aliada clave para producir más valor con menos recursos.

Las empresas aplican IA para predecir fallas, optimizar la producción, mejorar la calidad y adaptar

los productos a lo que realmente necesita el cliente.

Japón genera más venta y bienestar.

Resultados en Japón



+30 %
más productividad industrial



-25 %
menos fallas en maquinaria



+20 %
más valor agregado en exportaciones

Eficiencia que genera bienestar

Innovar con IA permite ofrecer mejores productos,

En Japón, el 73,7 % de las empresas ya impulsa su transformación digital y cerca del 20 % utiliza inteligencia artificial. La tecnología mejora procesos, eleva la productividad y convierte la innovación en crecimiento y bienestar. Japón capacita a sus pymes en IA.



El crédito agrario debe seguir el mapa productivo del Perú

Frente al fenómeno de El Niño, el financiamiento para los pequeños productores debe ajustarse a los cultivos, calendarios y riesgos de cada región.



El nuevo ministro de Desarrollo Agrario y Riego, Marco Vinelli, deberá promover créditos adaptados a cada territorio. El agro peruano tiene cultivos, ciclos productivos y riesgos climáticos distintos; por ello, el financiamiento debe basarse en un mapa que identifique qué produce cada región y qué amenazas enfrenta.

La costa norte concentra arroz, limón, mango y banano; la costa central y sur destaca en uva, palta, arándano, espárrago, aceituna y cebolla. En la sierra predominan papa, quinua, maíz, café, cacao y ganadería; mientras la selva sobresale en café, cacao, arroz, palma aceitera, plátano, yuca y frutas amazónicas. Esta diversidad exige plazos, periodos

Peso del pequeño

agro

97.6%

de las unidades agropecuarias del país corresponden a la agricultura familiar

Base productiva vinculada a pequeños productores rurales.

Europa impulsa crédito verde para las MYPE de América Latina

El programa TIF II, ejecutado por COFIDES, ofrece una garantía de hasta 50 millones de euros para movilizar inversión hacia negocios sostenibles.

La Unión Europea activó el programa Triple Bottom Line Inclusive Finance II (TIF II) para ampliar el acceso al financiamiento de micro, pequeñas y medianas empresas de América Latina y el Caribe. La iniciativa busca reducir el riesgo de las operaciones y atraer más capital privado hacia negocios con impacto económico, social y ambiental.

El apoyo no llegará de forma directa a cada empresa, sino a través

de COFIDES, fondos e intermediarios financieros que canalizarán recursos a proyectos elegibles. Los préstamos y la inversión priorizarán agricultura sostenible, energías renovables, eficiencia energética, economía circular y mejor uso del agua y los materiales.

El programa incluye hasta 3,5 millones de euros en asistencia técnica para preparar proyectos, mejorar la gestión y facilitar inversiones sostenibles y financiamiento para MYPE.



LACIF complementa la inversión sostenible en la región

La Facilidad de Inversión para América Latina y el Caribe combina recursos europeos con bancos de desarrollo para ampliar el crédito productivo.

El TIF II forma parte de una estrategia más amplia de la Unión Europea para impulsar la inversión sostenible en América Latina y el Caribe. Dentro de ese marco destaca LACIF, mecanismo que

mezcla aportes europeos con préstamos, garantías e inversiones de bancos de desarrollo.

LACIF aporta 856 millones de euros para movilizar cerca de 20.000

millones en proyectos sostenibles. Para las MYPE, este respaldo puede facilitar crédito, tecnología, nuevos mercados y mayor resiliencia climática y productiva.

Revista

PROMpyme

La voz de los micro y pequeños empresarios del Perú

PROMPYME RENACE

para impulsar
al Perú que produce

Una nueva plataforma para
visibilizar, conectar y fortalecer
a las micro y pequeñas
empresas del país.



MERCADOS
Y OPORTUNIDADES



TECNOLOGÍA
E INNOVACIÓN



FINANCIAMIENTO
Y GESTIÓN



REGIONES QUE
IMPULSAN AL PERÚ

LA VOZ DE QUIENES EMPRENDEN,
PRODUCEN Y GENERAN EMPLEO.

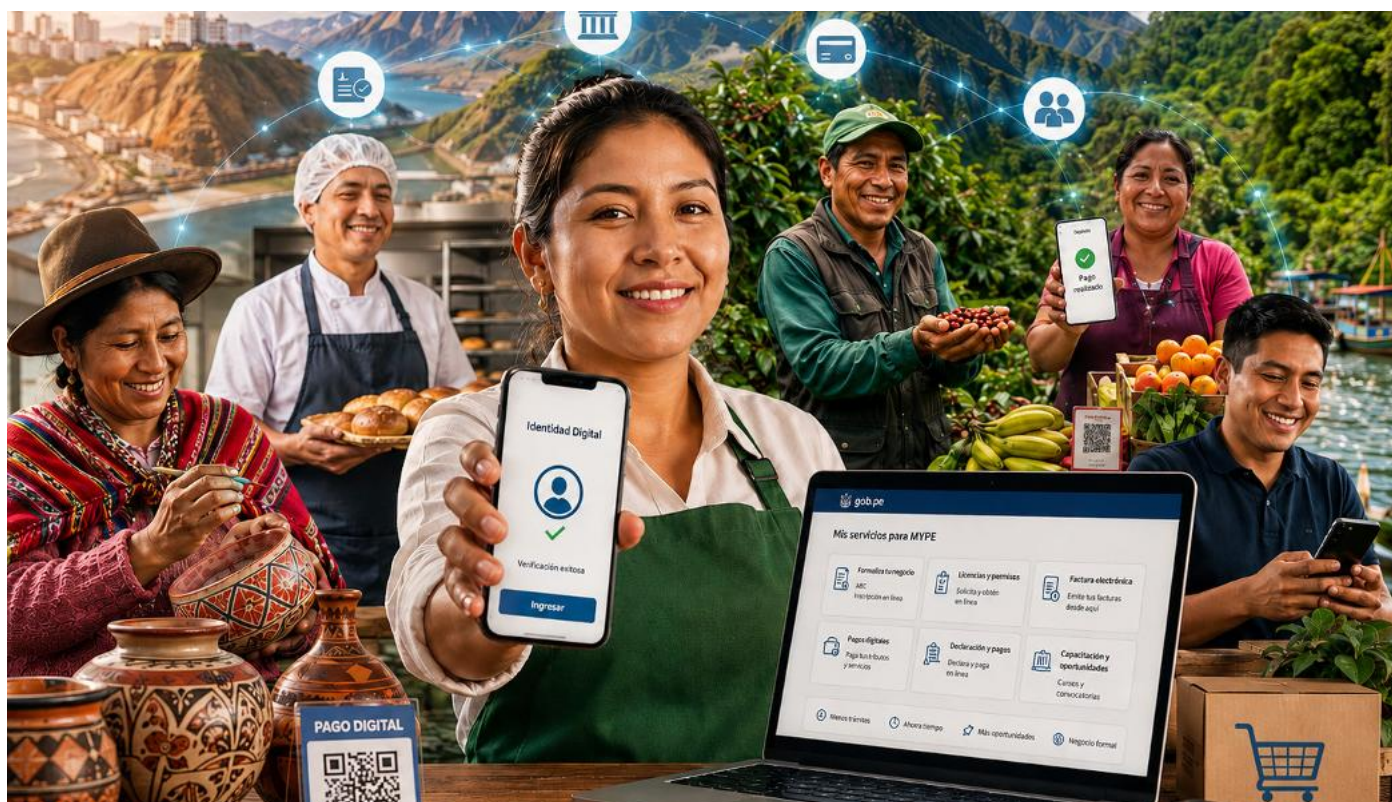


ANUNCIA EN PROMPYME

CONECTA TU MARCA CON EL MOTOR
EMPRESARIAL DEL PERÚ

Identidad digital e IA deben reducir barreras para las MYPE

El Gobierno de Fujimori anunció una Autoridad Nacional Digital para simplificar trámites, reducir costos y facilitar la formalización empresarial.



El Gobierno anunció una transformación digital del Estado basada en identidad digital, sistemas integrados e inteligencia artificial. La propuesta busca simplificar procedimientos y evitar que ciudadanos y empresas presenten repetidamente información que ya obra en poder de las entidades públicas.

Para las MYPE, el impacto puede ser directo. Menos trámites presenciales

significa reducir horas de espera, traslados, impresiones y pagos a intermediarios. También puede facilitar la apertura de negocios, la obtención de licencias, el cumplimiento tributario, la formalización de trabajadores y el acceso a programas estatales.

La Autoridad Nacional Digital deberá conectar plataformas de municipalidades, registros públicos, organismos tributarios y entidades

de apoyo empresarial y permitir que las MYPE reutilicen sus datos sin repetir trámites ni acudir a varias oficinas.

La inteligencia artificial puede agilizar solicitudes y orientar al usuario, pero las decisiones sensibles deben mantener supervisión humana y protección de datos. Para las MYPE, el beneficio dependerá de la capacitación constante, la simplificación de trámites y la reducción de costos.

Tarapoto–Panamá: la ruta que el Gobierno debe impulsar

La internacionalización del aeropuerto de Tarapoto permitiría impulsar un vuelo directo de solo 2 h 40 min hacia Panamá, centro estratégico de conexiones para ampliar el turismo, las exportaciones y la inversión de las MYPE de San Martín.



San Martín reúne más de 56.000 empresas, equivalentes al 18 % del tejido empresarial amazónico, y el 96,1 % son microempresas. En 2025 exportó US\$ 583 millones, 77 % más que el año anterior, principalmente por cacao, café y aceite de palma.

La internacionalización del aeropuerto de Tarapoto abre la posibilidad de evaluar una ruta directa hacia Panamá. El aeropuerto de Tocumen funciona como centro de conexiones hacia más de 80 ciudades de América y Europa, lo que permitiría enlazar San Martín con Estados Unidos, Canadá, México, Centroamérica, el Caribe y otros mercados sudamericanos sin pasar por Lima.

Para las MYPE regionales, esta conexión podría ampliar el acceso a compradores, inversionistas y turistas, además de favorecer negocios vinculados con agroindustria, hotelería, logística, tecnología, alimentos amazónicos, café, cacao y servicios.



SAN MARTÍN EN CIFRAS	
56.000+ empresas	18 % del tejido empresarial amazónico
96,1 % microempresas	US\$ 583 millones exportados en 2025
77 % de crecimiento exportador	26 cadenas productivas priorizadas
S/ 12 millones mediante PROCOMPITE	41 asociaciones y más de 700 productores
1,15 millones de visitantes	31 asociaciones apícolas
US\$ 1.226 millones en	Tocumen: más de 80 ciudades

El ingenio MYPE al valor agregado

Como señaló la presidenta Fujimori, las MYPE no piden privilegios: necesitan que el Estado elimine obstáculos y las ayude a crecer, producir, innovar y exportar.

Las MYPE peruanas están creando productos que sorprenden al mercado. No se limitan a vender materias primas. Transforman sabores, recetas y recursos regionales en nuevas propuestas comerciales.

En Piura, el chifle tradicional adquirió sabor a ceviche. También existen variedades con leche de tigre, pollo a la brasa y chorizo. El producto es conocido, pero la innovación cambia la experiencia del consumidor.

En San Martín nació el Chocojuane. Este producto combina cacao con aguaje, cocona, majambo, maracuyá y ají charapita. Su presentación utiliza hojas de bijao deshidratadas. La tradición se convierte así en un producto con potencial



Chifles sabor a ceviche



Chocojuane de San Martín



comercial.

El ají charapita ofrece otra oportunidad. Su aroma, picor y origen amazónico permiten utilizarlo en salsas, condimentos, aceites y mezclas gourmet. Su potencial existe, pero debe respaldarse con producción constante, trazabilidad y promoción comercial.

El paiche también dejó de venderse solo como pescado fresco. En Loreto se transforma en hamburguesas, nuggets y chorizos. Estas presentaciones facilitan su consumo y amplían sus posibilidades de venta.

En Madre de Dios, el copoazú se convierte en chocolate blanco, harina, manteca, snacks y vino. El macambo se vende como snack. El camu camu llega como

polvo y bebida. El aguaje se incorpora en alimentos, aceites y cosméticos.

Esta creatividad ya genera oportunidades comerciales. En la Expoamazónica 2025, más de 60 MYPE alcanzaron negociaciones superiores a S/ 19 millones con productos derivados de la biodiversidad.

Pero una idea innovadora no basta para exportar. La empresa necesita registro sanitario, calidad uniforme, trazabilidad y capacidad de producción.

El gobierno de Fujimori debe eliminar esas barreras. Debe facilitar créditos, plantas de procesamiento, laboratorios regionales y apoyo técnico para que más MYPE exporten.

Estados Unidos demanda productos peruanos

Café, cacao, snacks, textiles, artesanía y muebles figuran entre los productos peruanos con mayor potencial para ingresar y crecer en el mercado estadounidense.



Estados Unidos es uno de los principales mercados para el Perú. En 2025, las exportaciones peruanas hacia ese país superaron los US\$ 10.000 millones.

Las mayores oportunidades para las MYPE están en productos transformados y diferenciados. El mercado estadounidense valora la calidad, el diseño, el origen, la trazabilidad y el cumplimiento comercial.

Los rubros con mayor potencial son el café de especialidad, cacao y chocolate, snacks y frutas procesadas. También destacan salsas, condimentos, prendas de algodón, accesorios de alpaca, muebles y artesanías.

Las MYPE representaron el 65 % de las empresas exportadoras entre enero y mayo de 2025, pero concentraron solo el 5 % del valor exportado. Muchas participan en el comercio

exterior, aunque todavía con envíos pequeños.

En textiles, el 83 % de las empresas exportadoras fueron mipymes, mientras Estados Unidos recibió alrededor del 50 % de los envíos del sector.

En artesanía, Estados Unidos concentró el 60,6 % de las exportaciones peruanas entre enero y julio de 2025. Este mercado exige identidad cultural y calidad.

Estados Unidos ofrece oportunidades reales, pero las MYPE necesitan calidad, innovación, financiamiento y acompañamiento para convertir su producción en exportaciones.

China abre oportunidades para las MYPE peruanas

China concentra el 35 % de las exportaciones peruanas. Para las MYPE, el mayor espacio está en frutas, alimentos procesados, pota y productos con valor agregado.

China es uno de los principales destinos de las exportaciones peruanas. En 2025, los envíos hacia ese mercado alcanzaron US\$ 33 400 millones. Sin embargo, gran parte del intercambio continúa concentrada en minerales y materias primas. El desafío para las MYPE es participar con productos transformados y mayor valor agregado.

Las oportunidades se encuentran en frutas frescas y congeladas, alimentos procesados, pota, café, cacao, textiles y artículos de alpaca. Para competir, las empresas deben cumplir requisitos sanitarios, mejorar el embalaje, garantizar la trazabilidad y atender los pedidos dentro de los plazos acordados.

El puerto de Chancay fortalece la conexión comercial con Asia. Entre enero y setiembre de 2025, el Perú exportó productos agropecuarios a China

por US\$ 338 millones. El 62 % de esos envíos salió por este terminal, facilitando el acceso de las regiones productoras al mercado asiático.

Para los pedidos pequeños, Exporta Fácil permite realizar envíos comerciales mediante Serpost por un valor máximo de US\$ 7 500 y hasta 30 kilogramos por envío. Este mecanismo facilita el inicio de las exportaciones sin recurrir inmediatamente a operaciones logísticas de mayor escala.

Exporta Fácil debe mejorar con tarifas competitivas, entregas más rápidas, seguimiento confiable y orientación permanente en las regiones. También necesita ampliar sus puntos de atención y acompañar a las MYPE en embalaje, etiquetado, documentación y requisitos sanitarios.

Principales productos

-  **Frutas frescas**
arándanos, uvas, paltas y mandarinas
-  **Frutas congeladas**
mango, arándano y palta
-  **Pota procesada**
+758 %
-  **Café y cacao**
alto valor agregado
-  **Alpaca**
nicho premium

Cifras clave

-  **35 %**
de las exportaciones peruanas fueron a China
-  **6 772**
mipymes exportaron en 2024
-  **US\$ 3 300 millones**
valor exportado por mipymes en 2024
-  **US\$ 338 millones**
exportaciones agropecuarias a China, ene-set 2025
-  **+758 %**
crecimiento de la pota

China puede convertirse en un gran mercado para las MYPE si cuentan con calidad, organización, logística competitiva y un Exporta Fácil más eficiente.



Fujimori declara a las MYPE prioridad nacional

La presidenta anunció que durante sus primeros cien días reactivará PROMpyme, ampliará el crédito mediante COFIDE, fortalecerá Compras MYPERú e impulsará el factoring. El reto será convertir estos compromisos en medidas concretas que lleguen a los pequeños negocios de todas las regiones.

Keiko Fujimori declaró que las micro y pequeñas empresas serán una prioridad nacional porque representan la mayoría de los negocios del país y sostienen a millones de familias peruanas con esfuerzo diario.

Esta decisión deberá traducirse en una política permanente que articule financiamiento, formalización, productividad, tecnología y acceso a mercados. Sin presupuesto, metas verificables y coordinación institucional, la prioridad podría quedarse solo en el discurso político sin resultados concretos.

Reactivación de PROMpyme

La presidenta anunció que PROMpyme será reactivada durante los primeros cien días de gobierno para atender demandas históricas.

La institución deberá contar con funciones claras, presupuesto, presencia regional y capacidad para coordinar políticas de crédito, formalización, capacitación y acceso a mercados. Reactivarla no debe limitarse a recuperar su nombre, sino a convertirla en una herramienta efectiva para el desarrollo de las

MYPE en todo el país.

Menos trabas para emprender

El Gobierno anunció una desregulación profunda y herramientas digitales para facilitar la apertura de negocios y la realización de trámites en todas las regiones.

Las MYPE necesitan requisitos claros, trámites breves y servicios accesibles. Digitalizar no bastará si continúan los mismos pasos y autorizaciones: la reforma debe eliminar barreras que consumen tiempo y recursos.

Convertir a las MYPE en prioridad exige instituciones fuertes, menos burocracia y resultados concretos que lleguen oportunamente a cada región del país.

Crédito, compras públicas y liquidez para impulsar el crecimiento de las MYPE

El Gobierno anunció mayor acceso al crédito mediante COFIDE, el fortalecimiento de Compras MYPERú, el impulso al factoring y un bono compensatorio por el aumento de la remuneración mínima. El reto será que estos instrumentos lleguen con rapidez, condiciones accesibles, alcance nacional y atención diferenciada a los pequeños negocios de la costa, sierra y selva.



COSTA



SIERRA



SELVA

Crédito mediante COFIDE

La presidenta anunció que ampliará el acceso al crédito para las micro y pequeñas empresas mediante COFIDE.

Las MYPE necesitan financiamiento con tasas razonables, garantías accesibles y plazos vinculados con sus ciclos productivos. La medida funcionará si los recursos

llegan a los pequeños negocios y no se concentran en empresas con mayor respaldo financiero.

Factoring para obtener liquidez

El Gobierno también anunció que impulsará el factoring como una alternativa para adelantar el cobro de las facturas.

Las MYPE necesitan liquidez para comprar insumos, pagar salarios y mantener la producción mientras esperan el pago de sus ventas. El factoring será útil si ofrece costos transparentes, procedimientos sencillos, acceso rápido y condiciones adecuadas para los negocios con menor respaldo financiero.

El financiamiento será efectivo cuando llegue con tasas accesibles, pagos oportunos, trámites simples y condiciones adaptadas a la realidad productiva de cada MYPE del país.

Empleo, compras y protección para las MYPE del Perú

El Gobierno anunció un bono compensatorio ante el aumento de la remuneración mínima, compras públicas de kits escolares producidos por microempresas y asistencia financiera y técnica para agricultores afectados por el fenómeno El Niño. El reto será convertir estas medidas en apoyo oportuno, transparente y accesible.



Bono ante el aumento salarial

El Gobierno anunció que el incremento de la remuneración mínima a S/ 1.300 estará acompañado de un bono compensatorio por única vez para las micro y pequeñas empresas.

Las MYPE necesitan apoyo para afrontar el mayor costo laboral sin reducir puestos de trabajo ni retroceder

en la formalización. El bono deberá entregarse mediante un mecanismo rápido, requisitos sencillos y prioridad para los negocios con menor capacidad financiera.

Compras para kits escolares

La presidenta anunció que la provisión de mochilas, chompas y materiales educativos para las escuelas públicas será impulsada mediante una política de compra a microempresas.

Las MYPE necesitan convocatorias transparentes, pedidos planificados, especificaciones claras y pagos oportunos. La compra pública puede generar mercado y empleo, pero perderá impacto si los procesos se concentran en pocos proveedores o si el Estado demora en pagar.

Asistencia frente al fenómeno El Niño para los agricultores afectados por los eventos climáticos.

Proteger a las MYPE exige apoyar el empleo, abrir mercados públicos y responder con rapidez ante las emergencias que amenazan su producción.

Compras a MYPERú: una puerta para venderle al Estado

El programa permite que las micro y pequeñas empresas atiendan pedidos de entidades públicas, pero exige formalidad, capacidad productiva, calidad, documentación completa y cumplimiento de plazos.

Compras a MYPERú conecta la demanda del Estado con la capacidad productiva de las micro y pequeñas empresas. Mediante convocatorias específicas, las MYPE pueden fabricar o proveer bienes requeridos por entidades públicas.

El proceso comienza con una convocatoria. La empresa revisa los requisitos, reúne la documentación y presenta

su postulación. Luego se evalúan su formalidad, experiencia, capacidad productiva, calidad y cumplimiento de plazos.

Si resulta seleccionada, debe producir o abastecer los bienes según las especificaciones técnicas. La entrega debe realizarse dentro del plazo y con la calidad comprometida. El incumplimiento puede generar observaciones, penalidades o pérdida de oportunidades.

Participar exige orden administrativo. La empresa debe mantener su RUC activo, emitir comprobantes, calcular costos, asegurar insumos y organizar el tiempo de producción.

Compras a MYPERú impulsa la producción nacional mediante compras de bienes determinados. Las entidades deben garantizar procesos transparentes y pagos oportunos.



AQUÍ COMIENZA LA GRANDEZA DEL PERÚ

EN CADA MYPE NACE EMPLEO,
INNOVACIÓN Y FUTURO.

ORGULLOSAMENTE MYPE.
ORGULLOSAMENTE PERÚ.



Revista

PROMpyme

La voz de los micro y pequeños empresarios del Perú

Ser MYPE en el Perú: emprender, formalizarse y crecer

Emprender con recursos limitados, generar empleo y sostener a una familia mientras se enfrentan crédito caro, informalidad, trámites y mercados difíciles. Ser MYPE también implica elegir correctamente el régimen tributario, emitir comprobantes y cumplir obligaciones para crecer con mayor seguridad.



Ser MYPE en el Perú significa convertir una idea, un oficio o una necesidad en una fuente de ingresos. Detrás de cada pequeño negocio hay esfuerzo, riesgo, capital limitado y familias que dependen de sus ventas.

Las MYPE producen, comercializan y prestan

servicios en todo el país. Generan empleo y dinamizan los mercados locales, pero enfrentan crédito caro, informalidad, baja productividad, trámites y dificultades para llegar a clientes más grandes.

Formalizarse permite emitir comprobantes, vender a otras empresas

y participar en compras públicas. Sin embargo, ser MYPE no significa pertenecer automáticamente al Régimen MYPE Tributario. El régimen de SUNAT depende de los ingresos, la actividad, los clientes y los comprobantes que necesita emitir el negocio.

Regímenes tributarios para la MYPE

Nuevo RUS

Hasta
S/ 8,000
mensuales

Cuota fija:
S/ 20 o S/ 50



Solo boletas

RER

Hasta
S/ 525,000
al año

1.5 %
de los ingresos netos



+ IGV 18 %

Régimen MYPE Tributario

Hasta
1,700 UIT

10 %
hasta 15 UIT



29.5 %
por el exceso

Régimen General

Sin límite de
ingresos

29.5 %
de la renta neta



Mayores obligaciones contables

El reto del Estado en la adopción tecnológica del sector MYPE

La competitividad de las MYPE depende cada vez más de adoptar tecnología. Mientras solo el 0,3 % de las microempresas usa inteligencia artificial, en las grandes y medianas empresas la adopción alcanza el 15,7 %.

Bruno Chaihuaque Dueñas

Fundador de STRATESQ (analítica de datos) y cofundador de Sikya (consultoría en gestión)
Docente e investigador de la Pontificia Universidad Católica del Perú

Rafael Sifuentes García

Comunicador social
Exdocente de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Competitividad no es solo costo, es tecnología

Michael Porter definió hace décadas que la ventaja competitiva de una nación depende de cuatro factores interrelacionados: condiciones de los factores, demanda, industrias conexas y estrategia empresarial. En su marco, la tecnología no es un accesorio sino un factor estructural que determina si una empresa compite por diferenciación o queda

atrapada en una carrera hacia el precio más bajo. En ese sentido, Joseph Schumpeter advirtió que la innovación tecnológica —lo que denominó “destrucción creativa”— es el motor que redefine periódicamente quién lidera un mercado y quién desaparece. Los datos de la Encuesta Económica Anual 2024 del INEI muestran que, en Perú, ese motor gira a velocidades radicalmente distintas según el tamaño de la empresa. El presente artículo presenta

los hallazgos principales de ese análisis y sus implicancias para la política pública.

¿A mitad del camino o empezando a gatear?

En tecnologías elementales —internet, PC, laptop— la distancia entre microempresas y grandes empresas es moderada, entre 4 y 18 puntos porcentuales. El acceso a internet, por ejemplo, alcanza al 83% de las microempresas frente al



98% de las grandes. Se trata de una buena noticia: la infraestructura básica ya dejó de ser el principal cuello de botella de la competitividad peruana.

La historia cambia radicalmente al mirar las tecnologías de frontera. En inteligencia artificial, la adopción en microempresas es de apenas 0.3%, frente al 15.7% en grandes empresas un salto de más de 50 veces. En robótica y automatización el ratio es de 6.6 veces, y en Big Data de 4.3 veces. Estas no son tecnologías de lujo: son las que definirán la productividad de la próxima década. Perú tiene, en la práctica, dos economías empresariales operando en dos eras tecnológicas distintas.

Una anomalía que merece atención política

El mensaje para el sector público es claro: los programas de digitalización empresarial deben dejar de subsidiar hardware básico —brecha ya resuelta en promedio— y enfocarse en capacitación en ciberseguridad, gestión de datos e inteligencia artificial aplicada, precisamente donde el ratio de rezago se dispara por encima de 4 veces. Para el sector empresarial,



particularmente las MYPE, el llamado de Porter sigue vigente: competir sin diferenciación tecnológica en sectores donde los grandes ya adoptan IA y Big Data equivale a competir en desventaja estructural. La pregunta no es si Perú tiene una brecha digital —los datos lo confirman con precisión estadística—, sino si se actuará antes de que la destrucción creativa de Schumpeter termine de definir, sin intervención, quién sobrevive en la próxima década de la economía peruana.

El reto del Estado en la adopción tecnológica del sector MYPE

El Estado debe reemplazar los programas aislados de entrega de equipos por una política integral de transformación tecnológica para las MYPE. El objetivo

no debe limitarse al acceso a internet, sino facilitar el uso productivo de herramientas digitales mediante diagnósticos regionales, capacitación práctica, asistencia técnica y financiamiento accesible para incorporar software, comercio electrónico, automatización, inteligencia artificial y ciberseguridad.

Esta política debe coordinar al Estado, la academia, los gremios y las empresas tecnológicas, con metas verificables en productividad, ventas, empleo y acceso a mercados. Cerrar la brecha tecnológica de las MYPE es clave para fortalecer su competitividad, impulsar el desarrollo regional y asegurar su permanencia en el mercado.

Fuente: INEI, Encuesta Económica Anual 2024, Módulo de Tecnologías



Guterres: las MYPE sostienen el futuro de los países

El secretario general de las Naciones Unidas pide a los gobiernos facilitar crédito asequible, tecnología, capacitación y nuevos mercados para que los pequeños negocios puedan competir y crecer.

EJE 1 — Empleo y bienestar

António Guterres destaca que las MYPE sostienen familias, fortalecen comunidades e impulsan el progreso económico. También crean empleo y abren oportunidades para que los jóvenes ingresen al mercado laboral.

EJE 2 — Crédito para crecer

Muchas pequeñas empresas no consiguen los recursos necesarios para ampliar sus operaciones. Por ello, el secretario general

pide fortalecer los sistemas financieros, facilitar crédito asequible y reducir el costo de los préstamos.

EJE 3 — Tecnología e inteligencia artificial

La inteligencia artificial está transformando los modelos de negocio. Para competir, las MYPE necesitan innovación, herramientas digitales y capacitación que les permita aprovechar nuevos mercados.

EJE 4 — Costos y crisis internacionales

El aumento de los

aranceles, la inflación y los conflictos encarece la energía, los insumos y el transporte. Los pequeños negocios son más vulnerables porque operan con menor capital y capacidad de respuesta.

EJE 5 — Nuevos mercados y proveedores

Guterres plantea diversificar los mercados de exportación y buscar nuevas fuentes de materias primas. Estas decisiones ayudan a reducir riesgos ante interrupciones en las cadenas de suministro.



EJE 6 — Mujeres y jóvenes

Los gobiernos deben ampliar la formación y el desarrollo de capacidades, especialmente para mujeres y jóvenes, quienes todavía enfrentan mayores barreras para acceder al crédito, la tecnología y los mercados.

Las cifras confirman el peso mundial de las MYPE

Las micro, pequeñas y medianas empresas concentran más del 90 % de los negocios del mundo, generan gran parte del empleo y aportan cerca de la mitad de la economía global.



La dimensión mundial de las micro, pequeñas y medianas empresas confirma la importancia del mensaje de António Guterres. Este sector concentra más del 90 % de las empresas, genera entre el 60 % y el 70 % del empleo y aporta alrededor del 50 % del producto bruto interno mundial.

Pese a ese peso, muchos pequeños negocios aún enfrentan crédito costoso,

baja digitalización, mercados limitados y mayor vulnerabilidad frente a la inflación, los conflictos y las interrupciones del comercio.

La respuesta no puede limitarse a programas aislados. Los gobiernos deben facilitar financiamiento, tecnología, capacitación y acceso a mercados para que las MYPE aumenten su productividad y resistan mejor las crisis.

Para el Perú, la lección es clara: fortalecer a las MYPE significa ampliar el empleo, dinamizar las regiones y construir una economía más inclusiva.

Las MYPE no son un sector secundario: son motores de empleo, prosperidad y oportunidades.

Fuente: Naciones Unidas, Día de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas, 2026.



TECNOLOGÍA Y SERVICIOS EMPRESARIALES

Las MYPE están cambiando. ¿Tu marca está con ellas?



Miles de empresas necesitan digitalización, inteligencia artificial, equipos, software, conectividad, seguridad y soluciones para vender más.



**Presenta tu tecnología
donde existe una
necesidad real.**



TECNOLOGÍA
QUE IMPULSA



NEGOCIOS
QUE CRECEN



COMUNIDADES
QUE PROGRESAN



UN PERÚ
MÁS COMPETITIVO

REVISTA

PROMpyme

LA REVISTA DE LAS MICRO, PEQUEÑAS
Y MEDIANAS EMPRESAS DEL PERÚ



Ideal para tecnología, telecomunicaciones, software, equipos, comercio electrónico y servicios digitales.

30

PÁGINA



**Anuncia en
PROMpyme**



www.prompyme.pe



publicidad@prompyme.pe



(01) 200-8900



Mujeres que emprenden y sostienen hogares

Las mujeres lideran miles de pequeños negocios en el Perú. Su esfuerzo sostiene hogares, genera empleo y mueve la economía, pero todavía enfrenta falta de crédito, mercados limitados y retrasos en los pagos del Estado.

Las mujeres tienen una presencia decisiva en la actividad empresarial del país. En 2024 dirigían el 44,2 % de las MIPYME formales, más de un millón de negocios. Durante 2025 también lideraron el 51,9 % de las empresas creadas por personas naturales.

Detrás de estas cifras existen historias de esfuerzo cotidiano. Muchas mujeres emprenden para sostener a sus hijos, cubrir los gastos del hogar y alcanzar independencia económica. El INEI informa que el 45,5 % de las madres ocupadas trabaja de manera independiente y que el 77,5 % labora en negocios de uno a diez trabajadores.

Cada pedido entregado representa inversión, trabajo

y esperanza. Sin embargo, cuando una entidad pública demora el pago de una factura, la emprendedora pierde capital, posterga compras y puede verse obligada a endeudarse.

La normativa establece que el Estado debe pagar en un máximo de diez días hábiles después de otorgada la conformidad, con una ampliación justificada de hasta cinco días adicionales.

Desde la revista PROMpyme pedimos al



Gobierno de la presidenta Fujimori que garantice pagos oportunos, acceso al crédito y mayores oportunidades para las empresas dirigidas por mujeres.

Las emprendedoras no piden privilegios. Piden condiciones justas para trabajar, vender y crecer.

Pagar a tiempo es respetar el trabajo de quienes ya cumplieron.





Las MYPE hablan: producir ya no es suficiente

Empresarios de diferentes sectores advierten que sin mercados, tecnología, crédito competitivo y políticas estables, miles de pequeños negocios seguirán trabajando sin posibilidades reales de crecer. También reclaman continuidad institucional y una mayor articulación entre el Estado, los gremios y los sectores productivos.

Representantes de diferentes sectores productivos analizaron los principales obstáculos que enfrentan las micro y pequeñas empresas. Coincidieron en que producir no garantiza el crecimiento cuando faltan compradores, financiamiento accesible, tecnología moderna y políticas públicas continuas.

Jorge Balvin sostuvo que el mercado debe ser central en cualquier política para las MYPE. Una empresa puede fabricar productos o prestar servicios, pero necesita clientes para sostenerse. Por ello, propuso promover el consumo de producción nacional, fortalecer la

demanda interna y buscar mercados. Consuma lo que el Perú produce.

Diógenes Mejía explicó que pequeñas empresas no pueden competir con productos importados debido al costo de las materias primas y del crédito. Señaló que las tasas bancarias reducen la inversión y obligan a empresarios a trabajar con sus propios recursos. También planteó mejorar la planificación y la organización empresarial.

Merino Valdivia destacó que la brecha tecnológica limita la productividad. Indicó que muchas MYPE

trabajan con maquinaria atrasada y no cuentan con certificaciones para ingresar a mercados internacionales. Además de producir con calidad, deben mejorar sus procesos, cumplir estándares y demostrar capacidad para atender pedidos.

Alejandro Ortiz advirtió que los sectores textil, confecciones, calzado, madera y actividades manufactureras compiten con productores internacionales que cuentan con tecnología, financiamiento y escala. Frente a ello, propuso modernizar la maquinaria, elevar la productividad y fortalecer la asociatividad.

Producir es fundamental, pero las MYPE también necesitan mercados, tecnología, financiamiento competitivo y políticas públicas estables para competir, generar empleo digno, consolidarse y crecer sostenidamente.

Una nueva agenda para las MYPE

Representantes empresariales plantean fortalecer el mercado interno, modernizar la producción, facilitar el financiamiento, ampliar las compras públicas y organizar a las MYPE para competir en mejores condiciones dentro y fuera del país.



Rogelio Fernandez sostuvo que el mercado interno debe convertirse en la primera plataforma de crecimiento. Las compras estatales pueden generar oportunidades para calzado, confecciones, mobiliario, metalmecánica, alimentos y otras actividades. También planteó transformar materias primas en productos con mayor valor agregado.

Andrés Ventura recordó que los programas de compras públicas permitieron mantener activas numerosas empresas textiles. Consideró necesario modernizar estos mecanismos, incorporar

tecnología y financiamiento, y garantizar la participación de las organizaciones empresariales en su ejecución.

Víctor Arcos propuso crear un sistema nacional de información empresarial. Este instrumento permitiría conocer productividad, competitividad, innovación, empleo, financiamiento y transformación digital. También ayudaría a identificar las fortalezas productivas regionales y orientar mejor las políticas públicas.

Oscar Bastante explicó que una reducción tributaria puede favorecer

la formalización cuando los recursos se destinan a capacitación, mejora de establecimientos, calidad y mejores condiciones laborales. El alivio tributario debe fortalecer a las empresas y contribuir a su consolidación.

Los participantes también coincidieron en que la nueva etapa de PROMPYME debe contar con una conducción experimentada, cercana a los gremios y conocedora de la realidad productiva nacional. En ese contexto, diversos expositores respaldaron firmemente al ingeniero Ricardo Márquez Flores para asumir esta responsabilidad.

Fortalecer a las MYPE exige unir mercados, tecnología, financiamiento, organización y liderazgo para convertir su esfuerzo productivo en más empleo formal, competitividad y crecimiento sostenible.



PROMpyme: una historia construida junto a las MYPE

Entre 1995 y 2000, la organización gremial, la búsqueda de mercados y la acción del Estado impulsaron una nueva etapa para la micro y pequeña empresa

La historia de PROMpyme se vincula con el proceso de organización que los gremios y asociaciones de la micro y pequeña empresa desarrollaron desde fines de la década de 1980 en Lima Metropolitana y el Callao.

Entre 1989 y 1990, numerosos dirigentes comenzaron a coordinar de manera permanente para formalizar y fortalecer sus asociaciones. El trabajo realizado en cada distrito permitió consolidar las Centrales Empresariales Unidas de Lima Metropolitana y el Callao —

CEUS—, articuladas en los cinco conos de la capital.

En 1994 y 1995, el ingeniero Ricardo Márquez Flores, integrante de la fórmula presidencial encabezada por Alberto Fujimori, buscó el acercamiento con los gremios de las MYPE. Para julio de 1995, las CEUS ya contaban con un plan estratégico, bases organizadas y asociaciones empresariales unidas.

En ese escenario se desarrollaron numerosas reuniones de trabajo por conos y distritos de Lima. La agenda abordó los

principales problemas del sector: generación de empleo, capacitación, acceso a mercados nacionales e internacionales, financiamiento, ferias regionales y nacionales, así como programas de apoyo para los empresarios emprendedores.

A partir de esta agenda, Ricardo Márquez impulsó estrategias. Se consideró urgente contar con instituciones especializadas en promoción empresarial. En ese contexto surgieron PROMPEX y PROMpyme como instrumentos orientados a atender necesidades del sector.

La propuesta se organizó alrededor de tres ejes estratégicos: la representación de los gremios y asociaciones mediante un congreso nacional; la consolidación organizativa en los ámbitos local, regional y nacional; y la promoción del desarrollo empresarial sostenible.

Esta etapa marcó el inicio de una alianza entre el Estado y las organizaciones de la micro y pequeña empresa, basada en el reconocimiento de que las MYPE necesitaban representación, mercados y políticas públicas capaces de acompañar su crecimiento.

Uno de los primeros resultados de este proceso fue la realización del Primer Congreso Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, los días 26 y 27 de octubre de 1995, en el auditorio de SENATI de la Panamericana Norte.

El encuentro fue impulsado con la participación de las Centrales Empresariales Unidas de Lima Metropolitana y el Callao —CEUS—, COPEI-SNI, CORPYME Perú, FENAPI, APEMIPE-Lima, CEUS Norte Chico, CAPECO y otras instituciones vinculadas con el desarrollo empresarial.

Inauguración del Maquicentro de Chilca (1998)



Inauguración del Maquicentro de Azapampa (1998)



El proyecto de BANCOMI (Banco de la Microempresa)

El Presidente de la República Alberto Fujimori anunció ayer que la entidad crediticia que se creará para apoyar a las Pymes se denominará: Banco de la Microempresa, (Bancomi). Será una institución, agregó, completamente privada que dirigirá sus recursos a este sector y, específicamente, a la mujer.

Desde que en su mensaje de Fiestas Patrias el Jefe de Estado anunciara que el gobierno iba a promover la creación de lo que él denominó el banco de los pobres, para atender a este sector, se ha vuelto a referir al tema en dos oportunidades.

Además de ser relacionado en sus declaraciones, no ofreció mayores detalles al respecto, generando en el medio financiero y

trial, sino que promoverá su formación.

Aparte de que se será una entidad privada, Fujimori no mencionó quiénes participarán en la constitución e inversión de esta nueva institución bancaria, si los bancos, entidades internacionales o inversionistas particulares.

Por lo pronto, el propio presidente de la Asociación de Bancos ha referido en más de una oportunidad que

El jefe de Estado dijo que Bancomi atenderá principalmente a las mujeres empresarias.



PRESENCIA NACIONAL Y REGIONAL

PROMpyme

REVISTA



El Perú productivo no termina en Lima

PROMpyme visibiliza empresas, cadenas productivas, parques industriales y oportunidades que nacen en **todas las regiones**.



AGROINDUSTRIA
que alimenta al mundo.



INDUSTRIA
que transforma.



COMERCIO
que dinamiza regiones.



TURISMO
que muestra lo mejor
de nuestro país.



TECNOLOGÍA
que impulsa el futuro.



Lleva tu marca hasta donde
el país produce y crece.



**ALCANCE
NACIONAL**

Presencia en todas
las regiones del Perú.



**AUDIENCIA
ESTRATÉGICA**

Empresarios, líderes,
inversionistas y
tomadores de decisión.



**VISIBILIDAD
QUE GENERA
RESULTADOS**

Posiciona tu marca
donde están las
oportunidades.



Anuncia en PROMpyme

LA REVISTA DE LOS QUE PRODUCEN, INVIERTEN Y CONSTRUYEN EL PERÚ



www.revistaprompyme.com



publicidad@revistaprompyme.com



(01) 441 1010

PROMpyme marcó y fortaleció a la MYPE

La creación de instituciones, programas, mercados y normas mostró que una política pública especializada podía fortalecer a los pequeños empresarios del país y ampliar sus oportunidades de desarrollo sostenible.

Los principales desafíos de PROMpyme estuvieron relacionados con el desarrollo sostenible de las micro y pequeñas empresas. Entre los resultados atribuidos a esta etapa se encuentran la creación de PROMpyme, la organización de CONAMYPE, el impulso de Mibanco y la implementación de maquicentros en diferentes regiones del país.

También se promovieron ferias regionales y nacionales, programas de capacitación y acciones para vincular a los empresarios con nuevas oportunidades comerciales. La meta era que las MYPE no dependieran únicamente

de ofrecimientos políticos, sino que contaran con instrumentos permanentes para producir, vender y crecer.

Un avance importante fue la aprobación de la Ley N.º 26850, Ley de Contrataciones y Adquisiciones del Estado, promulgada el 28 de septiembre de 1998. De acuerdo con esta memoria gremial, la norma incorporó una participación del 30 % para las pequeñas empresas en las compras estatales, como resultado de los esfuerzos desarrollados durante ese periodo.

Para los dirigentes que participaron en esta experiencia, Ricardo Márquez Flores tuvo un



papel decisivo al colocar las necesidades de los emprendedores en la agenda del Gobierno y promover políticas orientadas a fortalecer el sector.

Así comenzó una etapa clave para las MYPE, basada en instituciones especializadas, liderazgo gremial y políticas cercanas a quienes generan empleo y sostienen la economía nacional. Lamentablemente, después del gobierno del ingeniero Alberto Fujimori, las siguientes administraciones debilitaron progresivamente este modelo de promoción empresarial.



Ricardo Márquez: una vida al servicio de las MYPE

Como primer vicepresidente de la República, impulsó PROMpyme y condujo sus primeros años. Su trayectoria pública, empresarial y gremial mantiene una convicción: las pequeñas empresas necesitan mercados, tecnología y oportunidades para crecer.



Ricardo Márquez Flores ha dedicado buena parte de su trayectoria a promover la producción nacional y el desarrollo empresarial. Ingeniero industrial formado en la Universidad de Nueva York, fue primer vicepresidente de la República entre 1995 y 2000 y presidió la Sociedad Nacional de Industrias en distintos periodos.

Durante su gestión en la Primera Vicepresidencia impulsó PROMpyme, institución creada en 1997 para acercar a las micro y pequeñas empresas a nuevos mercados. Como titular de la entidad, promovió negocios, compras públicas y oportunidades comerciales

para los emprendedores.

También participó en el impulso de PROMPEX, antecedente de la actual PROMPERÚ. Esta labor vinculó la producción nacional con las exportaciones, la competitividad y el acceso a mercados internacionales.

Desde la Sociedad Nacional de Industrias continuó promoviendo el diálogo entre el Estado y los gremios MYPE. Defendió el crédito, las compras públicas, la formalización, la innovación y el desarrollo productivo descentralizado.

Para Márquez, una política efectiva no debía

limitarse a capacitar. También debía generar demanda, facilitar financiamiento y abrir espacios para que las pequeñas empresas pudieran vender, invertir y crecer.

Su trayectoria deja una idea vigente: las MYPE no necesitan privilegios. Necesitan instituciones que eliminen obstáculos y les permitan producir, crecer y competir. Impulsarlas significa fortalecer el empleo, la industria y el futuro del Perú.

Impulsar a las MYPE es fortalecer el empleo, la producción y el futuro del Perú.

Revista

PROMpyme

La voz de los micro y pequeños empresarios del Perú

TU PRÓXIMO CLIENTE PUEDE SER UNA MYPE



IMPACTO



DECISIONES



NEGOCIOS

ANUNCIA EN
PROMpyme

HAZ VISIBLE LO QUE TU EMPRESA PUEDE OFRECER.



PROMpyme renace para impulsar a quienes mueven el Perú

La voz de los micro y pequeños empresarios del Perú vuelve para abrir oportunidades, fortalecer regiones y acompañar a quienes producen, emprenden y generan empleo.

PROMpyme