

INFORME MIPYME



2025
PERÚ

“TAMAÑO Y CRECIMIENTO”



INFORME MIPYME 2025 PERÚ

Tamaño y crecimiento

© Escuela de Posgrado Newman

Editado por: Escuela de Posgrado Newman S.A.C.

Fondo editorial

Av. Bolognesi 987, Tacna, Perú

Primera edición digital, abril 2026

ISBN: 978-612-99018-4-8

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú: N° 2026-03769

Editor del Fondo Editorial

Andrés Aarón Ciquero Chipoco

andresaaron.ciquero@epnewman.edu.pe

Corrección de estilo y cuidado de edición

Andrés Aarón Ciquero Chipoco

andresaaron.ciquero@epnewman.edu.pe

Diseño de carátula

Ronald José Mamani Huanca

ronaldjose.mamani@epnewman.edu.pe

Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra está protegido por leyes de ámbito nacional e internacional, que establecen penas de prisión y/o multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaran, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización.

Coordinación:

José Antonio Clemente Almendros

Autores:

Iván Pastor Sanz

Rosa Patricia Larios-Francia

Edwin Hernan Ramirez Asis

Christian Santos Cornejo Sánchez

Regis André Junior Fernández Argandoña

Jhovanni Fabricio Velarde Molina

Equipo de Investigación:

Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo

Walter Medrano Acuña

William Rene Dextre Martínez

Rosario Mercedes Huerta Soto

Universidad del Pacífico

Karen Edith Weinberger Villarán

Juan Alejandro Flores Castro

Pontificia Universidad Católica del Perú

Jorge Vargas Flórez

Eduardo Salustiano Rocca Espinoza

Fondo Editorial Newman

<https://editorial.epnewman.edu.pe/.com>

Correo electrónico: fondo.editorial@epnewman.edu.pe



INFORME MIPYME 2025 PERÚ

Tamaño y crecimiento



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	7
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	8
2.1. Estructura de la muestra	9
2.2. Selección de variables y diseño del cuestionario	10
2.3. Análisis estadístico de los datos.....	10
3. GOBIERNO CORPORATIVO	11
3.1. Carácter familiar	13
3.2. Longevidad empresarial.....	14
3.3. Características de la dirección	17
3.4. Planteamiento de gobierno corporativo	22
4. EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS EN EMPLEO, VENTAS E INVERSIONES	26
4.1. Empleo	27
4.2. Ventas	28
4.3. Inversiones	30
4.4. Internacionalización.....	31
4.5. Índice Pyme de Confianza Empresarial	32
5. COMPETITIVIDAD	34
5.1. Entorno competitivo.....	34
5.2. Indicadores de rendimiento	35
5.3. Índice Pyme de Competitividad.....	36
6. INNOVACIÓN	38
7. TAMAÑO Y CRECIMIENTO	43
7.1. Interés y motivación para el crecimiento.....	48
7.2. Preferencias en el crecimiento.....	51
7.3. Factores internos de crecimiento.....	52
7.4. Factores regulatorios.....	54
7.5. Factores institucionales	56
8. RESUMEN EJECUTIVO	57
9. REFERENCIAS	59

1. Introducción

Las micro, pequeña y medianas empresas (Mipyme) son fundamentales para el desarrollo y crecimiento inclusivo y sostenible de los países y regiones, a nivel mundial representa el 70% del empleo total. A pesar de su importancia, las Mipyme se enfrentan al triple reto de la baja productividad, la cual sólo alcanzó un tercio de la de las grandes empresas; las malas condiciones de trabajo y la alta vulnerabilidad a los choques económicos, políticos y medioambientales. El 80% de ellas operan en la economía informal, y ello los hace especialmente vulnerables (International Labour Organization, 2025) limitando su acceso a la financiación, los derechos legales y el apoyo gubernamental.

A menudo se enfrentan a limitaciones para obtener financiamiento y capital de trabajo, lidian con infraestructuras deficientes y trabajan en condiciones difíciles. A ello se suman los retos globales actuales, como las tensiones políticas, el cambio climático y los cambios digitales, que generan que la sobrevivencia les resulte aún más difícil. Los problemas de la cadena de suministro, el aumento de los costes y la incertidumbre de los mercados han puesto a muchas de ellas en peligro. A pesar de las claras oportunidades de crecimiento, sigue existiendo un enorme déficit de financiación a nivel mundial (United Nations, 2025).

Las Mipyme en América Latina se caracterizan por una gran heterogeneidad en su acceso a mercados, tecnologías y capital humano, así como su vinculación con otras empresas, factores que afectan su productividad, capacidad de exportación y potencial de crecimiento. Es por ello que su contribución al PIB es relativamente baja, lo que revela deficiencias en los niveles de productividad de estas. Sólo el 10% de las pymes latinoamericanas exportan parte de su producción, en Europa la fracción de pymes exportadoras asciende al menos a 40% del total (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2025).

En el Perú la Mipyme representa el 99.3% del tejido empresarial formal, con aproximadamente 2'331,173 de empresas, de las cuales el 44% pertenecen al sector económico de comercio, el 41.5 % en el sector servicios, 8.51% en manufactura (Ministerio de la Producción, 2025; Produce Empresarial, 2025). No obstante, a pesar de la gran cantidad de pymes peruanas, estas contribuyen un 31.4% al valor agregado y solo un 7 % a las exportaciones; a modo de comparación, en la Unión Europea contribuyen en promedio un 56% al valor agregado y representan un 39.4% de las exportaciones intracomunitarias (PRODUCE, 2024; Eurostat, 2025).

Para ayudar a estas empresas a tener éxito, es fundamental contar con mejores políticas y financiación más accesible, apoyo a la formación profesional y a la innovación, todo ello permitiría complementar las economías de escala de las grandes empresas, favoreciendo la creación de clústeres productivos, contribuyendo a la inclusión social aumentando los ingresos de las microempresas y reduciendo su vulnerabilidad.

El informe MIPYME 2025 Perú: Tamaño y crecimiento ofrece información que ayudará a caracterizar el sector donde opera la MIPYME, el tamaño de estas

con relación al número de empleados, el planteamiento del gobierno corporativo, entre otros. En su edición de 2025 se centra en el análisis del crecimiento empresarial, identificando el interés y los motivos de la alta dirección para generar crecimiento, como la mejora de rentabilidad, aumento de capacidad financiera, acceso a tecnología, mejora de eficiencia y productividad, entre otros; así mismo presenta la identificación de los factores internos, institucionales y regulatorios que impactan en el crecimiento empresarial.

El informe pretende ser una fuente de evidencia que permita a los diferentes actores tomar decisiones para la formulación de políticas públicas, desarrollo de estándares, reglamentaciones, así mismo permitirá a los empresarios tomar decisiones en base a los resultados de la línea de base resultado del estudio.

Por lo expuesto el objetivo del presente estudio es identificar los factores que limitan el crecimiento de la Mipyme a nivel interno, regulatorio, así como las barreras y las motivaciones para crecer.

Siendo los objetivos específicos:

- Conocer las características básicas demográficas.
- Caracterizar el gobierno corporativo.
- Estimar las expectativas de empleo, ventas e inversión.
- Analizar el grado de internacionalización.
- Evaluar el entorno de la competencia.
- Estudiar los indicadores de rendimiento.
- Construir un índice de confianza empresarial.
- Construir un índice de competitividad.
- Conocer la actividad innovadora.
- Conocer la estrategia de crecimiento.
- Caracterizar los factores de crecimiento.
- Identificar los impulsores y barreras al crecimiento.

Adicionalmente, cabe destacar, que no es objetivo de este informe juzgar la situación de las pymes, sino la de ofrecer una visión integral de las empresas, que ponga de manifiesto virtudes y/o desequilibrios, con el propósito de que sirva de referencia para que, en su caso, puedan adoptarse las medidas oportunas para potenciar las primeras y ajustar los segundos.

2. Metodología de investigación

La presente investigación se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, con alcance exploratorio, de acuerdo con Hernández y Mendoza (2018), sirve para preparar el terreno, generando los antecedentes para investigaciones con alcance descriptivo, correlacional o explicativo.

Así mismo corresponde al diseño no experimental, porque las variables no se manipulan de manera deliberada, sólo son observadas en su ambiente natural; así mismo será de tipo transeccional exploratorio, porque los datos se recogen en un solo momento, el estudio se hizo en el período comprendido entre los meses de abril a junio 2025 (Hernández et al., 2014; Hernández y Mendoza, 2018).

En cuanto al campo del conocimiento, la presente investigación corresponde al área de la gestión empresarial y los negocios.

Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado un estudio empírico a partir de la información proveniente de una encuesta realizada a directivos de 221 Mipyme peruanas. El alcance territorial del estudio, fue Mipyme a nivel nacional, siendo el sujeto de estudio, el empresario o líder de la empresa.

2.1. Estructura de la muestra

La selección de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo estratificado. Primero se establecieron los criterios de estratificación alineados con el objetivo del estudio, la disponibilidad de información, la estructura del universo y los recursos operativos para campo, procurando que dichos criterios se vinculen con las variables de interés.

Se estratificó por sector económico (Industria, Construcción, Comercio y Servicios) y por tamaño empresarial (micro, pequeña y mediana). Dentro de cada estrato, la selección de unidades se efectuó mediante muestreo aleatorio simple, garantizando representatividad interna y comparabilidad entre subgrupos sin sobredimensionar la complejidad del diseño.

El trabajo de campo se llevó a cabo a través de una encuesta desarrolladas en la plataforma online.

La muestra está compuesta por microempresas (6 a 9 trabajadores), pequeñas empresas (10 a 49) y medianas empresas (50 a 249). El trabajo de campo se realizó durante los meses de abril, mayo y junio de 2025. Hay que señalar que en el desarrollo de las distintas fases de esta investigación se ha respetado el secreto estadístico de la información facilitada por los participantes en el estudio.

Cuadro 2.1
Distribución de la muestra por sector y tamaño

	N.º de empresas	Porcentaje
Industria	20	9.0%
Construcción	23	10.4%
Comercio	41	18.6%
Servicios	137	62.0%
TOTAL	221	100%
Microempresa (6 a 9 asalariados)	157	71.0%
Pequeña (10 a 49 asalariados)	39	17.7%
Mediana (50 a 249 asalariados)	25	11.3%
TOTAL	221	100%

En el Cuadro 2.1 puede verse la distribución por actividad económica y tamaño de la empresa. El error muestral es de 6.59% con un 95% de confianza.

2.2. Selección de las variables y diseño del cuestionario

La selección de las variables de estudio estuvo fundamentada en una rigurosa revisión de literatura, para proceder a delimitación de los constructos clave a partir del objetivo de investigación.

Para la recolección de datos se diseñó un cuestionario dirigido a los gerentes de las Mipyme. Con este instrumento se ha buscado recoger de forma clara y concisa la información fundamental que constituye el objetivo de esta investigación. En su elaboración se ha prestado especial atención al orden y la estructura de los bloques de preguntas, que permitiese una redacción adecuada para minimizar los problemas.

En este sentido, como en ediciones anteriores, el cuestionario se ha estructurado en dos bloques. El primero es general y se mantiene en el tiempo e incluye información demográfica básica de las empresas en términos de sector, antigüedad y tamaño, carácter familiar, características de la dirección y los equipos directivos, gobierno corporativo, internacionalización, rendimiento e innovación. En el segundo, se incluye un tema monográfico que, en este caso, se centra en la relevancia del crecimiento que les permita alcanzar un tamaño para las Mipyme lo suficientemente competitivo. Para ello, se analizan el interés por el crecimiento, la estrategia y los impulsores y barreras en el crecimiento de las Mipyme.

2.3. Análisis estadístico de los datos

El procesamiento y análisis estadístico tuvo en consideración el uso de variables de clasificación, para contrastar la existencia de diferencias significativas en el perfil de respuestas, se definieron el tamaño de la empresa y el sector de actividad de la empresa. Para el procesamiento se utilizó el software Stata, siguiendo un flujo de trabajo estándar de limpieza, verificación de consistencia y construcción de variables analíticas. La muestra está compuesta por 221 empresas con una alta concentración en servicios (62.0%; n=137), seguida de comercio (18.6%; n=41), construcción (10.4%; n=23) e industria (9.0%; n=20). En términos de tamaño, predomina la microempresa (71.0%; n=157), seguida de la pequeña (17.7%; n=39) y la mediana (11.3%; n=25). Esta estructura sectorial sesgado hacia servicios y composición mayoritariamente a la microempresa condiciona la lectura de resultados y delimita el alcance inferencial hacia segmentos con mayor peso relativo en la muestra.

Bajo este contexto, el análisis se orienta a describir patrones, contrastar diferencias y estimar asociaciones controlando por heterogeneidad observable de sector y tamaño cuando corresponda, a fin de generar evidencias que ayuden en la toma de decisiones. Se reportan estadísticas descriptivas y pruebas de contraste pertinentes.

3. Gobierno Corporativo

El gobierno corporativo se ha consolidado en las últimas décadas como un elemento esencial para garantizar la sostenibilidad, transparencia y competitividad de las empresas, especialmente en las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme). En el contexto peruano, donde la estructura empresarial se caracteriza por una fuerte presencia de negocios familiares, comprender la forma en que estas organizaciones adoptan prácticas de gestión corporativa resulta clave para su desarrollo y permanencia. Según el Informe MiPYME 2025, Perú: Tamaño y Crecimiento, el análisis del gobierno corporativo se basa en cuatro ejes principales: el carácter familiar, la longevidad empresarial, las características de la dirección y el planteamiento de políticas de gobierno corporativo, dimensiones que permiten entender cómo las empresas articulan su liderazgo y planifican su continuidad.

En el Perú, cerca del 69% de las empresas se definen como familiares, lo que refleja una cultura empresarial basada en la confianza, la herencia intergeneracional y la búsqueda de estabilidad más que en la maximización inmediata del beneficio. Este tipo de estructura, si bien aporta cohesión interna, enfrenta el reto de profesionalizar sus procesos y diversificar la toma de decisiones (Martínez-Alonso et al., 2025). La literatura señala que las empresas familiares tienden a concentrar la propiedad y la gestión, lo cual puede limitar la innovación y la apertura a la inversión externa (Berrone et al., 2012). Sin embargo, también se reconoce que la estabilidad y el compromiso de largo plazo fortalecen la reputación y la resiliencia frente a crisis económicas o cambios en el mercado (Calabrò et al., 2025).

El segundo eje del análisis, respecto a la longevidad empresarial ofrece una lectura de la madurez y sostenibilidad de las Mipyme. De acuerdo con los datos del informe, la vida media de las empresas peruanas se sitúa en torno a los 21 años, aunque existen diferencias marcadas por tamaño y sector. Las empresas familiares, por ejemplo, alcanzan en promedio 12 años, mientras que las no familiares se acercan a los 30 años. Este contraste sugiere que la permanencia está estrechamente relacionada con el grado de profesionalización y acceso a recursos financieros. Estudios previos destacan que las empresas con estructuras de gobierno claras y equipos directivos preparados tienden a sobrevivir más tiempo, pues logran adaptarse con mayor eficacia a entornos económicos cambiantes (Debellis et al., 2024).

En cuanto a las características de la dirección, el informe revela avances importantes en materia de formación y equidad de género. Aunque el 73% de los cargos gerenciales aún está ocupado por hombres, se observa un crecimiento sostenido en la presencia femenina, especialmente en microempresas y sectores industriales. Este fenómeno responde a una progresiva transformación cultural y a la expansión de la educación universitaria: el 86% de los gerentes posee formación universitaria completa, un indicador de que la profesionalización se ha convertido en un requisito fundamental para la gestión empresarial moderna. Torchia & Solarino, (2025) confirman que la educación superior y la diversidad en los equipos directivos mejoran la toma de decisiones estratégicas, Además la innovación y el desempeño financiero son claves para una organización (Mashele et al., 2024).

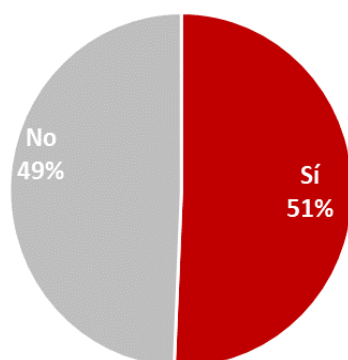
Además, el planteamiento de políticas de gobierno corporativo muestra una tendencia positiva en la institucionalización de las Mipyme. Entre 2024 y 2025, el interés por incorporar nuevos socios pasó de 32,4% a 63,8%, mientras que la inclusión de directivos externos aumentó de 34,4% a 72,4%, y la transmisión generacional alcanzó un 73,3%. Estos resultados reflejan una transición desde estructuras cerradas y familiares hacia modelos de gestión más abiertos, participativos y sostenibles. En particular, las empresas medianas lideran la adopción de estas prácticas, demostrando una mayor conciencia sobre la importancia de separar la propiedad de la dirección y fortalecer la gobernanza organizacional (Teixeira & Carvalho, 2024).

A nivel sectorial, los datos muestran que las empresas industriales y de comercio son las más comprometidas con la adopción de prácticas de gobierno corporativo, con un 80% y 70,7%, respectivamente, enfocadas en la incorporación de directivos externos. Este patrón sugiere que los sectores más vinculados a la producción, exportación y competencia global reconocen con mayor claridad el valor estratégico de la gobernanza como herramienta para atraer inversión, reducir riesgos y garantizar la continuidad operativa. Por el contrario, los sectores de servicios y construcción mantienen estructuras más tradicionales, aunque con una tendencia creciente hacia la apertura y formalización (Ramírez-Asís et al., 2024).

La evidencia expuesta en el Informe Mipyme 2025 confirma que el gobierno corporativo no solo es una práctica de cumplimiento, sino una herramienta esencial para el crecimiento sostenible y la competitividad del tejido empresarial peruano. Las empresas que integran principios de transparencia, rendición de cuentas y participación profesional logran mayores niveles de eficiencia y credibilidad ante inversionistas y consumidores (Ramírez-Asís et al., 2022). El desafío, por tanto, radica en consolidar estas prácticas como parte de la cultura organizacional, garantizando que la evolución del modelo empresarial peruano mantenga un equilibrio entre su raíz familiar y su visión moderna e innovadora.

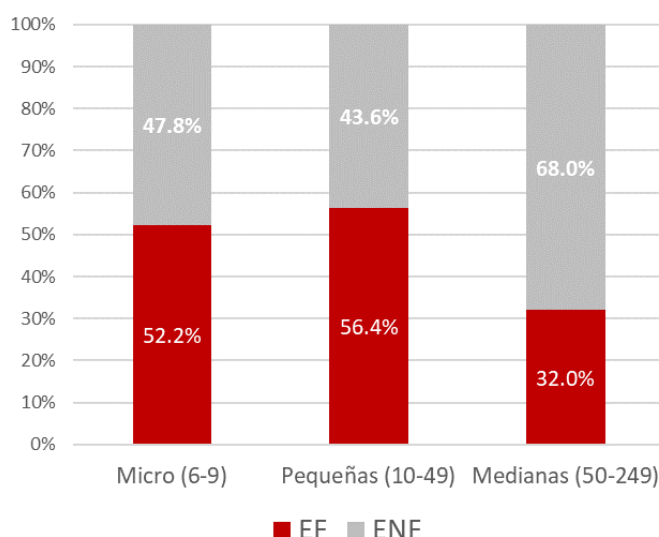
3.1. Carácter familiar

Gráfico 3.1
Presencia de empresas familiares



La lectura del gráfico 3.1 permite apreciar con claridad el peso que tienen las empresas familiares dentro del panorama empresarial peruano. De acuerdo con el Gráfico 3.1, cerca del 69% de las empresas se reconocen como familiares. Este dato refleja que gran parte del emprendimiento nacional sigue sustentándose en vínculos de parentesco, confianza y continuidad generacional. Sin embargo, también plantea desafíos importantes en cuanto a la profesionalización de la gestión y la incorporación de prácticas modernas de gobierno corporativo.

Gráfico 3.2
Presencia de empresas familiares
Tamaño de la empresa (-)

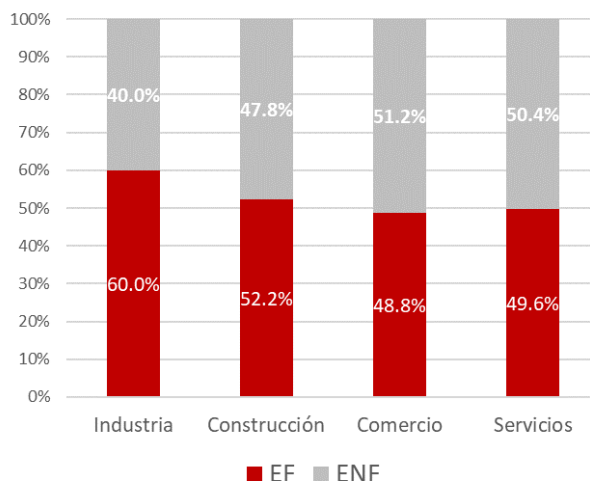


Diferencias significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

El Gráfico 3.2 evidencia que este rasgo familiar se mantiene prácticamente constante entre los distintos tamaños de empresa. Las microempresas presentan un 59.5%, mientras que las medianas alcanzan un 70.3%, lo que

sugiere que la presencia de familias en la dirección y propiedad no depende necesariamente de la escala productiva, sino más bien de una cultura empresarial profundamente arraigada en el país.

Gráfico 3.3
Presencia de empresas familiares
Sector de actividad (-)

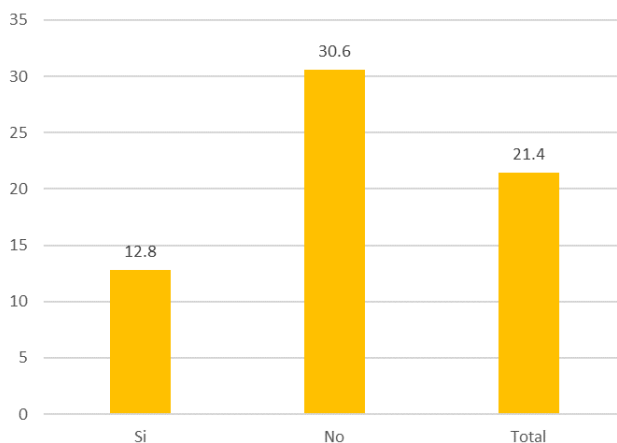


Diferencias significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

Con respecto, al Gráfico 3.3 revela que esta característica es más común en sectores tradicionales como Construcción (79.5%), Comercio (76.9%) e Industria (73.3%), mientras que en el sector Servicios (61.9%) la tendencia disminuye. Este comportamiento puede interpretarse como una señal de transformación: los sectores más vinculados a la innovación y la competencia internacional están transitando hacia estructuras de gestión más abiertas y corporativas.

3.2. Longevidad Empresarial

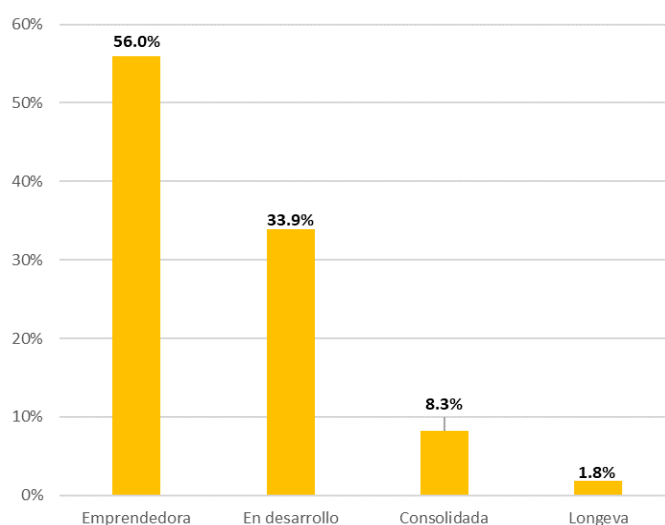
Gráfico 3.4
Longevidad empresarial (años)
Empresa familiar (-)



Diferencias significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

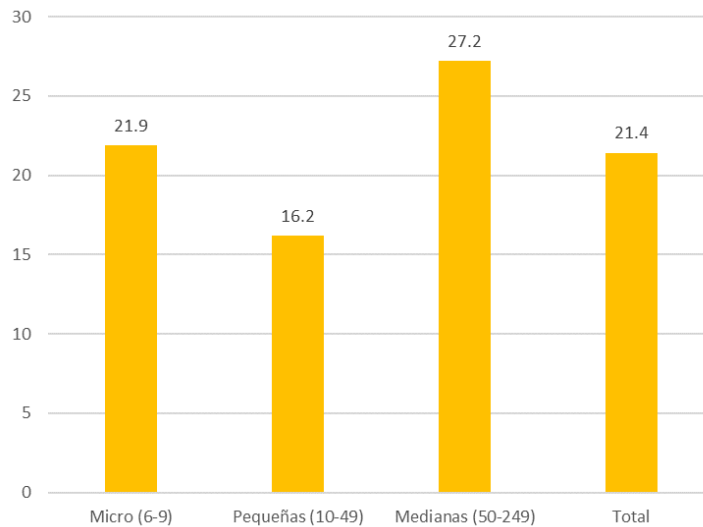
El gráfico 3.4 revela que las empresas familiares registran una longevidad promedio cercana a los 12 años, y las empresas no familiares, rondan los 30 años. Y en promedio la longevidad empresarial está en 21 años, el dato sugiere que la gestión basada en vínculos de parentesco y la sucesión generacional contribuyen a una mayor estabilidad. Este patrón refleja una orientación hacia la permanencia antes que hacia la rentabilidad inmediata. En muchos casos, las familias empresarias priorizan la sostenibilidad y la reputación sobre la expansión acelerada, consolidando un modelo de continuidad intergeneracional que fortalece su presencia en el mercado.

Gráfico 3.5
Distribución de empresas por antigüedad



Según el gráfico 3.5, más de la mitad de las empresas (56%) tiene menos de diez años de operación, lo que evidencia un alto dinamismo y rotación en el tejido empresarial peruano. Sin embargo, alrededor del 30% supera los diez años de actividad, y un 10% ha logrado mantenerse más de veinte años, mostrando que un grupo reducido alcanza una madurez organizacional significativa. Esta persistencia suele asociarse con estrategias de gestión prudente, control financiero responsable y una mayor capacidad de adaptación a contextos cambiantes, factores determinantes para la supervivencia de las Mipyme a largo plazo.

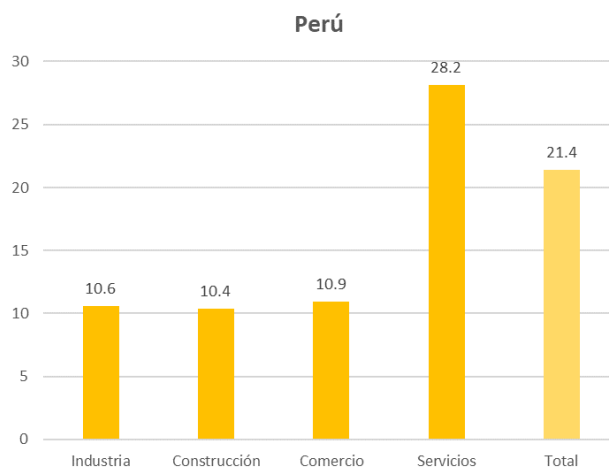
Gráfico 3.6
Longevidad empresarial (años)
Tamaño de la empresa (-)



Diferencias significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

El gráfico 3.6 evidencia una clara relación entre tamaño y permanencia. Las microempresas presentan una antigüedad media de 21 años, mientras que las pequeñas alcanzan cerca de 16 años y las medianas superan los 27 años. Esta diferencia refleja que las empresas más grandes disponen de mayores recursos financieros, mejor acceso al crédito y estructuras de gobierno más formalizadas. La profesionalización en la gestión y la implementación de prácticas corporativas más sólidas contribuyen significativamente a prolongar su vida útil, reduciendo la vulnerabilidad frente a los cambios del mercado y los ciclos económicos.

Gráfico 3.7
Longevidad empresarial (años)
Sector de actividad (-)



Diferencias significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

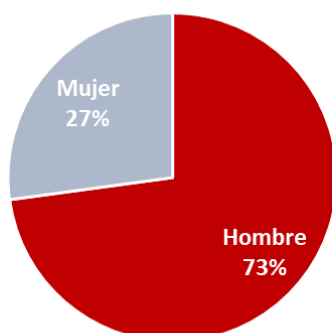
De acuerdo con el gráfico 3.7, las empresas del sector Industrial alcanzan una media de 10.6 años de existencia, seguidas por las de Comercio con 10.9 años, mientras que las de Servicios (28.2 años) y Construcción (10.4 años) muestran menor permanencia. Estas diferencias pueden explicarse por la estabilidad de la demanda y las mayores barreras de entrada que caracterizan a los sectores industrial y comercial. En contraste, los servicios y la construcción dependen más de coyunturas económicas y tecnológicas, lo que genera una mayor rotación. La diversificación productiva y la innovación aparecen, así, como claves para fortalecer su sostenibilidad en el tiempo.

3.3. Características de la Dirección

Sexo del gerente

El gráfico 3.8 muestra que la dirección de las Mipyme peruanas continúa siendo predominantemente masculina, con un 73% de hombres frente a un 27% de mujeres en cargos gerenciales. Aunque aún existe una brecha considerable, el avance de las mujeres en posiciones de liderazgo es un signo alentador de cambio cultural. Su presencia creciente refleja mayores oportunidades de formación, profesionalización y participación en sectores económicos donde antes predominaban los hombres. Sin embargo, los datos sugieren la necesidad de fortalecer políticas de equidad de género que promuevan un liderazgo más equilibrado y diverso dentro del ámbito empresarial.

Gráfico 3.8
Sexo del Gerente



Cuadro 3.1
Sexo del Gerente
Tamaño de la empresa (-)

	Hombre	Mujer
Micro (6-9)	71.3%	28.7%
Pequeñas (10-49)	82.0%	18.0%
Medianas (50-249)	68.0%	32.0%

Diferencias significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

Los datos evidencian que la participación femenina disminuye a medida que aumenta el tamaño empresarial. En las microempresas, las mujeres representan el 28.7% de las gerencias; en las pequeñas, solo el 18%; mientras que en las medianas sube nuevamente al 32%. Este patrón sugiere que el liderazgo femenino es más común en negocios familiares o de menor escala, posiblemente por su cercanía con el entorno doméstico y comunitario. Sin embargo, en empresas más estructuradas, la brecha de género persiste, lo que plantea el reto de incorporar políticas inclusivas en la profesionalización de la gestión

Cuadro 3.2
Sexo del Gerente
Sector de actividad (-)

	Hombre	Mujer
Industria	60.0%	40.0%
Construcción	78.3%	21.7%
Comercio	73.2%	26.8%
Servicios	73.7%	26.3%

Diferencias significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

Según el cuadro 3.2, las mujeres tienen una mayor representación en la industria (40%), mientras que en construcción su presencia se reduce al 21,7%. En comercio (26.8%) y servicios (26.3%), las cifras son similares y confirman que los sectores más tradicionales mantienen un liderazgo masculino. Este contraste refleja la influencia de la cultura organizacional y la naturaleza de las actividades económicas: las ramas más técnicas y físicamente demandantes tienden a excluir a las mujeres, mientras que los sectores industriales y de servicios muestran una apertura progresiva hacia la diversidad directiva.

Cuadro 3.3
Sexo del Gerente
Empresa Familiar (-)

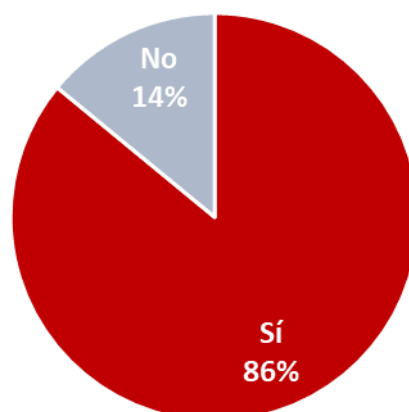
	Hombre	Mujer
EF	72.3%	27.7%
ENF	73.4%	26.6%

Diferencias significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

El cuadro 3.3 revela que no existen diferencias notables entre las empresas familiares (27.7% de mujeres gerentes) y las no familiares (26.6%). Esto demuestra que, independientemente de la estructura de propiedad, la participación femenina en la alta dirección sigue siendo limitada. En muchos casos, las mujeres asumen un rol importante dentro del negocio familiar, pero no necesariamente acceden a la gerencia formal. La continuidad generacional podría, sin embargo, representar una oportunidad para impulsar una mayor participación femenina en la toma de decisiones estratégicas dentro del ámbito empresarial.

Formación del gerente

Gráfico 3.9
Estudios universitarios del Gerente



El gráfico 3.9 muestra un alto nivel de formación entre los gerentes de las Mipyme, ya que el 86% cuenta con estudios universitarios completos, lo que denota una mejora significativa en la profesionalización de la gestión. Este dato refleja el impacto de la educación superior en la consolidación de capacidades técnicas y administrativas, esenciales para enfrentar los desafíos de competitividad y sostenibilidad. No obstante, el 14% restante sin formación universitaria evidencia la persistencia de una brecha educativa que podría limitar la adopción de prácticas modernas de gestión empresarial.

Cuadro 3.4
Estudios universitarios del Gerente
Tamaño de la empresa (*)

	Sí	No
Micro (6-9)	85.4%	14.6%
Pequeñas (10-49)	79.5%	20.5%
Medianas (50-249)	100.0%	0.0%

Diferencias significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

La formación universitaria de los gerentes varía según el tamaño de la empresa. En las microempresas, el 85.4% cuenta con estudios superiores; en las pequeñas, el 79.5%; y en las medianas, la totalidad (100%) posee formación universitaria. Esta tendencia evidencia que, conforme la empresa crece, aumenta la exigencia de contar con personal más calificado y especializado. La educación universitaria no solo fortalece la toma de decisiones, sino que también contribuye a la implementación de estrategias de innovación y sostenibilidad que mejoran la competitividad de las Mipyme peruanas.

Cuadro 3.5
Estudios universitarios del Gerente
Sector de actividad (*)

	Sí	No
Industria	95.0%	5.0%
Construcción	91.3%	8.7%
Comercio	73.2%	26.8%
Servicios	87.6%	12.4%

Diferencias significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

El nivel educativo de los gerentes muestra diferencias claras entre sectores. En Industria (95%) y Construcción (91.3%), la formación universitaria es predominante, mientras que en Comercio (73.2%) y Servicios (87.6%) las cifras son más bajas. Esto revela que los sectores con mayor complejidad técnica y regulatoria tienden a requerir una preparación académica más sólida. Por el contrario, las actividades comerciales, donde predominan emprendimientos familiares, siguen mostrando menor acceso a educación superior, lo que podría limitar su capacidad de planificación estratégica y crecimiento sostenido.

Cuadro 3.6
Estudios universitarios del Gerente
Empresa Familiar (-)

	Sí	No
EF	86.6%	13.4%
ENF	85.3%	14.7%

Diferencias significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

El cuadro 3.6 indica que la proporción de gerentes con estudios universitarios es muy similar entre las empresas familiares (86.6%) y las no familiares (85.3%). Esto sugiere que la educación formal ha sido incorporada como un requisito generalizado para la dirección empresarial, más allá del tipo de propiedad. La profesionalización de la gestión, incluso en empresas de origen familiar, refleja una tendencia positiva hacia la modernización y la adopción de buenas prácticas administrativas, lo que contribuye a fortalecer su permanencia y competitividad en el mercado.

Equipo directivo

Cuadro 3.7
Composición del equipo directivo

% promedio mujeres en equipo directivo	35.4%
Empresas con mujeres en equipo directivo	89.1%
Empresas con sólo mujeres directivas	0.5%

El cuadro 3.7 evidencia avances hacia la inclusión de mujeres en los equipos directivos. En promedio, el 35.4% de los cargos directivos son ocupados por mujeres, y el 89.1% de las empresas cuenta con al menos una mujer en su equipo de dirección. Sin embargo, solo el 0.5% tiene equipos formados exclusivamente por mujeres, lo que demuestra que, aunque hay presencia femenina, aún falta paridad real. Este avance parcial refleja una mayor apertura a la diversidad, pero también señala la necesidad de políticas organizacionales que promuevan un liderazgo femenino más equitativo.

Cuadro 3.8
Mujeres en equipo directivo

Tamaño de la empresa	% solo mujeres	% pymes con mujeres
	directivas (-)	directivas (*)
Micro (6-9)	0.7%	85.3%
Pequeñas (10-49)	0.0%	97.4%
Medianas (50-249)	0.0%	100.0%

Diferencias significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

El cuadro 3.8 muestra que las mujeres están presentes en la mayoría de las empresas, aunque rara vez lideran solas. En las microempresas, el 85.3% tiene presencia femenina en su equipo; en las pequeñas, el 97.4%; y en las medianas, el 100%. No obstante, los equipos conformados únicamente por mujeres son prácticamente inexistentes (0.7% en microempresas y 0% en los otros tamaños). Esto refleja una participación creciente, pero aún subordinada, que demanda fortalecer la igualdad de oportunidades en los procesos de promoción y liderazgo dentro de las Mipyme.

Cuadro 3.9
Mujeres en equipo directivo

Sector de actividad	% mujeres	% pymes con mujeres
	directivas (-)	directivas (-)
Industria	0.0%	95.0%
Construcción	0.0%	82.6%
Comercio	0.0%	94.9%
Servicios	0.7%	84.5%

Diferencias significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

Los datos del cuadro 3.9 revelan que la presencia de mujeres en los equipos directivos varía según el sector. En Industria, el 95% de las empresas cuenta con al menos una mujer en la dirección, mientras que en Construcción el porcentaje desciende a 82,6%. En Comercio y Servicios, la participación femenina alcanza el 94,9% y 84,5%, respectivamente. Aunque los avances son notorios, la desigualdad sectorial persiste, sobre todo en rubros donde tradicionalmente predomina la fuerza laboral masculina, lo que evidencia un campo pendiente para las políticas de equidad.

Cuadro 3.10
Mujeres en equipo directivo

Empresa Familiar		
	% mujeres directivas (***)	% pymes con mujeres directivas (***)
EF	0.0%	88.2%
ENF	0.7%	89.8%

Diferencias significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

El cuadro 3.10 indica que tanto las empresas familiares (88.2%) como las no familiares (89.8%) incluyen mujeres en sus equipos directivos, aunque en ambas prácticamente no existen equipos exclusivamente femeninos. Este equilibrio demuestra que la composición de género en la dirección no depende del tipo de propiedad, sino más bien de factores culturales y estructurales del entorno empresarial. Aun así, la presencia femenina, aunque alta en términos de participación, sigue siendo minoritaria en los niveles de decisión, lo que plantea la necesidad de impulsar mecanismos que promuevan la igualdad en cargos de liderazgo.

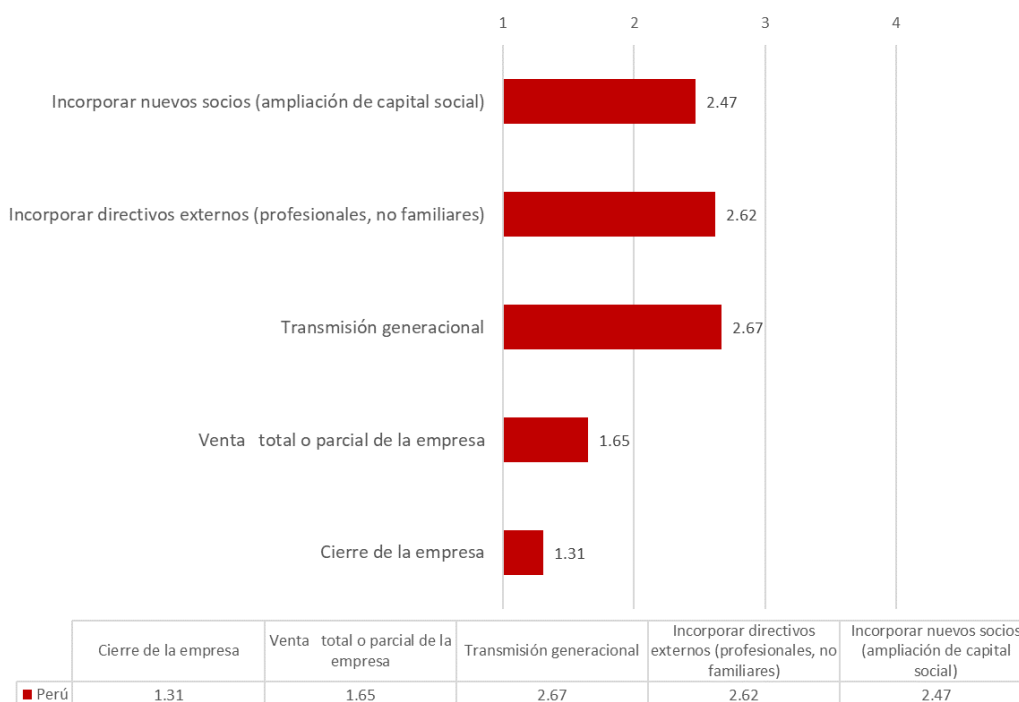
3.4. Planteamiento de Gobierno Corporativo

Cuadro 3.11
Planteamiento de Gobierno Corporativo

	2024	2025	Dif pp
Incorporar nuevos socios (ampliación de capital social)	32.4%	63.8%	31.4
Incorporar directivos externos (profesionales, no familiares)	34.4%	72.4%	38.0
Transmisión generacional	36.9%	73.3%	36.4
Venta total o parcial de la empresa	15.9%	30.3%	14.4
Cierre de la empresa	8.80%	16.7%	7.9

El cuadro 3.11 evidencia un avance notable en la adopción de prácticas de gobierno corporativo entre las Mipyme peruanas. En 2025, el 63,8% de las empresas manifestó interés en incorporar nuevos socios, frente al 32.4% del año anterior. También, la inclusión de directivos externos aumentó del 34.4% al 72.4%, y la transmisión generacional del 36.9% al 73.3%. Estos incrementos reflejan una creciente conciencia sobre la importancia de profesionalizar la gestión y garantizar continuidad. También se observa un ligero aumento en las opciones de venta (30.3%) y cierre (16.7%), lo que sugiere procesos de renovación y reestructuración empresarial.

Gráfico 3.10
Planteamiento de Gobierno Corporativo (importancia) ¹



¹ Escala entre 1= nada, a 5=mucho

El gráfico 3.10 muestra que los empresarios otorgan una valoración media de entre 2.4 y 3 puntos en una escala de 1 a 5 a las distintas dimensiones del gobierno corporativo. Las acciones más valoradas son la incorporación de directivos externos y la transmisión generacional, consideradas como claves para asegurar sostenibilidad y competitividad. En cambio, la venta o cierre de la empresa recibe menor importancia, reflejando que la mayoría de los empresarios prioriza la continuidad de su negocio antes que su liquidación. Estos resultados evidencian una tendencia hacia la institucionalización de la gestión en las Mipyme.

Cuadro 3.12
Planteamiento de Gobierno Corporativo
Tamaño de la empresa (-)

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig
Incorporar nuevos socios (ampliación de capital social)	63.59%	56.41%	76.00%	-
Incorporar directivos externos (profesionales, no familiares)	68.79%	79.49%	84.00%	*
Transmisión generacional	72.61%	79.49%	68.00%	-
Venta total o parcial de la empresa	28.66%	25.64%	48.00%	**
Cierre de la empresa	17.83%	10.26%	16.74%	-

Diferencias significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

El cuadro 3.12 evidencia que las empresas medianas son las más activas en prácticas de gobierno corporativo. Un 76% de ellas planea ampliar su capital social, y un 84% busca incorporar directivos externos, cifras superiores a las observadas en micro y pequeñas empresas. Además, casi la mitad (48%) considera la venta parcial o total como alternativa estratégica. En contraste, las microempresas (63.6%) y pequeñas (56.4%) muestran menor disposición a abrir su capital o ceder control, lo que refleja una gestión más tradicional y centrada en el núcleo familiar

Cuadro 3.13
Planteamiento de Gobierno Corporativo (importancia) ¹

	Tamaño de la empresa			
	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Incorporar nuevos socios (ampliación de capital social)	2.43	2.26	3.00	-
Incorporar directivos externos (profesionales, no familiares)	2.47	2.90	3.16	**
Transmisión generacional	2.62	2.85	2.72	-
Venta total o parcial de la empresa	1.61	1.44	2.24	**
Cierre de la empresa	1.32	1.23	1.40	-

¹ Escala de 1 = Nada a 5 = Mucho

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa.

En términos de valoración, el cuadro 3.13 muestra que las medianas empresas asignan mayor importancia a la incorporación de directivos externos (3.16 puntos) y a la ampliación de capital (3 puntos), evidenciando su visión de crecimiento y profesionalización. Las micro y pequeñas, en cambio, muestran una menor valoración (2.4–2.9 puntos), concentrando su gestión en estructuras familiares. La venta de la empresa tiene una percepción baja (1.6 puntos promedio), lo que confirma que la mayoría de los empresarios prefiere conservar el control antes que vender. La diferencia entre escalas revela distintos niveles de madurez organizacional.

Cuadro 3.14
Planteamiento de Gobierno Corporativo
Sector de Actividad

	Industria	Constr.	Comerc.	Servicios	Sig
Incorporar nuevos socios (ampliación de capital social)	65.00%	56.52%	70.73%	62.77%	-
Incorporar directivos externos (profesionales, no familiares)	80.00%	69.57%	70.73%	72.26%	-
Transmisión generacional	85.00%	69.57%	70.73%	72.99%	-
Venta total o parcial de la empresa	30.00%	26.09%	31.71%	30.66%	-
Cierre de la empresa	25.00%	17.39%	17.07%	15.33%	-

Diferencias significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

El cuadro 3.14 señala que la industria lidera en planificación de gobierno corporativo, con 80% de empresas interesadas en incorporar directivos externos y 85% en asegurar la transmisión generacional. En el otro extremo, construcción (69.6%) y servicios (72.9%) presentan menor desarrollo en estos aspectos. También, la venta de empresas es más común en comercio (31.7%) e industria (30%), lo que sugiere una mayor dinámica de reestructuración. Estos resultados reflejan que los sectores más productivos y exportadores adoptan con mayor rapidez prácticas formales de gestión y sucesión.

Cuadro 3.15
Planteamiento de Gobierno Corporativo (importancia) ¹
Sector de actividad

	Industria	Constr.	Comerc.	Servic.	Sig.
Incorporar nuevos socios (ampliación de capital social)	2.00	2.17	2.49	2.58	-
Incorporar directivos externos (profesionales, no familiares)	2.55	2.52	2.56	2.67	-
Transmisión generacional	2.90	2.17	2.71	2.71	-
Venta total o parcial de la empresa	1.50	1.43	1.68	1.70	-
Cierre de la empresa	1.40	1.22	1.39	1.29	-

¹ Escala de 1 = Nada a 5 = Mucho

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01. (-) no significativa.

Según el cuadro 3.15, los empresarios de servicios (2.67 puntos) y comercio (2.56 puntos) valoran más la incorporación de directivos externos, mientras que los industriales priorizan la transmisión generacional (2.9 puntos). En todos los sectores, la venta o cierre obtiene bajas puntuaciones (entre 1.4 y 1.7 puntos), reflejando una cultura de continuidad. Estas percepciones evidencian que la sostenibilidad y profesionalización se consolidan como ejes del gobierno corporativo, especialmente en sectores orientados a la innovación y atención al cliente, donde la gestión moderna resulta clave para mantener competitividad.

Cuadro 3.16
Planteamiento de Gobierno Corporativo
Empresa Familiar

	EF	ENF	Sig
Incorporar nuevos socios (ampliación de capital social)	57.14%	70.64%	-
Incorporar directivos externos (profesionales. no familiares)	72.32%	72.48%	-
Transmisión generacional	75.00%	71.56%	-
Venta total o parcial de la empresa	26.79%	33.94%	-
Cierre de la empresa	15.18%	18.35%	-

Diferencias significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01. (-) no significativa

El cuadro 3.16 muestra que tanto las empresas familiares (75%) como las no familiares (71.6%) priorizan la transmisión generacional como estrategia de sostenibilidad. Las no familiares presentan un mayor interés en ampliar su capital (70.6%) y vender parcialmente (33.9%), reflejando una lógica empresarial más orientada a la expansión e inversión externa. En cambio, las familiares tienden a mantener estructuras cerradas (57.1% dispuestas a

nuevos socios). Estas diferencias muestran que el tipo de propiedad influye en la forma en que se concibe el futuro y la profesionalización de la empresa.

Cuadro 3.17
Planteamiento de Gobierno Corporativo (importancia) ¹
Empresa Familiar

	EF	ENF	Sig
Incorporar nuevos socios (ampliación de capital social)	2.33	2.61	-
Incorporar directivos externos (profesionales, no familiares)	2.68	2.57	-
Transmisión generacional	2.82	2.52	-
Venta total o parcial de la empresa	1.53	1.78	*
Cierre de la empresa	1.23	1.39	-

¹ Escala de 1 = Nada a 5 = Mucho

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa.

Además, el cuadro 3.17 evidencia percepciones similares entre empresas familiares y no familiares, aunque con matices. Las familiares otorgan mayor relevancia a la transmisión generacional (2.82 puntos) y a la incorporación de directivos externos (2.68 puntos), mientras que las no familiares valoran más la ampliación de capital (2.61 puntos) y la venta parcial (1.78 puntos). Esto sugiere que las primeras priorizan la continuidad interna, mientras que las segundas buscan flexibilidad financiera y apertura a nuevos inversores. En conjunto, ambas reconocen que la planificación corporativa es fundamental para asegurar la permanencia y competitividad de las Mipyme peruanas.

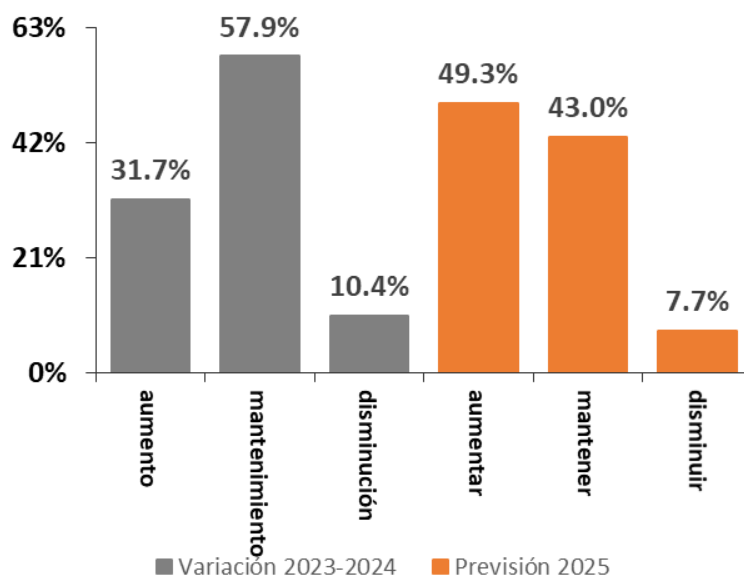
4. Evolución y expectativas en empleo, ventas e inversiones

En este apartado se evalúa la evolución que han experimentado las pymes en 2024 en magnitudes como el empleo, las ventas y la inversión, respecto al año 2023; así como sus expectativas para 2025. Para analizarlas con más detalle, se han considerado los estratos de tamaño y sector de actividad. Adicionalmente, determinamos el "saldo de evolución" y el "saldo de expectativas", calculado como la diferencia entre el porcentaje de las empresas que aumentan respecto a la variable analizada y el porcentaje que lo disminuye. Es relevante señalar que los años analizados en este informe han sido años de recuperación y expansión económica tras superar la crisis originada por la COVID-19, pero siguen condicionados por el fuerte impacto de guerras, tensiones geopolíticas internacionales y un fuerte proteccionismo de la economía norteamericana, que han originado un periodo de alta incertidumbre.

Adicionalmente, se ha construido el *Índice Pyme de Confianza Empresarial* ($IP_{confianza}$) que mide de forma regular el pulso de la actividad económica a través de los valores reales y las expectativas previstas en la cifra de negocio, número de trabajadores e inversiones realizadas. Este indicador varía entre ± 100 puntos. De forma que valores positivos indican avances en la actividad de la empresa, mientras que datos negativos señalan un retroceso en la misma.

4.1. Empleo

Gráfico 4.1
Evolución de los empleados durante 2024 ¿Cree que la tendencia para 2025 es aumentar, mantener o disminuir el número de empleados?



Durante el año 2024, el 57.9% de las empresas mantuvo su número de empleados, el 31.7% lo incrementó y el 10.4% lo redujo. Para 2025, las expectativas empresariales son más optimistas: el 49.3% prevé aumentar su personal y el 43% mantenerlo, mientras que solo un 7.7% estima una reducción. En conjunto, los resultados reflejan una tendencia de recuperación sostenida del empleo, con perspectivas de crecimiento en el corto plazo impulsadas por la confianza empresarial.

Cuadro 4.1
Evolución y expectativas sobre el empleo
Tamaño de la empresa

Variaciones	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Evolución de los empleados en 2024				
Disminución	13.4%	0.0%	8.0%	
Estabilidad	64.3%	48.7%	32.0%	***
Aumento	22.3%	51.3%	60.0%	
Saldo de evolución	8.9	51.3	52.0	
Tendencia empleo 2025				
Disminución	8.9%	2.6%	8.0%	
Estabilidad	46.5%	30.8%	40.0%	-
Aumento	44.6%	66.7%	52.0%	
Saldo de expectativas	35.7	64.1	44.0	

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. - no significativa.

Las expectativas para 2025 son mayormente positivas: el 49.3% de las empresas prevé incrementar su personal y el 43% mantenerlo. Las pequeñas empresas destacan con el mayor saldo de expectativas (64.1%), seguidas por las medianas (44.0%). En conjunto, los datos evidencian confianza en la expansión y consolidación de las unidades productivas para el próximo periodo.

Cuadro 4.2
Evolución y expectativas sobre el empleo
Sector de actividad

Variaciones	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Evolución de los empleados en 2024					
Disminución	5.0%	13.0%	7.3%	11.7%	
Estabilidad	55.0%	60.9%	68.3%	54.7%	-
Aumento	40.0%	26.1%	24.4%	33.6%	
Saldo de evolución	35.0	13.1	17.1	21.9	
Tendencia empleo 2025					
Disminución	0.0%	13.0%	2.4%	9.5%	
Estabilidad	30.0%	39.1%	53.7%	42.3%	-
Aumento	70.0%	47.8%	43.9%	48.2%	
Saldo de expectativas	70.0	34.8	41.5	38.7	

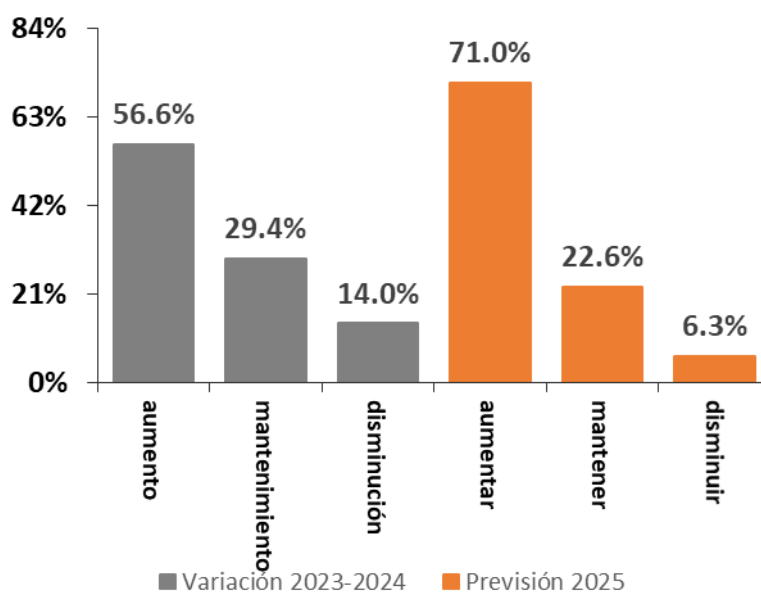
Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01; (-) no significativa.

En 2024, la estabilidad laboral predominó en todos los sectores, especialmente en comercio (68.3%) y construcción (60.9%). El aumento de empleados fue más notorio en la industria (40%) y servicios (33.6%), mientras que las disminuciones fueron reducidas en general. Para 2025, las expectativas de incremento del empleo son mayores en la industria (70%) y más moderadas en construcción (47.8%) y servicios (48.2%). En conjunto, los datos muestran una tendencia de crecimiento del empleo en la mayoría de sectores, con la industria liderando las proyecciones positivas.

4.2. Ventas

Gráfico 4.2
Evolución de las ventas durante 2024 ¿Cree que la
tendencia para 2025 es aumentar, mantener o disminuir las
ventas?



En 2024, las ventas mostraron un desempeño mayoritariamente positivo, con un 56.6% de empresas que reportaron incrementos y un 29.4% que mantuvo sus niveles, mientras que las disminuciones fueron limitadas (14%). Para

2025, las proyecciones son aún más favorables: el 71% de los encuestados espera un aumento en sus ventas, reflejando un mayor dinamismo comercial y expectativas de expansión. La proporción que prevé estabilidad también es significativa (22.6%), y solo una minoría anticipa una reducción (6.3%). En conjunto, los resultados revelan un fortalecimiento de la confianza empresarial y una tendencia sostenida hacia el crecimiento, consolidando un escenario positivo para el próximo año.

Cuadro 4.3
Evolución y expectativas sobre las ventas

Variaciones	Tamaño de la empresa			Sig.
	Micro	Pequeñas	Medianas	
Evolución de las ventas en 2025				
Disminución	15.9%	10.3%	8.0%	
Mantenimiento	29.9%	28.2%	28.0%	-
Aumento	54.1%	61.5%	64.0%	
Saldo de evolución	38.2	51.2	56.0	
Expectativas de ventas para 2026				
Disminución	7.6%	5.1%	0.0%	
Mantenimiento	21.0%	17.9%	40.0%	-
Aumento	71.3%	76.9%	60.0%	
Saldo de expectativas	63.7	71.8	60.0	

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. - no significativa.

En 2025, las medianas empresas mostraron el mayor incremento en ventas (64%), seguidas por las pequeñas (61.5%) y las micro (54.1%), mientras que las reducciones fueron mínimas. Para 2026, las expectativas son más favorables, con aumentos previstos en más del 70% de los casos en todos los tamaños empresariales, destacando nuevamente las pequeñas (76.9%). En general, se observa una tendencia positiva de crecimiento sostenido de las ventas entre los distintos tamaños empresariales.

Cuadro 4.4
Evolución y expectativas sobre las ventas

Variaciones	Sector de actividad				Sig.
	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	
Evolución de las ventas en 2024					
Disminución	10.0%	13.0%	7.3%	16.8%	
Mantenimiento	20.0%	34.8%	26.8%	30.7%	-
Aumento	70.0%	52.2%	65.8%	52.6%	
Saldo de evolución	60.0	39.2	58.5	35.8	
Expectativas de ventas para 2025					
Disminución	0.0%	4.3%	4.9%	8.0%	
Mantenimiento	20.0%	21.7%	14.6%	25.6%	-
Aumento	80.0%	73.9%	80.5%	66.4%	
Saldo de expectativas	80.0	69.6	75.6	58.4	

Chi-Cuadrado de Pearson.

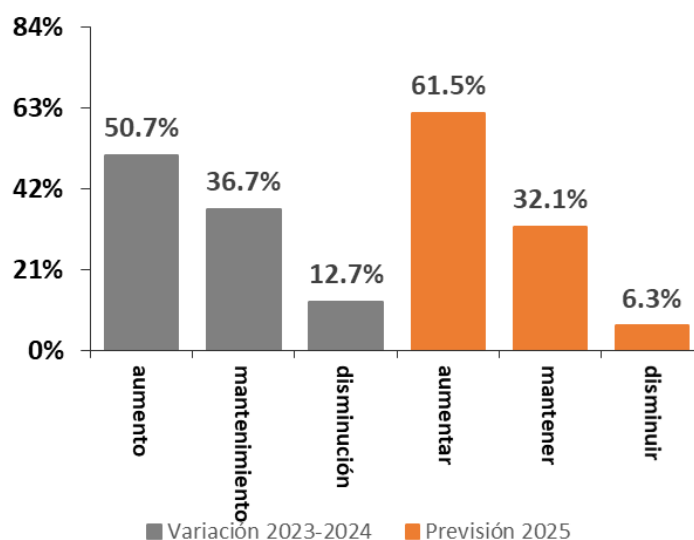
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; (-) no significativa.

Durante 2024, el aumento de ventas fue mayor en la industria (70%) y el comercio (65.8%), mientras que los sectores de servicios (52.6%) y construcción (52.2%) mostraron incrementos más moderados. Para 2025, las expectativas son igualmente favorables: la mayoría de sectores prevé crecimiento, sobresaliendo la industria con un 80% y el comercio con 75.6%.

En conjunto, los sectores productivos mantienen perspectivas positivas de expansión en sus niveles de ventas.

4.3. Inversiones

Gráfico 4.3
Evolución de las inversiones durante 2024 ¿Cree que la tendencia para 2025 es aumentar, mantener o disminuir las inversiones?



Durante el 2024, el 50.7% de las empresas incrementó sus inversiones, el 36.7% las mantuvo y el 12.7% las redujo. Para 2025, las previsiones son aún más optimistas: el 61.5% espera aumentar sus inversiones, mientras que el 32.1% planea mantenerlas y solo un 6.3% prevé disminuirlas. Los resultados reflejan un fortalecimiento de la dinámica inversora respecto al año anterior.

Cuadro 4.5
Evolución y expectativas sobre las inversiones
 Tamaño de la empresa

Variaciones	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Evolución de las inversiones en 2024				
Disminución	15.3%	5.1%	8.0%	
Mantenimiento	37.6%	33.3%	36.0%	-
Aumento	47.1%	61.5%	56.0%	
Saldo de evolución	31.8	56.4	48.0	
Expectativas de inversiones para 2025				
Disminución	7.6%	2.6%	4.0%	
Mantenimiento	32.5%	28.2%	36.0%	-
Aumento	59.9%	69.2%	60.0%	
Saldo de expectativas	52.3	66.6	56.0	

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. - no significativa.

En el 2024, el aumento de inversiones predominó en las pequeñas (61.5%) y medianas empresas (56%), mientras que las microempresas mostraron menor crecimiento (47.1%). Para 2025, las expectativas se mantienen positivas, con mayores incrementos esperados en las pequeñas empresas

(69.2%) y niveles moderados de mantenimiento en las medianas (36%). En general, todas las categorías empresariales anticipan un entorno favorable para la inversión.

Cuadro 4.6
Evolución y expectativas sobre las inversiones
Sector de actividad

Variaciones	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Evolución de las inversiones en 2024					
Disminución	10.0%	17.4%	7.3%	13.9%	
Mantenimiento	10.0%	34.8%	31.7%	42.3%	*
Aumento	80.0%	47.8%	61.0%	43.8%	
Saldo de evolución	70.0	30.4	53.7	29.9	
Expectativas de inversiones para 2025					
Disminución	5.0%	4.3%	0.0%	8.8%	
Mantenimiento	20.0%	30.4%	31.7%	34.3%	-
Aumento	75.0%	65.2%	68.3%	56.9%	
Saldo de expectativas	70.0	60.9	68.3	48.1	

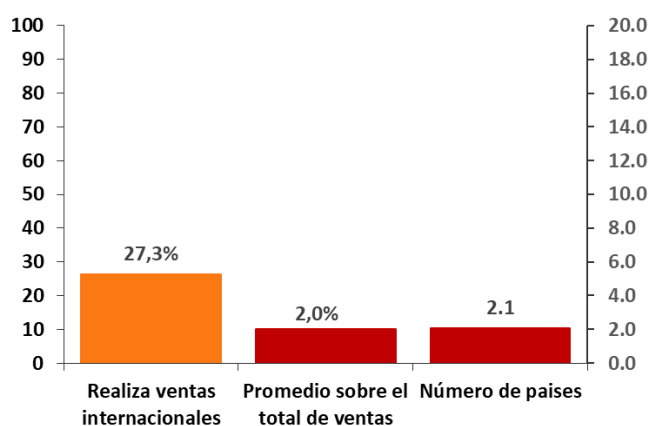
Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; (-) no significativa.

En 2024, la industria presentó el mayor incremento de inversiones (80%), seguida del comercio (61%) y la construcción (47.8%). El mantenimiento fue más frecuente en servicios (42.3%) y construcción (34.8%), mientras que las reducciones fueron limitadas en todos los sectores. Para 2025, las expectativas de crecimiento se mantienen elevadas, con aumentos previstos sobre todo en la industria (75%) y el comercio (68.3%). En conjunto, los sectores productivos muestran una clara orientación hacia la expansión inversora.

4.4. Internacionalización

Gráfico 4.4
Porcentaje de empresas que realizan ventas internacionales y promedio que suponen en el total de ventas para 2024. ¿A cuántos países?



El 27.3% de las empresas reportó realizar ventas internacionales durante 2024. Sin embargo, estas representan en promedio solo el 2% del total de sus ventas y se concentran en aproximadamente dos países. Los resultados

indican una presencia internacional limitada, con una participación aún reducida en los mercados externos.

Cuadro 4.7
Grado internacionalización según propiedad y tamaño

Coeficiente de correlación	Carácter Familiar	Tamaño
% de Ventas internacionales (Pearson)	0.064(-)	0.162(**)
% de Ventas internacionales (Spearman)	-0.071(-)	0.121(*)

Coeficiente de Correlación Rho Spearman/Pearson (rango valores $0 \leq \text{Rho} \leq 1$)
Valores estadísticamente significativos: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. - no significativo.

El análisis de correlaciones muestra que el tamaño empresarial guarda una relación positiva y significativa con el grado de internacionalización ($r=0.162$; $p < 0.05$), mientras que el carácter familiar no presenta vínculos relevantes. Esto sugiere que las empresas de mayor tamaño tienden a registrar una participación más activa en mercados internacionales, aunque la relación no se extiende a la estructura de propiedad.

4.5. Índice Mipyme de Confianza Empresarial

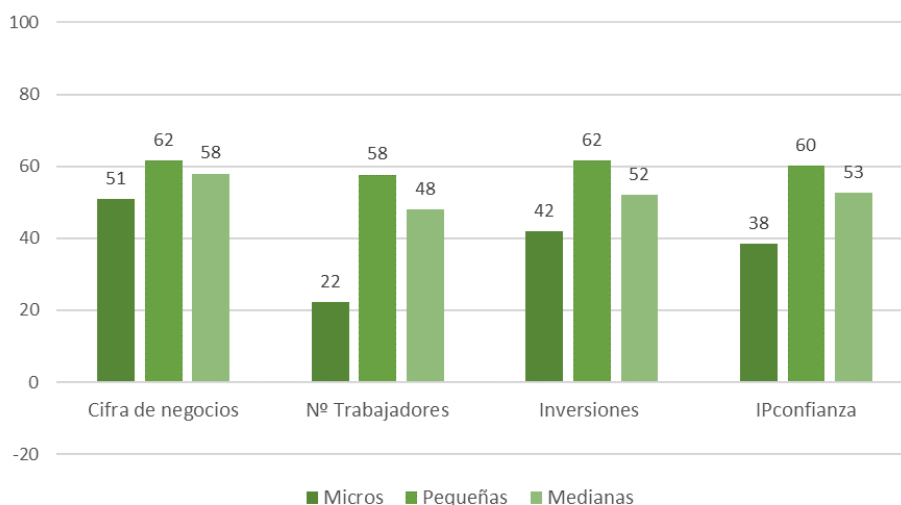
El Indicador Mipyme de Confianza ($IP_{\text{confianza}}$) mide de forma regular el pulso de la actividad económica a través de los resultados y las expectativas previstas en tres variables: la cifra de negocio, el número de trabajadores y las inversiones realizadas. Este indicador varía entre ± 100 puntos, de forma que valores positivos indican avances en la actividad de la empresa, mientras que los negativos señalan un retroceso en la misma. Para cada variable se calcula un saldo diferencia entre mejora y empeoramiento, tanto para el componente valores del pasado año (resultados) como para los esperados (expectativas).

Cuadro 4.8
Índice Mipyme de Confianza Empresarial

	Resultados	Expectativas	$IP_{\text{confianza}}$
2024	35.7	34.7	35.2
Cifra de negocio	28.8	46.7	37.7
N.º Trabajadores	12.6	22.3	17.4
Inversiones	22.6	38.1	30.3
2025	33.9	53.9	43.9
Cifra de negocio	42.5	64.7	53.6
N.º Trabajadores	21.3	41.6	31.4
Inversiones	38.0	55.2	46.6

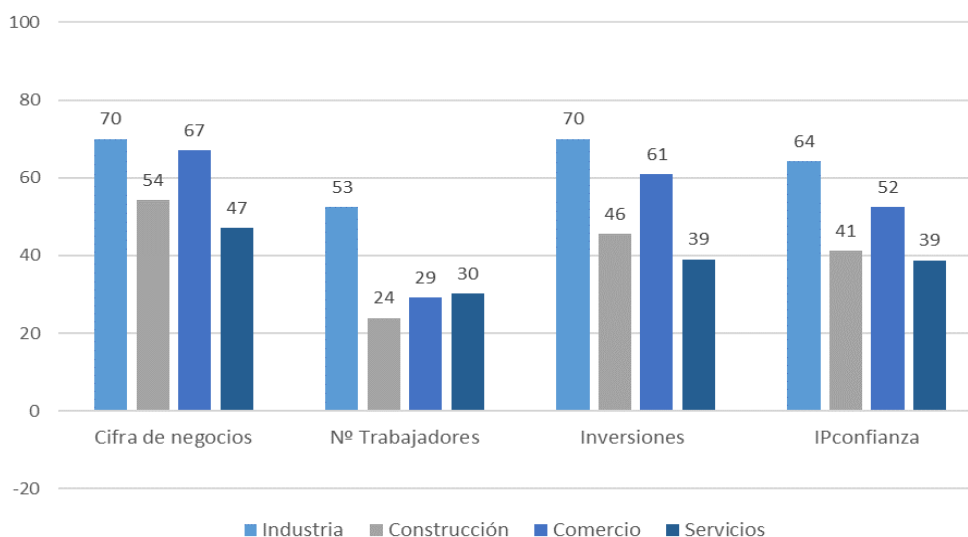
En 2024, el Índice Mipyme de Confianza Empresarial alcanzó un valor general de 35.2 puntos, con mejores resultados en la cifra de negocio (37.7) y menor desempeño en el empleo (17.4). Las inversiones registraron un nivel intermedio de confianza (30.3). Para 2025, el índice proyecta un incremento significativo hasta 43.9 puntos, impulsado principalmente por las expectativas en ventas (53.6) e inversiones (46.6). En conjunto, los datos evidencian una mejora en las percepciones empresariales respecto a la actividad económica futura.

Gráfico 4.5
Índice Mipyme de Confianza por tamaño



El índice muestra que las empresas medianas presentan los valores más altos de confianza (60 puntos), seguidas por las pequeñas (53) y las microempresas (38). En cuanto a las dimensiones, las medianas destacan en cifra de negocios (62) e inversiones (52), mientras que las microempresas obtienen los puntajes más bajos, especialmente en empleo (22). Estos resultados reflejan una relación directa entre el tamaño empresarial y la confianza económica percibida.

Gráfico 4.6
Índice Mipyme de Confianza por sector



El sector industrial lidera el nivel de confianza con 52 puntos, seguido por el comercio (41), servicios (39) y construcción (39). La industria también sobresale en cifra de negocios (70) e inversiones (61), lo que evidencia un mayor dinamismo productivo frente a los demás sectores. En general, los sectores vinculados a la producción muestran mejores indicadores que los orientados a servicios.

Cuadro 5.2
¿En qué medida su entorno empresarial le resulta favorable?¹
Sector de actividad

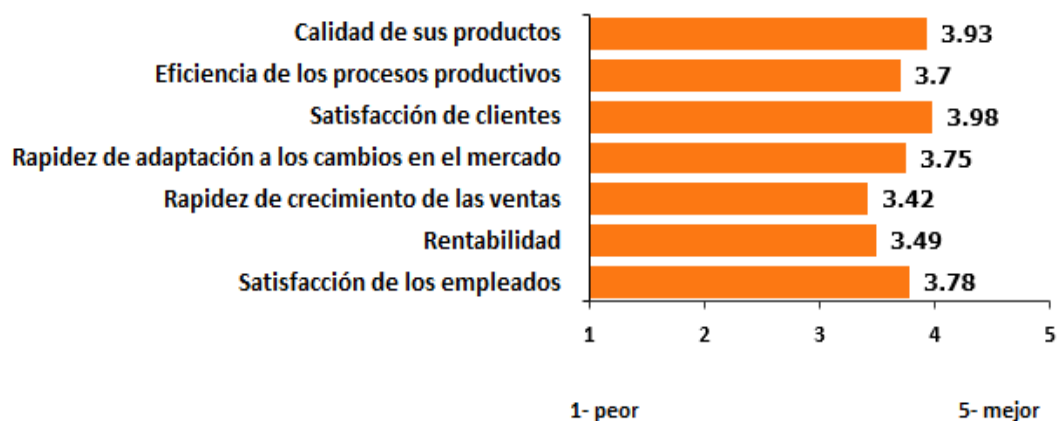
	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Situación económica general (inflación. tipos de interés. demanda...)	2.85	2.69	3.27	2.95	
Infraestructuras (transporte. tecnológicas...)	2.85	3.39	3.10	3.24	-
Burocracia y obligaciones legales	2.20	2.78	2.73	2.47	-
Estabilidad política y seguridad jurídica	2.35	3.17	2.85	3.02	-
Provisión de recursos (humanos. financieros. energía. materias primas...)	2.95	3.48	3.17	3.28	-

¹ En una escala de 1 = Nada a 5 = Mucho
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01. (-) no significativa.

Los sectores con percepciones más positivas son el comercio y la industria, destacando en situación económica (3.24 y 2.85) e infraestructuras (3.39 y 3.25). En contraste, la construcción y los servicios registran valoraciones más bajas, sobre todo en estabilidad política y provisión de recursos. En general, las opiniones muestran un entorno empresarial medianamente favorable, con mejores condiciones percibidas en los sectores productivos.

5.2. Indicadores de rendimiento

Gráfico 5.2
En comparación con sus competidores directos, indique cual es la posición de su empresa con los siguientes indicadores de rendimiento



Las empresas se evalúan de manera favorable frente a sus competidores directos, destacando la satisfacción de clientes (3.98) y la calidad de productos (3.93) como los indicadores más altos. La eficiencia de los procesos (3.70) y la adaptación a los cambios del mercado (3.75) también obtienen valoraciones positivas. En contraste, los puntajes más bajos corresponden a la rentabilidad (3.49) y la satisfacción de empleados (3.42), aunque mantienen niveles medios de desempeño competitivo.

Cuadro 5.3
Rendimiento de las pymes frente a sus competidores¹

	Tamaño de la empresa				Sig.
	Micro	Pequeñas	Medianas		
Calidad de sus productos	3.87	4.02	4.16	-	
Eficiencia de los procesos	3.71	3.59	3.76	-	
Satisfacción de clientes	4.00	3.90	4.00	-	
Rapidez de adaptación a cambios en el mercado	3.76	3.72	3.76	-	
Rapidez de crecimiento de las ventas	3.32	3.69	3.64	*	
Rentabilidad	3.43	3.56	3.72	-	
Satisfacción de los empleados	3.81	3.69	3.72	-	

¹ En una escala de 1 = Peor a 5 = Mejor

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01; (-) no significativa

Las empresas medianas presentan las valoraciones más altas en todos los indicadores, con especial ventaja en calidad de productos (4.16) y eficiencia de procesos (3.76). Las pequeñas empresas se mantienen cerca de esos valores, mientras que las microempresas registran los niveles más bajos, especialmente en el crecimiento de ventas (3.32). Las diferencias son estadísticamente significativas solo en este último indicador, evidenciando una mayor capacidad de expansión entre las empresas de mayor tamaño.

Cuadro 5.4
Rendimiento de las pymes frente a sus competidores¹

	Sector de actividad				Sig.
	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	
Calidad de sus productos	4.15	3.91	3.71	3.97	-
Eficiencia de los procesos	3.7	3.74	3.49	3.75	-
Satisfacción de clientes	4.00	4.04	3.71	4.05	-
Rapidez de adaptación a cambios en el mercado	3.85	4.00	3.34	3.82	**
Rapidez de crecimiento de las ventas	3.65	3.35	3.22	3.47	-
Rentabilidad	3.70	3.43	3.44	3.48	-
Satisfacción de los empleados	3.85	4.00	3.44	3.84	-

¹ En una escala de 1 = Peor a 5 = Mejor

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01; (-) no significativa

El sector industrial muestra los mejores indicadores de rendimiento, especialmente en calidad de productos (4.15) y satisfacción de clientes (4.00). En cambio, el comercio presenta los valores más bajos en la mayoría de las variables, como eficiencia de procesos (3.49) y crecimiento de ventas (3.22). La adaptación a los cambios del mercado registra diferencias estadísticamente significativas, siendo más alta en la construcción (4.00) y la industria (3.85). En general, los sectores productivos superan en desempeño competitivo a los de servicios.

5.3. Índice Mipyme de Competitividad

Elaboramos un Índice Mipyme de Competitividad ($IP_{\text{competitividad}}$) que recoge información de la facilidad o impedimentos del entorno para llevar a cabo la actividad empresarial (entorno) y de los recursos y capacidades de las empresas que determina su rendimiento frente a los competidores (rendimiento).

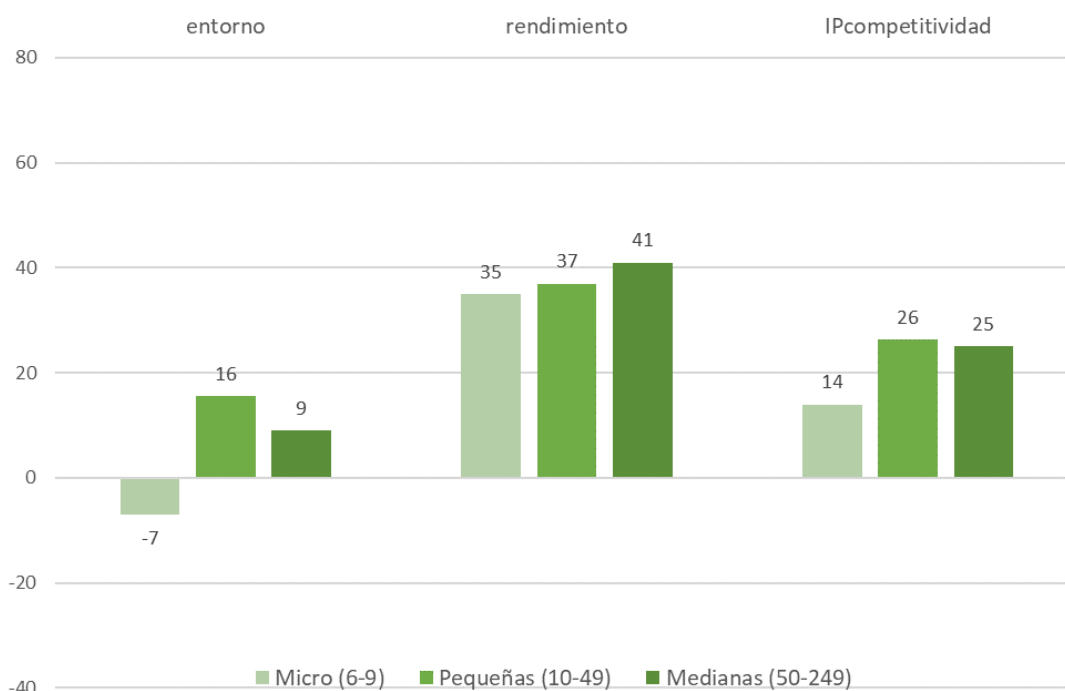
El índice varía entre -100 y 100, siendo un promedio de sus componentes, entorno y rendimiento.

Cuadro 5.5
Índice Mipyme de Competitividad

	Entorno	Rendimiento	IP _{competitividad}
Iberoamérica (2024)	-2	46	22
Perú (2025)	-1	36	18

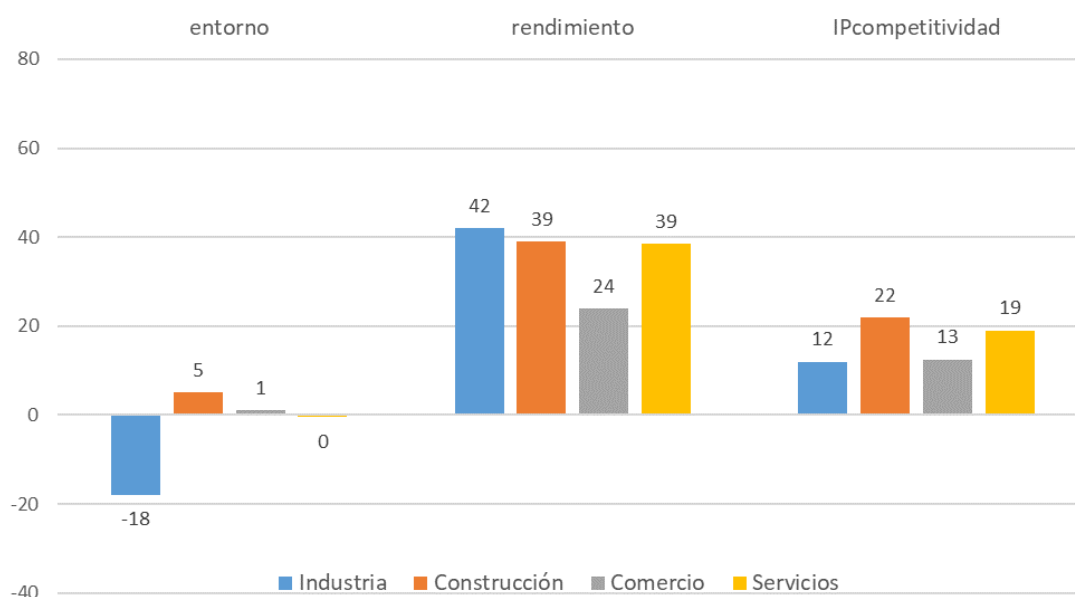
El Índice Pyme de Competitividad muestra que Perú alcanza un valor de 18 puntos en 2025, por debajo del promedio iberoamericano (22 puntos en 2024). El componente de rendimiento es el que más contribuye al índice, con 36 puntos en Perú frente a 46 en Iberoamérica. En contraste, el entorno empresarial se mantiene ligeramente negativo en ambos casos (-1 y -2), evidenciando condiciones externas aún poco favorables para las pymes.

Gráfico 5.3
Índice Mipyme de Competitividad por tamaño



Las empresas medianas presentan el mayor nivel de competitividad (25 puntos), seguidas por las pequeñas (14) y las microempresas (-7). En el componente de rendimiento, las pequeñas y medianas destacan con valores similares (37 y 41 puntos), mientras que el entorno es menos favorable para las microempresas. En conjunto, el índice refleja una relación positiva entre el tamaño empresarial y la competitividad alcanzada.

Gráfico 5.4
Índice Mipyme de Competitividad por sectores



El sector industrial presenta el mayor nivel de competitividad (22 puntos), impulsado por un alto rendimiento (42 puntos) a pesar de un entorno desfavorable (-18). Le siguen los sectores de servicios (19 puntos) y construcción (13 puntos), ambos con entornos más equilibrados y buen desempeño operativo. El comercio registra el menor índice (12 puntos), afectado por un bajo rendimiento (24 puntos). En conjunto, los resultados muestran que la competitividad sectorial está más asociada al rendimiento interno que a las condiciones del entorno, evidenciando que los sectores con mayor eficiencia operativa logran compensar contextos menos favorables y sostener mejores niveles de competitividad.

6. Innovación

La evidencia más reciente en economía del crecimiento ha vuelto a situar a la innovación en el centro del desarrollo productivo. El Premio Nobel 2025 concedido «por haber explicado el crecimiento económico impulsado por la innovación», destinándose la mitad a Joel Mokyr «por haber identificado los requisitos previos para el crecimiento sostenido a través del progreso tecnológico» y la otra mitad conjuntamente a Philippe Aghion y Peter Howitt «por la teoría del crecimiento sostenido a través de la destrucción creativa», donde la competencia y el cambio tecnológico reemplazan tecnologías obsoletas y elevan la productividad agregada.

En ese marco, la innovación no se agota en con la investigación y desarrollo tecnológico formal. Conforme al enfoque contemporáneo, comprende cambios significativos en productos y servicios, procesos, marketing, comercial, organización y gestión que generan valor y se traducen en productividad, ventas, márgenes y resiliencia.

Para las Mipyme, con restricciones de capital, capacidades y redes, la primera frontera de innovación suele materializarse en mejoras gerenciales y de

Por su parte los cuadros 6.1 y 6.2 sugieren una curva de madurez: al crecer, las firmas profundizan el paquete gerencial y de capitalización que viabiliza saltos de productividad. Así mismo se puede observar que a nivel estrategia, las tasas de alianzas/colaboraciones y acceso a nuevos mercados muestran que la innovación estratégica se intensifica con el tamaño, actuando como mecanismo de reducción de asimetrías (tecnología, información, canales) y de gestión del riesgo comercial (Cuadro 6.1).

Cuadro 6.1
Realización de innovaciones
Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Innovación en estrategia				
Establecimiento nuevas alianzas o colaboraciones	50.3%	59.0%	72.0%	-
Acceso a nuevos mercados	56.0%	61.5%	60.0%	-
Innovación en gestión				
Cambios o mejoras en comercial y/o ventas	66.2%	84.6%	84.0%	**
Cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamientos	59.2%	69.2%	76.0%	-
Cambios o mejoras en dirección y/o gestión	64.3%	74.4%	88.0%	**
Innovación en procesos				
Adquisición de nuevos bienes de equipo o instalaciones	57.3%	69.2%	84.0%	**
Cambios o mejoras en los procesos de producción	72.6%	82.0%	88.0%	-
Innovación en productos y servicios				
Lanzamiento al mercado de nuevos productos/servicios	68.1%	64.1%	84.0%	-
Cambios o mejoras en productos/servicios existentes	79.0%	79.5%	80.0%	-

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; (-) no significativa

El Cuadro 6.2 sugiere que las empresas medianas proporcionan una mayor importancia al desarrollo de innovaciones que las micro y pequeñas empresas, y esto se refleja a nivel de los diferentes tipos de innovación. Sin embargo, en innovaciones en estrategia para acceso a nuevos mercados, las micro y pequeñas empresas (3.34 y 3.33) han considerado mayor importancia que las medianas (3.34).

Por otro lado, es importante resaltar que la actividad de innovación que es considerada más importante por la Mipyme es la Innovación en gestión, de manera principal en los cambios o mejoras en organización y/o gestión.

Cuadro 6.2
Importancia de las innovaciones¹
Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Innovación en estrategia				
Establecimiento nuevas alianzas o colaboraciones	3.09	3.38	3.44	-
Acceso a nuevos mercados	3.34	3.33	3.24	-
Innovación en gestión				
Cambios o mejoras en comercial y/o ventas	3.46	3.69	3.76	-

Cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamientos	3.23	3.54	3.4	-
Cambios o mejoras en organización y/o gestión	3.40	3.59	3.84	-
Innovación en procesos				
Adquisición de nuevos bienes de equipo o instalaciones	3.21	3.59	3.36	-
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3.47	3.77	3.68	-
Innovación en productos y servicios				
Lanzamiento al mercado de nuevos productos/servicios	3.44	3.38	3.60	-
Cambios o mejoras en productos/servicios existentes	3.53	3.72	3.60	-

¹ En una escala de 1 = poco importante a 5 = muy importante.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01; (-) no significativa

El Cuadro 6.3 ofrece los resultados del análisis de como el sector de actividad de las empresas influye en el desarrollo de innovaciones. En el caso de la Industria, las innovaciones en donde las empresas invierten más son las innovaciones en productos y servicios, como el lanzamiento al mercado de nuevos productos o servicios y cambios o mejoras en los servicio o productos existentes.

Por su parte en sector de la construcción las innovaciones que más actividad han tenido son las de cambio o mejoras en gestión comercial, cambio en los procesos de producción y cambio o mejoras en productos y servicios con una tasa de 73.9%.

En el sector de servicios las innovaciones con mayor representatividad son los de cambios o mejoras en productos y servicios existentes, seguido de mejoras en los procesos de producción.

Cuadro 6.3
Realización de innovaciones
Sector de actividad

	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Innovación en estrategia					
Establecimiento nuevas alianzas o colaboraciones	60.0%	65.2%	48.8%	53.3%	-
Acceso a nuevos mercados	70.0%	56.5%	56.1%	56.2%	-
Innovación en gestión					
Cambios o mejoras en comercial y/o ventas	70.0%	73.9%	75.6%	70.1%	-
Cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamientos	70.0%	65.2%	68.3%	59.8%	-
Cambios o mejoras en organización y/o gestión	65.0%	69.6%	65.8%	70.1%	-
Innovación en procesos					
Adquisición de nuevos bienes de equipo o instalaciones	65.0%	60.9%	58.5%	63.5%	-
Cambios o mejoras en los procesos de producción	70.0%	73.9%	70.7%	78.8%	-
Innovación en productos y servicios					
Lanzamiento al mercado de nuevos productos/servicios	70.0%	47.8%	68.3%	73.0%	-
Cambios o mejoras en productos/servicios existentes	75.0%	73.9%	78.0%	81.0%	-

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01; (-) no significativa

Con respecto a la importancia de las innovaciones por tipo de sector económico, según los resultados observados en el Cuadro 6.4; en el caso de la innovación en estrategia son los sectores de industria y servicios en donde se les da una mayor importancia, con respecto a los sectores de construcción y comercio. En el caso de la innovación en gestión, este es un rubro en donde los cuatros sectores económicos brindan la misma importancia con un ratio cercano a los 4 puntos de una escala del 1 al 5. Por su parte las Innovaciones en procesos adquieren mayor importancia en los sectores de industria, construcción y servicios.

Un comportamiento diferente es observado en las innovaciones en productos y servicios, en donde el sector que le infiere mayor importancia es el sector industria, seguido del sector servicio, y en menor importancia en los sectores de construcciones y comercio.

Cuadro 6.4
Importancia de las innovaciones¹
Sector de actividad

	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Innovación en estrategia					
Establecimiento nuevas alianzas o colaboraciones	3.25	3.22	2.85	3.26	-
Acceso a nuevos mercados	3.60	3.39	2.85	3.42	-
Innovación en gestión					
Cambios o mejoras en comercial y/o ventas	3.90	3.43	3.17	3.60	-
Cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamientos	3.85	3.26	3.12	3.29	-
Cambios o mejoras en organización y/o gestión	3.60	3.69	3.02	3.57	-
Innovación en procesos					
Adquisición de nuevos bienes de equipo o instalaciones	3.75	3.52	2.73	3.36	**
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3.75	3.65	2.97	3.67	**
Innovación en productos y servicios					
Lanzamiento al mercado de nuevos productos/servicios	3.75	3.00	3.22	3.55	-
Cambios o mejoras en productos/servicios existentes	3.95	3.43	3.15	3.66	*

¹ En una escala de 1 = poco importante a 5 = muy importante.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01; (-) no significativa

La evidencia presentada muestra un patrón consistente con respecto a la Mipyme peruana; presenta innovaciones de manera pragmática “desde adentro”, con énfasis en mejoras en productos existentes, procesos y gestión/comercial y, conforme la empresa va creciendo o madurando, incorpora tecnología (equipos/instalaciones) y palancas estratégicas (alianzas, nuevos mercados). Por tamaño, las medianas ejecutan y valoran con mayor intensidad la innovación en gestión y procesos; por sector, Industria y Servicios asignan significativamente más importancia a procesos/capex y a la mejora de la oferta, mientras Comercio mantiene alta ejecución comercial, pero subvalora procesos y estrategia.

El gráfico 6.1 y los cuadros 6.1 al 6.4 evidencian que la Mipyme peruana ya está innovando, considerando aquellas actividades en donde obtiene mayor rendimiento, como son innovaciones en procesos y mejora de productos.

7. Tamaño y crecimiento

La importancia de las pymes en la economía de los países se explica por varios aspectos notables. Según el Banco Mundial, las pymes de los países en desarrollo contribuyen de manera importante a la creación y cuota total de empleo (Ayyagari et al., 2011), al respecto la Organización Internacional del Trabajo (OIT) estima que las pymes y los trabajadores autónomos concentran el 70% del empleo mundial (OIT, 2019)¹. Por otro lado, uno de los aspectos que caracteriza a las economías exitosas es que tienen un sector pyme grande (Beck et al., 2003); en particular, en la mayor parte de los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), las pymes contribuyen con más del 50% del PBI en contraste con el 25% de aporte en Latinoamérica y el Caribe (OCDE & Banco de Desarrollo de América Latina [CAF], 2019). Sin embargo, junto a esos indicadores aparentemente destacados coexisten otros que revelan desafíos complejos que enfrentan gran parte de las pymes a nivel mundial; a continuación, se reseñan algunos de ellos.

La generación de trabajo decente es uno de los desafíos de carácter más humano en el ámbito de las pymes. Según Ayyagari et al. (2011) tanto en los países desarrollados como en vías de desarrollo, las pymes generan una calidad de trabajo inferior al de las grandes firmas. Igualmente, la OIT (2019) estima que el 62% del empleo de las pymes y trabajadores autónomos se encuentran en el sector informal¹. En relación con lo anterior, es evidente que otro elemento desafiante en las pymes es su tránsito de la economía sumergida a la formal, al respecto, la OIT estima que el 80% de las microempresas y pymes operan en la informalidad (OIT, s.f.), sector que se vincula a conductas de evasión de impuestos, bajos salarios, malas condiciones de trabajo y sus empleados suelen estar fuera del alcance de la protección estatal por el limitado acceso a la seguridad social; esas peculiaridades traen como consecuencia el incremento de la vulnerabilidad de los trabajadores que laboran en ese sector.

A nivel técnico, uno de los factores clave para lograr más trabajo decente en las pymes es la productividad porque, entre otras razones, incide en el aumento de los salarios (OIT, 2023) y es un determinante importante de la capacidad de un país para mejorar el nivel de vida de sus habitantes Krugman (1994, p. 9). Sin embargo, varios estudios comparados revelan brechas de productividad cuando el análisis se efectúa transversalmente siguiendo el tamaño de las firmas, así por ejemplo, en el ámbito particular de las pymes, las más pequeñas tienen un crecimiento de la productividad inferior que sus contrapartes más grandes (Ayyagari et al., 2011); asimismo, al contrastarlas con las firmas grandes, estas generan una productividad significativamente

¹ La OIT analizó encuestas de fuerza laboral y hogares de 99 países del mundo, excepto de América del Norte.

mayor (Ayyagari et al., 2014²; Banerjee & Duflo, 2005³; Bartelsman et al., 2013⁴). Otros hallazgos también resaltantes sobre esa brecha en la eficiencia del uso de los factores de producción son los siguientes, se intensifica en las firmas ubicadas en economías más avanzadas y también en aquellas en transición a una economía de mercado (Bartelsman et al., 2013). En este contexto, una cuestión que surge es a cuánto asciende la diferencia de productividad, la OIT (s.f.) estimó que las firmas grandes generan el triple de productividad que las pymes. Por otro lado, y en relación con la informalidad, Loayza (2016) afirma que la productividad es menor en las pymes informales que en las formales.

Sobre la productividad de las pymes peruanas, los encuestados de la encuesta asignaron la más alta valoración a la eficiencia y la productividad como un factor que incide favorablemente en el crecimiento de sus negocios (vea el gráfico 7.2).

Otro de los retos de las pymes es que la mayoría de nacen pequeñas, viven pequeñas y mueren pequeñas (Zhou y De Wit, 2009), en otras palabras, enfrentan dificultades para crecer. El tamaño y crecimiento de las pymes y qué relación tienen con el empleo y la generación de nuevos puestos de trabajo son aspectos que también han sido objeto de estudio. Un hecho conocido es que el incremento del empleo debe provenir de una mayor productividad, por tanto, parece razonable afirmar que el menor desempeño en ese indicador en las pymes se contraponga a la creación de más empleo; sin embargo, llama la atención que en las pymes más pequeñas se observa la mayor tasa de crecimiento de nuevos empleos (Ayyagari et al., 2011; Lawless, 2014); no obstante, ese desempeño no se refleja en una mayor productividad (Ayyagari et al., 2011).

Es importante advertir que la relación previamente referida sobre crecimiento y tamaño pequeño de la pyme no debe interpretarse como que la menor escala es una situación deseable, por el contrario, y como señala la OIT (2021), el reto de los gobiernos es ayudar a que las pymes alcancen una "escala mínima eficiente" para escapar de la trampa de la baja productividad y de los bajos ingresos. Para sumar a la comprensión de que la pequeña escala en las pymes en realidad no es necesariamente una situación deseable por el simple hecho de que en ellas se observa un mayor crecimiento del empleo, se resalta la evidencia de que si bien las pymes más grandes muestran mayores tasas de crecimiento porque disponen de mayores recursos (Kachlami & Yazdanfar, 2016; Yazdanfar & Öhman, 2015), no es el tamaño lo que impulsa ese mayor crecimiento de las pymes (Audretsch et al., 2004; Lawless, 2014) sino la productividad (Levratto et al., 2010) y que las pymes que crecen generan ventajas de productividad (OECD, 2010). En otras palabras, la productividad emerge como un factor importante no solo en la generación de empleo decente y en la mejora de los ingresos, sino que incide positivamente en el crecimiento de las pymes.

² Controlado por la edad de la firma.

³ Comparación de empresas de los Estados Unidos de América y de la India.

⁴ Base de datos de 24 países.

La evidencia previamente mostrada resalta la importancia de abordar la problemática del tamaño y crecimiento de las pymes –tema central de esa sección del libro–, porque entre otras razones, tienen relación con la resolución (o mitigación) de sus tareas pendientes, entre tantas, la generación de empleo decente, el incremento sostenido de sus niveles de productividad, así como abandonar el ámbito de la economía sumergida para desempeñar sus actividades en el sector formal.

En vista de la relevancia del tamaño y crecimiento de las pymes, surge al menos una pregunta importante, ¿cuáles son los factores que inciden favorablemente en ese objetivo? Los resultados de la encuesta que a continuación se exponen intentan esbozar respuestas a través de las percepciones de los empresarios de las pymes peruanas sobre su interés y motivación para generar el crecimiento de sus firmas; con qué nivel de importancia ponderan ese objetivo y cuáles son las estrategias preferidas para lograrlo. La encuesta también explora cuáles son los factores internos que a juicio de dichos empresarios inciden en el crecimiento de sus negocios, asimismo, más arriba en el ambiente externo, se solicitó a los encuestados que identifiquen los factores regulatorios e institucionales que operan como barreras del crecimiento.

Es importante resaltar que la modalidad de exposición de los resultados de las encuestas es de tipo descriptivo y con un tratamiento estadístico para determinar diferencias significativas. Los resultados no establecen cuáles son las variables causales del tamaño y crecimiento de las pymes con el fin de diseñar políticas de gestión y públicas (estudios que están fuera del alcance de este libro); sin embargo, al menos dos aspectos importantes se destacan en la información que a continuación se brinda. En primer lugar, los resultados revelan información de cómo las pymes peruanas crecen con base en la recopilación de las opiniones experimentadas de los empresarios encuestados. En segundo lugar, los datos recopilados configuran una base de datos a partir de la cual se puede extraer conocimiento que descubra relaciones sólidas de causalidad para lograr el crecimiento de las pymes, y que sirvan de línea de base para el diseño de políticas tanto a nivel de gestión interna de las pymes como en el ámbito de las políticas públicas para el posterior diseño de intervenciones con el objetivo de sino resolver, al menos mitigar progresivamente, los problemas que afrontan y así contribuir al logro de lo que refiere la OIT (2021, p. 5): “un círculo virtuoso de la productividad y crecimiento del empleo”, así como el crecimiento de las pymes.

A modo de guía y para el público lector con mayor interés en los enfoques académicos sobre los factores que inciden en el tamaño y crecimiento de las pymes y que tienen relación los resultados de la encuesta, se expone a continuación los hallazgos de importantes investigaciones sobre ese tema. Sin embargo, el lector puede omitir la lectura de los párrafos siguientes e iniciar la lectura de los resultados a partir de la sección 7.1.

En el macroentorno, uno de los factores que genera acalorado debate en el ámbito de las políticas públicas es si la regulación del mercado laboral es o no una barrera para el crecimiento. Sobre ese aspecto regulatorio, Ayyagari et al. (2007) hallaron que en el ámbito de las pymes manufactureras, un marco legal laboral más rígido es una de las causas de las altas tasas de

desempleo, obstaculiza el tránsito de las empresas informales a la economía formal y en consecuencia fomenta la expansión de la economía sumergida. Davidsson y Henrekson (2002) determinaron que la legislación sobre la seguridad laboral reduce la movilidad de los trabajadores entre diversas empresas lo que limitaría la difusión del conocimiento entre ellas, asimismo, la menor regulación laboral se vincula con una mejor gestión de incentivos para los trabajadores (Bloom et al., 2012). Resultados contrarios halló Betcherman (2015) quien realizó una revisión de varios estudios efectuados en diversos sectores económicos de países en vías de desarrollo y halló que el salario mínimo y la legislación que protege el empleo, tienen modestos impactos o ligeramente negativos en el empleo. En medio de las dos corrientes discrepantes, Nataraj et al. (2014) determinaron que las regulaciones laborales en los países de bajos ingresos tienen un efecto negativo en el empleo formal, y positivo en el informal, por lo que el efecto sobre la tasa total de empleo es ambiguo.

En relación con la discusión anterior y en el ámbito de las pymes peruanas, los encuestados identificaron a las normativas laborales y cargas sociales como el factor regulatorio que ejerce la mayor barrera al crecimiento de sus negocios (vea el gráfico 7.5).

En los factores institucionales, la disponibilidad de capital financiero resulta crucial para el crecimiento empresarial de las pymes tanto proveniente de la reinversión de las ganancias (Baker et al., 2020; Kachlami & Yazdanfar, 2016) como del financiamiento de deuda con terceros (Kachlami & Yazdanfar, 2016; Zhou & De Wit, 2009;). Sin embargo, en la literatura existe consenso de que uno de los principales obstáculos para las pymes es el acceso a fuentes formales de financiamiento y se exacerba especialmente en varios países en desarrollo (Abe et al., 2015; Beck, 2007; Beck & Demirgüç-Kunt, 2006; Pissarides et al., 2003; Wang, 2016; Wellalage & Reddy, 2020) en donde el sistema financiero es menos desarrollado (Wellalage & Reddy, 2020) o el mercado de valores es subdesarrollado (Abe et al., 2015). En cualquier caso, esas restricciones impulsan a las pymes a elegir la reinversión de sus ganancias como fuentes de capital financiero.

En consonancia con los resultados de la literatura reseñados, los encuestados de las pymes peruanas valoraron al sistema financiero como la principal barrera institucional para el crecimiento de sus empresas (vea el gráfico 7.6).

Más abajo, a nivel sectorial, uno de los factores del éxito de las pymes –y por consiguiente en el aumento de su tamaño– tiene estrecha relación con entornos empresariales competitivos que se caracterizan por tres aspectos: facilitan la entrada de nuevas firmas; contribuyen a un intercambio más eficiente de información crediticia lo que a su vez facilita el financiamiento externo, y facilitan el establecimiento de los derechos de propiedad (Ayyagari et al., 2007). En esos entornos competitivos, la OECD (2019) señala que la productividad crece con mayor rapidez y la entrada de nuevas empresas obliga a otras a invertir para modernizarse e innovar para generar mayor valor a sus productos OECD (2010). Con respecto a los derechos de propiedad, estos tienen un rol importante en las decisiones de reinversión de las pymes de países emergentes (Chakravarty & Xiang, 2011).

Sobre la importancia del crecimiento de las pymes peruanas, es altamente valorado por la mayoría de los encuestados (vea el gráfico 7.1).

Por último, con la encuesta también se exploró cuáles son los factores internos que según los encuestados, influyen en el crecimiento de sus firmas; la mayor puntuación lo obtuvo el conjunto de habilidades y capacidades del personal (vea el gráfico 7.4). Ese factor humano también ha sido investigado como determinante del crecimiento de las pymes y parece haber consenso en los investigadores que se genera niveles elevados de productividad con mejores capacidades del personal tales como prácticas innovadoras de trabajo que abarcan el entrenamiento; la participación de los trabajadores en equipos de resolución de problemas, el trabajo flexible entre otros; todo ello acompañado de planes de pagos de incentivos (Bloom et al. 2012; Bloom et al. 2014; Broszeit, et al., 2019; Forth & Bryson, 2019; Huselid, 1995; Ichniowski & Shaw, 1999; Ichniowski, et al., 1995; Ichniowski, et al., 1997; Sheehan, 2014). Incluso, un análisis comparativo entre varios países reveló que los negocios con prácticas de gestión más estructuradas tienen mejores resultados en términos de productividad y rentabilidad (Scur et al., 2024) y que las diferencias de productividades entre países se explican en buena parte por las prácticas de gestión (Bloom et al., 2012).

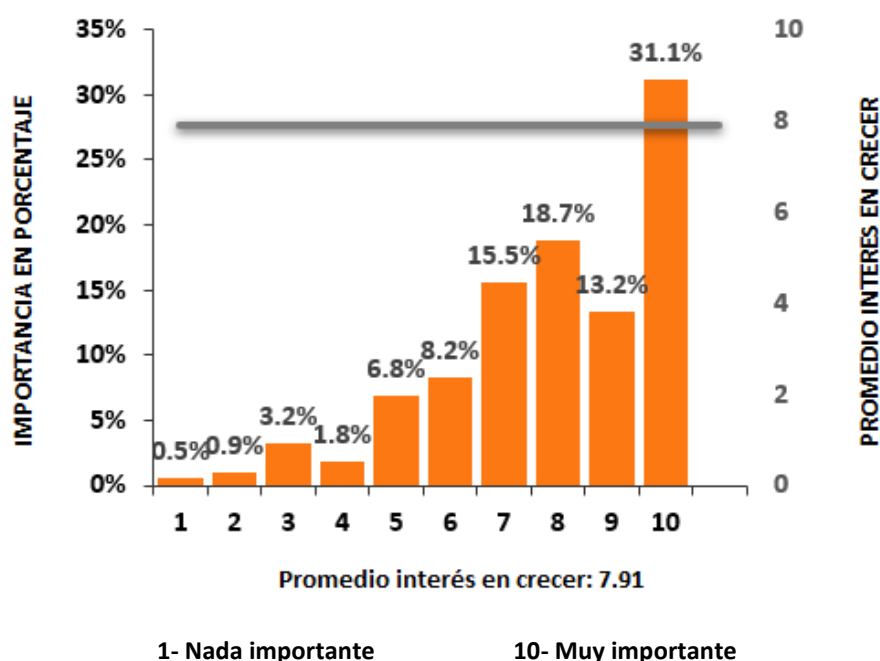
Un repaso final a la literatura sobre estudios rigurosos sobre los factores que indican en el tamaño y crecimiento de las pymes peruanas muestra que es un campo poco explorado. Sin embargo, se encuentran coincidencias con algunos hallazgos previamente referidos. En particular, los recursos humanos son uno de los dos factores principales que inciden en el crecimiento de las pymes peruanas (Avolio et al., 2011; Rocca et al., 2016). El otro es el acceso al financiamiento que según la OCDE (2025, p. 70) es una “barrera persistente para el crecimiento de las empresas en el Perú” y también para las pymes; Avolio et al. (2011) también identificó el acceso al financiamiento proveniente de entidades formales como una barrera importante al crecimiento.

En relación con lo anterior, es importante señalar que la profundidad financiera es significativamente menor en Perú con respecto a Latinoamérica (OCDE, 2025); asimismo, las pymes peruanas en comparación con sus contrapartes latinoamericanas, asignan un puntaje menor al financiamiento como barrera del crecimiento de sus negocios (World Bank, 2023). Esa paradoja se explicaría porque probablemente las pymes peruanas acceden en buena medida a otras fuentes de financiamiento que ofrecen agentes de la economía informal.

A continuación se presenta la interpretación detallada de los resultados de la encuesta en torno a la problemática del tamaño y crecimiento de las pymes peruanas. La sección se organiza en cinco partes, la primera y segunda muestran el interés y motivaciones para el crecimiento, así como las estrategias preferidas para lograrlo. La tercera presenta los factores internos que inciden en el crecimiento y finalmente, en las dos secciones siguientes se expone las barreras que obstaculizan el crecimiento y se organizan en factores de naturaleza regulatoria e institucional.

7.1. Interés y motivación para el crecimiento

Gráfico 7.1
Grado e importancia del crecimiento empresarial



La mayoría de pymes califican de manera favorable el crecimiento empresarial (gráfico 7.1), el promedio se ubica en la escala 8 de importancia. Asimismo, tomando en cuenta que la escala 5 es el punto medio, más del 85% de las empresas calificaron la relevancia del crecimiento de la firma en un nivel superior a 5, y en particular, alrededor del 31% de los directivos de las pymes consideran que es muy importante el crecimiento de sus negocios.

Cuadro 7.1
Grado e importancia del crecimiento empresarial
Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Interés actual de la dirección por el crecimiento ¹	7.72	8.20	8.62	*
% de Pymes que otorgan la máxima puntuación	29.5%	30.8%	41.7%	*
% de Pymes que otorgan la mínima puntuación	0.6%	2.6%	8.3%	*

¹ Promedio en una escala de 1 = Mínimo a 10 = Máximo
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa.

El nivel de importancia del crecimiento empresarial varía según el tamaño de la empresa (cuadro 7.1). Ese aspecto es más valorado en las medianas tanto en el interés de la dirección por el crecimiento (8,62) como en el porcentaje que respondieron con la máxima puntuación (41,7%). En contraste, los directivos de las microempresas muestran menor interés (7,72); sin embargo, es importante resaltar que, en los tres estratos de magnitud de las pymes, el puntaje asignado es mayor que 7 lo cual refleja que los directivos

valoran altamente el crecimiento de sus firmas. Por otro lado, resalta la diferencia de alrededor de 12 puntos porcentuales de los porcentos de máxima puntuación asignados por las micro y medianas empresas.

Cuadro 7.2
Grado e importancia del crecimiento empresarial
Sector de actividad

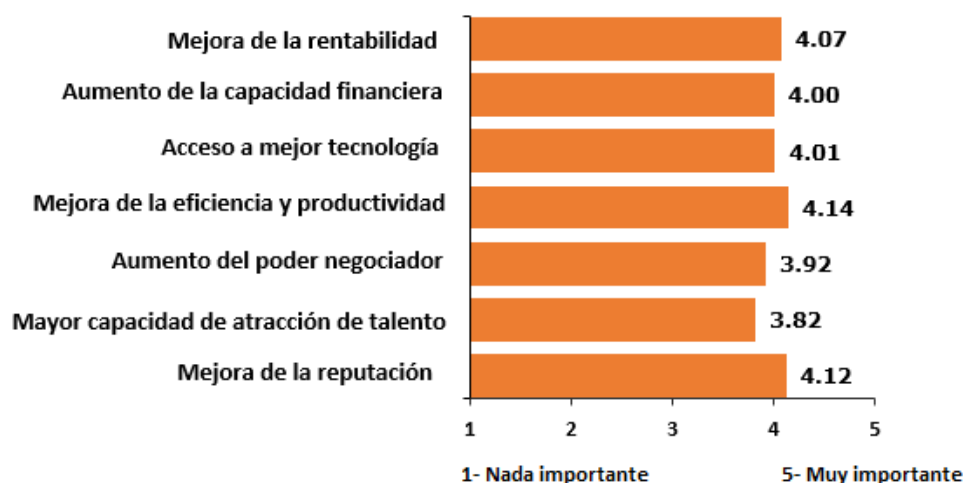
	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Interés actual de la dirección por el crecimiento ¹	9.05	7.96	7.17	7.95	***
% de Pymes que otorgan la máxima puntuación	50.0%	34.8%	15.0%	32.3%	***
% de Pymes que otorgan la mínima puntuación	0.0%	4.3%	2.5%	0.7%	***

¹ Promedio en una escala de 1 = Mínimo a 10 = Máximo
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01. (-) no significativa.

El análisis por sectores de actividad muestra diferencias significativas en el nivel de interés que la dirección asigna al crecimiento de sus negocios (cuadro 7.2). El sector industrial, en promedio, califica con mayor puntaje el interés por el crecimiento con algo más de 9. En contraste, el sector comercio asigna un 7,17 y es el menor en todos los sectores encuestados; sin embargo, en todos los sectores, los directivos asignan en promedio un puntaje mayor a 7 para calificar la importancia del crecimiento empresarial.

Las diferencias de los porcentajes de directivos que otorgan la máxima puntuación al crecimiento empresarial son también significativas entre sectores. Los porcentajes más alto (50%) y más bajo (15%) corresponden nuevamente al sector industria y comercio, respectivamente (cuadro 7.2). En el mínimo porcentaje llama la atención que en el sector industria ningún encuestado calificó con mínima puntuación la importancia del crecimiento empresarial en comparación con el sector construcción que muestra el mayor porcentaje mínimo (4,3%) y superior al resto de estratos.

Gráfico 7.2
Principales motivaciones para el crecimiento



Con respecto a las principales motivaciones para el crecimiento empresarial, el gráfico 7.2 muestra siete factores que se pueden interpretar en tres conjuntos. Uno de ellos agrupa dos que superan la escala de 4 y son la "mejora de la reputación" y la "mejora de la eficiencia y productividad", ambos con el mayor puntaje (4,14) que el resto de grupos. La mayor valoración a la productividad parece sugerir que los directivos de las pymes reconocen el rol que desempeña como factor de crecimiento de un negocio.

Otro grupo abarca los factores de "mejora de la rentabilidad", "el aumento de la capacidad financiera" y el "acceso a mejor tecnología"; los tres con una puntuación igual o ligeramente superior a 4. El tercer grupo incluye los que obtuvieron menor puntaje y son el "aumento del poder negociador" y la "mayor capacidad de atracción de talento"; ambos con valores ligeramente menores a 4.

Finalmente, si tomamos en cuenta que el valor igual a 3 se ubica en el medio del rango de la escala 1-5 de calificación de los factores, se concluye que las siete principales motivaciones para el crecimiento son calificadas por los directivos de las pymes con un puntaje alto y alrededor de 4.

Cuadro 7.3
Principales motivaciones para el crecimiento ¹
Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Mejora de la reputación	4.15	3.97	4.16	-
Mayor capacidad de atracción de talento	3.84	3.61	4.00	-
Aumento del poder negociador	3.93	3.77	4.12	-
Mejora de la eficiencia y productividad	4.13	4.15	4.20	-
Acceso a mejor tecnología	4.02	3.85	4.20	-
Aumento de la capacidad financiera	4.01	3.97	3.96	-
Mejora de la rentabilidad	4.08	4.08	4.04	-

¹ En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01. (-) no significativa.

Por otro lado, una cuestión es cómo los directivos valoran los siete factores motivacionales según el tamaño de la empresa; al respecto, el cuadro 7.3 no muestra diferencias significativas. Sin embargo, las de tamaño mediano asignan un mayor valor a cinco de los siete factores; pero las diferencias no son suficientes para inferir que son significativas en la población de medianas empresas respecto a las micro y pequeñas.

Céspedes et al. (2016) investigaron el nivel de productividad según el tamaño de empresas en el Perú, uno de sus hallazgos es que la productividad crece conforme es mayor el tamaño de la firma. En esa conclusión quizá subyace que las empresas más grandes comprenden mejor la importancia de la productividad como uno de los determinantes importantes del crecimiento de las firmas. En línea con esa reflexión, un resultado que llama la atención en el cuadro 7.3 es la valoración del factor "mejora de la eficiencia y la productividad"; se observa que, tanto en las pequeñas como en las medianas empresas, obtiene el nivel más alto comparado con los otros, y en las microempresas se ubica en el segundo lugar.

Cuadro 7.4
Principales motivaciones para el crecimiento ¹
Sector de actividad

	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Mejora de la reputación	4.25	4.35	4.05	4.09	-
Mayor capacidad de atracción de talento	3.80	4.09	3.66	3.82	-
Aumento del poder negociador	4.05	4.04	3.95	3.87	-
Mejora de la eficiencia y productividad	4.30	4.22	3.85	4.19	-
Acceso a mejor tecnología	4.15	4.09	3.80	4.03	-
Aumento de la capacidad financiera	4.25	4.26	3.83	3.97	-
Mejora de la rentabilidad	4.30	4.39	3.76	4.08	**

¹ Promedio en una escala de 1 = Mínimo a 10 = Máximo
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01. (-) no significativa.

La misma pregunta anterior se formula, pero según los estratos de sectores de actividad. El cuadro 7.4 no muestra diferencias significativas para los factores motivacionales según el sector, excepto para la "mejora de la rentabilidad" que es más valorado por el sector construcción con un puntaje promedio de 4,39.

7.2. Preferencias en el crecimiento

Gráfico 7.3
Preferencia por la estrategia de crecimiento



Cuatro son las estrategias de crecimiento que se consultaron a los encuestados (gráfico 7.3). El crecimiento interno de la empresa es la que mayor calificación obtuvo (3,88) seguido de las alianzas estratégicas con otras empresas (3,53). Ninguna fue calificada como poco preferente o muy preferente.

El "crecimiento interno" de la firma también es la estrategia de mayor valoración en cada uno de los estratos de las pymes según su tamaño (cuadro 7.5). Sin embargo, cada estrategia fue calificada de manera similar en cada estrato, es decir, las diferencias para cada estrategia según el tamaño de las pymes, no son significativas.

Cuadro 7.5
Preferencia por la estrategia de crecimiento ¹
Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Alianzas estratégicas con otras empresas	3.58	3.33	3.52	-
Entrada de private equity (fondos de inversión,...)	2.95	2.92	3.24	-
Fusiones y adquisiciones con otras sociedades	2.81	2.97	2.96	-
Crecimiento interno	3.89	3.87	3.80	-

¹ En una escala de 1 = Poco preferente a 5 = Muy preferente

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01. (-) no significativa.

Una conclusión similar se obtiene si la comparación de estrategias se realiza por sectores de actividad, las diferencias según el tipo de sector no son significativas excepto en la estrategia de "fusiones y adquisiciones con otras sociedades" a pesar de que es la de menor puntaje en los sectores industria, comercio y servicios (cuadro 7.6).

Cuadro 7.6
Preferencia por la estrategia de crecimiento ¹
Sector de actividad

	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Alianzas estratégicas con otras empresas	3.85	3.91	3.29	3.49	-
Entrada de private equity (fondos de inversión,...)	3.25	3.13	3.19	2.85	-
Fusiones y adquisiciones con otras sociedades	3.00	3.43	3.00	2.70	*
Crecimiento interno	4.10	4.00	3.76	3.86	-

¹ En una escala de 1 = Poco preferente a 5 = Muy preferente

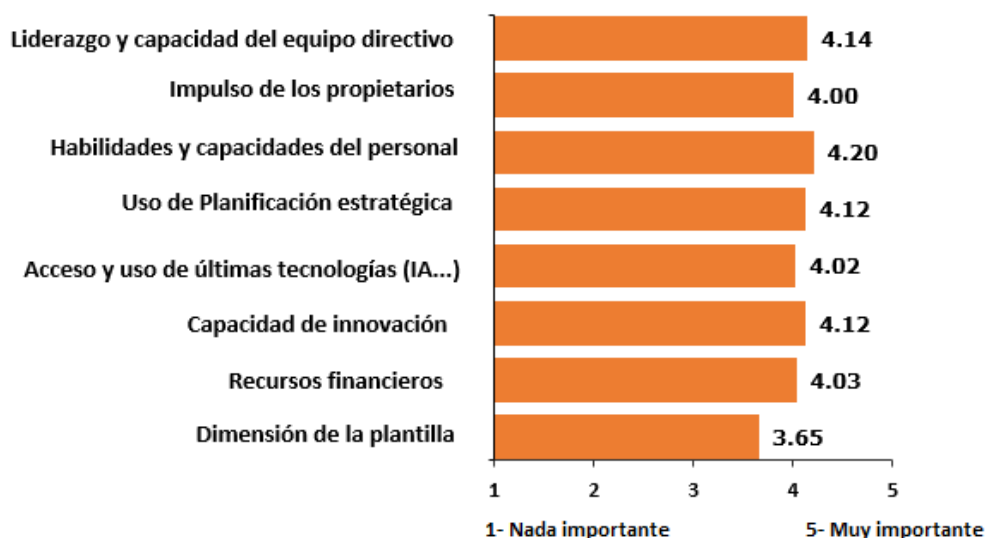
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01. (-) no significativa.

Un resultado bastante llamativo es que tanto en el gráfico 7.3, como en los cuadros 7.5 y 7.6, el factor "crecimiento interno" es el preferido por el agregado de pymes encuestadas, también en las micro, mediana y pequeñas empresas, así como en cada uno de los sectores de actividad. Esta información tiene relación con los hallazgos de las investigaciones previamente reseñadas y es que debido a que las pymes enfrentan restricciones de acceso al financiamiento que proviene de entidades prestamistas del sector formal, ellas optan por la reinversión de sus utilidades como fuente de capital.

7.3. Factores internos de crecimiento

Son ocho los factores internos que explicarían el crecimiento de las pymes y que fueron consultados a los directivos (gráfico 7.4); siete de ellos fueron calificados con un puntaje igual o superior a 4 que corresponde a una valoración elevada, y solo uno obtuvo un valor inferior a 4. La "habilidad y capacidad del personal" obtuvo el mayor puntaje (4.2); este resultado tiene relación con los hallazgos de las investigaciones previamente citadas que resaltan las capacidades de los trabajadores como un determinante importante que explica el crecimiento y el desempeño de las pymes.

Gráfico 7.4
Importancia de los factores internos de crecimiento



Cuadro 7.7
Importancia de los factores internos de crecimiento ¹
Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Liderazgo y capacidad del equipo directivo	3.58	3.69	3.96	-
Impulso de los propietarios	4.03	4.00	4.04	-
Habilidades y capacidades del personal	4.13	3.97	4.24	-
Uso de Planificación estratégica	4.02	3.85	4.28	-
Acceso y uso de últimas tecnologías (IA...)	4.12	4.10	4.12	-
Capacidad de innovación	4.22	4.10	4.28	-
Recursos financieros	4.00	4.08	3.96	-
Dimensión de la plantilla	4.13	4.15	4.16	-

¹ En una escala de 1 = Nada a 5 = Mucho

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa.

El análisis en relación con el tamaño de las pymes revela que los directivos de cada uno de esos estratos eligen en promedio distintos factores internos de crecimiento como los de mayor importancia (cuadro 7.7). Las microempresas calificaron como más importante a la capacidad de innovación (4,22); las pequeñas a la dimensión de la plantilla (4,15) y las medianas al uso de la planificación estratégica y a la capacidad de innovación, ambos con un puntaje igual a 4,28. Sin embargo, el análisis de cada factor de manera transversal por tamaño de empresa no revela diferencias significativas.

En relación con el sector de actividad (cuadro 7.8), el factor “recursos financieros” es el único que fue valorado de manera diferente y significativa. Asimismo, los directivos del sector industrial le asignaron un mayor puntaje (4.4) –en contraste con el resto de sectores– e igual al “acceso y uso de últimas tecnologías”.

Cuadro 7.8
Importancia de los factores internos de crecimiento ¹

	Sector de actividad				
	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Liderazgo y capacidad del equipo directivo	3.70	3.61	3.29	3.75	-
Impulso de los propietarios	4.35	4.22	3.95	3.97	-
Habilidades y capacidades del personal	4.30	4.00	3.93	4.17	-
Uso de Planificación estratégica	4.20	4.00	3.85	4.05	-
Acceso y uso de últimas tecnologías (IA...)	4.40	4.35	4.00	4.07	-
Capacidad de innovación	4.20	4.43	4.15	4.18	-
Recursos financieros	4.40	4.30	3.78	3.97	*
Dimensión de la plantilla	4.35	4.35	3.88	4.15	-

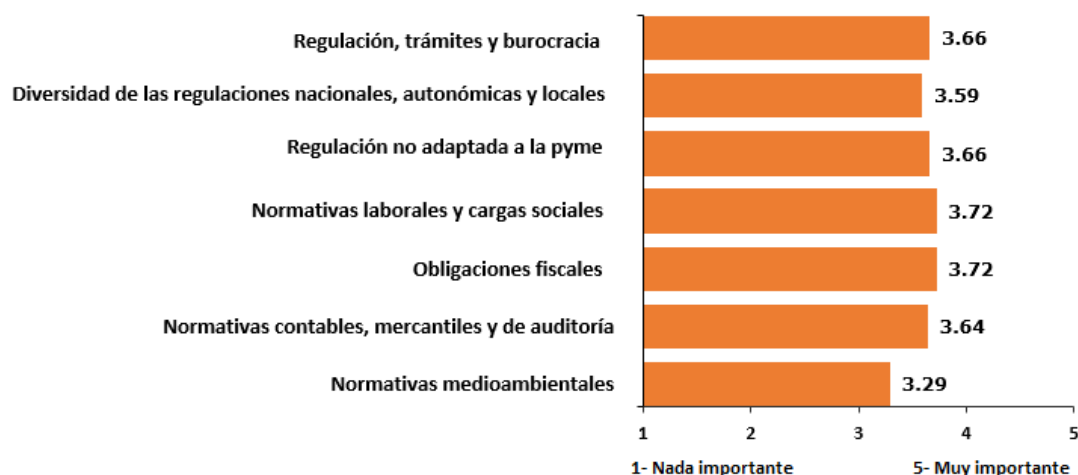
¹ En una escala de 1 = Nada a 5 = Mucho

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01. (-) no significativa.

El análisis del resto de factores de manera transversal por sectores de actividad no revela diferencias significativas, es decir, cada sector valora de manera similar a cada uno de ellos. Sin embargo, en el cuadro 7.8 resalta que la "capacidad de innovación" es el factor más apreciado en los sectores construcción, comercio y servicios a diferencia del sector industrial.

7.4. Factores regulatorios

Gráfico 7.5
Factores regulatorios como barrera al crecimiento



Con la encuesta también se exploró cómo los directivos de las pymes miden la incidencia de la regulación del país en el crecimiento de sus negocios. Para ese fin, se consultó sobre siete factores regulatorios (gráfico 7.5) y todos fueron valorados con un puntaje mayor a 3 y menor que 4 en la escala de 1 a 5. En particular, resaltan con mayor puntuación las "normativas laborales y cargas sociales", así como las "obligaciones fiscales" ambas con puntajes iguales a 3,72. En el otro extremo, las normativas medioambientales (3,29) obtuvieron la menor.

Cuadro 7.9
Factores regulatorios como barrera al crecimiento ¹

	Tamaño de la empresa			
	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Normativas medioambientales	3.27	3.18	3.60	-
Normativas contables, mercantiles y de auditoría	3.63	3.59	3.76	-
Obligaciones fiscales	3.73	3.61	3.84	-
Normativas laborales y cargas sociales	3.69	3.72	3.92	-
Regulación no adaptada a la pyme	3.67	3.56	3.72	-
Diversidad de las regulaciones nacionales, autonómicas y locales	3.58	3.51	3.76	-
Regulación, trámites y burocracia	3.64	3.61	3.88	-

¹ En una escala de 1 = Nada a 5 = Mucho

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01. (-) no significativa.

Asimismo, no se encontró diferencias significativas para cada uno de los factores regulatorios en relación con el tamaño de la empresa, es decir, fueron valorados de manera similar tanto en las micro, en las pequeñas como en las medianas (cuadro 7.9). Sin embargo, las "normativas laborales y cargas sociales" –que es el factor regulatorio de mayor incidencia en el agregado de empresas (gráfico 7.5)– es también el mayor limitante del crecimiento según los directivos de las pequeñas y medianas empresas (3,72 y 3,92, respectivamente), y ocupa el segundo lugar (3,69) en las microempresas quienes asignaron el mayor puntaje a las obligaciones fiscales (3,73).

Cuadro 7.10
Factores regulatorios como barrera al crecimiento ¹

	Sector de actividad				
	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Normativas medioambientales	3.85	3.48	3.29	3.17	-
Normativas contables, mercantiles y de auditoría	3.80	3.52	3.78	3.59	-
Obligaciones fiscales	3.90	3.87	3.68	3.69	-
Normativas laborales y cargas sociales	3.90	4.00	3.66	3.67	-
Regulación no adaptada a la pyme	3.85	3.96	3.58	3.60	-
Diversidad de las regulaciones nacionales, autonómicas y locales	3.70	4.09	3.66	3.47	*
Regulación, trámites y burocracia	3.95	4.13	3.56	3.58	-

¹ En una escala de 1 = Nada a 5 = Mucho

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01. (-) no significativa.

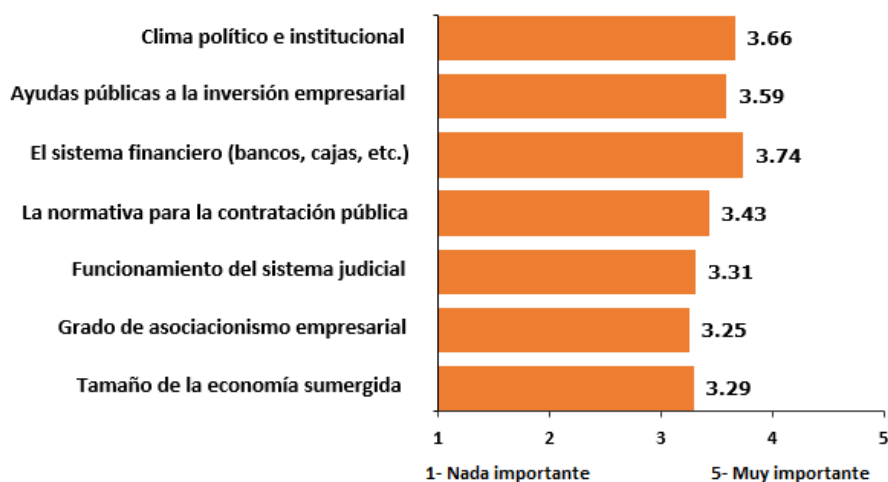
Por otro lado, todos los sectores de actividad valoran de manera similar cada factor –no hay diferencias significativas–, excepto a la "diversidad de las regulaciones nacionales, autonómicas y locales" (cuadro 7.10). No obstante, en todos los sectores de actividad las "normativas laborales y cargas sociales" se ubican entre las tres primeras regulaciones que más preocupan a los directivos de las pymes como barreras al crecimiento.

Del análisis agregado (gráfico 7.5), por tamaños de empresas (cuadro 7.9) y por sectores (cuadro 7.10) emerge la persistencia de dos factores regulatorios que a juicio de los directivos de las pymes peruanas son de los que más limitan el crecimiento de sus negocios: las normativas laborales y cargas sociales, así como las obligaciones fiscales. Finalmente, es interesante contrastar estos resultados con los hallazgos previamente reseñados de las investigaciones, aunque no concluyentes, sobre el efecto de la regulación

laboral en la generación del empleo. En algunas se encontró que impacta negativamente y en otros que es modesto; sin embargo, en el influyente trabajo de Bloom et al. (2012) que usó una muestra de 10,000 empresas de 20 países, los autores concluyeron que una menor regulación laboral estimula una mejor gestión de incentivos del personal.

7.5. Factores institucionales

Gráfico 7.6
Factores institucionales como barrera al crecimiento



A los directivos de las pymes también se les preguntó por varios factores de naturaleza institucional que podrían operar como barreras del crecimiento de sus negocios (gráfico 7.6). De manera similar a los factores regulatorios, los institucionales también se ubican en una escala entre 3 y 4; en particular, el “sistema financiero” obtuvo el mayor puntaje (3,74) y el “grado de asociacionismo empresarial” el menor (3,25).

Cuadro 7.11
Factores institucionales como barrera al crecimiento¹
Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Tamaño de la economía sumergida	3.28	3.08	3.72	-
Grado de asociacionismo empresarial	3.17	3.15	3.88	**
Funcionamiento del sistema judicial	3.26	3.23	3.72	**
La normativa para la contratación pública	3.43	3.13	3.92	*
El sistema financiero (bancos, cajas, etc.)	3.77	3.43	4.04	-
Ayudas públicas a la inversión empresarial	3.62	3.31	3.84	-
Clima político e institucional	3.66	3.43	4.04	-

¹ En una escala de 1 = Nada a 5 = Mucho
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01. (-) no significativa.

Las empresas según su tamaño, asignaron en promedio un puntaje significativamente diferente a tres factores institucionales: el “grado de asociacionismo empresarial”, el “funcionamiento del sistema judicial” y “la normativa para la contratación pública” (cuadro 7.11). En el resto, las diferencias no son significativas en relación con el tamaño de la empresa. Paralelamente, las pequeñas y medianas empresas consideran que el factor

institucional que ejerce la menor barrera al crecimiento es el “tamaño de la economía sumergida” que también se ubica entre los de menor impacto en el agregado de empresas que se observa en el gráfico 7.6.

Es importante resaltar que el “sistema financiero” fue valorado por los directivos de las micro, pequeñas y medianas como el factor que ejerce la mayor barrera al crecimiento de (cuadro 7.11). De manera similar (cuadro 7.12), el “sistema financiero” también fue calificado como la mayor barrera por los directivos de todos los sectores de actividad. Del mismo modo, los puntajes asignados al “sistema financiero”, ya sea por tamaños de pymes (cuadro 7.11) o por sectores de actividad (cuadro 7.12), no son sustancialmente diferentes, es decir, se infiere a nivel poblacional que tanto en los tres estratos de tamaños de las pymes como en los cuatro sectores de actividad, se valora por igual al factor “sistema financiero” como barrera del crecimiento de las pymes peruanas. Este resultado concuerda con los hallazgos de las investigaciones previamente reseñadas que refieren que uno de los limitantes principales del éxito de las pymes es la restricción que enfrentan para acceder al financiamiento que ofrece el sector bancario o a través del mercado de valores.

Cuadro 7.12
Factores institucionales como barrera al crecimiento ¹
Sector de actividad

	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Tamaño de la economía sumergida	3.50	3.52	3.17	3.26	-
Grado de asociacionismo empresarial	3.45	3.35	2.95	3.29	-
Funcionamiento del sistema judicial	3.45	3.74	3.22	3.24	-
La normativa para la contratación pública	3.25	4.22	3.27	3.37	**
El sistema financiero (bancos, cajas, etc.)	3.95	4.22	3.71	3.64	-
Ayudas públicas a la inversión empresarial	3.80	3.91	3.54	3.52	-
Clima político e institucional	3.85	4.13	3.51	3.60	-

¹ En una escala de 1 = Nada a 5 = Mucho

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa.

Por último, la puntuación promedio asignada por los sectores de actividad al factor de “la normativa para la contratación pública” es significativamente diferente (cuadro 7.12). En el resto no hay diferencias sustanciales por cada sector. En correspondencia con los tres factores menos valorados en el agregado de empresas (gráfico 7.6), son también los menos en cada uno de los sectores.

8. Resumen ejecutivo

Este informe presenta los principales resultados del estudio realizado a 221 Mipymes peruanas, con el propósito de ofrecer una visión sintética sobre su situación actual, sus expectativas y los factores que influyen en su crecimiento. El análisis permite comprender cómo se configura el tejido empresarial Mipyme en el país y cuáles son los elementos que condicionan su desempeño, aportando evidencia útil para la toma de decisiones sin emitir juicios normativos.

Los resultados muestran que la Mipyme peruana está conformada principalmente por microempresas, con una fuerte concentración en el sector

servicios. Se trata de organizaciones de pequeña escala, con estructuras simples y alta exposición a las variaciones del entorno económico. Coexisten empresas jóvenes con otras de mayor trayectoria, lo que refleja un ecosistema dinámico, aunque con dificultades persistentes para sostenerse y crecer en el tiempo.

En cuanto al gobierno corporativo, predomina el carácter familiar, lo que influye en estilos de gestión orientados a la continuidad y al control interno. No obstante, se observan señales claras de cambio. Un número creciente de empresas muestra interés por profesionalizar la gestión, incorporar directivos externos, ampliar el capital social y planificar la sucesión generacional, especialmente a medida que aumenta el tamaño empresarial.

Respecto al desempeño reciente, la mayoría de las empresas reportó estabilidad en empleo, ventas e inversiones, con una proporción relevante que registró incrementos, sobre todo en ventas. Las expectativas para el siguiente periodo son más favorables, con una mayor intención de crecimiento en estas tres variables. Esta percepción positiva se refleja en la mejora del Índice Mipyme de Confianza Empresarial, impulsado principalmente por las expectativas en cifra de negocio e inversión.

El análisis de la competitividad sugiere que el rendimiento interno de las Mipymes es valorado de forma positiva frente a sus competidores, en aspectos como calidad de productos, satisfacción de clientes y capacidad de adaptación al mercado. Sin embargo, el entorno continúa siendo percibido como una limitación, debido a la carga regulatoria, la burocracia y la incertidumbre institucional, lo que se traduce en niveles de competitividad inferiores al promedio iberoamericano.

En materia de innovación, las Mipymes muestran un enfoque principalmente incremental y pragmático. Las mejoras en productos existentes, procesos y gestión concentran la mayor parte de los esfuerzos innovadores, mientras que las empresas de mayor tamaño presentan una mayor capacidad para incorporar innovaciones en gestión, procesos y activos productivos. Finalmente, el crecimiento empresarial es considerado un objetivo relevante por la mayoría de los directivos, motivado por la mejora de la eficiencia, la productividad, la rentabilidad y la reputación. El crecimiento interno es la estrategia preferida y se reconoce a las habilidades y capacidades del personal como factor interno importante para el crecimiento; sin embargo, persisten barreras regulatorias e institucionales, especialmente en materia laboral, fiscal y financiera, que limitan el desarrollo sostenido del sector.

9. REFERENCIAS

- Abe, M., Troilo, M., & Batsaikhan, O. (2015). Financing small and medium enterprises in Asia and the Pacific. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 4(1), 2-32. <https://doi.pucp.elogim.com/10.1108/JEPP-07-2012-0036>
- Audretsch, D. B., Klomp, L., Santarelli, E., & Thurik, A. R. (2004). Gibrat's law: Are the services different? *Review of Industrial Organization*, 24, 301-324. <https://doi.org/10.1023/B:REIO.0000038273.50622.ec>
- Avolio, B., Mesones, A., & Roca, E. (2011). Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú (MYPES). *Strategia*, 22, 70-80. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/view/4126/4094>
- Ayyagari, M., Beck, T., & Demirgüç-Kunt, A. (2007). Small and medium enterprises across the globe. *Small Business Economics*, 29, 415-434. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9002-5>
- Ayyagari, M., Demirgüç-Kunt, A., & Maksimovic, V. (2011). *Small vs. young firms across the world: contribution to employment, job creation, and growth* [Working paper 5631]. The World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/73b91d7e-6694-5553-9ea6-b9f1ebe3022a>
- Ayyagari, M., Demirgüç-Kunt, A., & Maksimovic, V. (2014). Who creates jobs in developing countries? *Small Business Economics*, 43(1), 75-99. <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9549-5>
- Baker, H. K., Kumar, S., & Rao, P. (2020). Financing preferences and practices of Indian SMEs. *Global Finance Journal*, 43, 100388. <https://doi.org/10.1016/j.gfj.2017.10.003>
- Banerjee, A. V., & Duflo, E. (2005). Growth theory through the lens of development economics. In P. Aghion & S. Durlauf (Eds.), *Handbook of Economic Growth, Volume 1A* (pp. 473-552). Elsevier.
- Bartelsman, E., Haltiwanger, J., & Scarpetta, S. (2013). Cross-country differences in productivity: The role of allocation and selection. *American Economic Review*, 103(1), 305-334. <http://dx.doi.org/10.1257/aer.103.1.305>
- Beck, T. (2007). *Financing, constraints of SMEs in developing countries: Evidence determinants and solutions*. Tilburg School of Economics and Management. <https://research.tilburguniversity.edu/en/publications/85aac075-08b5-44ce-bf1a-96b2a50b64a6>
- Beck, T., & Demirgüç -Kunt, A. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2931e2943. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.05.009>
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Levine, R. (2003). *Small and medium enterprises, growth, and poverty: Cross-country evidence* [Working paper 3178]. The World Bank. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/558581468779354920/pdf/WPS3178.pdf> <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.05.009>
- Berrone, P., Cruz, C., & Gomez-Mejia, L. R. (2012). Socioemotional wealth in family firms: Theoretical dimensions, assessment approaches, and

- agenda for future research. *Family Business review*, 25(3), 258-279. <https://doi.org/10.1177/0894486511435355>
- Betcherman, G. (2015). *Labor market regulations: What do we know about their impacts in developing countries?* *World Bank Research Observer*, 30(1), 124-153. <https://doi.org/10.1093/wbro/lku005>
- Bloom, N., Genakos, C., Sadun, R., & Van Reenen, J. (2012). Management practices across firms and countries. [Working paper 17850]. National Bureau of Economic Research. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w17850/w17850.pdf
- Bloom, N., Lemos, R., Sadun, R., Scur, D., & Van Reenen, J. (2014). The new empirical economics of management. [Working paper 20102]. National Bureau of Economic Research. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w20102/w20102.pdf
- Broszeit, S., Laible, M. C., Görg, H., & Fritsch, U. (2019). Management practices and productivity in Germany. *German Economic Review*, 20(4), e657-e705. <https://doi.org/10.1111/geer.12187>
- Calabrò, A., Torchia, M., Gomez-Mejia, L. R., Pongelli, C., & Lohe, F. W. (2025). What Are Family Firms All About? Advancing Family Business Research Through Socioemotional Wealth Theory. *Journal of Management Studies*. <https://doi.org/10.1111/joms.13263>
- Céspedes, N., Aquije, M. E., Sánchez, A., & Vera Tudela, R. (2016). Productividad sectorial en el Perú: un análisis a nivel de firmas. En N. Céspedes, P. Lavado & N. Ramírez (Eds.), *Productividad en el Perú: medición, determinantes e implicancias* (pp. 69-92). Universidad del Pacífico. <https://repositorio.up.edu.pe/item/76d912e6-ca8c-48ea-877f-f0a3b1cdf922>
- Chakravarty, S., & Xiang, M. (2011). Determinants of profit reinvestment by small businesses in emerging economies. *Financial Management*, 40(3), 553-590. <https://doi.org/10.1111/j.1755-053X.2011.01153.x>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2025). Acerca de Microempresas y Pymes. Comisión Económica Para América Latina y El Caribe. <https://www.cepal.org/es/pagina/acerca-microempresas-pymes>
- Davidsson, P., & Henrekson, M. (2002). Determinants of the prevalence of start-ups and high-growth firms. *Small Business Economics*, 19, 81-104. <https://doi.org/10.1023/A:1016264116508>
- Debellis, F., Pinelli, M., Hülsbeck, M., & Heider, A. (2023). Ownership, governance, and internationalization in family firms: a replication and extension. *Small Business Economics*, 61(4), 1437-1459. <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00736-8>
- Eurostat. (2025). *International trade in goods by enterprise characteristic*. European Union. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=International_trade_in_goods_by_enterprise_characteristic#Trade_by_enterprises_size_class
- Forth, J., & Bryson, A. (2019). Management practices and SME performance. *Scottish Journal of Political Economy*, 66(4), 527-558. <https://doi.org/10.1111/sjpe.12209>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (McGraw-Hill & S. A. de C. V. Interamericana Editores, Eds.; Sexta Edición). McGraw-Hill Education.

- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. <http://www.ebooks7-24.com.ezproxy.ulima.edu.pe/stage.aspx?il=6443&pg=&ed=>
- Huselid, M. A. (1995). The impact of human resource management practices on turnover, productivity, and corporate financial performance. *Academy of Management Journal*, 38(3), 635-672.
- Ichniowski, C., & Shaw, K. (1999). The effects of human resource management systems on economic performance: An international comparison of US and Japanese plants. *Management Science*, 45(5), 704-721. <https://doi.org/10.1287/mnsc.45.5.704>
- Ichniowski, C., Shaw, K. L., & Prennushi, G. (1995). The effects of human resource management practices on productivity [Working paper 5333]. National Bureau of Economic Research. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w5333/w5333.pdf
- Ichniowski, C., Shaw, K. L., & Prennushi, G. (1997). The effects of human resource management practices on productivity: A Study of steel finishing lines. *The American Economic Review*, 87(3), 291-313. <https://www.jstor.org/stable/2951347>
- International Labour Organization. (2025). *Micro, Small and Medium Enterprises*. <https://www.ilo.org/topics-and-sectors/micro-small-and-medium-enterprises#intro>
- Kachlami, H., & Yazdanfar, D. (2016). Determinants of SME growth: The influence of financing pattern. An empirical study based on Swedish data. *Management Research Review*, 39(9), 966-986. <https://doi.org/10.1108/MRR-04-2015-0093>
- Krugman, P. (1994). *La era de las expectativas limitadas*. Ariel Economía.
- Lawless, M. (2014). Age or size? Contributions to job creation. *Small Business Economics*, 42, 815-830. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9513-9>
- Levratto, N., Zouikri, M., & Tessier, L. (2010). The determinants of growth for SMEs. A longitudinal study from French manufacturing firms. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1780466>
- Loayza, N. V. (2016). Informality in the process of development and growth. *The World Economy*, 39(12), 1856-1916. <https://doi.org/10.1111/twec.12480>
- Martínez-Alonso, R., Martínez-Romero, M. J., & Rojo-Ramírez, A. A. (2025). Greening the path to family firm innovation: empirical evidence from the Spanish manufacturing industry. *Business Strategy and the Environment*, 34(4), 4661-4678. <https://doi.org/10.1002/bse.4223>
- Mashele, A., Mouton, M., & Pelcher, L. (2024). Corporate governance and financial performance: Family firms vs. non-family firms. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(10), 444. <https://doi.org/10.3390/jrfm17100444>
- Ministerio de la Producción (2025). La Mipyme en Cifras 2024. <https://www.producepresarial.pe/las-mipyme-en-cifras-2024/>
- Nataraj, S., Perez-Arce, F., Kumar, K. B., RAND Corporation, & Srinivasan, S. V. (2014). The impact of labor market regulation on employment in low-income countries: A meta-analysis. *Journal of Economic Surveys*, 28(3), 551-572. <https://doi.org/10.1111/joes.12040>

- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2010). *SMEs, entrepreneurship and innovation*. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/9789264080355-en>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2019). *Strengthening SMEs and entrepreneurship for productivity and inclusive growth*. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/c19b6f97-en>
- Organización Internacional del Trabajo. (2019). *Lo pequeño importa. Datos mundiales sobre las contribuciones al empleo de los trabajadores independientes, las microempresas y las pymes*. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/%40dgr_eports/%40dcomm/%40publ/documents/publication/wcms_723318.pdf
- Organización Internacional del Trabajo. (2021). *Factores internos y externos para el éxito de las PYMES. Lo que las organizaciones empresariales deben saber para promover empresas más competitivas*. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/%40ed_dialogue/%40act_emp/documents/publication/wcms_829958.pdf
- Organización Internacional del Trabajo. (2023). *Productivity: The key to decent work in small and medium enterprises*. <https://www.ilo.org/resource/other/productivity-key-decent-work-small-and-medium-enterprises>
- Organización Internacional del Trabajo. (s.f.). *Micro, pequeñas y medianas empresas*. <https://www.ilo.org/es/temas-y-sectores/micro-pequenas-y-medianas-empresas#intro>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2025). *Estudios Económicos de la OCDE: Perú 2025*, OECD Publishing, Paris. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/es/publications/reports/2025/09/oecd-economic-surveys-peru-2025_d9bfa904/626594d0-es.pdf
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, & Banco de Desarrollo de América Latina. (2019). *América Latina y el Caribe 2019 Políticas para PYMEs competitivas en la Alianza del Pacífico y países participantes de América del Sur*, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/60745031-es>
- Pissarides, F., Singer, M., & Svejnar, J. (2003). Objectives and constraints of entrepreneurs: evidence from small and medium size enterprises in Russia and Bulgaria. *Journal of Comparative Economics*, 31(3), 503-531. [https://doi.org/10.1016/S0147-5967\(03\)00054-4](https://doi.org/10.1016/S0147-5967(03)00054-4)
- Produce Empresarial. (2025). *Tejido-Empresas-Tablero Números - Observatorio*. <https://www.produceempresarial.pe/tejido-empresas-tablero-numeros/>
- Ramírez-Asís, H., Vílchez-Vásquez, R., Huamán-Osorio, A., Gonzales-Yanac, T., & Castillo-Picón, J. (2022). Digitalization and success of Peruvian Micro-enterprises in the retail 4.0 sector. In *The Implementation of Smart Technologies for Business Success and Sustainability: During COVID-19 Crises in Developing Countries* (pp. 225-236). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-10212-7_20
- Ramirez-Asis, E. H., Chenet-Zuta, M. E., Mukthar, K. J., Huaman-Osorio, A., & Ramirez, E. H. (2024). Determining Factors in the Access to Financing of Peruvian Microenterprises in the Period of Economic Recovery. In *AI in Business: Opportunities and Limitations: Volume 2*

- (pp. 19-29). Cham: Springer Nature Switzerland.
https://doi.org/10.1007/978-3-031-49544-1_2
- Rocca, E, García, D., & Duréndez, A. (2016). Factores determinantes del éxito competitivo en la mipyme: un estudio empírico en empresas peruanas. *Contabilidad y Negocios*, 11(22), 52-68.
<https://doi.org/10.18800/contabilidad.201602.004>
- Scur, D., Ohlmacher, S., Van Reenen, J., Bennedsen, M., Bloom, N., Choudhary, A., Fosterg, L., Groenewegenh, J., Groveri, A., Hardeman, S., Iacovone, L., Kambayashi, R., Laible, M.-C., Lemos, R., Lin, H., Linarello, A., Maliranta, M., Medvedev, D., Meng, C.,... Zimmermann, F. (2024). The international empirics of management. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, USA*, 121(45), e2412205121.
<https://doi.org/10.1073/pnas.2412205121>
- Sheehan, M. (2014). Human resource management and performance: Evidence from small and medium-sized firms. *International Small Business Journal*, 32(5), 545-570.
<https://doi.org/10.1177/0266242612465454>
- Teixeira, J. F., & Carvalho, A. O. (2024). Corporate governance in SMEs: a systematic literature review and future research. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 24(2), 303-326. <https://doi.org/10.1108/CG-04-2023-0135>
- Torchia, M., & Solarino, A. (2025). Gender, ethnic and nationality board diversity and firm performance: a meta-analysis. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*.
<https://doi.org/10.1108/CG-08-2023-0332>
- United Nations. (2025). *Micro- Small and Medium-sized Enterprises Day United Nations*. United Nations.
<https://www.un.org/en/observances/micro-small-medium-businesses-day>
- Wang, Y. (2016). What are the biggest obstacles to growth of SMEs in developing countries? – An empirical evidence from an enterprise survey. *Borsa Istanbul Review*, 16(3), 167-176.
<https://doi.org/10.1016/j.bir.2016.06.001>
- Wellalage, N. H., & Reddy, K. (2020). Determinants of profit reinvestment undertaken by SMEs in the small island countries. *Global Finance Journal*, 43, 100394.
<https://doi.org/10.1016/j.gfj.2017.11.001>
- World Bank. (2023). *Economies-Formal sector enterprise surveys*.
<https://www.enterprisesurveys.org/en/data/exploreconomies/2023/peru?view=table&topic=7&subGroup=-1&countries=All+Economies%2F%2FAll+Economies%2F%2F2023%2F%2F152%2F%2Fnull&subtopic=41®ions=Latin+America+%26+Caribbean&IndicatorIds=39%2C301>
- Yazdanfar, D., & Öhman, P. (2015). Debt financing and firm performance: an empirical study based on Swedish data. *The Journal of Risk Finance*, 16(1), 102-118. <https://doi.org/10.1108/JRF-06-2014-0085>
- Zhou, H., & De Wit, G. (2009). Determinants and dimensions of firm growth [SCALES EIM Research Reports H200903].
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1443897>

FAEDPYME ha conformado en los últimos años una Red Internacional de Investigación en Mipymes que facilita a los investigadores compartir recursos, proyectos y resultados de investigación que se utilizan en las instituciones de educación superior e investigación, en el campo de las disciplinas económicas y de la empresa, aplicados a las pymes. En España la red está compuesta por las Universidades de Cantabria, Murcia, Politécnica de Cartagena, Extremadura, Castilla-La Mancha, Granada, Málaga, Complutense de Madrid, Las Palmas de Gran Canaria y la Universidad Internacional de la Rioja. La finalidad de la red es mantener un espacio de colaboración, dentro de los ámbitos económico y social de las pymes, tanto a nivel nacional como internacional, en orden a realizar conjuntamente actividades y trabajos de estudio, docencia e investigación, a facilitar y promover el intercambio de información y del conocimiento, y el asesoramiento mutuo, así como a desarrollar aquellos otros proyectos que resulten de interés común. Adicionalmente, FAEDPYME impulsa la relación entre la universidad, la empresa y la administración pública, conectando a la red de investigadores que trabajan en el campo de la pyme con su entorno empresarial y los agentes económicos y sociales. Todo ello con el objetivo de la aplicabilidad de la investigación, la formación y la transferencia del conocimiento.

