

Según resultados de la Primera Encuesta Nacional de Empresas 2015

LA INFORMALIDAD ES EL PRINCIPAL FACTOR QUE LIMITA EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) informó que según los resultados de la Primera Encuesta Nacional de Empresas, en el año 2014, el 39,5% de las empresas manifiestan que la informalidad es uno de los tres principales factores que limitan el crecimiento de las empresas. Entre otros factores, el 36,7% de empresas respondieron que la demanda es limitada, el 34,8% que existe dificultad para acceder a financiamiento, y el 30,6% la excesiva regulación tributaria.

Los resultados de la Primera Encuesta Nacional de Empresas 2015, fueron presentados en el marco del convenio interinstitucional entre el Ministerio de la Producción – PRODUCE y el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

Participaron en el evento, el Ministro de la Producción del Perú, Econ. Bruno Giuffra Monteverde, el Jefe del INEI, Dr. Aníbal Sánchez Aguilar. Asimismo, el panel de comentaristas estuvo conformado por el señor Juan Carlos Mathews Salazar, Viceministro de Mype e Industria del Ministerio de la Producción, Juan Manuel García, Director General de Estudios Económicos, Evaluación y Competitividad Territorial, Javier Portocarrero del Consorcio de Investigación Económica y Social, Carlos Paredes de Inteligencia Financiera y Gabriel Natividad, Investigador UDEP.

Cabe destacar que la primera Encuesta Nacional de Empresas (ENE) fue ejecutada en el año 2015 a solicitud y en cooperación con el Ministerio de la Producción (PRODUCE). Esta encuesta especializada es uno de los principales instrumentos metodológicos transversales para la implementación de políticas de desarrollo productivo y abarcó a 19 mil 204 empresas, ubicadas en todos los departamentos del país, incluyendo la Provincia Constitucional del Callao, que registraron actividades durante el 2014, y cuyas ventas anuales fueron iguales o mayores a 20 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

El objetivo de la ENE es medir las distintas características de las unidades productivas en cuanto a su organización, complejidad, acceso y uso de tecnologías, formas de acceso a los insumos, comercialización, calidad de procesos y productos, capacitación y recursos humanos, financiamiento, dificultades con las regulaciones, entre otras variables clave, vinculadas a sus niveles de productividad y competitividad. Con ello permite obtener en forma detallada y confiable información relevante sobre el tejido empresarial para la elaboración, diseño, mejora y priorización de políticas para los diferentes segmentos de la economía.

La información obtenida también sirve de apoyo para monitorear los resultados de las distintas acciones ya implementadas por PRODUCE en el marco del Plan Nacional de Diversificación Productiva (PNDP), así como, medir los indicadores de desempeño del Programa Presupuestal de Desarrollo Productivo de las Empresas en el marco del Presupuesto por Resultados (PpR).

Más del 28% de las empresas son conducidas por mujeres

El 28,2% de las empresas fueron conducidas por mujeres y el 71,8% por hombres.

Según actividades económicas, en las empresas dedicadas al Alojamiento y Servicio de Comidas, el 56,3% son lideradas por hombres y el 43,7% por mujeres; en el rubro de Comercio y reparación de vehículos automotores, el 66,5% es conducido por hombres y el 33,5% por mujeres; en el rubro de Agua y evacuación de aguas residuales, el 67,0% es conducido por hombres y el 33,0% por mujeres.

Más de la mitad de los que conducen alguna empresa tienen entre 18 y 49 años

El 53,3% de las personas que conducen alguna empresa tienen entre 18 y 49 años de edad, 35,3%, tienen entre 50 y 64 años de edad y el 11,4% tienen 65 a más años de edad

Los conductores con edades entre 18 y 49 años de edad representan el 47,6% en las grandes y medianas empresas, 49,2% en la pequeña empresa y el 55,7% en la microempresa.

En tanto los conductores con edades entre 50 y 64 años de edad son el 47,0% que los que dirigen grandes y medianas empresas, en 37,3% en las pequeñas empresas y el 33,0% en la microempresa.

La mayoría de los conductores de las grandes, medianas, pequeñas y microempresas tienen estudios superiores

Más de la mitad de las grandes y medianas empresas son conducidas por personas con nivel superior universitario (56,9%), el 34,2% tiene postgrado y el 5,5% superior no universitario.

Con relación a las pequeñas empresas, el 66,0% cuenta con nivel superior universitario, el 7,0%, con estudios de postgrado, el 14,5% con nivel secundaria y el 11,6% con nivel superior no universitario.

En las microempresas el 39,8% de los conductores tienen nivel superior universitario, el 5,2%, postgrado, 28,5% secundaria y 22,6% superior no universitaria.

El 53,5% de las empresas tienen local alquilado

En el 2014, el 53,5% de los locales principales de las empresas son alquilados, mientras el 32,5% es propio y el 13,3% cedido, entre otros.

Por otro lado, el 46,0% de los locales están ubicados en un área comercial, el 37,7% en el área residencial y el 11,6% en zona industrial, entre otros. El 12,3% de las empresas manifiesta haber tenido problemas con la zonificación de su local principal y el 40,6% indica que requiere mayor espacio para desarrollar sus operaciones.

La mayoría de las empresas consideran que existe competencia informal para su principal producto

En el año 2014, el 81,2% de las empresas considera que existe competencia informal para su principal producto. A nivel de segmento empresarial, el mayor porcentaje se presenta en la microempresa (84,2%), mientras que la competencia informal es menor en la mediana y gran empresa (65,3%).

42 de cada 100 empresas cuentan con personal que recibieron algún tipo de capacitación

En el 42,2% de las empresas los trabajadores recibieron algún tipo de capacitación en el 2014, mientras que el 57,8% no la recibieron. Entre los principales motivos para no capacitar a sus trabajadores está la escasez de recursos (14,8%), la falta de tiempo porque los trabajadores deben cumplir sus labores (7,6%), no encuentra el tipo de capacitación que requiere personal (7,2%), no conoce entidades o cursos de capacitación (5,1%), entre otros.

Casi el total de las empresas tienen acceso a internet

En el año 2014, respecto a las diversas tecnologías de información y comunicación a las que tuvieron acceso las empresas, el 93,5% de las empresas tuvo acceso a internet, el 8,6% a intranet, el 3,0% a extranet y el 6,5% no tiene acceso a estas tecnologías.

Las empresas que tuvieron mayor acceso a internet según actividad económica se encuentran en Información y comunicaciones (99,3%), Inmobiliarias (99,2%), Financieras (98,9%), Profesionales, científicas y técnicas (98,8%), y otras actividades de servicios (98,3%).

3 de cada 10 empresas tienen página Web propia

El porcentaje de empresas que tienen una página Web propia es de 30,1% y las que utilizan redes sociales (Facebook, Twitter) es de 29,4%, siendo estos porcentajes mayores para las empresas medianas y grandes, donde llegan a 71,6% y 40,7%, respectivamente.

Además, el 44,3% de empresas utilizan el Internet para promocionar sus productos, siendo este porcentaje 39,16% en las grandes y medianas y 44,9% en las pequeñas y microempresas.

El 28,9% de las empresas han sido víctimas de algún hecho delictivo

En el periodo de estudio, el 28,9% de las empresas fueron víctimas de algún hecho delictivo. De este grupo el 66,4% fue víctima de robo o hurto, el 20,4% de intento de robo, el 15,0% de extorsión, el 11,5% de estafa, el 10,7% de amenazas y el 2,6% de daños por vandalismo.

Cerca del 60% de las empresas realizaron compras de insumos o mercaderías a distribuidores

El 57,6% de las empresas realizaron compras de insumos o mercaderías a distribuidores mayoristas o minoristas en el año 2014. Mientras que el 38,2% de las empresas realizaron la compra de insumos o mercaderías directamente al productor.

14 de cada 100 empresas realizaron compras por Internet y 7 de cada 100 vendieron sus productos por Internet

El 13,9% de las empresas ha realizado compras por internet para su empresa durante el 2014. A nivel sectorial, el 19,6% de las empresas del sector Servicios ha realizado compras por internet seguido del sector Construcción con 17,1%. El 24,7% de las medianas y grandes empresas ha comprado insumos mediante dicha modalidad, mientras que el 14,2% de las pequeñas empresas y el 12,5% de las microempresas lo han hecho.

Asimismo, el 7,0% de las empresas ha realizado ventas por internet, siendo los porcentajes mayores en los sectores Servicios con 10,7% y Comercio con 7,2% de las empresas. El 14,5% de las medianas y grandes empresas ha vendido mediante dicha modalidad, mientras que el 7,1% de las pequeñas empresas y el 6,0% de las microempresas realizaron lo mismo.

3 de cada 10 empresas utilizaron normas técnicas en alguno de sus procesos

El 62,2% de las medianas y grandes empresas posee algún proceso estandarizado (compras, producción, almacenamiento, comercialización, transporte o distribución, servicios post-venta, otro). Asimismo, el 32,1% de grandes y medianas utilizó normas técnicas para la estandarización y sistematización de sus procesos, y el 28,5% posee alguna certificación de los mismos. El 17,8% fabricó su producto principal bajo los estándares de normas técnicas.

10 de cada 100 empresas utilizaron como producto financiero el Factoring o descuento por facturas

Del total de empresas que han utilizado algún producto financiero, el 10,0% ha utilizado el Factoring o descuento por facturas. El 23,3% de las grandes empresas ha utilizado este producto financiero; el 15,0%, en el caso de las medianas empresas; el 12,1%, en las pequeñas, y el 6,6% en las microempresas.

Más del 95% de las empresas no realizaron actividades de exportación en el año 2014

En el año 2014, el 95,7% de las empresas no realizaron actividades de exportación. Sólo el 4,3% de las empresas realizaron exportación. Entre las principales dificultades que presentan las empresas para exportar están los procedimientos aduaneros (25,0%), los retrasos en aduanas (20,6%), los retrasos causados por el transporte internacional (15,5%), los costos logísticos (12,0%), la identificación de mercados y compradores potenciales (7,6%) entre los principales.

Agradecemos su publicación
Oficina Técnica de Difusión