

Silvia Noriega: “El 2021 será clave para el empoderamiento de la empresaria peruana»

¿Cómo ha evolucionado el emprendimiento femenino durante la pandemia?

En el Perú existen más de un millón de microemprendimientos liderados por mujeres y solo el 14% puede acceder a algún tipo de capacitación. La COVID-19 fue un factor más que agravó las dificultades que deben afrontar estas empresarias de la microempresa, cuya principal preocupación es continuar brindando una mejor calidad de vida a sus familias.

Como se sabe, nueve de cada 10 madres emprendedoras invierten las ganancias de su negocio en asegurar el futuro de sus hijos. Esta visión convierte a la mujer empresaria de la microempresa en un agente clave para la economía.

En ese contexto, el BCP realizó el Premio Mujeres Emprendedoras BCP que capacitó a más de 10.000 microempresarias, de las cuales 3.000 ingresaron a un concurso para acceder a S/ 42.000 en premios en efectivo como capital de desarrollo.

En esta edición, conocimos grandes historias muy inspiradoras. Todas compartieron dos puntos en común: su vocación emprendedora nace de buscar un mejor futuro para sus familias; y, por otra parte, comprenden los beneficios de ser formales y acceder al crédito como vehículo de desarrollo.

¿Qué herramientas de negocio se priorizaron?

La nueva normalidad significó un reto para las emprendedoras pero a su vez, una oportunidad para replantear los negocios. Dentro de los hallazgos en el proceso del Premio, identificamos que cerca del 35% de las emprendedoras ve esta situación como un reto más que hay que sortear.

Incluso el 72% ya ha realizado cambios en las formas de ofrecer sus productos y atención, aquí es donde la capacitación es un factor importante.

Por ejemplo, respecto a las herramientas digitales, un 55% prefiere aprender a usar Facebook, un 51% quiere conocer cómo registrar su negocio en Google. Además, cerca del 44% busca saber más de Instagram y el 43% se interesa más por los pagos digitales.

Ante este escenario, las capacitaciones gratuitas realizadas durante el programa, a través del talento voluntario de nuestros mismos colaboradores permitió que miles de microempresarias, que han visto detenidos sus negocios por el estado de emergencia, puedan repotenciarlos y, de esa manera, afrontar la nueva normalidad de la mejor manera.

¿Qué expectativas hay para esta campaña de fin de año?

La campaña de fin de año es una fecha representativa para los negocios ya que por muchos años ha significado un incremento de hasta 50% en ventas versus un mes promedio. Este año, a

pesar de la pandemia, las expectativas de las emprendedoras siguen siendo positivas.

Por ello, muchas de ellas han empezado a prepararse para aprovecharla al máximo y recuperar o incrementar las ventas de sus productos o servicios. De acuerdo con los registros del programa, alrededor del 65% de las microempresarias ven la campaña de fin de año (Navidad y Año Nuevo) como una oportunidad para recuperar sus ventas; mientras que el 25% la considera como la campaña más importante del año.

¿Cómo se ve el panorama para el 2021?

Las emprendedoras son conscientes de que el éxito de sus emprendimientos depende principalmente de sus esfuerzos y determinación. Pero a su vez, son conscientes de que el contexto socioeconómico es clave para el correcto desarrollo de los negocios.

Dentro de los hallazgos obtenidos, se reveló que de cara al 2021, el 40% de las microempresarias desean que la economía del país mejore; mientras que las demás prefieren que su familia esté bien (32%), que sus negocios puedan crecer (15%), y otras que la pandemia termine (13%).

Por otro lado, considerando que el 2021 será el año del bicentenario nacional, el 57% de las mujeres manifiesta que será un año determinante para la reactivación económica del país y para el empoderamiento de la mujer emprendedora peruana.

¿Cuáles han sido los resultados del Premio Mujeres Emprendedoras BCP?

Durante todo el proceso se capacitó a más de 3.500 empresarias, quienes recibieron talleres sobre finanzas, digitalización y seguridad. De este universo, las mejores 250 participantes accedieron a un proceso de mentoría online donde recibieron asesorías personalizadas a cargo de los colaboradores voluntarios del BCP; y como etapa final, las 10 mejores emprendedoras con los planes empresariales más sólidos sustentaron sus propuestas ante los miembros del jurado.

El pasado 2 de diciembre se llevó a cabo la gran final, en la cual se premió a las 10 destacadas empresarias de la microempresa provenientes de Lima, La Libertad, Junín, Ayacucho y Tacna. Las ganadoras se repartieron S/42.000 en premios en efectivo como capital de desarrollo.

¿Qué otras acciones han desarrollado en el área de responsabilidad social?

Durante la crisis hemos desplegado una serie de acciones para ayudar tanto a nuestros clientes como al país. Lideramos la campaña #YoMeSumo, haciendo una donación de S/ 100 millones, la más grande de la historia peruana.

Se logró recaudar en pocas semanas un total de S/ 126 millones con el apoyo de más de 73.000 personas y empresas. Este monto fue distribuido a través de un bono solidario de S/ 760 a más de 150.000 hogares en situación de pobreza y pobreza extrema, identificado por el Midis.

Además, hemos puesto gratuitamente nuestras agencias a disposición del Estado para que entreguen los bonos sociales a

618.380 peruanos. Asimismo, continuamos fortaleciendo el programa Becas BCP, que ha permitido que 600 jóvenes talentosos accedan a educación superior de calidad en las mejores universidades e institutos del país.