

FEBRERO 2022

REPORTE DE IMPACTO 2021

THE PERUVIAN SOCIAL INCUBATOR
REPORTE ANUAL INTEGRADO



Preparado por: Mayra Muñoz
Coordinadora de Proyectos de TPSI

Aprobado por: Melanie Medina
CEO & Co-Fundadora de TPSI

TABLE OF CONTENTS



04

About the Report

Introduction • About TPSI • Mission & Vision

05

2021 Incubation Program

Background • Regions Selected

08

II Sustainable Seminar Social Impact Peru 2021:

Empowering the social entrepreneurs to build a sustainable Peru

10

Incubation Program Strategy

Objective & Goals

11

Incubation Program Participants

Incubatees & Visitors

14

Incubation Plan

Program Structure

15

Incubation Roadmap

Blueprint

17

Methodology

Description & Assessment

ÍNDICE DE CONTENIDO



20

Resources & Tools

Google site • WhatsApp • Zoom • TPSI team

24

Measuring our Progress

Metrics & Indicators

25

Engagement & Impact

Attendance & Activities • Achievements

26

Incubation Program Closure

Pitch Closing Event

27

2021 Incubation Program Conclusions

Accomplishments & Future Improvements

28

Networking Activities

Events • Webinars • Elanet

30

International Funding

Tweddle Group Belgium & Mechelen Mondiaal

32

TPSI Partners

New Partners: 180 DC PUCP • UPY • Velay • Acertar

33

TPSI Entrepreneurial Catalogue

Our Entrepreneurial Network

SOBRE ESTE REPORTE

Este documento es un Reporte Integrado del desempeño y principales logros de The Peruvian Social Incubator (TPSI), en donde se reflejan los avances de la organización bajo el marco de su estrategia de desarrollo y generación de valor social, ambiental y económico programadas en el Plan de trabajo 2020-2021. Por tanto, se incluye eventos y datos consolidados de los resultados del programa de incubación 2021 dirigido a emprendedores de las regiones Cajamarca, Arequipa, Trujillo y Lima. El periodo cubierto por este reporte es de septiembre del 2021 a enero del 2022.

El presente reporte es la principal herramienta de comunicación del desempeño anual de la empresa y busca abrir un diálogo con nuestros grupos de interés. En él queremos demostrar cómo nuestras acciones de control y gestión de retroalimentación están completamente integradas dentro de la estrategia general de la empresa para asegurar nuestro propósito final: fortalecer el emprendimiento social en el Perú.

¿QUIÉNES SOMOS?

Somos una incubadora belgo-peruana de negocios sociales que cree en la importancia de fortalecer el desarrollo, crecimiento e impacto del emprendimiento social en el país.

MISIÓN Y VISIÓN

We transform the ecosystem in Peru through the incubation of social and sustainable companies that improve the economic, social, and environmental conditions of our country. Aspiramos ser reconocidos como el referente nacional del emprendimiento social en el país con un alcance en los 24 regiones del país.



05

PROGRAMA DE INCUBACIÓN 2021

CONTEXTO

En el marco de los lineamientos estratégicos del proyecto, se diseña y ejecuta un proceso de capacitación sobre los componentes más importantes de un **emprendimiento social**, a través de la revisión del caso de negocio y el aprendizaje de herramientas empresariales clave para la estructuración de un plan de negocio. El proceso fue diseñado para llevarse a cabo en modalidad virtual debido al gran **impacto de la pandemia COVID-19 en el Perú**, mediante sesiones grupales modulares y sesiones individuales de coaching para el logro de las metas de aprendizaje propuestas en cada módulo. Sin embargo, no fue en su totalidad virtual pues parte del equipo de TPSI viajó a **Jaén (Cajamarca)** para brindar una charla y sesiones presenciales de coaching con nuestros participantes.

REGIONES ELEGIDAS

CAJAMARCA

Cajamarca es una región del Perú situada en la parte noroeste del país y con una población que asciende a los **1.34 millones**. Esta región enfrenta grandes retos sociales ya que el 42.5% de su población vive en **situación de pobreza**, y 1 de cada 4 niños cajamarquinos presenta **desnutrición crónica**.

La actividad económica de Cajamarca se compone principalmente, del sector **minería** e hidrocarburos. Por ello, gran parte del resultado negativo de la región, en el tercer trimestre del 2021, se debe al **decrecimiento de 26.9%** de dicho sector, aunado a la poca capacidad de gestión del Gobierno Regional, pues en los últimos 8 años, el porcentaje de ejecución de la inversión pública ha caído sostenidamente. **(2021: 61.9%)**. **El 98%** de los **trabajadores rurales** en Cajamarca son **informales**. Todo ello se traduce en contaminación no controlada y provoca innumerables problemas sociales y ambientales.

Fuente: Instituto Peruano de Economía/INEI



06

AREQUIPA

Arequipa es una región del Perú situada en la parte sur del país y con una población que asciende a los **1,38 millones**. Enfrenta grandes problemas sociales ya que exhibe la mayor **brecha salarial (26.2%)** entre las regiones del sur, y lidera la **tasa de desempleo (15.9%)** por la afectación a las actividades económicas predominantes como comercio, construcción y servicios debido a la pandemia. Arequipa es una de las regiones que no recupera sus cifras de producción similares a las de prepandemia y hace uno de los peores aportes al **PBI** nacional, en comparación al 2019, año anterior a la pandemia. Su reactivación económica es lenta debido a conflictos sociales que detienen a la **minería** y caída del **turismo**. Según el **INEI**, la caída también se sustenta en el **sector construcción**, por el bajo avance físico de obras en los tres niveles de gobierno. Según Consulta Amigable, el gobierno regional de Arequipa apenas gastó el **54.8%** de su presupuesto para obras.



LIMA

Lima es una región de la costa de Perú con una población que asciende a los **9,48 millones de habitantes**. Entre sus problemáticas sociales tenemos que en 2020 se perdieron **1.1 millones** de puestos de trabajo por las acciones impulsadas ante la pandemia del coronavirus, como la cuarentena obligatoria. Por otro lado, **1.5 millones** de ciudadanos no cuentan con acceso a **agua potable ni alcantarillado**, por lo que existe un notorio contraste entre la zona urbana y periurbana, donde los pueblos jóvenes y pequeños asentamientos humanos no gozan del servicio de **agua**, ni **desagüe**, como el resto de zonas de Lima que sí. Según el **Foro Económico mundial**, Perú es el puesto número 27 en calidad del sistema educativo. Además, bajo este contexto de pandemia, la brecha educativa se ha acrecentado por la implementación de las clases virtuales. De acuerdo al **INEI**, en el año 2018, la accesibilidad a internet presente en **Lima Metropolitana** era del **72%** mientras que en el resto del país la cifra era de **42.9%**. Según **Minedu**, en 2020 se trasladaron 337,870 estudiantes de instituciones educativas privadas a públicas, siendo en su mayoría sector primaria. Por otro lado, en la ausencia de posibilidades de desarrollar una educación de calidad, se visualiza una tendencia preocupante: aumento en la deserción escolar del **1.3% a 3.5%** en inicial y primaria.

LA LIBERTAD

Trujillo es la capital de La Libertad, situada en la costa norte peruana y con una población que asciende a **1,08** millones de habitantes. Recientes investigaciones afirman que, tras el paso de la pandemia, en la región se agudizará la pobreza, ya que el impacto será terrible en las zonas y sectores más vulnerables y **180 mil trujillanos** serán nuevos inquilinos del sector pobreza. Los pobres viven con menos de 11 soles diarios y los pobres extremos apenas disponen de 6 soles al día para cubrir todas sus necesidades. Asimismo, mientras que el **66.8%** de los habitantes no pobres poseen empleos informales, entre las personas pobres esta cifra asciende a **94.1%**.

Otra de las problemáticas es que el **63%** de los centros de educación Inicial, Primaria y Secundaria no cuentan en su conjunto con **energía eléctrica, agua y desagüe**, los cuales son clave para generar un buen ambiente y condiciones mínimas para una buena formación académica en las aulas.

POR ESTOS MOTIVOS...

TPSI decidió iniciar el programa de incubación 2021 de emprendimiento social en las ciudades de Cajamarca, Arequipa, Trujillo y Lima con la convicción de empoderar a los emprendedores regionales, crear mas puestos de trabajo, oportunidades de negocio, impulsar la innovación, educar sobre impacto sostenible y por tanto crear un círculo social local (y nacional) que gire entorno al emprendimiento sostenible. Por último, uno de nuestros principales incentivos, es poder fomentar el apoyo en las regiones en que trabajamos, tratando de contribuir positivamente en la problemática social que existe en las 4 regiones.



SEMINARIO SOCIAL IMPACT PERÚ 2021

EMPODERANDO AL EMPRENDEDOR SOCIAL PARA CONSTRUIR UN PERÚ SOSTENIBLE



Como parte del proceso de selección de las empresas sociales que TPSI incubaría en las regiones de Cajamarca, Arequipa, Trujillo y Lima y gracias a la cooperación de la [VUB Chair Social Entrepreneurship](#), [Mechelen Mondiaal](#), y [Barrio Seguro](#), en el mes de mayo del año 2021, se organizó el Seminario Social Impact Perú 2021: Empoderando al emprendedor social para construir un Perú sostenible.

El evento se desarrolló de manera virtual a través de la plataforma Zoom y fue de acceso gratuito. Estuvo dirigido a emprendedores sociales de las ciudades de Cajamarca, Arequipa, Trujillo, Lima y alrededores, así como a personas que tuvieran una idea de negocio social con intención de implementarla en el mercado.

Durante el evento se abordaron temas de sostenibilidad, planeamiento estratégico, misión, visión y mercados.

09

DINÁMICA DEL SEMINARIO



1. Introducción al Emprendimiento Social como herramienta de desarrollo
2. Análisis **FODA** y planeamiento estratégico

EL ANÁLISIS FODA (The SWOT analysis)

2

ANÁLISIS FODA



FACTORES INTERNOS

- **FORTALEZAS:** Ventajas competitivas
- **DEBILIDADES:** Desventajas intrínsecas

ESTÁN BAJO MI CONTROL E INFLUENCIA.

FACTORES EXTERNOS

- **OPORTUNIDADES:** Ventajas comparativas
- **AMENAZAS:** Desventajas extrínsecas

NO ESTÁN BAJO MI CONTROL/ EXTERNO.

Negociación y Plan de Marketing

3

Conflicto de necesidades/deseos
Proceso de intercambio (dar/recibir)
Se prefiere un ACUERDO

ENTORNO DE LA NEGOCIACIÓN

- Costumbres / Cultura
- Idioma
- Entorno físico
- Tiempo para negociar
- Información previa
- Formas de negociar
- Objetivos, aspiraciones e intereses de las partes.



Para Reflexionar – Elevator Pitch

4

3. Negociación Estratégica y Plan de Marketing
4. **Pitch Elevator** – Presentación del caso de negocio

- https://www.youtube.com/watch?v=2b3xG_YjgvI



5. **Clausura**



10

OBJETIVO Y METAS DEL PROGRAMA DE INCUBACIÓN 2021

OBJETIVO

Impulsar el nacimiento y sostenimiento de emprendimientos sociales en las ciudades de Cajamarca, Arequipa, Trujillo y Lima, a través de nuestra asistencia técnica, utilizando de manera principal el método Social Lean Canvas, lo que permitirá analizar las ideas de negocio enmarcadas dentro del programa de incubación.

METAS

Para lograr los resultados esperados y obtener la mejor versión de cada uno de nuestros participantes, las metas a alcanzar del programa de incubación son las siguientes:



N.º 01 – DIAGNÓSTICO DEL EMPRENDIMIENTO

Analizar el producto o servicio de acuerdo a los objetivos estratégicos (misión y visión) y validar la idoneidad y oportunidad del mismo (análisis del mercado objetivo).



N.º 02 – DISEÑO ESTRATÉGICO DEL MODELO DE NEGOCIO

Acompañarlos en el logro de sus misiones, definición de su plan de negocios (social lean canvas) y en su presentación efectiva para inversores del plan de negocio (elevator pitch).



N.º 03 – PREPARACIÓN PARA EL RELANZAMIENTO AL MERCADO

Estructurar un plan financiero, operacional y de lanzamiento vinculado al impacto social

11

PARTICIPANTES DEL PROGRAMA



El seminario realizado en mayo del 2021 permitió observar el desenvolvimiento de los emprendedores en las actividades participativas programadas. Acto seguido, conforme a criterios de viabilidad y madurez del emprendimiento; de su performance y de un proceso de entrevistas, se seleccionó **nueve (9)** emprendedores para participar del programa de incubación. Con la intención de replicar el programa en otras regiones y a su vez generar un network empresarial con otros emprendimientos sociales del Perú, se cursó invitación a **tres** emprendedoras de **Arequipa** recomendadas por la organización **ACERTAR**, partner de TPSI con conexión en Bélgica. **Nury Durán** (Nury Du), **Cristina Gonzáles** (El mundo en crochet) y **Pilar Arenas** (Vanilla Dolls).

Adicionalmente, en el marco de una alianza estratégica también se cursó invitación a **dos** emprendedores de **Trujillo y Lima** recomendados por nuestro partner **United Peruvian Youth (UPY)**. Brigitte Hidalgo (PSI Estoy bien) y Diego Ninanya (LAD Academy).

TPSI se encargó de diseñar el programa con dos modalidades de participación. Por un lado, tuvimos a los **incubados**, aquellos que llevaron el programa en su totalidad y completaron todas sus misiones. Por otro lado, los **visitantes**, quienes participaron en las 08 masterclass programadas y recibieron sesiones personalizadas de coaching pero no pasaron por el proceso de presentación de misiones. En conclusión, tuvimos un total de **catorce (14)** participantes; **seis (6)** incubados, y **ocho (8)** visitantes.

“14 de 25
fueron
seleccionados”

12

EMPRENDEDORES INCUBADOS

Estos **seis (6) emprendedores incubados** desarrollaron sus ideas, crearon un plan de negocios bajo la asesoría personalizada de los coach. Además tuvieron orientación legal, financiera y contable.



SHIRLEY MIJAHUANCA

FamaPay

JAÉN (CAJAMARCA)

"FamaPay" es un emprendimiento social que tiene como objetivo la inclusión financiera de la zona rural de Jaén (Cajamarca, Peru).



ANA MARIA DÁVILA

EcoPerú

JAÉN (CAJAMARCA)

"ECOPERU" brinda un servicio de turismo familiar y vivencial a los mágicos lugares que ofrece las ciudades de Cajamarca y Amazonas - Perú.



CINDY DIAZ

Asociación para el Desarrollo Integral de Chontali "ADICH"

JAÉN (CAJAMARCA)

A través de nuestro emprendimiento promovemos la educación, igualdad de género, acciones por el clima, consumo responsable de productos locales, entre otros.



DIEGO NINANYA

LAD Academy

LIMA

Somos una academia de enseñanza que busca ayudar a sus alumnos a superar sus limitaciones de comunicación fluida con el público, el lenguaje no verbal y desarrollar su potencial como líderes.



CRISTINA HUAMÁN

My Coffee - Jaén

JAÉN (CAJAMARCA)

Nuestra cafetería se caracteriza por ofrecer el verdadero sabor del café. En donde más allá de vender una taza de café, se venda una historia detrás de ello (productores locales).



LEYDY ESTELA

TOE Econegocios

JAÉN (CAJAMARCA)

"TOE Ecotienda" es una empresa dedicada a la venta de productos saludables en la ciudad de Jaén (Cajamarca, Peru).



13

EMPRENDEDORES VISITANTES

Estos **ocho (8)** emprendedores **VISITANTES**, son aquellos que no cursaron el programa completo de 4 meses de incubación, participaron solo de las masterclass y recibieron asesoría durante esas sesiones.



BRIGITTE HIDALGO
PSI Estar bien
TRUJILLO

brigittehs16@gmail.com 



JOSE TUCUNANGO
Bambú Coffee
JAÉN (CAJAMARCA)

micheljtv@hotmail.com 



CRISTINA GONZÁLES
El mundo en crochet
AREQUIPA



NURY DURÁN
Nury Du
AREQUIPA



RICARDO CALLE
Turucu
JAÉN (CAJAMARCA)



LLOYSI LÓPEZ

JAÉN (CAJAMARCA)

lloysilopez11@gmail.com 



JAMES SILVA
Lider Kics
JAÉN (CAJAMARCA)



PILAR ARENAS
Vanilla Dolls
AREQUIPA



noemipilar1997@gmail.com

14

PLAN DE TRABAJO



De acuerdo al perfil de los participantes, diseñamos un plan de capacitación con la finalidad de cerrar brechas de aprendizaje para personas emprendedoras de las provincias descentralizadas, quienes en Perú no reciben suficiente soporte educativo para profesionalizar sus ideas de negocio.

Para ello se diseñaron **ocho (8) módulos** principales y **cinco (5)** accesorios que les permita alcanzar las metas trazadas para el logro de los objetivos de este proyecto. Por tanto, el proceso de aprendizaje fijó los siguientes cuatro (4) ejes estructurales:



DIAGNÓSTICO DEL EMPRENDIMIENTO

Analizar el producto o servicio de acuerdo a los objetivos estratégicos (misión y visión) y validar la idoneidad y oportunidad del mismo (análisis del mercado objetivo).



DISEÑO ESTRATÉGICO DEL MODELO DE NEGOCIO

Comprender la infraestructura empresarial y elaborar el Social Lean Canvas de sus emprendimientos, más sus presentaciones pitch.



PREPARACIÓN PARA EL RELANZAMIENTO AL MERCADO

Estructurar planes operativos y financieros; así como de marketing vinculados al impacto social.



MANEJO DE HERRAMIENTAS DE UNA CULTURA EMPRENDEDORA

Aprender herramientas que coadyuven a su posicionamiento en el mercado y en la gestión adecuada de grupos de interés desde un enfoque de sostenibilidad.

Sitio web (Google site) donde se encuentra el contenido del programa puesto a fácil disposición de los participantes:

<https://sites.google.com/pucp.pe/programadeincubacin2021/inicio>



LA RUTA DE INCUBACIÓN

				Coaching		Masterclass
La ruta de la incubación	Módulos	Resultado de aprendizaje esperado	Medio de verificación	Sesiones grupales	Sesiones individuales	Sesiones grupales
1. Validación de la oportunidad	1 Visión, misión y autoanálisis	Puede formular su misión y visión de acuerdo a la naturaleza de un emprendimiento social que pretende dar respuesta a una problemática social o ambiental; y las incluye en sus decisiones comerciales como pilar fundamental	Misión y visión	1	1	2,5
	2 Análisis de mercado objetivo (2 partes + instructivo de entrevistas y encuestas)	Aprende a definir arquetipos de persona en el proceso de desarrollo de producto/servicio y diseña estrategias de mercado en función del cliente objetivo	Arquetipos de persona y segmentación de mercado	2	2	3
2. Diseño del producto o servicio	3 Propuesta de valor diferencial	Pone la perspectiva del cliente en el centro de su atención al definir la estrategia de su modelo de negocio integrado	Propuesta única de valor - receta secreta	1	2	3
3. Desarrollo de la infraestructura empresarial	4 Cadena de suministro	Conoce todas las actividades que ocurren en su cadena de suministro para maximizar la creación de valor, convirtiendo su emprendimiento en un negocio integrado	Recursos, socios y actividades clave (canvas)	1	2	2
4. Inserción en el mercado	5 Gestión comercial y marketing	Conoce los pasos para elaborar un plan eficaz de marketing, establecer medidas de control y cómo implementarlo	4Ps	2	2	2,5
5. Definición de plan de negocio y estructura	6 Infraestructura empresarial	Es consciente de la importancia de desarrollar habilidades de gestión y liderazgo para lograr las metas de su emprendimiento; así como comprende la necesidad de la gestión de las partes interesadas	Plan de equipo y mapa de partes interesadas	1	1	2
	7 Medición de impacto y evaluación de riesgos	Comprende la necesidad de la medición del éxito y aprende a usar métricas y KPIs alineados a los objetivos de desarrollo sostenible que permitan impacto social	Indicadores clave	1	1	2,5
	8 Planificación operativa y financiera	Diseña su propio plan operativo y establece las bases para su plan financiero compuesto por el estado de resultados y el flujo de caja	Estructura de costos, flujo de caja y objetivos SMART	1	2	2
6. Herramientas y cultura emprendedora	E Marketing Sostenible	Hacer propia las ventas con propósito y apuntar a mostrar la trascendencia en el marketing de los productos o servicios del emprendimiento, apoyándose en la innovación permanente	Modelo del propósito vital	0	0	0
	E Marketing a través de redes sociales	Conocer los puntos clave de manejo de redes sociales que permitan su uso eficiente para el marketing del emprendimiento social	Publicaciones en redes sociales alineadas al marketing del emprendimiento	0	0	0
	E Herramientas Digitales	Conocer las principales aplicaciones y herramientas digitales para facilitar las tareas según la necesidad de cada emprendedor y sus negocios sociales		0	0	0
	E Etiquetas Sostenibles	Aprende a reconocer las etiquetas sostenibles más conocidas, aquellas que nos aportan información sobre características medioambientales de los productos, como su procedencia o la calidad de sus ingredientes.		0	0	0
	E Preparación y guía para hacer un elevator pitch	Desarrollar la capacidad de realizar una presentación de impacto, ágil y clara para persuadir al receptor del mensaje de la gran oportunidad que ofrece su emprendimiento para la obtención de la meta deseada, adaptando su mensaje al perfil del receptor para generar su interés para un segundo contacto	Presentación pitch	1,5	1,5	1,5
Horas recibidas y a disposición por participante				11,5	14,5	18,5
Número de participantes				26		18,5
HORAS TOTALES BRINDADAS				11,5	156	18,5
				186		

16

RUTA DE LA INCUBACIÓN EN 186 HORAS

18,5h

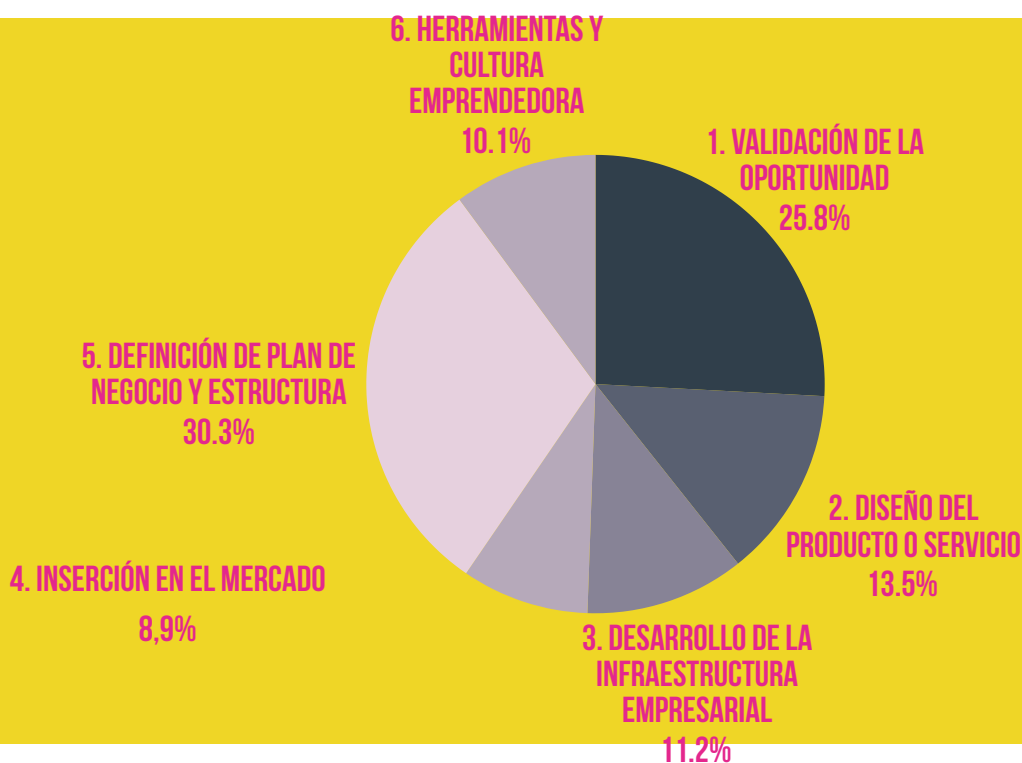
DE SESIONES
GRUPALES
(Masterclass)

Gracias a las capacidades del equipo de TPSI, al compromiso y profesionalismo que caracterizan la cultura organizacional de nuestro capital humano, logramos que las **Masterclass** se llevaran a modo de clases magistrales dictadas por miembros del equipo TPSI y algunos invitados especiales, con una duración promedio de dos (2) horas. En total, se ofrecieron ocho (8) sesiones masterclass, resultando un aproximado de **dieciocho horas y media (18,5)** de dictado.

167,5h

COACHING

Cada emprendedor incubado tuvo la oportunidad de contar con 1 a 2 horas de sesiones de coaching por módulo, dependiendo de la complejidad de las misiones o tareas a desarrollar. Durante el proceso de aprendizaje de los ocho (8) módulos principales y los adicionales, obtuvimos un total de **ciento sesenta y siete horas y media (167,5)** puestas a disposición de todos los participantes del programa.



El compromiso y determinación para liderar el cambio y superar desafíos de nuestro equipo de trabajo, nos permitió tomar en cuenta las necesidades de los participantes y tener flexibilidad para encontrar tiempo en común entre los emprendedores y los coach asignados.

METODOLOGÍA

1

Social Lean Canvas como base

2

Metodología Active Learning

3

Módulos de aprendizaje autónomo

4

Masterclass semanales

5

Sesiones individuales y grupales de refuerzo

Las capacitaciones del programa se diseñaron en un formato virtual a través de módulos de aprendizaje (presentaciones Canva) dictadas por expositores quincenalmente. Nuestro programa de incubación adopta el **"Social Lean Canvas"** como base y se desarrolla a través de la metodología **"Active Learning"**.

La propuesta cuenta con módulos teóricos de aprendizaje autónomo con asignación de tareas denominadas **"Misiones"** que permitían verificar la comprensión del contenido y la aplicación del aprendizaje adquirido en las **sesiones grupales** llamadas **"Masterclass"**. Estas sesiones se llevaban a cabo de manera quincenal y desarrollaron los **ocho (8) módulos de aprendizaje** inicialmente definidos. Los participantes también contaron con **"Sesiones de coaching"**, encuentros en línea con un coach para resolver dudas y tener apoyo con las misiones. Las sesiones de coaching tuvieron por finalidad asesorarlos módulo por módulo para la obtención de lo siguiente: **(i)** Documento de plan de negocio (Social Lean Canvas), **(ii)** Presentación efectiva para inversores del plan de negocio (**Elevator Pitch**). Asimismo, parte del equipo de TPSI realizó un viaje a Jaén (Cajamarca) que se enfocó en reforzar los módulos de aprendizaje ya desarrollados y en resaltar la importancia de desarrollar el social lean canvas.

Los módulos adicionales buscaban complementar los conocimientos de los participantes obtenidos en los masterclass sobre herramientas para una cultura emprendedora, tales como marketing sostenible, etiquetas sostenibles, preparación y guía para realizar un pitch, entre otros. así como áreas de su interés conforme a los resultados de una encuesta realizada al iniciar el programa.



18

METODOLOGÍA

¿CUÁLES FUERON LOS RETOS?

"La falta de acceso al internet dificultó la realización de las misiones y retrasó los resultados."

Durante las primeras semanas del programa y de acuerdo a la participación de los emprendedores más las primeras encuestas, dieron luces al equipo de TPSI del principal obstáculo para ellos: el acceso a la tecnología/internet. Esto retrasaba la realización de las misiones y los resultados de aprendizaje esperados para cada módulo, según la ruta de incubación diseñada.

A pesar de ello, logramos encontrar una salida al problema descrito en el párrafo anterior. A través del uso del grupo de Whatsapp, pudimos hacer a los emprendedores la información, materiales, links a Google sites, entre otros, para tratar de acortar la brecha que generó la falta de internet y/o equipos tecnológicos.

La predisposición y flexibilidad de los coach con sus emprendedores en hacer coincidir sus tiempos, ayudó en la dinámica de las **sesiones de coaching**. Las **Masterclass**, en gran parte facilitaba la organización horaria de los participantes y al dejar grabadas las sesiones para repaso ante eventuales dudas, dinamizaba el aprendizaje de todos los participantes. Por otro lado, el uso del grupo whatsapp y google site, fue una herramienta útil y de mucha ayuda para los emprendedores.

Esta lección aprendida motivó a que en la primera semana de noviembre del 2021 parte del equipo de TPSI viaje a **Jaén, (Cajamarca)** para conocer más a nuestros emprendedores de la zona y trabajar de cerca con ellos, reforzando conocimientos y afianzando el compañerismo entre todos los participantes. Organizamos un conversatorio con el apoyo de varios aliados y tuvimos la participación de nuestros emprendedores e invitados especiales.



19

ANÁLISIS DE LA METODOLOGÍA

La metodología basada en el **Social Lean Canvas** y **Active Learning** se basó en el aprendizaje activo como enfoque de instrucción que trata de involucrar activamente a los estudiantes con el material del curso a través de discusiones, resolución de problemas, estudios de casos, y otros métodos. Los enfoques de aprendizaje activo impusieron un mayor grado de responsabilidad al emprendedor, pero la orientación de los coach sigue siendo crucial en las sesiones de aprendizaje activo. Es decir, los módulos de aprendizaje autónomo eran reforzados por las **masterclass semanales** y las **sesiones individuales** con los coach. A ciertos emprendedores les tomó un poco de tiempo adaptarse a esta metodología por su falta de costumbre al aprendizaje autónomo, sin embargo, cada uno de los coach estuvo muy comprometido con el apoyo a brindar. En ese sentido, logramos que más del **85% de las misiones** fueran realizadas por los emprendedores, que desarrollen su social lean canvas y que realicen sus presentaciones pitch al finalizar el programa, de manera exitosa. Algunos limitantes identificados por el equipo de TPSI fueron los siguientes:

1. Falta de tiempo disponible de emprendedores
2. Los grupos fueron distribuidos en base al nivel de emprendimiento de cada participante al inicio del programa y luego se reestructuraron por regiones
3. Calendario creado inicialmente suponía entregar las misiones de manera bisemanal, sin embargo, fue adaptado de acuerdo al avance de los emprendedores

4 de 6

emprendedores tuvieron problemas de acceso a internet (incrementado por la pandemia)

3

limitantes identificadas por el equipo TPSI durante el inicio del programa

CAMBIOS AL PROGRAMA



- Se dividió a participantes entre **visitantes** e **incubados**.
- La distribución de grupos con sus coach pasó de clasificarse por **fases** a redistribuirlos por **regiones**.
- Inclusión de Shirley Mijahuanca y Ana María Dávila de Jaén al grupo de emprendedores **incubados**.
- **Reasignación** de coach para seguimiento a misiones luego de las sesiones grupales e individuales.

59%

De las horas utilizadas en el programa, fueron sesiones de coaching

20

RECURSOS E INSTRUMENTOS

MÓDULOS TEÓRICOS DE APRENDIZAJE

Con la finalidad de reforzar todo el proceso de capacitación obtenido a través de los masterclass, y permitir que los participantes puedan acceder al contenido de manera fácil y rápida, todo el material de los ocho (8) módulos de aprendizaje se subieron en la plataforma **Google Site**. Asimismo, todos estos módulos fueron reforzados en las sesiones individuales mano a mano con los coach para ayudar en la realización de las misiones.



GRUPO DE WHATSAPP

El uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), constituyó un apoyo tanto para los coach como para los participantes, ambos tuvieron la oportunidad de manejar con más facilidad el quehacer educativo, al ser el celular la herramienta más usada por nuestros emprendedores.

El **grupo de WhatsApp** fue utilizado como el canal más accesible y efectivo de comunicación durante el programa, además de ser un recurso educativo a distancia pues nos ayudó a compartir la información, guiar el aprendizaje, motivar a los emprendedores, ejercitar sus habilidades y también como instrumento de evaluación además de cumplir la importante función de fomentar el trabajo colaborativo.

63%

De nuestros incubados se conectó desde el teléfono a las masterclass y sesiones de coaching

21

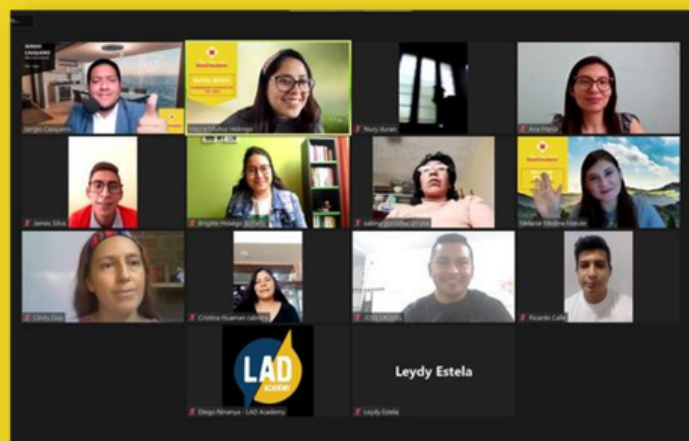
RECURSOS E INSTRUMENTOS

PLATAFORMA ZOOM



Otra de las herramientas más utilizadas en el programa fue la plataforma Zoom. **Zoom** es una plataforma que permite realizar videoconferencias, gestión de los participantes, chatear e impartir webinars de forma rápida y sencilla, es una herramienta muy potente con la que pudimos dar soporte a los emprendedores del programa.

La **calidad de la transmisión, su versatilidad** y la integración con Facebook Live y YouTube son una de sus mayores ventajas. Su versatilidad la convirtió en una herramienta comunicativa multiusos para el equipo de TPSI y los emprendedores al llevar a cabo las sesiones masterclass y algunas de coaching además de tener la posibilidad de dejar grabadas las reuniones por si luego quisieran volver a visualizarla o enviársela a todas las personas que estuvieron presentes o se hayan apuntado a la sesión y no hayan podido asistir.



GOOGLE SITES



Google Sites

Google Sites es una aplicación en línea gratuita que nos permitió crear un sitio web de una forma sencilla para poder compartir todo el contenido del programa de incubación. Pudimos reunir, en un único lugar y de una forma rápida, información variada, como calendarios, vídeos, presentaciones, archivos de texto, hojas de cálculo, plantillas para misiones, entre otros.

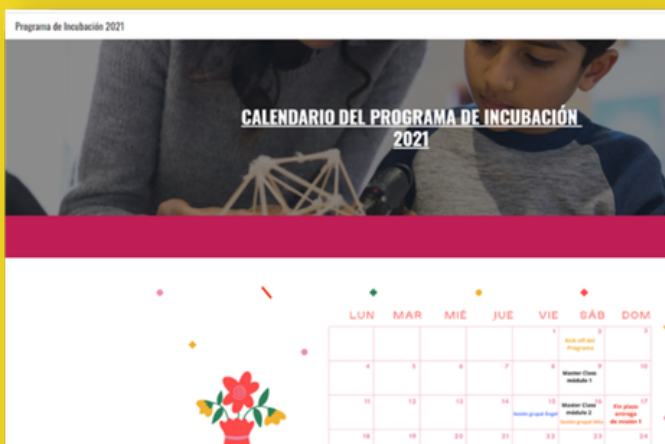


22

RECURSOS E INSTRUMENTOS



El objetivo de TPSI fue que cualquier participante pueda ver la página y compartirla con nuestros emprendedores, con toda la organización o con todo el mundo. Es una herramienta que, nos aportó la posibilidad, entre otras, **organizar nuestra información por bloques**, agregar el **testimonio** de ciertos emprendedores de promociones pasadas y actuales, todo nuestro **material educativo** como los módulos de aprendizaje, videos de refuerzo, organizar las **misiones** y su respectiva entrega, **grabaciones de masterclass** y eventos, videos tutoriales, y las presentaciones pitch de nuestros emprendedores, además de material adicional de refuerzo o que podía ser útil para los emprendedores.



Adicionalmente, agregamos una sección en donde se colgó el **calendario de actividades** del programa creado con el detalle claro de lo planificado semana por semana. Por último, debemos mencionar que la ventaja más resaltante fue que los emprendedores pudieron acceder a Google Sites desde un ordenador, un teléfono o un tablet.



23

RECURSO HUMANO

LAS PERSONAS QUE HACEMOS POSIBLE TPSI



MELANIE MEDINA
CO-FOUNDER & CEO



SERGIO CASQUERO
CO-FOUNDER &
PROGRAM DIRECTOR



GEORGES DUSART
INTERNATIONAL
STRATEGIC ADVISOR



MAYRA MUÑOZ
LEGAL ADVISOR



BETSABE VELIZ
PROJECT MANAGER



ANGEL RIOFRIO
COACH ASOCIADO



SONJA HUMMEL
SOCIAL IMPACT
EXPERT



**ALEXANDER VAN DE
VELDE**
BUSINESS ADVISOR



MILAGROS ABURTO
COACH ASOCIADA



NATHALIE ALONZO
SOCIAL IMPACT
EXPERT



24

MEDICIÓN DEL PROGRESO

Los objetivos de rendimiento son una buena forma de supervisar y evaluar nuestro progreso. En los informes de rendimiento pudimos incluir **indicadores** de desempeño, los datos que hemos recopilado y las actividades que hemos llevado a cabo en relación a las actividades del programa. Unos objetivos de rendimiento claros y concretos facilitarán la recopilación de datos relevantes, consistentes y comparables a lo largo del tiempo, en formatos que todos comprenderán fácilmente.

Con el fin de llegar a conclusiones que permitan agregar valor al programa de TPSI, se priorizará el **uso de métricas** en relación a su importancia y su viabilidad/facilidad de implementación.

Indicador Clave	Objetivos	Datos / Resultados	Status
¿Cuánto aprendieron los emprendedores en el Programa de Incubación?	Medir el aprendizaje de los emprendedores al finalizar el Programa de Incubación de TPSI - 2021	- Todos los emprendedores asistieron al 95% de las masterclass - Los emprendedores incubados completaron el 85% de las misiones	● Completado
¿Cuál es el grado de aprendizaje de los emprendedores por cada módulo?	Conocer el grado de aprendizaje de los emprendedores por cada módulo	5 de 6 emprendedores completaron en su totalidad su Social Lean Canvas - El 45% señaló que la falta de tiempo fue un limitante para llevar a cabo las misiones	● Completado
¿Qué fallas existen en el sistema actual que utiliza el programa?	Identificar fallas en el sistema actual (canales de comunicación, herramientas, etc.) que utiliza el programa	63% de los participantes accedieron a las clases desde sus teléfonos 6 de 14 emprendedores fueron incubados	● En camino



25

PARTICIPACIÓN E IMPACTO

ASISTENCIA & ACTIVIDADES

75%

de los participantes
asistieron a lo largo
de todo el programa

85%

del total de las
misiones se
completaron
satisfactoriamente

Más del 75% de participantes asistió y se mantuvo a lo largo de los cuatro (4) meses de sesiones. Las ausencias fueron en su mayoría debidos a trámites y actividades personales, previamente comunicadas al equipo TPSI.

A pesar de la situación crítica que se vive por la coyuntura de la pandemia COVID-19, logramos completar satisfactoriamente el 85% del total de las misiones gracias al compromiso y proactividad del grupo que se mantuvo a lo largo de las sesiones y a la flexibilidad de horarios de los coachs.

LOGROS



Desde la perspectiva del equipo TPSI (facilitadores y coachs), se logró integrar a emprendedores de **4 regiones**: Cajamarca, Arequipa, Trujillo y Lima. Además, conseguimos de manera satisfactoria la consecución de las metas de aprendizaje por módulo, pues un **85%** del total de las misiones se completaron. Se logró realizar un viaje a **Jaén (Cajamarca)** para conocer de cerca a nuestros emprendedores de la zona, reforzar conocimientos y afianzando el compañerismo entre todos los participantes. Durante el tiempo de involucramiento de los emprendedores en este proceso de incubación, tuvimos la participación de **partners nacionales e internacionales** en las masterclass, que aportaron diferentes perspectivas a nuestros emprendedores. Finalmente, los emprendedores lograron hacer sus **presentaciones Pitch** en la clausura del programa con un crecimiento significativo en relación a su situación antes de iniciar el programa.

26

CLAUSURA CIERRE DEL PROGRAMA

El final del programa de incubación concluyó con la presentación pitch de los seis (06) participantes incubados de la segunda promoción de emprendedores sociales TPSI.



Después de las productivas jornadas de trabajo desarrolladas durante los 4 meses de duración del programa, llegamos al día de la clausura con la participación de **tres (3) jurados de honor**, quienes evaluaron el desenvolvimiento de los emprendedores al presentar sus negocios sociales y aspectos relevantes como; la problemática que afrontan, la solución propuesta, el mercado que abordan, la definición de sus recursos, así como su capacidad de comunicación. Contamos con la participación de **Abel Díaz (VUB - Bélgica)**, **Sergio Casquero (TSPI)** y **Mauricio Morales (Bolivia)**. El jurado no solo otorgó un puntaje, sino que ofreció también una retroalimentación luego de las exposiciones que permitió a los emprendedores recoger lecciones aprendidas y motivarlos a seguir adelante. Los ganadores del pitch fueron **Diego Ninanya (LAD Academy)** y **Shirley Mijahuanca (FamaPay)**, que obtuvieron el primer y segundo puesto, respectivamente.

CONCLUSIONES DEL PROGRAMA



ASPECTOS A MEJORAR

En la introducción de este documento hablamos sobre cuáles son los objetivos que se deseaban lograr con el programa, y mencionamos que una parte importante es la ejecución del proceso de capacitación sobre los componentes más importantes de un emprendimiento social, a través de la revisión del caso de negocio y el aprendizaje de herramientas empresariales clave para la estructuración de un plan de negocio. Nuestro programa ha contribuido de manera muy importante para identificar y resaltar los puntos que hay que cubrir y considerar para llevar a cabo con éxito el programa. Sin embargo, también nos deja muchas cosas importantes que reflexionar y reforzar como puntos angulares, para llevar a cabo una buena implementación del próximo programa. Dentro de los puntos que consideramos tienen más importancia, el equipo de TPSI ha identificado los siguientes:

1

Recalibrar la cantidad de misiones por módulos a desarrollar como parte de las tareas de los participantes.

2

Falta de medios tecnológicos adecuados (laptop) e Internet por parte de los emprendedores

3

Ampliar el alcance de participantes del programa e implementar un filtro más exhaustivo para proceso de selección

4

Seleccionar estratégicamente a los coach del programa y confirmar su disponibilidad de tiempo.



28

ACTIVIDADES DE NETWORKING MÁS RESALTANTES DEL AÑO

#	Evento	Organización	Fecha
1	What is needed to create vibrant ecosystems in support of social entrepreneurs	Elanet-SE	mar-21
2	Seminario Internacional "Intraemprendimiento y transformación digital"	Universidad Católica Boliviana Tarija	may-21
3	Networking virtual con organizaciones e iniciativas originadas en Perú parte de la red en Bélgica 4de pijler	4de pijler	may-21
4	Emprendimiento social	Miraflores Tv Digital	jun-21
5	Sesión de feedback de consultorías	180 Degrees Consulting -	jun-21
6	Social Entrepreneurship Summit 2021	VUB Chair of Social Entrepreneurship (Bélgica)	sep-21

Compartimos con ustedes la **lista de actividades de networking** realizadas durante el año, entre ellas tenemos eventos donde hemos participado como ponentes e invitados con organizaciones nacionales e internacionales, instituciones educativas, entre otros. A continuación compartimos el detalle de lo que fueron algunas de las actividades de networking más resaltantes del año 2021 para TPSI:

Participamos en el evento 'What is needed to create vibrant ecosystems in support of social entrepreneurs?' organizado por [Elanet-SE](#) y desarrollado de manera virtual el 24 de Marzo 2021. Fue una Mesa Redonda en donde se discutieron aspectos necesarios para crear ecosistemas vibrantes en apoyo de los emprendedores sociales. En este evento, TPSI fue representado por nuestro **Co-Founder & Program Director, Sergio Casquero**.

WHAT IS NEEDED TO CREATE VIBRANT ECOSYSTEMS IN SUPPORT OF SOCIAL ENTREPRENEURS?



SEMINARIO VIRTUAL "INTRAEMPRENDIMIENTO Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS EMPRESAS"

2

Seminario virtual
INTRAEMPRENDIMIENTO Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS EMPRESAS

Temática

- ✓ Creatividad e innovación en la empresa.
- ✓ El design thinking y la cocreación como herramientas de innovación en la empresa.
- ✓ La transformación digital en la empresa, estrategias de implementación.
- ✓ Experiencias en implementación de transformación digital.

Expositores:

- Expertos internacionales.

Dirigido a:

- Emprendedores y emprendedoras.
- Coaches, Asesores, mentores y consultores de empresas y emprendimientos.
- Profesionales de las ciencias empresariales.

Inversión:

- Gratuito para afiliados a FEPE, Colegio de administradores de empresas, Universidad Católica, incubadora del municipio.
- Certificación del seminario internacional con 8 horas académicas tiene un valor de 80 Bs.

Apoyan:

CIETUCB vliuos

Organizan:

UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA TARIJA

FEPE

CADET

Fecha: 12 y 13 de mayo

Horario: 18:00 a 21:30 (hora de Bolivia)

Formulario de inscripción:
<https://forms.gle/1JvQ58atZna9jv8>

La prestigiosa [Universidad Católica Boliviana Tarija](#) nos brindó la oportunidad de participar como expositores del **Seminario virtual "Intraemprendimiento y transformación digital en las empresas"** los días 12 y 13 de mayo 2021. Nuestro Co-fundador & Director General, Sergio Casquero, abordó el tema: **"La aplicación del Design Thinking en la empresa"**.

29

ACTIVIDADES DE NETWORKING MÁS RESALTANTES DEL AÑO

3

NETWORKING VIRTUAL 4DE PIJLER



Tuvimos un momento de networking virtual con organizaciones e iniciativas originadas en Perú que también forman parte de la red de nuestro partner en Bélgica [4de pijler](#), el pasado 27 de mayo 2021, representados por nuestra **CEO Melanie M. Matute** y nuestros **Strategic Partners Georges Dusart** y **Alexander Van de Velde**, en donde se describieron los desafíos actuales para las organizaciones locales en nuestro país, teniendo en cuenta lo afectado que se encuentra el Perú debido al COVID-19 y la situación política actual.

El día 5 de junio 2021 formamos parte de la **sesión de feedback de consultorías** de nuestro nuevo aliado [180 Degrees Consulting - Universidad Católica](#). En este evento, TPSI fue representado por nuestro **Co-Founder & Program Director, Sergio Casquero**, quien les brindó soporte sobre las consultorías y su enfoque sobre el fortalecimiento de la enseñanza del emprendimiento social desde las aulas.

VUB SOCIAL ENTREPRENEURSHIP SUMMIT 2021

5

Social Entrepreneurship Summit 2021

With more than 150 participants from 22 different countries, the Social Entrepreneurship Summit program is ready and you can still register as an attendee for this online conference



WWW.EQUALISI.COM/SES2021

Tuvimos el agrado de participar del **Social Entrepreneurship Summit 2021** organizado por la [VUB Chair of Social Entrepreneurship](#) de Bélgica y [The European Latin-American Network in Support of Social Entrepreneurs Elanet-SE](#), el 10 de Septiembre 2021.

Fuimos invitados como keynote speakers para presentar a The Peruvian Social Incubator (TPSI), como un caso de éxito. Como representante de TPSI, contamos con la presencia en el evento de **Betsabé Véliz**, nuestra **Project Manager**.

SESIÓN DE FEEDBACK EN CONSULTORÍAS PARA 180 DEGREES

4



30

FUNDING INTERNACIONAL

TWEDDLE GROUP BELGIUM



La empresa [Tweddle Group Belgium](#) se especializa en el desarrollo, la gestión y la entrega de información sobre usuarios y productos. Como lo hace anualmente, llevó a cabo una actividad corporativa de responsabilidad social y por segundo año consecutivo contribuyó con TPSI.



Nuestro equipo y emprendedores sociales quedaron muy agradecidos, ya que esta contribución nos permitirá continuar con las actividades planificadas para el 2022, esta vez destinadas a beneficiar a más emprendedores del Perú. Por tal motivo, grabamos un video de agradecimiento. Lo pueden encontrar [aquí](#).

MECHELEN MONDIAAL

[Mechelen Mondiaal](#) es una recopilación de la política global de la **ciudad de Mechelen**, en colaboración con el Consejo Global de Mechelen. Las actividades de las distintas campañas tienen



como hilo conductor los **ODS**. En varias ocasiones a lo largo del año, estos objetivos de desarrollo sostenible se ponen de manifiesto en Mechelen.

El 18 de diciembre 2021 se llevó a cabo un original mercado mundial navideño en el patio interior del restaurante social Refuge en **Mechelen, Bélgica**, organizado por Mechelen Mondiaal en donde muchos consiguieron regalos navideños sumamente originales y también apoyaron una buena causa. TPSI participó del evento como socio de Mechelen Mondiaal y estuvimos encantados de explicar todo lo que hacemos por el futuro sostenible de nuestros proyectos en el Perú y mostrar el trabajo de cada uno de nuestros emprendedores.

31

NUESTROS PARTNERS

CREEMOS EN EL PODER DE LAS ALIANZAS



**Provincie
Antwerpen**

[Provincie
Antwerp](#)



[Mechelen
Mondiaal](#)



[Wereldraad
Kortenberg](#)



[Academics For
Development](#)



Burgerinitiatieven
voor Ontwikkelings-
samenwerking

[4DEPijler](#)



VUB Chair
**SOCIAL
ENTREPRENEURSHIP**
Think, create & connect

[VUB Chair Social
Entrepreneurship](#)



[Trooper](#)



**TEACH
THE
TEACHERS**

[Teach
The Teachers](#)



[Belgium
Impact](#)



[Velay](#)



**CENTRUM PUCP
BUSINESS SCHOOL**

[Centrum PUCP Business
School](#)



VRIJE
UNIVERSITEIT
BRUSSEL

[Vrije University Brussel](#)



**United
Peruvian
Youth**
Est. 2019

[United
Peruvian Youth](#)



**180Degrees
CONSULTING**
— U. CATÓLICA —

[180 Degrees
Consulting
PUCP](#)

32

NUESTROS PARTNERS NUEVOS ALIADOS

180 DEGREES CONSULTING PUCP

The Peruvian Social Incubator ha construido una alianza desde junio del 2021 con [180 Degrees Consulting PUCP](#): una consultora universitaria que ofrece servicios de consultoría a organizaciones sociales para incrementar su impacto. Para ello, estudiantes donan su tiempo y experiencia para desarrollar soluciones innovadoras y sostenibles. Nuestro Director General, Sergio Casquero, ha sido invitado en varias ocasiones a actividades desarrolladas por la organización para brindar feedback a los consultores.



UNITED PERUVIAN YOUTH (UPY)



Concretamos una alianza desde diciembre del 2021 con [United Peruvian Youth \(UPY\)](#): una organización juvenil cuya misión es empoderar a jóvenes peruanos y peruanas para que contribuyan al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en especial

al ODS 4: educación de calidad; mediante nuestros tres programas. De esta manera, la visión de UPY es crear una comunidad de jóvenes líderes peruanos quienes, a través del intercambio de conocimientos e implementación de proyectos, contribuyan al logro de los ODS, con especial consideración a la meta 4.4 y 4.7 del ODS 4, en sus comunidades y entorno.

VELAY EMPRENDE

TPSI formó una alianza internacional desde diciembre del 2021 con [Velay Emprende](#): una iniciativa social, digital y sin fines de lucro que tiene la misión de potenciar al emprendedor local a través de los pilares de visibilidad, información, capacitación y crecimiento empresarial. Esta organización se encuentra ubicada y desarrolla sus actividades en **Bolivia**.



ACERTAR



[ACERTAR](#) es una organización situada en la ciudad de **Arequipa, Perú** que brinda programas y talleres, entre otros servicios, para mujeres en situación vulnerable con deseos de aprender y emprender, capacitándolas en su desarrollo personal para que alcancen sus proyectos de vida y puedan generar ingresos para ellas mismas.

33

DIRECTORIO EMPRENDEDOR

NUESTRA RED DE EMPRENDEDORES



KONI SERNA

IFC INVERSIONES FLOR DE CALIZ
MADRE DE DIOS



MABEL CAPCHA

WARA AGROINDUSTRIAS
MADRE DE DIOS



MARGOT SAIRITUPA

BIOINDUSTRIAS AMAZÓNICAS
MADRE DE DIOS



YOLANDA IBARRA

WARAYO-FRUTOS AMAZÓNICOS
MADRE DE DIOS



JULES AREVALO

AQUACULTURE BUSINESS
MADRE DE DIOS



ANAMARIA DAVILA

ECO NEGOCIOS SAN IGNACIO
JAÉN (CAJAMARCA)



LEYDI ESTELA

TOE ECOTIENDA
JAÉN (CAJAMARCA)



CRISTINA HUAMÁN

MY COFFEE JAÉN
JAÉN (CAJAMARCA)



JOSE TUCUNANGO

BAMBU COFFEE
JAÉN (CAJAMARCA)



ANA MARIA DÁVILA

ECOPERÚ
JAÉN (CAJAMARCA)



RICARDO CALLE

TURUCO
JAÉN (CAJAMARCA)



SHIRLEY MIJAHUANCA

FAMAPAY
JAÉN (CAJAMARCA)



CINDY DIAZ

ADICH
JAÉN (CAJAMARCA)



JAMES SILVA

LÍDER KICS
JAÉN (CAJAMARCA)



LLOYSI LOPEZ

NEGOCIOS SILVIA
JAÉN (CAJAMARCA)



PILAR ARENAS

VANILLA DOLLS
AREQUIPA



CRISTINA GONZALES

EL MUNDO EN CROCHET
AREQUIPA



NURY DURAND

NURY DU
AREQUIPA



BRIGITTE HIDALGO

PSI ESTAR BIEN
LA LIBERTAD (TRUJILLO)



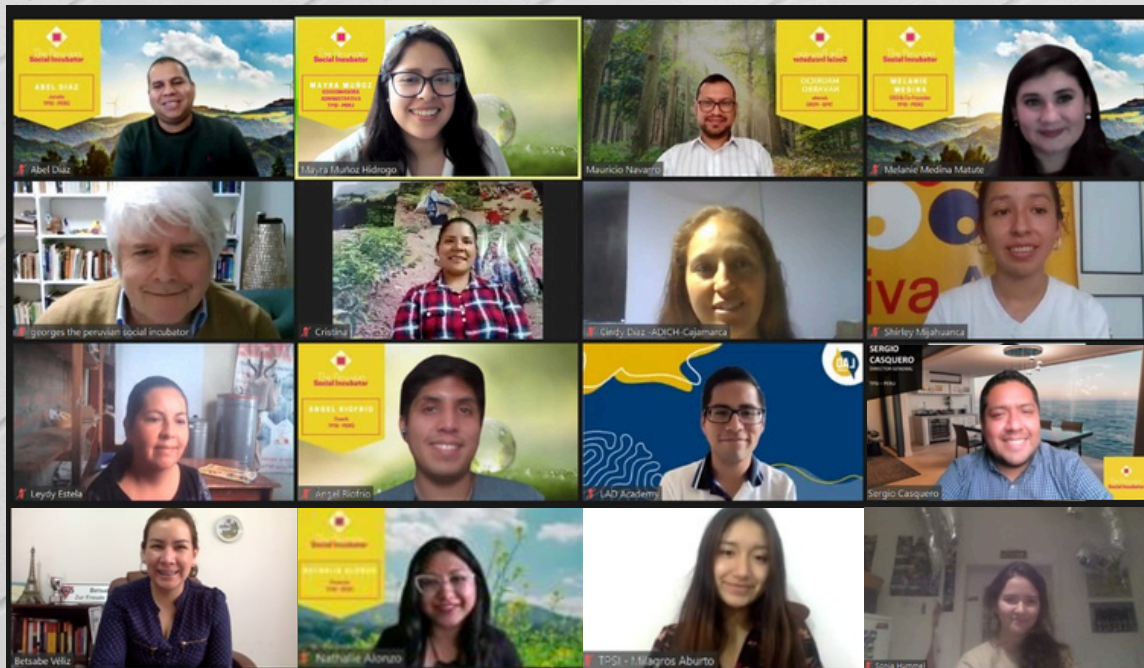
DIEGO NINANYA

LAD ACADEMY
LIMA



The Peruvian
Social Incubator

AGRADECIMIENTOS



Queremos agradecer y reconocer el esfuerzo de toda la gente que ha trabajado sin descanso para que este proyecto y su reporte pudieran ser una realidad.

NUESTRA INFORMACIÓN



www.theperuviansocialincubator.com

COMUNICATE CON NOSOTROS

Perú: +51 966 395 620 

Bélgica: +32 (0)474 3600 28 

info@theperuviansocialincubator.com

