

# Universidad Nacional Agraria de la Selva

## Tingo María

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Departamento Académico de Ciencias Económicas



Título:

**"El Desempeño Económico y los Microcréditos de las Mypes Comerciales del Distrito de Rupa Rupa, Periodo: 2006 - 2007"**

**TESIS**

Para optar al Título Profesional de: Economista

**EJECUTOR**

**Villon Rodriguez Alberto**

Tingo María – Perú

Año 2009



E13  
V68

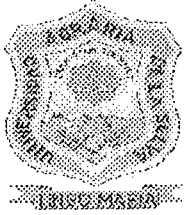
Villon Rodríguez, Alberto

El Desempeño Económico y los Microcréditos de las Mypes Comerciales del Distrito de Rupa Rupa, Periodo: 2006-2007. Tingo María 2009

119 h.; 37 cuadros; 25 graf.; 5 anexo; 16 ref.; 30 cm.

Tesis ( Economista ) Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María Tingo María ( Perú ). Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

MYPES COMERCIALES / DESEMPEÑO ECONOMICO / MICROREDITOS /  
PRODUCCION-EMPRESA / ORGANIZACIÓN-MERCADO / METODOLOGIA /  
TINGO MARIA / RUPA RUPA / LEONCIO PRADO / HUANUCO / PERU.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA**  
Tingo María  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
Departamento Académico de Ciencias Económicas



**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad Universitaria a los 10 días del mes de noviembre del 2009, a horas 12:00 m. reunidos en la Sala de Grados - Paraninfo de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, se instaló el Jurado Calificador nombrado mediante Resolución N°090-2008/CFCEA de fecha 28 de febrero 2008 a fin de dar inicio a la exposición de tesis para optar al título de **ECONOMISTA** denominado:

**DESEMPEÑO ECONOMICO Y LOS MICROCREDITOS EN LA MYPES  
COMERCIALES DEL DISTRITO DE RUPA RUPA – PERIODO 2006 AL 2007**

Presentado por el bachiller VILLON RODRIGUEZ, Alberto, de la carrera profesional de Economía. Luego de la exposición y absuelto las preguntas de rigor, se procedió a la respectiva calificación de acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos, siendo el resultado la nota siguiente:

**CALIFICATIVO :**

EN LETRAS : BUENO  
APROBADO POR : UNANIMIDAD

Acto seguido el Presidente dio por levantado el acto dejando constancia de la firma y rúbrica del miembro del Jurado levantándose la sesión a horas 13.30 p.m.

Tingo María 10 de noviembre del 2009.

Dr. Efraín ESTEBAN CHURAMPI  
Presidente del Jurado

Econ. M.Sc. Efraín ESTEBAN CHURAMPI  
Miembro del Jurado

Eco. M.Sc. Bárbara HUAMAN BRAVO  
Miembro del Jurado

Econ. M.Sc. Daniel GUZMAN ROJAS  
Asesor

# DEDICATORIA

A Dios todopoderoso, por darme la existencia y la dirección que necesito. Que sin embargo muchas veces lo ignoro.

A mi querida madre, por su cooperación que es la razón de mi superación y por el apoyo constante para culminar mi carrera profesional.

A mi querida familia:  
Porque en su nombre forjé mi carrera. Y son motivo de mis retos.

# AGRADECIMIENTO

- ❖ A Dios por concederme la vida.
- ❖ A la Universidad Nacional Agraria de la Selva, por brindarme la oportunidad de realizar mis estudios universitarios.
- ❖ A los docentes de la Especialidad de Ciencias Económicas, por su contribución a mi formación profesional y humanista.
- ❖ Al Econ. M.Sc. Daniel Guzmán Rojas, por su cooperación como asesor de la presente tesis.
- ❖ A mis amigos, por el apoyo con información sobre el lugar en estudio.
- ❖ Y a todas aquellas personas que de alguna manera contribuyeron a la ejecución del presente informe de investigación de tesis.

## INDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
INDICE	4
RESUMEN	8
SUMMARY	9
INTRODUCCION	10
<b>CAPITULO I. PLANTEAMIENTO METODOLOGICO</b>	<b>11</b>
1.1. Planteamiento del Problema	11
1.2. El Problema de Investigación	12
1.2.1 Descripción	12
1.2.2 Explicación	14
1.2.3 Predicción	15
1.3. Interrogantes	15
1.3.1 Interrogante General	15
1.3.2 Interrogante Especifica	15
1.4. Justificación	16
1.5. Objetivos	17
1.6. Hipótesis	17
1.7. Metodología	20
1.7.1 Población	20
1.7.2 Muestra	28
1.7.3 Métodos	29
1.7.4 Técnicas	29
<b>CAPITULO II. FUNDAMENTO TEORICO</b>	<b>30</b>
2.1. EMPRESA	30
2.1.1. Definición de Empresa	30
2.1.2. Clasificación	31

2.1.3.	Elementos de la Empresa	32
2.1.4.	Organización	33
2.1.5.	Funciones de la Empresa	33
2.1.6.	Objetivos de una Empresa	34
2.1.7.	La Micro, Pequeña y Mediana Empresa	34
2.1.8.	Relación Mercado y Empresa	36
2.1.9.	La Producción de la Empresa	39
2.1.10.	El Proceso Económico	40
2.1.11.	La Empresa y Bienestar	41
2.2.	LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA DE LA EMPRESA	41
2.3.	LA ESTRUCTURA ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA EMPRESA	43
2.3.1.	Estructura Económica	43
2.3.2.	Estructura Financiera	45
2.3.3.	Inversiones	45
2.3.4.	Financiamiento	46
2.3.5.	Los Microcréditos	46
2.4.	LA DEMANDA	47
2.4.1.	Mercado del Consumidor	48
2.4.2.	La Elección Optima	48
2.4.3.	Excedente del Consumidor	49
2.4.4.	Eficiencia de Mercado	49
2.4.5.	Los Impuestos	50
2.4.6.	La Elasticidad y su Aplicación	50
2.4.7.	La Demanda, La Economía Política y la Política Económica	52
2.5.	EL MERCADO COMPETITIVO	54
2.5.1.	Estructura de Mercado	56
2.5.2.	Demanda	57
2.5.3.	Oferta	58
2.5.4.	Precio	58
2.6.	EL DESEMPEÑO ECONÓMICO	58
2.6.1.	Concepto del Desempeño Económico	58

2.6.2.	Características del Desempeño Económico	59
2.6.3.	La Compra y Venta	60

### **CAPITULO III. LAS MYPES COMERCIALES EN EL DISTRITO**

#### **DE RUPA RUPA**

3.1.	Análisis del Entorno de las Mypes Comerciales en Tingo Maria	66
3.2.	Características de las Mypes Comerciales	68
3.3.	Tipo de Organización de Mercado	79
3.4.	Responsabilidad	81
3.5.	Generación de Empleo	84
3.6.	Compra Venta de las Mypes Comerciales	84
3.7.	Financiamiento de las Mypes Comerciales	89
3.8.	Ventas	94
3.9.	Ahorro por Parte del Propietario	97

### **CAPITULO IV. INDICE DE CONCENTRACION DE MERCADO DE LAS MYPES COMERCIALES EN TINGO MARIA**

4.1	Concentración de Mercado	99
4.2	El Índice de Concentración	100
4.3	Diagrama de Desigualdad de las Mypes Comerciales en el Distrito de Rupa Rupa	103

### **CAPITULO V. VERIFICACION DE LA HIPOTESIS**

5.1	Contrastación del Modelo de Respuesta Múltiple	105
5.2	Estimación del Modelo Principal	107
5.3	Prueba de Bondad de Ajuste del Modelo	108
	CONCLUSIONES	115
	RECOMENDACIONES	117
	BIBLIOGRAFIA	118



ANEXOS	119
ANEXO 1. Formato de Encuesta	119
ANEXO 2. Cuadros	123
ANEXO 3. Comandos Microeconomicos	128
ANEXO 4. Modelos Microeconomicos	131
ANEXO 5. Base de Datos del Modelo	132

## RESUMEN

El objeto de esta tesis intitulada: "EL DESEMPEÑO ECONÓMICO Y LOS MICROCRÉDITOS DE LAS MYPES COMERCIALES DEL DISTRITO DE RUPA RUPA, PERIODO: 2006 - 2007" es determinar el desempeño económico de las empresas comerciales en términos de sus determinantes principales, cuyo indicador es el tipo de Organización de Mercado, la Compra Venta, Cultura Tributaria y el Numero de Empleados. Se busca explicar el problema con las variables explicativas Microcréditos, cuyo indicador es monto del préstamo; la variable explicativa Demanda, cuyo indicador es el volumen de venta y la variable explicativa Ahorro, cuyo indicador es la tasa de interés pasiva. Para estudiar el problema se ha considerado a todas las Mypes comerciales del distrito de Rupa Rupa, conformada por 656 empresas comerciales tomando una muestra de 74 mypes comerciales para el resultado de la investigación, el modelo planteado es bueno, es decir es altamente significativa. Por lo tanto el crecimiento de los Microcréditos, el crecimiento de la demanda, y la tasa de ahorro condiciona el desempeño económico de las Mypes comerciales en el Distrito Rupa Rupa, Periodo: 2006- 2007.

## SUMMARY

The purpose of this thesis entitled: "THE ECONOMIC PERFORMANCE AND THE MYPES MICROCREDITOS STATISTICS FOR THE DISTRICT OF RUPA RUPA, PERIOD: 2006 - 2007" is to determine the economic performance of business enterprises in terms of its main determinants, as indicated by the type of market organization, For Sale, Accountability and employee number. It seeks to explain the problem with the explanatory variables Microcredit, as indicated by the loan amount, the explanatory variable access to financing, which is the indicator lending rate, the explanatory variable demand, as indicated by the volume of sales and the explanatory variable Savings. To study the problem has been considered for all commercial mypes Rupa Rupa District, formed by 656 business enterprises taking a sample of 74 commercial mypes for the outcome of the investigation, the model proposed is good, although the variable Access to financing is insignificant. In contrast, the other variables it is highly significant. Finally, growth of Microcredit, the growth of demand, access to financing, and the savings rate determines the economic performance of the SMEs business in the District Rupa Rupa, Period: 2006 – 2007.

## INTRODUCCION

El Presente Informe de Tesis fue elaborado con la colaboración directa de los agentes involucrados en las actividades de la micro y pequeña empresa comercial, obteniéndose en ellas informaciones relevantes e institucionales de alcance local, regional y nacional. Se desarrollaron encuestas por muestreo a los comerciantes.

El trabajo constituye una investigación aplicada con procedimientos metodológicos deductivo, Inductivo, descriptivo, Analítico, Dialéctico – explicativo, en el marco de los lineamientos del Desempeño Económico de las Mypes Comerciales.

El informe final contiene la sistematización del estudio en 5 capítulos: Planeamiento Metodológico, Fundamento Teórico, Las Mypes Comerciales en el Distrito de Rupa Rupa, Índice de Concentración de Mercado de las Mypes Comerciales en Tingo María, Verificación de la Hipótesis y las Conclusiones y Recomendaciones del Estudio.

## **CAPITULO I. PLANTEAMIENTO METODOLOGICO**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El desempeño económico viene hacer el cambio dinámico, ante un incremento o disminución de una actividad económica, también considerado como el cambio económico, es así mismo fundamental para el campo del desarrollo económico de nuestro país como indicador de medición. Dentro del Perú ha sido evidente estos cambios durante la década del ochenta y del noventa unos de manera significativa y otros solo un poco.

En la década de 1980 se dio comienzo a un complejo periodo de desequilibrio y ajustes, en la que nuestro país llevó a emprender reformas estructurales con la finalidad de lograr una economía más estable e integrada, capaces de crecer de modo significativo y sostenido, lo que dio lugar a la reanudación de las corrientes de financiamiento externo hacía nuestro país.

Con este nuevo orden económico se plasmaron las tendencias transformadoras de los sistemas productivos que se insinuaban con anterioridad, como resultado el Perú esta pasando por un proceso de mutación estructural de gran profundidad y trascendencia.

La micro y pequeña empresa empezaron a tener mayor participación en la década de los 90 debido a los cambios económicos, sin embargo estos cambios económicos positivos, es apenas el inicio para empezar ha comprender el desempeño económico en el transcurso de los años.

El desempeño económico en las pequeñas empresas del comercio peruano influye significativamente al desarrollo económico del Perú como a sus correspondientes ciudades que lo conforman, este crecimiento se debe al buen desempeño económico de las micro y pequeñas empresas (mypes), que en

noviembre del 2007 los créditos a microempresas crecieron a 49%<sup>1</sup>, debido a una progresiva incursión al sistema bancario mientras que el nivel de empleo formal se incrementó en 5.2 %<sup>2</sup> en el 2005, que son 39 meses de crecimiento consecutivo, el incremento se registra en casi todos los sectores económicos, la demanda muestra también un incremento a través del tiempo donde la demanda interna haciende a 5.7 %<sup>3</sup>.

## **1.2 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.2.1 DESCRIPCIÓN:**

Después de muchos años de considerar a la micro y pequeñas empresas (mypes) como algo marginal obsoleto o ilegal tanto a nivel mundial, como en el Perú y en nuestra provincia, se esta empezando a reconocer la verdadera importancia del sector y su rol vital en el desarrollo económico y social de la provincia de Leoncio Prado. El problema que se quiere investigar en las empresas comerciales aun en condiciones precarias y deficientes condiciones, es que esta atravesando por un proceso, de una mejora pequeña en su desempeño económico, es decir un crecimiento positivo para una empresa de escasos recursos; ante esta situación desde las instituciones representativas hasta las amas de casa, pasando por todos los sectores sociales consienten hoy en día que requieren de un sector de pequeña empresa comercial sano y dinámico para generar un mejor desempeño económico en el bienestar de muchas personas y en el desarrollo económico.

En nuestra provincia se ve reflejada en dos indicadores importantes que describen el desempeño económico de las mypes comerciales, en una encuesta realizada a 65 comerciantes que a continuación mostramos en el cuadro siguiente:

---

<sup>1</sup> Informe en noviembre 2007 la Asbanc (asociación de bancos).

<sup>2 y 3</sup> Informe del Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo basado en la encuesta de 21 ciudades del País.

## CUADRO 01. CANTIDAD PORCENTUAL EN EL COMPORTAMIENTO DE LA COMPRA VENTA, GENERACION DE EMPLEO

Compra venta		Generación de empleo	
Incremento	96.67%	Sí	63.33%
Disminución	3.33	No	36.67%
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

En el presente cuadro podemos observar que su compra venta de los comerciantes se ve incrementada en un 96.67%, manifestada en la adquisición de mas mercaderías para la venta, en cuanto a la generación de empleo por parte de las mypes comerciales se observa que en el distrito de Rupa Rupa el 63.33% de los negociantes respondieron que si generaron empleo.

Mientras que el 36.67% de otro grupo manifiesta que no ha generado empleo, ya que solo ellos realizan sus actividades comerciales sin necesidad de personal.

El agotamiento del modelo de organización empresarial de tipo "fordista - taylorista"<sup>4</sup> de gran escala, administración vertical y producción en masa, estas formas de producción tradicional es reemplazada, con mayor o menor velocidad en el distrito de Rupa Rupa, por el modelo de "especialización flexible" basado en empresas de menor tamaño y densas redes empresariales.

El desempeño económico de estas pequeñas empresas comerciales, es la razón para explicar el empleo adecuado de la población, siendo la pequeña empresa el principal generador de empleo.

---

<sup>4</sup> Terminado usado por Henry Ford referido al modo de producción en cadena desarrollado a fines de la década de los 30 y ha principio de los 70.

### **1.2.2 EXPLICACIÓN:**

Las variaciones del desempeño económico están relacionadas con las variaciones en el comportamiento de los microcréditos, el acceso a financiamiento es el pilar fundamental para que el desempeño económico en las micro y pequeñas empresas (mypes) comerciales, generen mayor dinamismo económico en el distrito de Rupa Rupa de la provincia de Leoncio Prado.

La incursión a los microcréditos de las mypes comerciales, es cada vez creciente lo cual ocasiona un buen desempeño económico; entre estos factores que explican las variaciones del desempeño económico es la demanda proveniente del campo de las pymes comerciales que crecieron en un 60%<sup>5</sup> en términos de ventas que lo manifiestan los comerciantes del distrito de Rupa Rupa.

Mientras que un 33.3%<sup>6</sup> da a conocer que permanecen igual la demanda de sus productos y servicios.

En cuanto al ahorro que realizan los comerciantes ellos manifiestan que si destinan un porcentaje de su utilidad al ahorro en entidades financieras, para poder invertir en compras de mercadería cuando se presenta campañas o fechas importantes o en acciones que ellos consideran importantes para su bienestar.

### **1.2.3 PREDICCIÓN:**

Se espera que en los próximos años los microcréditos en nuestra provincia se reactiven destinados a garantizar un porcentaje del capital de los créditos que las instituciones tanto publica como privada, otorguen a pequeños empresarios que no cuentan con garantías suficientes para solicitar financiamiento, para establecer

---

<sup>5</sup> Encuesta realizada a los comerciantes de Leoncio Prado.

<sup>6</sup> Encuesta realizada a los comerciantes de Leoncio Prado.



puentes de unión, conectando el mundo de los pequeños emprendedores y el mundo financiero.

### **1.3 INTERROGANTES:**

#### **1.3.1 INTERROGANTES GENERALES:**

¿Cuáles son los factores principales que explican la dinámica del desempeño económico en las mypes comerciales del Distrito de Rupa Rupa periodo: 2006 - 2007?

#### **1.3.2 INTERROGANTES ESPECÍFICAS:**

¿Cuál es en nivel de influencia de la Compra Venta en el desempeño económico de las mypes comerciales?

¿Qué nivel de significancia tiene la generación de empleo en el desempeño económico de las mypes comerciales?

¿Qué nivel de significancia tiene la cultura tributaria en el desempeño económico de las mypes comerciales?

¿Qué nivel de influencia tiene el Tipo de Organización de Mercado en el desempeño económico de las mypes comerciales?

### **1.4 JUSTIFICACIÓN**

El presente proyecto de investigación se justifica debido a la gran importancia del desempeño económico en el desarrollo económico, en la mejora de la actividad del comercio, en la mejora de los niveles de vida de las personas, y de manera general en el desarrollo nacional.

#### **1.4.1 Teórica:**

- La justificación teórica, se basa en evaluar si los microcreditos, la demanda, el acceso a financiamiento, la tasa de ahorro tienen o no significancia sobre la dinámica del desempeño económico.
- Permitirá conocer el grado de asociación que tiene los microcréditos sobre el desempeño económico en la provincia de Leoncio Prado en el periodo de estudio.
- Permitirá generar nuevos conocimientos relacionados con los microcreditos y sobre la dinámica del desempeño económico.

#### **1.4.2 Práctica:**

- Servirá como base para futuros trabajos a realizarse con respecto al tema en estudio.

### **1.5 OBJETIVOS**

#### **1.5.1 GENERAL:**

“Identificar los factores que explican la dinámica del desempeño económico de las mypes comerciales en el Distrito de Rupa Rupa Periodo: 2006 - 2007”.

#### **1.5.2 ESPECÍFICAS:**

- Evaluar y determinar el nivel de influencia de la Compra Venta en la dinámica del desempeño económico de las mypes comerciales.
- Evaluar y determinar el nivel de significancia en la Generación de Empleo en las mypes comerciales.

- Analizar y determinar el nivel de significancia que tiene la Cultura Tributaria en la dinámica del desempeño económico de las mypes comerciales.
- Evaluar el nivel de influencia que tiene el Tipo de Organización de Mercado en las mypes comerciales.

## 1.6 HIPÓTESIS

### 1.6.1 HIPÓTESIS

“El crecimiento de los Microcréditos, el crecimiento de la demanda, y la tasa de ahorro condiciona el desempeño económico de las Mypes comerciales en el Distrito Rupa Rupa, Periodo: 2006- 2007”.

### 1.6.2 VARIABLES E INDICADORES

#### 1.6.2.1 VARIABLE DEPENDIENTE ( $DE_i$ )

Desempeño Económico.

**Indicadores:**

- Tipo de Organización de Mercado.
- Compra Venta.
- Cultura Tributaria.
- Numero de Empleados.

#### 1.6.2.2 VARIABLE INDEPENDIENTE( $MICROC_i$ )

Microcréditos.

**Indicadores:**

- Préstamo.

#### 1.6.2.3 VARIABLE INDEPENDIENTE ( $D_i$ )

Demanda.

**Indicadores:**

- Ventas.

#### 1.6.2.4 VARIABLE INDEPENDIENTE ( $S_i$ )

Ahorro.

##### Indicadores:

- Tasa de Interés Pasiva

#### 1.6.3 MODELO

$$PROB(DE = j) = F(X\beta) + \varepsilon_i \quad j = 0, 1, 2, 3, 4.$$

- $DE_i$  = Desempeño Económico.
- $X_{2i}$  = Microcréditos.
- $X_{3i}$  = Demanda.
- $X_{4i}$  = Tasa de Ahorro Pasivo.
- $\hat{\beta}_1$  = Estimador del parámetro  $\beta_1$ . Coeficiente independiente del modelo.
- $\hat{\beta}_2$  = Estimador del parámetro  $\beta_2$ . Coeficiente de la variable  $MICROC_i$  del modelo.
- $\hat{\beta}_3$  = Estimador del parámetro  $\beta_3$ . Coeficiente de la variable  $D_i$  del modelo.
- $\hat{\beta}_4$  = Estimador del parámetro  $\beta_4$ . Coeficiente de la variable  $S_i$  del modelo.
- $\varepsilon_i$  = Error aleatorio asociado al proceso de muestreo del modelo.

## 1.6.4 VALIDACION DEL MODELO

### Modelo de Respuesta Múltiple

Los modelos elección dicotómica se pueden generalizar para el caso de más de dos opciones, dando origen a los modelos de respuesta Múltiple, donde se generaliza el proceso de elección de tal forma que el agente se enfrenta a varias alternativas posibles.

$$X\beta = F(X_2, X_3, X_4, X_5)$$

$$DE_i = \begin{cases} 0 & \text{Muy Deficiente} & \text{si} & DE \leq 50 \\ 1 & \text{Deficiente} & \text{si} & 50 < DE \leq 60 \\ 2 & \text{Regular} & \text{si} & 60 < DE \leq 80 \\ 3 & \text{Bueno} & \text{si} & 80 < DE \leq 90 \\ 4 & \text{Muy Bueno} & \text{si} & DE \geq 90 \end{cases}$$

## 1.7 METODOLOGÍA

### 1.7.1 POBLACIÓN

#### 1.7.1.1 Delimitación:

La población de estudio del presente trabajo de investigación constituye el total de las Mypes comerciales del Distrito de Rupa Rupa de la provincia de Leoncio Prado con un total de 656 comerciales, ubicadas en la zona.

### **1.7.1.2 Ubicación**

El Distrito de Rupa Rupa se encuentra ubicado en la Provincia de Leoncio Prado del Departamento de Huánuco.

### **Extensión Territorial**

La Provincia de Leoncio Prado tiene una superficie de 4,953.02 Km<sup>2</sup>, correspondiente al Distrito de Rupa Rupa (8.7%) 428.58 Km<sup>2</sup>, Superficie en Has 42,858.00<sup>59</sup>.

### **1.7.1.3 Características Biofísicas**

#### **Altitud**

El Distrito de Rupa Rupa por su altitud está ubicado en la Selva Alta o Rupa Rupa, caracterizada por estar entre los 500 y 1500 msnm.

#### **Clima**

Rupa Rupa, con precipitaciones que sobrepasan los 3860 mm, en épocas de invierno. La temperatura media anual es de 22° y 25° C; máximas y absolutas 33° y 36° C, y mínima de 8° y 15° C.

#### **Relieve**

- a. Terraza fluvial: en las inmediaciones de los rios cuchara y Supte Grande.
- b. Colinas altas: en la microcuenca de los rios Cuchara y Supte Grande.
- c. Valle aluvial: en el río Monzón.
- d. Montaña denudativa, en la microcuenca del Monzón.
- e. Terraza fluvial, en la microcuenca del río Supte Grande.

#### **Flora**

---

<sup>59</sup> Compendio Estadístico Departamental 1995-1996-INEI.

Existen muchas variedades de recurso forestal las cuales están constituidas por especies nativas tales como: tulpay, moena (rosada, amarilla y blanca) (*Aniba amazonica* (Meiz Mez)), cedro (*Cederla odorata* L), chamiza (*Terminalia oblonga*), vilco, buchilla, yarina (*Phytelephas macrocarpa* R.), bombonaje, sacha mango, papaya kaspi, Zapotillo ( *Matissia* sp), sheyna, huangana caspi (*Histeria spruceana* Engl.), pona (*Iriartea exorrhiza* Mart.), renaco (*Ficus ruiziana* Standl.), remo caspi (*Chimarrhis williamsii* Standley), pashaco (*Parkia opositifolia* Mart.), almendro (*Caryocar microcarpum* (Ducke)), estoraque, caoba (*Swietenia macrophylla* King.), manchinga (*Brosimum uleanum* Mildbr.), cetico (*Cecropia* sp), shimbillo (*Inga ruiziana* G. Don.), tangarana (*Triplaris pavonii* M.), topa (*Oclerexia lágopus*), atadijo (*Trena micrantha* (L.) Blume), huanpo. Además se encuentran plantas medicinales de las siguientes denominaciones: ajo sacha (*Mansoa alliacea* (Lam) Sandw), ojé (*Ficus anthelmintico* Mart.), sangre de grado (*Croton draconoides* M. Arg.), palo azufre (*Moronobea coccinea* (Aubl)), chuchuhuasi (*Maytenus krulovii* A. C. Smith.), sanango (*Tabernaemontana sananho*), uña de gato (*Uncaria tomentosa* (Wild) D. C.), toe y muchas mas que aun no son cuantificables. Cabe mencionar que también existen orquídeas y fucsias.

## **Fauna**

Entre las que se pueden encontrar en las zonas boscosas son: añuje, picuro, carachupa (armadillo), sajino, mono leoncillo, choshna, ardilla, achuni, pelejo (oso perezoso), oso hormiguero, tigrillo, lobo de agua, pavas del monte, picaflor, gallitos de las rocas, loros, garzas (tigre y lila), golondrinas, búhos, paucar, reptiles, avecillas, mariposas, insectos, anfibios y arácnidos.

### **1.7.1.4 Características Socioeconómicas**

La Localidad Bajo Estudio del trabajo de investigación lo conforma el Distrito de Rupa Rupa, según la información proporcionada por el Estudio Socioeconómico de la Sub Región Huánuco, con fuente de la información del Censo 1993 del INEI, se tiene que la población con mayor numero de habitantes lo conforma el distrito

de Rupa-Rupa, seguido de José Crespo y Castillo con un total de 47,723 y 24,813 respectivamente.

## CUADRO 02: Población Total Por Área Urbana y Rural Según Distritos

Provincia/Distrito	Población		
	Total	Urbana	Rural
<b>LEONCIO PRADO</b>	<b>84843</b>	<b>58942</b>	<b>25901</b>
Rupa-Rupa	47723	43152	4571
Daniel Alomía Robles	5184	310	4874
José Crespo y Castillo	24813	14549	10264
Luyando	7123	931	6192

Fuente: Censos Nacionales 1993 IX de Población IV de Vivienda  
Elaboración: Propia

Leoncio Prado esta ubicada en el departamento de Huánuco con una extensión superficial de 4,952.99 km<sup>2</sup>. Este territorio representa el 52.16% de toda su extensión Departamental.

### Población Ocupada

Según la condición de actividad que desarrolla la población puede clasificarse según la actividad económica que desempeña.

Se define como la población por actividad. Aquella que se dedican a la mano de obra calificada y no calificada, según ramas de actividad, que en lo general se considera una condición de ocupada. Para el caso de una población desocupada se considera como aquella que esta en busca de trabajo por primera vez.

La actividad económica en los distritos de la Provincia de Leoncio Prado, según el Censo de 1993, en la población de 15 años a más en condición de laborar, asciende a 33,489 habitantes en edad de trabajar.



Teniendo en cuenta que la población de 15 y más años es considerada internacionalmente como apta para trabajar, se puede definir que la mayor actividad que se desarrolla en la provincia es la Agricultura, Ganadería, Casa, Selvicultura y Comercio. Ocupando una proporción del 36.07% sobre el total de la población laboral. La segunda actividad importante se considera a actividades como el Comercio, Reparación de Vehículos, con una participación de 16.87%, y un 13.82% para aquellas actividades no declaradas.

### Población de 15 años y más Por Ocupación Económica

Actividad	Daniel A. Robles	Jose C. y Castillo	Luyando	Mariano D. Beraún	Rupa Rupa
Se dedican a actividades de Agricultura, Ganadería, caza y Selvicultura	1506	4019	1194	2379	2281
Se dedican a actividades de Pesca	0	4	2	0	8
Se dedican a actividades de Explotación de Minas y Cantera	1	4	4	4	11
Se dedican a actividades de Industrias Manufactureras	12	344	116	101	1230
Se dedican a actividades de Suministro de Electricidad, Gas y Agua	0	2	1	1	27
Se dedican a actividades de Construcción	6	179	15	34	545
Se dedican a actividades de Comercio, Reparación de Vehículos, Automotores, Motocicletas, Efectos personales y domésticos enseres	58	1424	126	225	3798
Se dedican a actividades de Hoteles y Restaurantes	1	158	6	27	482
Se dedican a actividades de Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	15	353	71	98	1244
Se dedican a actividades de Intermediación Financiera	0	12	1	0	95
Se dedican a actividades de Inmobiliarias, empresariales y de Alquiler	5	55	7	10	376

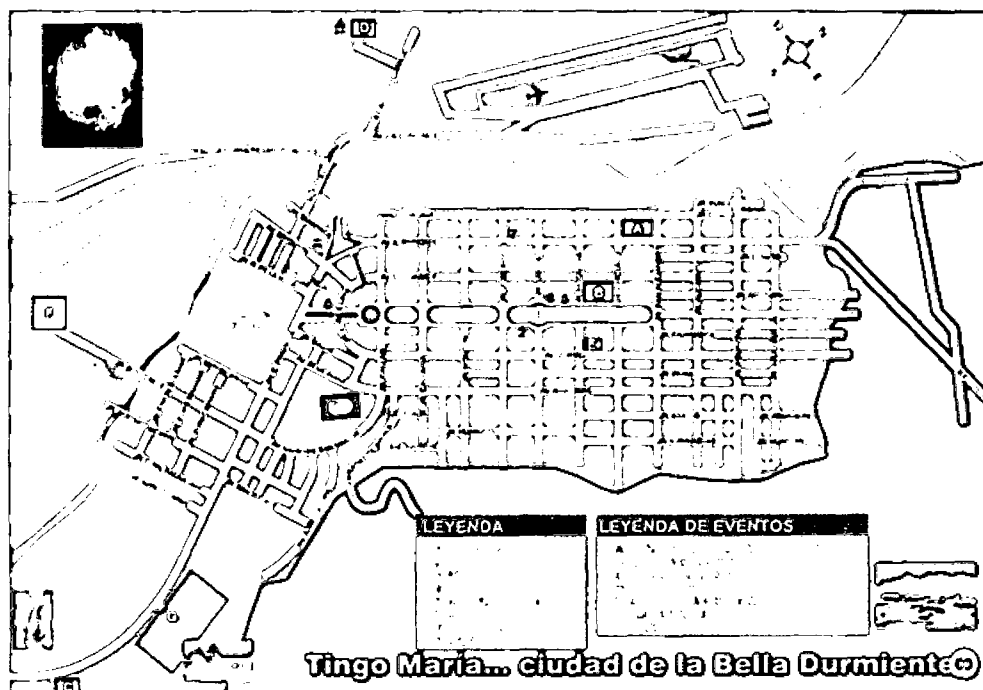
Se dedican a actividades de Administración Pública y Defensa, planes de seguridad social de afiliación obligatoria	4	71	13	20	691
Se dedican a actividades de Enseñanza	19	213	31	35	817
Se dedican a actividades de Servicios Sociales y de Salud	1	48	4	5	311
Se dedican a Otras Activ. de serv, comunitarios, sociales y personales	4	117	15	14	329
Se dedican a actividades de Hogares Privados con Servicio Domestico	96	573	62	77	483
Se dedican a actividades de Organizaciones y Órganos Extra territoriales	0	0	0	0	0
Se dedican a actividades no declaradas	214	976	789	139	2216
Que busca Trabajo por Primera vez	58	395	243	38	505
<b>Total</b>	<b>2000</b>	<b>8947</b>	<b>2700</b>	<b>3207</b>	<b>15449</b>

Fuente: IV Censo de Población y Vivienda 1993.

### **Infraestructura Productiva**

Infraestructura vial: Tingo María se encuentra ubicado en la Provincia de Leoncio Prado, Departamento de Huánuco con acceso de carretera asfaltada hasta la localidad de Aucayacu con una distancia de 590 Km. desde la ciudad de Lima. Las vías de acceso que interconectan los demás distritos del ámbito del proyecto esta en condición de carretera afirmada. La totalidad del flujo comercial y turístico terrestre regional utiliza la carretera Central, Huánuco y Tingo María, implicando un recorrido de 558 Km. Desde la ciudad de Lima.

## Ámbito Geográfico del Distrito de Rupa Rupa



### Agricultura

La situación actual de la agricultura del distrito de rupa rupa, viene procedida por un periodo de auge del cultivo de coca y del narcotráfico, entre 1985 y 1990. en ese periodo en Leoncio prado y monzón se incremento en 22% el área cosechada de este cultivo pasando de 18 mil hectáreas en 1985 asta 22 hectáreas en 1990. el dinamismo de la coca alcanzo a los principales cultivos lícitos del área debido a la subvención de los costos por la coca, según el diagnostico del plan de Desarrollo Integral de la provincia de Leoncio Prado y el Distrito de Monzón para el 2000 – 2010.

Los cultivos que mostraron mayor dinamismo fueron el plátano, la yuca, el te, el fréjol, el arroz, café y el cacao este ultimo promovido como producto alternativo a la coca.

## Actividad pecuaria

Las familias realizan la crianza de aves (gallinas, pavos y patos), cuyes, y crían ganado vacuno, ovino, caprino y porcino. Algunos de los habitantes del centro poblado Castillo Grande se dedican a la actividad apícola. Estas crianzas son generalmente para el autoconsumo, pocos de ellos se venden en el mercado.

## Flujo Comercial en el Distrito de Rupa Rupa

El flujo comercial agrícola y de comercio esta orientado al principal centro comercial, Tingo María. Se distinguen los flujos provenientes de los caseríos de la margen Izquierda del río Huallaga y los de la margen derecha. Los centros de la margen derecha tienen la ventaja de estar conectados directamente a la carretera Fernando Belaúnde. Puntos importantes en la comercialización son Florida y Castillo Grande que conecta a varios caseríos rurales con la ciudad de Tingo María.

### 1.7.2 MUESTRA

Muestra preliminar ( $n_0$ )

$$n_0 = \frac{p(1-p)}{e^2}$$

Donde:

P = probabilidad de éxito.

e = error estándar.

Para:  $p = 0.7$

$e = 0,05$

$$n_0 = \frac{0.7(1-0.70)}{0.05^2} = 84$$

Muestra corregida ( $n$ )

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Donde:

N = Tamaño de la población.

$$n = \frac{84}{1 + \frac{84}{656}} = 74$$

#### 1.7.2.1 Tamaño:

El tamaño de la muestra será 74 mypes comerciales.

#### 1.7.2.2 Distribución:

Se distribuirá con 64 muestra en Tingo María, y 10 muestras en Castillo Grande por bloques.

**CUADRO 02. DISTRIBUCION DE LA MUESTRA**

Lugar	N	%	n
TINGO MARIA	566	86.3	64
CASTILLO GRANDE	90	13.7	10
<b>TOTAL</b>	<b>656</b>	<b>100%</b>	<b>74</b>

Fuente: Municipalidad Provincial de Leoncio Prado

La población será distribuida, en Tingo María con el 86.3%, y Castillo Grande con el 13.7%.

### **1.7.2.3 Muestreo**

El muestreo fue aleatorio simple probabilística y por conglomerado.

## **1.7.3 MÉTODOS**

### **1.7.3.1 Método Deductivo:**

Este método permitirá el estudio a partir de la teoría general hacia el conocimiento de la realidad particular que en este caso es el Distrito de Rupa Rupa, en donde se trata de obtener conclusiones particulares en base a la teoría general.

Por lo tanto se trata de un estudio corroborativo, verificativo en donde nos permita descubrir las especificaciones de la realidad del distrito de Rupa Rupa de la provincia de Leoncio Prado.

### **1.7.3.2 Método Inductivo**

Se aplicará una encuesta a la población objetiva con la que nos permitirá obtener conclusiones específicas del problema.

### **1.7.3.3 Método Descriptivo**

Se utilizará este método ya que todo trabajo de investigación requiere realizar una descripción de diferentes aspectos durante la ejecución, en el proceso de análisis de los resultados.

### **1.7.3.4 Método Analítico**

Este método implica la descomposición de sus partes o en sus elementos constitutivos, que nos permita conocer estos cambios.

### **1.7.3.5 Método Dialéctico**

Este método comprenderá:

- El análisis integral que permitirá el manejo de distintas variables explicativas.
- El análisis esencial que permitirá identificar las variables determinantes.
- El análisis dinámico contribuye a ver la secuencialidad de los hechos y fenómenos estudiados y la perspectiva.

## **1.7.4 TÉCNICAS**

### **1.7.4.1 Encuesta:**

La encuesta es la principal técnica que se empleará para poder realizar el trabajo ya que se tiene como objeto el estudio a los comerciantes del Distrito de Rupa Rupa de la Provincia de Leoncio Prado.

### **1.7.4.2 Análisis Bibliográfico:**

Se utiliza la bibliografía más actualizada posible que comprenda libros, publicaciones periódicas, Internet, trabajo de investigación, se utilizarán fichas bibliográficas y fichas.

### **1.7.4.3 Econométricas:**

Con esta técnica se realizará en la recolección de datos para luego ordenarlo, sistematizarlo y regresionar los datos obtenidos y dar las conclusiones de manera consistente. También usaremos cuadros estadísticos obtenidos de las fuentes propias y secundarias.

## **CAPITULO II. FUNDAMENTO TEORICO**

### **2.1 EMPRESA**

#### **2.1.1 Definición de Empresa:**

“La empresa puede definirse como la conjunción de recursos humanos, económicos, financieros y técnicos para el desarrollo de una actividad productora de bienes y/o servicios obteniéndose con riesgo, tanto los costos de producción y ventas, como las utilidades o excedentes, realizándose la enajenación o alquiler de dichos bienes y/o servicios en forma tal que, que se asegure las subsistencia del ente empresarial”.<sup>7</sup>

Una empresa es una organización que produce bienes económicos. En ese proceso, es necesario coordinar y controlar las actividades de los trabajadores, los directivos y los proveedores de capital por medio de una serie de contratos entre las partes. El estudio moderno de la teoría de la empresa se ocupa principalmente de estos contratos, la propia empresa es una entidad jurídica que normalmente representa a una de las partes mientras los trabajadores, los directivos y los proveedores de capital representan a la otra. Su problema es formular contratos que sean atractivos para todos los involucrados.

Si consideramos como ejemplo a los salarios estos deben ser atractivos desde el punto de vista en los contratos con los trabajadores y desde el punto de vista de la empresa en el sentido de que den incentivo a los trabajadores para que sean productivos. Entonces podemos decir también que cada empresa es una institución que contrata recursos productivos y los organiza para producir o comprar, y vender bienes y servicios.

---

<sup>7</sup> Pedro A. Bellido Sánchez "Administración Financiera" Pág.1



## **2.1.2 Clasificación**

### **2.1.2.1 Pequeña Empresa:**

“La pequeña empresa solo dedica su tiempo en cuestiones administrativas, pues lo absorbe una gran cantidad de problemas técnicos de producción, finanzas, ventas personal, etc”.<sup>8</sup>

“la pequeña empresa no requiere grandes previsiones o planeaciones. Son mas frecuente para solucionar los problemas, los procedimientos de carácter informal, ya que la escasa complejidad de dichos problemas con ventaja la pobre tecnificación de los procedimientos y tramites administrativos”.<sup>9</sup>

### **2.1.2.2 Mediana Empresa:**

“Suele ser una empresa de ritmo en crecimiento, como consecuencia de su crecimiento se ven en la necesidad de ir realizando una mayor descentralización y consiguientemente delegar”.<sup>10</sup>

“la alta gerencia comienza a sentir la necesidad de obtener conocimientos técnicos-administrativos, paralelamente comienza a sentir la necesidad de hacer planes muchos mas amplios y mas detallados, requiriendo por lo tanto de cierta ayuda técnica para formular y controlar su ejecución”.<sup>11</sup>

“la gerencia de este tipo de empresa va sintiendo gradualmente como sus decisiones se van vinculando cada ves mas a problemas de planeación y control, que a cuestiones de realización inmediata”.<sup>12</sup>

---

<sup>8; 9 y 10</sup> <http://www.monografias.com/clasificacion/clasificacion de las empresas>

<sup>11 y 12</sup> <http://www.monografias.com/clasificacion/clasificacion de las empresas>

### **2.1.2.3 Grande Empresa:**

“Se requiere un grupo muy grande de especialistas porque es imposible que los altos ejecutivos conozcan con profundidad toda la inmensa cantidad de técnicas e instrumentos concretos, detallados y cambiantes que cada día surge sobre producción, ventas, finanzas, etc.”<sup>13</sup>

“Se impone un mayor grado de descentralización, delegando muchas funciones a jefes y aun a empleados que serán los únicos capacitados dentro de políticas y normas que se les fijan.”<sup>14</sup>

El administrador o los administradores, colisionados en la mas alta jerarquía, no solo se dedican la mayor parte de su tiempo a las funciones típicamente administrativas sino que requieren un staff mas o menos grande de personas que lo ayuden a administrar.

### **2.1.3 Elementos de la Empresa**

“Son los recursos fundamentales que se necesitan para su empleo y uso por la administraciones en la dirección, gestión y ejecución de todas las actividades que se realizan para la consecución de los objetivos”.<sup>15</sup>

La disponibilidad de recursos humanos como los empleados y obreros, funcionarios, directores es necesariamente indispensable para una empresa. Los elementos de una empresa son los recursos humanos, recursos materiales, recursos financieros. La palabra capital se refiere normalmente al stock de equipo y estructuras de la economía en cambio los recursos financieros se encuentra constituidos por el capital personal o social, ingresos por ventas, avances en cuenta corriente, sobregiro bancario, pagares, utilidades para reinversión.

---

<sup>13 y 14</sup> <http://www.monografias.com/clasificacion/clasificacion de las empresas>

<sup>15</sup> <http://www.monografias.com/administracion/elementos de empresas>

#### **2.1.4 Organización**

“En términos generales, existen tres tipos de empresas, según su organización: las de propiedad individual, las sociedades colectivas y las sociedades anónimas. Una empresa de propiedad individual es aquella que pertenece a una única personas. Una empresa de sociedad colectiva es aquella que pertenece a dos o mas personas. Una sociedad anónima es aquella que pertenece a varias personas, pero que, desde el punto de vista jurídico, tiene una existencia independiente de sus propietarios”.<sup>16</sup>

“Las variedades de tipos y tamaño de empresas existentes llevan a los economistas especular sobre las clases de factores que pueden influir en la forma organizativa, inclusive cada empresa sería un productor o un vendedor de productos terminados muy especializados. Ronald Coase ha formulado los principios básicos de estas investigaciones, para este autor las empresas eran “una alternativa al mercado para organizar la producción”.<sup>17</sup>

En la que todas transacciones serían realizadas por personas y en la que cada productor estaría muy especializado. La posición que ocupa una organización de producción y de bienes y servicios dependía en gran medida de sus costos. La organización de las empresas, la naturaleza de la empresa, y su proceso de toma de decisiones nos lleva a maximizar sus beneficios. Hay que tener en cuenta de que hay organizaciones sin fines lucro en la que su beneficio es nulo.

#### **2.1.5 Funciones de la Empresa**

“Las funciones que generalmente se realizan son: productiva, comercialización, financiera, administrativa que permita desarrollar a la empresa”.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Hal R. Varian 2002 "Microeconomía intermedia" Pág.338

<sup>17</sup> Walter Nicholson "Teoría Microeconómica principios básicos y aplicaciones" Pág. 272

<sup>18</sup> <http://www.monografias.com/administracion/funciones de la empresa>

### **2.1.6 Objetivos de una Empresa**

Sí preguntamos a un grupo de empresarios que es lo que tratan de lograr, las respuestas serían muy diferentes como incrementar su participación en el mercado, producción un producto de calidad, satisfacción del trabajo de sus empleados, estos son objetivos que desean alcanzar las empresas pero no es el objetivo fundamental ya que lo anterior son pasos para alcanzar una meta. "La meta de una empresa es maximizar sus utilidades o beneficios económico".<sup>19</sup>

Lo que busca maximizar una empresa son beneficios, predecir las decisiones que toma la empresa estas decisiones responden a los costos de oportunidad ya sean costos explícitos se pagan con dinero y los costos cuando renuncia ya una acción alternativa, pero no hace un pago. Las empresas tienen restricciones que limitan los beneficios, una empresa que no busca maximizar sus utilidades es eliminada del mercado o es adquirida por otras empresas.

### **2.1.7 La Micro, Pequeña y Mediana Empresa**

El Congreso de la República, mediante la Ley N° 28015, de 02 de julio de 2003, ha expedido la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa.

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios<sup>20</sup>.

Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante de tener tamaños y

---

<sup>19</sup> Michael Parkin "Microeconomía versión latinoamericana" Pág. 194

<sup>20</sup> Artículo 2° de la Ley de Promoción del Desarrollo y la Formalización de las Micros y Pequeñas Empresas.

características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

El número total de trabajadores:

- La microempresa abarca de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
- La pequeña empresa abarca de uno (1) hasta cincuenta (50) trabajadores inclusive.

la organización internacional del trabajo(OIT ), en su informe sobre fomento de las pequeñas y medianas empresas, presentado en la 72 reunión de la conferencia internacional de trabajo, realizada en ginebra en 1986, define de manera amplia a las pequeñas y medianas empresas, pues “considera como tales, tanto a empresas modernas, con o mas de cincuenta trabajadores, como a empresas en la cual laboran tres o cuatro de sus miembros inclusive a los trabajadores autónomos del sector no estructurado de la economía(informal).”<sup>21</sup>

La CEPAL define a la microempresa “como unidad productora con menos de diez personas ocupadas incluyendo al propietario, sus familiares y a sus trabajadores tanto permanentes como eventuales.”<sup>22</sup> Como se observa, existen diversos criterios para caracterizar a la micro y pequeña empresa. Sin embargo nuestra legislación, cuando de reglamentarla o promocionarla se trata usualmente ha utilizado, los montos anuales vendidos y/o el número de personas ocupadas o el valor de sus activos, para establecer sus límites.

A continuación damos a conocer las características de las formas de organización empresarial como persona jurídica:

- **Empresa Individual de Responsabilidad Limitada EIRL (D.L. N° 21621 (14.09.76)**

---

<sup>21</sup> www.monografias.com

<sup>22</sup> www.monografias.com

Es una persona jurídica de derecho privado, constituida por voluntad unipersonal, con patrimonio distinto al de su titular, tiene carácter mercantil.

- **Ley General de Sociedades N° 26887 (09.12.97)**

- 1) Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada SRL**

Es una forma societaria cuyo origen y algunas de sus características son propias de las sociedades personalistas, la responsabilidad de los socios está limitada a su aporte.

- 2) Sociedad Anónima S.A.**

Es una sociedad de capitales, con responsabilidad limitada. El número de socios no puede ser inferior a dos (2) personas naturales o jurídicas.

- 3) Sociedad Anónima Cerrada SAC**

Persona jurídica de derecho privado y naturaleza comercial. Tiene hasta veinte accionistas y sus acciones no pueden ser inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores.

## **2.1.8 Relación Mercado y Empresa**

### **2.1.8.1 Estructura de Mercado y Empresa**

“Las empresas no son las únicas que coordinan las elecciones económicas, los mercados también coordinan decisiones.”<sup>23</sup>

Al ajustar los precios, los mercados hacen que las decisiones de los compradores y vendedores sean consistentes, es decir hacen que las cantidades demandadas

---

<sup>23</sup> MICHAEL PARKIN, GERARDO ESQUIVEL/Microeconomía versión para Latinoamérica 5<sup>o</sup>edic/Pág.209

sean iguales a las cantidades ofrecidas para los diferentes bienes y servicios. Los mercados pueden coordinar la producción, en contrastes con la coordinación de las empresas ya sean en las compras de materia prima, insumo, incremento tecnología, herramientas, etc. Para la utilización de las empresas en lugar de fabricarlas.

Lo que determina si una empresa o mercado debe coordinar un grupo de actividades en particular es el costo. Las personas usan el método que cueste menos en la que se considera el costo de oportunidad en el tiempo, en otras palabras las personas usan el método económicamente eficiente.

“las empresas coordinan la actividad económica cuando son capaces de realizar una tarea en forma mas eficiente de lo que pueden hacer los mercados, los mercados pueden realizar una tarea en forma mas eficiente de lo que es capaz una empresa.”<sup>24</sup>

Dentro de estas empresas son mucho mas eficiente que los mercados como coordinadoras de la actividad económica, las empresas pueden lograr: transacciones mas bajas y pueden obtener los beneficios de las economías de escala, economías de alcance y como de producción en equipo.

### **2.1.8.2 Ventaja Comparativa y Competitiva**

“La teoría de la ventaja comparativa, sostiene que los países deben especializarse en la producción de los bienes en los que son productores relativamente eficiente.”<sup>25</sup>

Esta teoría fue propuesta por primera vez por Ricardo en su análisis en la que se deberían comercializar con el resto del mundo para obtener los bienes necesarios,

---

<sup>24</sup> MICHAEL PARKIN, GERARDO ESQUIVEL/Microeconomía Versión para Latinoamérica /Pág.209

<sup>25</sup> WALTER NICHOLSON/Teoría Microeconómica. Principios básicos y aplicaciones/Pág.305

si se especializaran de esta forma, la producción mundial total sería mayor que si cada uno tratara de producir una cesta equilibrada de bienes. Esta es la lógica que apoya intelectualmente la creencia de que el libre comercio es la política mejor.

Este análisis solo utiliza información sobre las relaciones de transformación entre los dos bienes de cada país, mas no saben las diferencias entre las productividades marginales de los países. Una persona tiene ventaja comparativa en una actividad con un costo de oportunidad menor que el resto de las personas. Las diferencias de costo de oportunidad surgen de habilidades individuales y sus diferencias entre las productividades marginales de los países.

Una persona tiene ventaja comparativa en una actividad con un costo de oportunidad menor que el resto de las personas. Las diferencias de costo de oportunidad surgen de habilidades individuales y sus diferencias en las características de otros recursos.

“la ventaja competitiva es la capacidad de ocupar(liderar) los espacios mas dinámicos del mercado en proporciones cada vez mayores.”<sup>26</sup>

La competitividad es la suma de la eficiencia y la calidad que conlleva un permanente esfuerzo de incrementar la productividad.

### **2.1.8.3 La Empresa Competitiva**

“Una empresa competitiva es aquella que considera dado el precio de mercado del producto y fuera de su control, sin embargo si se encuentra en un mercado competitivo y fija un precio superior al vigente en el mercado, nadie comprara su producto.”<sup>27</sup>

### **2.1.9 La Producción de la Empresa**

---

<sup>26</sup> WALTER NICHOLSON/Teoría Microeconómica. Principios básicos y aplicaciones/Pág.305

<sup>27</sup> HAL R. VARIAN 2002/Análisis Microeconómico/Pág.253



“La empresa es la unidad económica de producción encargada de combinar los factores o recursos productivos, trabajo, capital y recursos naturales, para producir bienes y servicios que después se venden en el mercado.”<sup>28</sup>

La empresa es el instrumento universalmente empleado para producir y poner en manos del público la mayor parte de los bienes y servicios existentes en la economía. Para tratar de alcanzar sus objetivos, la empresa obtiene del entorno los factores que emplea en la producción, tales como materias primas, maquinaria y equipo, mano de obra, capital, etc. Dado un objetivo u objetivos prioritarios hay que definir la forma de alcanzarlos y adecuar los medios disponibles al resultado deseado. Toda empresa engloba una amplia gama de personas e intereses ligados entre sí mediante relaciones contractuales que reflejan una promesa de colaboración.

La función de producción es la relación que existe entre el producto obtenido y la combinación de factores que se utilizan en su obtención. La función de producción nos dice que la cantidad de producto  $Q$  que una empresa puede obtener es función de las cantidades de factores utilizadas; digamos capital ( $K$ ), trabajo ( $L$ ), tierra ( $T$ ) e iniciativa empresarial ( $H$ ), de modo que:

Los beneficios se definen como la diferencia entre los ingresos y los costes. Los ingresos son las cantidades que obtiene la empresa por la venta de sus bienes o servicios durante un periodo determinado. Los costes son los gastos ligados a la producción de los bienes o servicios vendidos durante el periodo considerado.

Una primera explicación de por qué las empresas realmente pretenden alcanzar este objetivo sería que la competencia les obliga a comportarse tratando de minimizar los costes, lo que implica maximizar la diferencia entre los ingresos y los costes.

---

<sup>28</sup> [www.monografias.com](http://www.monografias.com)

La función de producción dada una cantidad fija de factores, la cantidad de producto que se puede obtener depende del estado de la tecnología.

La relación entre la cantidad de factores productivos requerida: trabajo (L), capital (K), tierra y recursos naturales (T) e iniciativa empresarial (H) y la cantidad de producto (Q) que puede obtenerse se denomina función de producción.

### **2.1.10 El Proceso Económico**

“El comercio se organiza mediante instituciones sociales, las dos claves son los derechos de propiedad y los mercados”.<sup>29</sup>

El proceso económico significa un lugar que la gente compra y vende bienes, en otras palabras es el mercado en la se produce cualquier arreglo que permite a compradores y vendedores obtener información y llevan a cabo negocios entre ellos.

Los derechos de propiedad son acuerdos sociales que rigen la propiedad, el uso y la disposición de recursos, bienes y servicios. Sino se hacen cumplir los derechos de propiedad se debilita el incentivo para especializarse y producirlos en los que cada persona tiene ventaja comparativa y se pierden algunas de las ganancias del comercio y la especialización sino se tomara en cuenta los derechos de propiedad.

Los mercados y los derechos de propiedad permiten a la gente ganar con la especialización y el comercio. Los mercados coordinan decisiones y ayudan a asignar recursos a los usos de valor mas alto.

### **2.1.11 La Empresa y Bienestar**

“Si todas las empresas actúan como maximizadoras competitivas de los beneficios, el equilibrio competitivo será eficiente en el sentido de pareto.”<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Michael Parkin/Microeconomía. Versión para Latinoamérica/Pág.42

Este se conoce como el primer teorema, en primer lugar no tiene nada que ver con la distribución. La maximización del beneficio, solo garantiza la eficiencia, no la justicia, esto solo tiene sentido cuando existe realmente un equilibrio competitivo en la que queda excluida los rendimientos crecientes de escala. El teorema , también supone implícitamente que las decisiones de una empresa cualquiera no afectan a las posibilidades de producción de las demás ósea se excluye de que haya externalidades en la producción, este teorema exige también de que las empresas no afecten directamente a las posibilidades de consumo de los consumidores, es decir que no haya externalidades en el consumo.

El segundo teorema también se cumple en los casos del rendimiento constante de escala y decreciente, utilizando mercados competitivos puede alcanzarse cualquier asignación eficiente en el sentido de pareto.

Para alcanzar las diferentes asignaciones en el sentido eficientes en el sentido de pareto, es necesario redistribuir las dotaciones entre los consumidores. En determinadas condiciones, el equilibrio competitivo resultante es eficiente en el sentido de pareto, el primer teorema del bienestar se cumple también en una economía en la que hay producción. Cuando los conjuntos de producción son convexos el segundo teorema del bienestar también se cumple en el caso en que haya producción.

## **2.2 LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA DE LA EMPRESA**

“Una empresa es una organización que produce bienes económicos. En este proceso es necesario coordinar y controlar las actividades de los trabajadores, los directivos y los proveedores de capital, por medio de una serie contratos entre las partes.”<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> HAL R. VARIAN 2002/Microeconomía Intermedia./

<sup>31</sup> Walter Nicholson/Teoría Microeconómica. Principios Básicos y Aplicaciones/Pág.271

La definición de la empresa por parte del autor es confusa que depende de un entorno económico en constante cambio aun así en un momento dado la empresa es una entidad jurídica que posee estructura bastante bien definida al examinar el carácter contractual de esa estructura, como los contratos con los trabajadores, casi todos los trabajadores tienen claros acuerdos con sus empresas sobre cuales son sus deberes y sobre la forma en que los retribuirán.

Ahora si consideramos la ventaja del mercado, la compra de productos intermedios en el mercado puede tener algunas ventajas para la empresa desde el punto de vista de los costos, dado que muchos compran a un único proveedor, este puede ser capaz de conseguir economías de escala en la producción que no podrían alcanzarse si la empresa tratara de producir ella misma el factor.

Sin embargo, recurren al mercado para adquirir factores intermedios para la empresa también tiene muchas desventajas, la compra de estos factores a otra empresa también tienen muchas desventajas. La compra de esos factores a otra empresa obliga a realizar algún tipo de transacción que puede tener costos, la ventaja de la integración puede ser el mecanismo preciso para buscar un proveedor adecuado, negociar los términos del contrato y hacer las gestiones pertinentes para recibir los bienes.

Todos estos costos pueden reducirse(o eliminarse totalmente) si la empresa decide producir ella misma el factor. Naturalmente la producción interna exige que la empresa gaste algo en supervisar y controlar el proceso de producción. Sin embargo un proveedor independiente incurriría en unos costos similares y con producción interna una empresa puede tener más seguridad de que se cumplirán los criterios de calidad.

## 2.3 LA ESTRUCTURA ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA EMPRESA

### 2.3.1 Estructura Económica

“Las políticas de fomento a la micro y pequeña empresa, son un tema clave de las políticas en todos los niveles del Estado: Gobierno Central, Gobierno Regional.”<sup>32</sup> De acuerdo a cifras del Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo:

- La Micro y Pequeña empresa (MYPE) constituye el 96% del sector empresarial a nivel nacional, operando la mayoría en la informalidad.
- Aproximadamente el 74% de la PEA se encuentra laborando en actividades de micro y pequeña empresa.
- Las MYPE contribuyen con el 42% del PBI, porcentaje que podría ser más alto si se dinamiza el sector.

Según cifras del INEI Lima Metropolitana aporta el 45% del PBI nacional y alberga el 26% de la población. En la región se desarrollan actividades básicamente terciarias y secundarias; las actividades terciarias representan el 81% del PBI y las secundarias el 19%.

Lima Metropolitana tiene una base económica diversificada, concentra las principales actividades económicas y financieras del país, con una especialización relativa en comercio, producción y servicios, destacando en este último los servicios de hoteles y restaurantes (actividades vinculadas al turismo).

Coexisten actividades con diverso tamaño, capital, tecnología y rentabilidad. Al igual que en el resto del país, existe una predominancia de las actividades empresariales de baja escala, con escasa integración económica, sectorial y espacial, lo que resta capacidad de competitividad y posibilidades de generar suficiente empleo para albergar a la sobre oferta del mercado laboral.

---

<sup>32</sup> [www.munlima.gob.pe/clubmunimype/mcomint/presentacion.ppt](http://www.munlima.gob.pe/clubmunimype/mcomint/presentacion.ppt).

Existe una creciente tercerización de la economía urbana, con servicios de baja productividad y mayoritariamente informales, lo que a su vez genera una sobre explotación de la mano de obra. La difícil situación económica en la que está inmerso nuestro país, genera un índice creciente de la informalidad de las unidades económicas; la existencia de empresas de subsistencia y la proliferación del comercio callejero son elementos que marcan esta etapa de nuestra economía.

Por otro lado, tenemos un sistema financiero todavía con una marcada segmentación, a pesar de la aparición en estos últimos años de entidades de microfinanzas, lo que limita el acceso al crédito para las unidades empresariales de pequeña escala.

Enfocando la realidad de la provincia de Leoncio Prado especializadas en el comercio y los servicios con la capacidad de generar suficiente empleo y otro aspecto relevante que está sucediendo en esta última década es la aparición de grandes conglomerados comerciales en la provincia de Tingo María, Estos conglomerados se caracterizan por operar bajo una lógica de la informalidad por lo que la provincia debe impulsar su formalización y desarrollo económico. A pesar de la gran importancia de las pymes en la economía local, regional y nacional, este sector empresarial enfrenta una serie de problemas. La mayoría de empresarios pertenecientes a la micro y pequeña empresa posee un manejo incipiente de **información** y de tecnología ligada a ella; no cuenta con canales adecuados para acceder a información oportuna y precisa que le permita mejorar el proceso de toma de decisiones.

Las deficiencias en **materia educativa** que existen en nuestro país genera una escasa cultura empresarial, una mala gestión de los negocios y bajos niveles de productividad de los recursos humanos de la empresa. Por otro lado, a pesar de que se ha dado un desarrollo importante de las instituciones de micro finanzas, **el crédito** asignado a las PYMES aún se encuentra restringido, lo que dificulta su acceso a la inversión en nuevas tecnologías y capital de trabajo.

### 2.3.2 Estructura Financiera

“La estructura financiera es la forma en que se financian los activos de una empresa”.<sup>33</sup>

"Cada uno de los componentes de la estructura patrimonial: Activo = Pasivo + Patrimonio Neto, tiene su costo, que está relacionado con el riesgo: La deuda es menos riesgosa que el Capital, porque los pagos de intereses son una obligación contractual y porque en caso de quiebra los tenedores de la deuda tendrán un derecho prioritario sobre los activos de la empresa. Los dividendos, la retribución de capital son derechos residuales sobre los flujos de efectivo de la compañía, por lo tanto son más riesgosos que una deuda”.<sup>34</sup>

Podemos concluir entonces que el costo de la deuda deberá ser más bajo que en rendimiento del capital, porque es menos riesgoso.

Un concepto importante es el factor de apalancamiento que es la razón del valor de la deuda sobre los activos totales. Un mayor apalancamiento financiero invariablemente aumenta el riesgo empresarial.

### 2.3.3 Inversiones

“se refiere a la compra de nuevo capital, como equipo o edificio “.<sup>35</sup>

Se refiere a la compra de nuevo capital, principalmente por parte de todas las empresas, al aumento de la cantidad física de capital, cuando utilizamos el término de inversión no comprende a la compra de un bono o de acciones de General Motors. La inversión comprende la construcción de viviendas, la fabricación de maquinarias, la construcción de fábricas y de oficinas y los aumentos de las existencias de las empresas.

---

<sup>33</sup> www.monografias.com

<sup>34</sup> www.monografias.com

<sup>35</sup> N.Gregory Mankiw 2002/Principios de Economía/Pag.353

Si concebimos la inversión en términos más que generales como cualquier actividad actual que aumenta la capacidad de la economía, para producir en el futuro, incluiríamos no solo la inversión física, sino también lo que se conoce con el nombre de inversión en capital humano, que son los conocimientos y la capacidad que posee la población para producir.

Las empresas comerciales invierten en existencias de bienes, en la implementación de su negocio, la inversión es variante en sus estructuras utilizados en la adquisición de bienes de capital.

### **2.3.4 Financiamiento**

En una economía existen instituciones financieras que facilitan los intercambios, los préstamos y los ahorros que harían las empresas comerciales, los haría en estas instituciones financieras. Para poder trabajar, cubrir la totalidad de lo que falta para la inversión como también depositar sus ahorros.

“El sistema financiero, esta formado por varias instituciones financieras que ayudan coordinar a los ahorradores y a los prestatarios”<sup>36</sup>

### **2.3.5 Los Microcréditos**

#### **2.3.5.1 Concepto de Microcréditos**

“Los microcréditos son pequeños préstamos realizados a prestatarios demasiado pobres como para que le concedan un préstamo en un banco tradicional.”<sup>37</sup> Los microcréditos posibilitan, especialmente en países en vías de desarrollo, que muchas personas sin recursos puedan financiar proyectos laborales por su cuenta que les revierta unos ingresos, el microcrédito es la parte esencial del campo de la

---

<sup>36</sup> N.Gregory Mankiw 2002/Principios de Economía/Pag.350

<sup>37</sup> www.monografias.com



micro financiación, dentro del que se encuentra otros servicios tales como los microseguros u otros.

### **2.3.5.2 El Mercado Crediticio**

“La cantidad de créditos que se solicitan y se conceden en una economía dependen en gran medida del tipo de interés que se cobre, este es el precio del mercado de créditos.”<sup>38</sup>

“En la mayoría de los países, los intereses que rinden los préstamos están sujetos al impuesto sobre la renta, por lo tanto cuando hay impuesto el tipo de interés es más alto.”<sup>39</sup>

El objetivo de la administración del pasivo circulante es obtener la financiación espontánea que necesita la empresa con un costo mínimo. “La importancia del crédito comercial, saber que la suma total de crédito bancario, las empresas pequeñas y las que están en fase de rápido desarrollo son las que se financian mas de los créditos comerciales.”<sup>40</sup> Hay dos tipos de créditos comerciales, los proveedores y los acreedores.

## **2.6 LA DEMANDA**

“Son grupos de personas que acuden a un mercado para adquirir un bien o servicio a precio de mercado“.<sup>41</sup>

Según la ley de la demanda cuando baja el precio de un bien, aumenta la cantidad demandada, son muchas las variables que pueden desplazar la curva de demanda, he aquí las más importantes como, bien normal, bien inferior, bien sustituto, bien complementario, los gustos, las expectativas, ingreso.

---

<sup>38</sup> HAL R. VARIAN 2002/Microeconomía Intermedia/Pag.307

<sup>39</sup> HAL R. VARIAN 2002/Microeconomía Intermedia/Pag.307

<sup>40</sup> Antonio M. Arroyo, Margarita Prat/Dirección Financiera/Pág.347

<sup>41</sup> N. Gregory Mankiw/Principios de Economía/Pág. 40-43

A demás, existe una demanda que siempre es exógena en los modelos ya que no esta determinada por ninguna circunstancia estudiada (endógena) en el modelo, tal es el caso de productos que son consumidos indiferentemente a ciertos factores económicos como lo son las vacunas que necesariamente tienen que comprar los Estados por determinadas leyes o condiciones sociales.

La demanda puede ser expresada gráficamente por medio de la curva de la demanda. La pendiente de la curva determina cómo aumenta o disminuye la demanda ante una disminución o un aumento del precio. Este concepto se denomina la elasticidad de la curva de demanda.

### **2.6.1 Mercado del Consumidor**

“Es donde se puede ver como se comportan los compradores y los vendedores y como se interrelacionan, en donde se pueden mostrar de que manera la oferta y la demanda determinan los precios en una economía de mercado, la demanda de mercado es simplemente la suma de las curvas de Demanda de cada individuo.”<sup>42</sup>

Básicamente existen dos tipos de mercado, los Mercados de Consumidor y los Mercados de negocios, para poder atacarlos se debe conocer el comportamiento de las personas y las empresas que los conforman, por qué compran lo que compran, cuáles son sus necesidades, cuándo y en dónde compran, entre otras cuestiones.

### **2.6.2 La Elección optima**

“La teoría de la elección del consumidor muestra como toman sus decisiones los consumidores frente a disyuntivas y como responden los cambios de su entorno. El consumidor optimiza eligiendo el punto situado en su restricción presupuestaria

---

<sup>42</sup> HAL. R VARIAN/Microeconomía Intermedia/Pág.269

que se encuentra en la curva de indiferencia más alta.”<sup>43</sup> Cuando baja el precio de un bien el efecto producido en las decisiones del consumidor puede dividirse en un efecto renta y un efecto sustitución. La teoría de la elección del consumidor puede aplicarse en muchas situaciones.

### **2.6.3 El Excedente del Consumidor**

“Mide los beneficios netos derivados del consumo de n unidades del bien discreto: la utilidad menos el gasto destinado al consumo del bien. El excedente del consumidor constituye una medida de las ganancias individuales derivadas del comercio.”<sup>44</sup>

Las variaciones del excedente del consumidor provocada por las variaciones del precio. Puede interpretarse como las variaciones de la utilidad provocada por las variaciones del precio. El excedente del consumidor representa el ahorro de los consumidores debido a la competencia en los mercados.

### **2.6.4 Eficiencia de Mercado**

“El excedente del consumidor y el excedente del productor son los instrumentos básicos que emplean los economistas para estudiar el bienestar de los compradores y de los vendedores en un mercado, se dice que una asignación de los recursos que maximiza la suma del excedente y del productor es eficiente, a los responsables de la política económica suele interesarles tanto la eficiencia como la equidad de los resultados económicos.”<sup>45</sup>

La eficiencia de un modelo de mercado, ya sea competencia perfecta, monopolio, oligopolio o competencia monopolística, se puede medir a través del beneficio que obtienen compradores y vendedores. Para comparar la eficiencia de estos

---

<sup>43</sup> N. Gregory Mankiw/Principios de Economía/Pág.279-294

<sup>44</sup> HAL R. VARIAN/Microeconomía Intermedia/Pág.254-255

<sup>45</sup> N. Gregory Mankiw/Principios de Economía/Pág.93-95

modelos de mercado hay que ver con cual de ellos se maximiza este beneficio. Beneficio del consumidor, Beneficio del vendedor.

El mercado perfectamente competitivo es un sistema de asignación eficiente. Por paradójico que resulte, aunque el punto de equilibrio se alcance como resultado de miles de decisiones de compradores y vendedores que buscan exclusivamente su propio beneficio, el resultado obtenido logra maximizar el beneficio de la sociedad. Otros modelos de mercado (por ejemplo, regulado por el Estado) podrían tratar de buscar un reparto más equitativo del beneficio entre compradores y vendedores, lo que no podrían pretender es aumentar el beneficio total ya que este se maximiza con el mercado perfectamente competitivo.

### **2.6.5 Los Impuestos**

Aquí analizamos los impuestos sobre la cantidad y los impuestos sobre el valor, “un impuesto sobre la cantidad es aquel que grava cada unidad de la cantidad consumida, comprada o vendida, un impuesto sobre el valor es aquel que se expresa en unidades porcentuales, los impuestos a las ventas constituyen el ejemplo mas frecuente.”<sup>46</sup>

La reducción que experimenta el excedente total cuando un impuesto (o cualquier otra política.) distorsiona el resultado del mercado se llama perdida irrecuperable de eficiencia.

### **2.6.6 La Elasticidad y su Aplicación**

Se llama elasticidad de la demanda a la reacción hasta donde una cantidad puede desplazarse frente a una variación de precios. Es decir, la elasticidad es una

---

<sup>46</sup> HAL R. VARIAN/Microeconomía Intermedia/Pág.299-305

<sup>47</sup> Michael Parkin "Microeconomía", Edición Especial en Español Pág. 110

medida de la variación del tanto por ciento de la cantidad demandada, en respuesta a la variación en el tanto por ciento del precio de una mercancía.

De esta manera se puede determinar y, tipificar las características de las mercancías mediante el coeficiente de la elasticidad.

“la elasticidad precio de la demanda mide la sensibilidad de la cantidad demandada de un bien a un cambio de su precio.”<sup>47</sup>

La elasticidad, según su grado de sensibilidad o de reacción como se menciona en la anterior cita; ante una variación de precios, puede ser: Demanda perfectamente elástica, Demanda elástica, Demanda de elasticidad unitaria, Demanda inelástica, y Demanda perfectamente inelástica.

De esta clasificación, la demanda elástica y la demanda inelástica, son las más importantes. Ellas constituyen las categorías más amplias dentro de las cuales caen la mayoría de las mercancías, sin embargo una mercancía determinada puede caer en más de una de estas cinco categorías de elasticidad.

Por el lado del vendedor la relación entre la elasticidad precio de la demanda y los ingresos por ventas si consideramos el concepto de elasticidad observamos una relación entre la elasticidad – precio de la demanda y los gastos totales del consumidor varían inversamente con los cambios en el precio cuando la demanda es elástica y directamente con los cambios en el precio, cuando la demanda es inelástica; de otra parte, no varían ante cambios en el precio cuando la demanda tiene elasticidad unitaria.

Resulta que si consideramos el lado del vendedor, hallamos la misma relación entre la elasticidad – precio de la demanda y los ingresos totales de los vendedores del producto. Sus ingresos son, de hecho, el reflejo de los gastos de los compradores.

### **2.6.7 La Demanda, La Economía Política y la Política Económica**

Al referirnos a la demanda, las cantidades demandadas, tal como puede interpretarlo el economista, es la descripción, de un consumidor respecto a una determinada mercadería. En este caso estaríamos hablando de la demanda individual, pero al igual que la individual, se dice que la demanda colectiva, total o de mercado es la suma de las cantidades demandadas individualmente a, todos los diferentes precios y durante un periodo de tiempo determinado.

Es decir que, no es una sola cantidad la que se comprara o demandara a un precio particular, sino una serie de cantidades y a los diferentes precios correspondientes; si consideramos al consumidor individual dentro de la política económica que espera alcanzar un país para su desarrollo estaríamos hablando, que tienen por objeto mejorar su forma de vida.

“El estudio de los problemas económicos fundamentales conduce a la consideración de los principales objetivos y metas de la economía política y de la política económica; Estos objetivos, fundamentales, representan las buenas intenciones de resolver los problemas económicos básicos de los países en vías de desarrollo y de los países industrializados quienes deben tratar de mantener su equilibrio económico en relación a sus necesidades de supervivencia.”<sup>48</sup>

De esta manera, se puede deducir que una de las primeras características de una economía conveniente es sin duda el pleno empleo. Una economía ideal es aquella donde todos los que desean trabajar puedan encontrar empleo apropiado; De esta forma se garantizaría un nivel alto al ingreso total, ya que todas aquellas personas que cuentan con un ingreso permanente contribuyen a la producción global de bienes y servicios. Es decir, se usarían todos los recursos disponibles, no existirían tierras, ni equipos, ni fabricas ociosas, exceptuando aquellas que

---

<sup>48</sup> UBALDO QUISPE QUIROZ "Introducción a la Economía" Editorial San Marcos Pág. 29

pueden ser afectadas por paros estacionales o por errores de expansión, como lo sostienen muchos especialistas de la economía.

Una segunda característica de una economía ideal se da en la existencia de precios relativamente estables.

Una tercera característica de una economía ideal es la distribución de los recursos económicos. Toda la sociedad desearía que los recursos económicos del país fueran combinados de la mejor forma posible que permita suministrar los bienes y servicios que esta necesita. Esto significa que las mercancías serían manufacturadas en la forma más eficiente posible y a precios que estén en relación directa con los ingresos de los trabajadores de tal manera que satisfagan adecuadamente todas las necesidades del pueblo.

Una cuarta característica determina que la economía ideal tendría un crecimiento firme y autosostenido.

Y una quinta característica, que muchos consideran la más importante recae en una distribución satisfactoria del ingreso. Sin que esto signifique que los ingresos individuales deben ser equitativamente iguales, o que deban existir grandes separaciones en los extremos de riqueza y pobreza. Lo que significa es que la distribución del ingreso debe estar basada en una escala distributiva que refleje adecuadamente las diferencias en las iniciativas individuales, el esfuerzo y la habilidad.

Ahora bien, estos objetivos no siempre pueden pensarse que son totalmente estáticos. Puede haber, o darse algunos conflictos entre ellos, lo que significaría que, al no ser tomados en cuenta oportunamente, estos conduzcan a un desequilibrio económico de grandes proporciones en términos inflacionarios o deflacionarios.

En una economía en desarrollo todos los objetivos o metas trazadas deben ser reajustadas permanentemente por una buena política económica debidamente planificada.

## 2.7 EL MERCADO COMPETITIVO

“Llamado a veces mercado perfectamente competitivo en las que tiene dos características:

- hay muchos compradores y muchos vendedores en el mercado.
- Los bienes ofrecidos por los distintos vendedores son en gran medida idénticos.

En los mercados competitivos, los compradores y los vendedores deben aceptar el precio que determina el mercado y por lo tanto, se dice que son precio aceptantes”<sup>49</sup>

“Para que exista competencia hay una tercera que a veces se considera que caracteriza a los mercados perfectamente competitivos:

- Las empresas pueden entrar o salir libremente del mercado”<sup>50</sup>  
Un mercado es competitivo si cada uno de los compradores y de los vendedores es pequeño en comparación con el tamaño del mercado, esto es la conducta que adopta las empresas competitivas.

Los compradores y los vendedores intentan lograr lo mejor que pueden para si mismo, y nadie hace planes para obtener un resultado eficiente para la sociedad en su conjunto. Smith creía que cada participante en un mercado competitivo esta dirigido por una mano invisible para fomentar el uso eficiente.

La competencia se refiere a los esfuerzos de dos o más empresas, que actúan independientemente, para vender sus o servicios ofreciéndolos en condiciones más favorables que las ofrecidas por sus rivales. La competencia puede ser en el

---

<sup>49</sup> N. GREGORY MANKIW 2002/Principios de Economía Pág.:179

<sup>50</sup> N. GREGORY MANKIW 2002/Principios de Economía Pág.:180



precio, es decir que una empresa puede ofrecer su producto a un precio inferior que la empresa competidora. Puede ser también en la calidad del producto, donde un producto puede ser superior a otro que es de la misma naturaleza. Puede ser también una competencia en cuanto al uso de los medios publicitarios, donde una empresa gasta más que su competidora para proporcionar su producto.

La competencia puede clasificarse de la siguiente manera:

### **Competencia Ideal**

Se dice que una competencia es ideal cuando reúne los siguientes requisitos:

- a. Cada unidad compradora y cada unidad vendedora tienen que ser tan pequeñas en comparación con el mercado, que no puedan con sus propias actividades, ejercer influencia en el precio, predominante en el mercado.
- b. Cada unidad de los bienes y servicios vendidos debe ser un sustituto perfecto de toda otra unidad.
- c. Toda persona que actúe en el mercado debe tener pleno conocimiento de las diversas posibilidades que se le ofrecen en el.
- d. Cada unidad económica debe ser capaz de actuar basándose en este conocimiento, debe abandonar una posibilidad por otra y estar dispuesta a hacerlo. Con frecuencia se denomina este, requisito de movilidad.
- e. Cada unidad económica debe actuar independientemente. Es decir, no debe haber confabulación de los compradores, o viceversa.

La significación de la competencia ideal; es obvio que muchos de estos requisitos no pueden realizarse nunca en la vida económica. Sin embargo sirve para tomar en cuenta los aspectos más importantes en que funciona, o puede funcionar un mercado. Estos aspectos son:

1. El tamaño de la unidad económica comparado con el del mercado.
2. El grado de homogeneidad de las unidades del bien o servicio vendido.
3. El grado en que los participantes se movilizan en el mercado.

4. El grado de independencia con que actúan los participantes.

Estas características son las que se usan para clasificar los mercados reales de una economía de empresa.

### **Competencia Pura o Perfecta**

Dejando de lado los requisitos de la competencia ideal, es posible construir un concepto de competencia mas realistas y de utilidad mas directa, sin pierda valor como instrumento de análisis. La modificación es como sigue:

1. Cada comprador y cada vendedor, por su propia cuenta o actividad, puede ejercer sobre el precio de mercado una influencia tan pequeña que no le conviene ejercerla.
2. Cada unidad del bien o servicio vendido es tan semejante a cualquier otra unidad que los compradores y vendedores reaccionaran a toda diferencia precio, salvo que esta diferencia sea muy pequeña.
3. Suficientes compradores poseen suficiente conocimiento de las posibilidades que se ofrecen en el mercado para que los vendedores no puedan aprovecharse de la ignorancia y viceversa.
4. El numero de compradores con suficiente voluntad y capacidad para cambiar de vendedor es suficiente para mantener estable el comportamiento de los vendedores y viceversa.
5. Cada comprador y vendedor actúan independientemente.

#### **2.7.1 Estructura de Mercado**

Cuando hablamos de estructura de mercados, nos estamos refiriendo a una forma de organización fundamental como esta funcionando la economía dentro del mercado donde se combina y se transfieren los recursos económicos o los

factores de producción. En economía el mercado esta definido de la siguiente manera:

**a) El Mercado como Área**

El mercado como área puede estar referido a todo un país, una región, una localidad, etc, o puede estar referido a un mercado internacional que se realiza entre las naciones del mundo.

**b) El Mercado como Mercancía**

El mercado como mercancía esta referido a la existencia de materias primas, o insumos que existen en determinada regiones de un país. Así por ejemplo: el mercado de la lana de alpaca, esta al sur del Perú, porque es en esta región donde se produce este auquénido, el mercado productor de la leche evaporada esta en el norte (Cajamarca) y el sur (Arequipa) del Perú. Es en estas regiones donde se encuentran ubicadas las fabricas de leche evaporada.

**c) El Mercado como Tiempo**

Esta referido a los periodos de abundancia o escasez de las materias primas, insumos o bienes y servicios, que se dan en determinados periodos de tiempo en todo los países.

**2.7.2 Demanda**

La cantidad demandada de un bien o servicio es la cantidad que los consumidores están dispuestos a comprar en un periodo dado a un precio en particular. "Las demandas son diferentes de los deseos. Los deseos abarcan el ilimitado número de bienes y servicios que la gente quiere tener. La escasez garantiza que muchos de nuestros deseos nunca quedaran satisfechos. La

demanda refleja una decisión sobre los cuales deseos satisfacer. Si usted demanda algo; es que ha planeado comprarlo".<sup>51</sup>

### **2.7.3 Oferta**

La cantidad ofrecida de un bien es la cantidad que los productores están dispuestos a vender en un periodo dado a un precio en particular. "La cantidad ofrecida no es la que a una empresa le gustaría vender, sino la que en definitiva esta dispuesta a vender".<sup>52</sup>

### **2.7.4 Precio**

Si uno o mas precios de insumos bajan, la curva de oferta de oferta se desplazara hacia la derecha; es decir más cantidad será ofrecida a todos y cada uno de los precios. Lo contrario será verdad si uno o más insumos se vuelven más caros.

## **2.8 EL DESEMPEÑO ECONÓMICO**

### **2.8.1 Concepto del Desempeño Económico**

El desempeño económico representa la evidencia empírica del éxito competitivo, por tanto, más que un factor de competitividad, éste puede analizarse como la demostración de sí es o no competitivo y en que medida.<sup>53</sup>

Como factor de competitividad, el desempeño económico empresarial, está estrechamente relacionado con las funciones operativas del negocio.

---

<sup>51</sup> Michael Parkin."Microeconomía". Pág.77

<sup>52</sup> Michael Parkin."Microeconomía". Pág.82

<sup>53</sup> Douglass C. North. "Instituciones, Ideologías y Desempeño Economico"

<http://www.monografias.com/Desempeño Economico/Ideologias-Desempeño Economico.shtml>

## **2.8.2 Características del Desempeño Económico de las Mypes**

### **2.8.2.1 Desempeño en ventas**

Para caracterizar el desempeño en ventas, es posible utilizar indicadores como el nivel de ventas brutas en dos momentos en el tiempo, nivel de ventas en unidades físicas así como en unidades tributarias (UT). Sin embargo es difícil que las empresas brinden información en esta materia, la forma en la que los empresarios se sienten más cómodos a este respecto es informando sobre unidades físicas del producto, por tanto sólo se referirá el desempeño en ventas a este indicador.<sup>54</sup>

### **2.8.2.2 Desempeño del recurso humano**

Sin duda el recurso humano representa, junto con el uso óptimo de la información, la innovación y la tecnología, un elemento de vital importancia en la promoción de las capacidades competitivas de las organizaciones, además el análisis de la productividad de la mano de obra constituye una forma de medir la competitividad en función de las destrezas de los trabajadores.<sup>55</sup>

### **2.8.2.3 Desempeño en el proceso productivo**

El desempeño en el proceso productivo implica el grado de eficiencia en la utilización de los factores empleados por la organización, exceptuando el factor humano, analizado en el punto anterior. Por tanto se analizan variables como: Número de establecimientos en el sector, productos que ofrece (producto líder por empresa), capacidad máxima de planta del comercial, producción real y margen de capacidad ociosa.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> y <sup>55</sup> Douglass C. North. "Instituciones, Ideologías y Desempeño Económico"  
<http://www.monografias.com/Desempeño-Economico/Ideologias-Desempeño-Economico.shtml>

<sup>56</sup> y <sup>57</sup> Douglass C. North. "Instituciones, Ideologías y Desempeño Económico"  
<http://www.monografias.com/Desempeño-Economico/Ideologias-Desempeño-Economico.shtml>

#### **2.8.2.4 Desempeño financiero**

El análisis del desempeño financiero, en el corto y en el largo plazo, se realiza recurriendo al uso de las razones financieras, lo cual permite obtener una visión global de la situación de las empresas. Los índices financieros son una forma útil de recopilar grandes cantidades de datos.<sup>57</sup>

#### **2.8.3 La Compra y Venta**

La cantidad que las empresas planean vender de un bien o servicio particular depende de muchos factores. Entre los más importantes están: El precio del bien, los precios de los bienes relacionados, los precios futuros esperados, el número de oferentes, los precios de los factores de la producción, la tecnología.<sup>58</sup>

Debido a que la teoría de la demanda y la oferta predice los precios y las cantidades compradas y vendidas, se mantiene constante todos los otros factores que influyen sobre la cantidad ofrecida. La cantidad ofrecida de un bien es la cantidad que los productores están dispuestos a vender en un periodo dado. En una situación de equilibrio, el precio es tal, que las fuerzas opuestas se contrabalancean de manera exacta. El precio de equilibrio es aquel en que la cantidad demandada es igual a la cantidad ofrecida.

---

<sup>58</sup> Michael Parkin. "Microeconomía". Pág.83

### **CAPITULO III. LAS MYPES COMERCIALES EN EL DISTRITO DE RUPA RUPA**

#### **3.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO DE LAS MYPES COMERCIALES EN TINGO MARIA**

Los grandes riesgos y las oportunidades vienen de afuera, tanto o más que del interior de la empresa. Convirtiéndose muchas veces en problemas de tal forma, que el entorno de la unidad productiva debe ser estudiada a nivel general y nivel específico de las Mypes Comerciales del Distrito de Rupa Rupa.

##### **A) Nivel Global o General de las Mypes Comerciales en el Distrito de Rupa Rupa ECONÓMICO**

En la década de los setenta (Régimen Militar) se aplica la política de sustitución de importaciones, que resultó ineficaz para promover el crecimiento y condujo al país a un relativo aislamiento. En los ochenta se registró una apertura progresiva (Gobierno de Acción Popular) al mundo exterior con procesos de desregulación. En el último quinquenio del período se inició una economía controlista, estatista y en cierta forma se aisló al país del contexto exterior (Gobierno del APRA). En los noventa con el Gobierno de Fujimori se acentuó la apertura económica con desregulaciones y privatizaciones, insertándonos al mundo económico global. Siguió este camino el Gobierno Transitorio de Paniagua y luego Toledo. La liberalización de la economía hizo que las empresas extranjeras se interesaran por conocer las posibilidades de invertir en el Perú.

En todo este trayecto, desde la década de los setenta el país ha estado sumergido en constantes crisis económicas- financieras: devaluación del tipo de cambio, incremento de las tasas de interés, crecimiento de la deuda pública externa e impagable, déficit de la balanza de pagos, inflación e hiperinflación y luego estabilidad y desempleo crónico.

La crisis acentúa el dualismo; algunas empresas trataron de superar la situación de crisis aprovechando las nuevas posibilidades de la apertura y con base en una administración de sus recursos financieros más eficaz. Otras se contentaron con asumir de manera pasiva la recesión económica, se acercaron más a la informalidad y por tanto al problema de la inseguridad.

## **POLITICO**

Las decisiones políticas a nivel central y regional tiene sus impactos en el desarrollo de las MYPEs en el Distrito de Rupa Rupa. El caso más reciente dentro de la Reforma Tributaria la llamada “bancarización” generó “especulaciones” de efectos negativos para la economía.

El Acuerdo Nacional en busca del “Norte” del país, donde no todos los partidos políticos firmaron y otros se retiraron del acuerdo. Actualmente el acuerdo está “paralizado” por falta de consensos.

La conformación de la Mesa de Lucha Contra la Pobreza, la Comisión de la Verdad, la Ley Marco de Promoción de la Inversión Descentralizada (nacional, regional y local), Plan de Desarrollo Concertado, el Presupuesto Participativo, son mecanismos y espacios donde se busca la participación activa de la sociedad civil y de los empresarios.

## **SOCIO-CULTURAL**

Normalmente los microempresarios participan de una “cultura microempresarial” que les permite reconocerse como parte de una experiencia sociocultural común. Se identifican con un grupo societal diferente: indígenas, mestizos y inmigrantes. Se sienten parte de un grupo al cual le reconocen lealtad con el que se identifican y apoyan en su práctica económica como microempresarios. Esta situación define un potencial de solidaridad tras el cual se crean las posibilidades de articulación de un “*capital social*” que impulsa la acción microempresarial, dotándola de recursos socioculturales imprescindibles para su inserción exitosa en el mercado. Por ejemplo los artesanos proceden en su mayoría de un “nicho” cultural donde tradicionalmente las familias realizan dicha



actividad y que constituye su forma de vida. De hecho la participación de una comunidad en las actividades económicas está en cierta manera vinculada a su cultura, que muchas veces no es propicia para los negocios. Así por ejemplo en Tingo Maria se menciona a los “huancaínos”, los “shilicos”, “cerreños” como eminentemente comerciantes o empresarios, dado que poseen una cultura para desarrollar con éxito actividades económicas. El dicho popular “han nacido” para el negocio cala en este sentido, de ahí que muchos problemas del desarrollo de las empresas tienen que ver con la cultura en que éstas aparecen. Es así que encontramos pueblos, que si bien poseen en abundancia destrezas artesanales, creatividad, habilidades y capacidades de innovación, para los negocios, pero por otra parte carecen de: rapidez y actitud flexible para adaptarse a los cambios del mercado; sentido de la mercadotecnia; las destrezas organizativas para manejar y hacer crecer un negocio; técnica administrativa; disposición para aventuras conjuntas y coinversiones; habilidad para escoger colaboradores y empleados capacitados; disposición para delegar funciones, etcétera. Se considera, por tanto, que la cultura en general como elemento, si no es adverso, es problemático para el avance de una cultura empresarial.

### **3.2 CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES COMERCIALES**

Se entrevistó a 74 Mypes Comerciales (tamaño de la muestra), de los cuales el 78% fueron hombres y el 22% mujeres, esto se debe básicamente por que aquellos que administran el Negocio son hombres en su mayoría quienes están a cargo de estos.

#### **3.2.1 Lugar de Origen del Comerciante**

Los Comerciantes del Distrito de Rupa Rupa en su mayoría proceden del Centro de nuestro país, como también de distintas partes tal como se aprecia en el presente cuadro.

### CUADRO 03. PROCEDENCIA DE LOS COMERCIANTES

LUGARES	N° DE PERSONAS	%
Huancayo	26	35
Cerro de Pasco	18	24.53
Huaraz	11	14.86
La Oroya	8	10.81
Huánuco	5	6.7
La Libertad	3	4
Lima	2	2.7
Tingo María	1	1.4
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia (encuesta octubre-noviembre 2008)

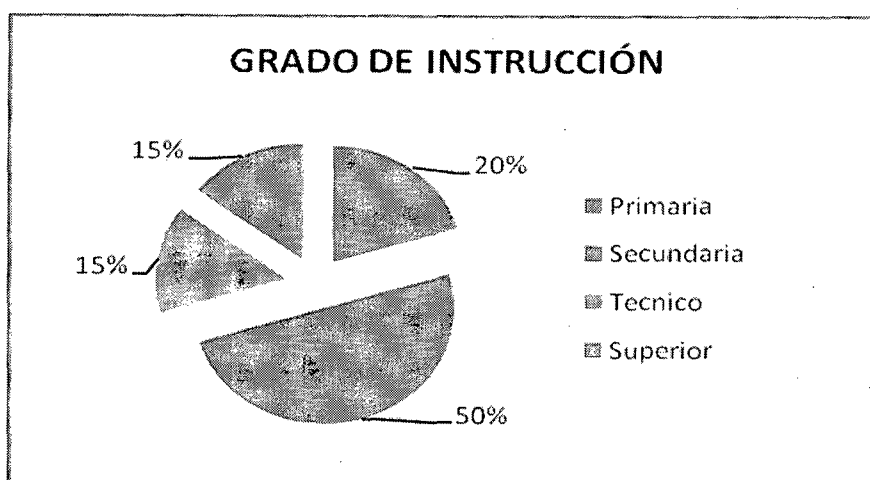
De acuerdo al cuadro el 35% de los Comerciantes son de la ciudad de Huancayo, el 24.53% proceden de la ciudad de Cerro de Pasco, el 14.86% proceden de Huaraz y el 10.81% de la ciudad de la Oroya, en porcentajes menores las demás ciudades. Para una mejor visualización sobre el grado de instrucción se agrupó en cuatro categorías los cuales son: Primaria, Secundaria, Técnico y Superior, los cuales se presentan en el siguiente cuadro.

### CUADRO 04. GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS COMERCIANTES

CATEGORIA	GRADO DE INSTRUCCIÓN	%
Primaria	15	20
Secundaria	37	50
Técnico	11	15
Superior	11	15
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

**GRAFICO 01**



La categoría Primaria se refiere al grado de instrucción percibida por parte del propietario del Negocio ubicada en la ciudad de Tingo María el cual es el 31%, de estos el 50% cuentan con una formación secundaria como se puede apreciar en el cuadro; el 15% de los propietarios son técnicos y el 15% cuentan con una formación superior.

### 3.2.2 Edad de los Propietarios de la Micro y Pequeña Empresa

De acuerdo a los resultados obtenidos, las edades de los propietarios de la micro y pequeña empresa (Mypes) están distribuidas entre los 20 y 86 años, con un rango de 66 años, dividido entre los 6 intervalos obtenidos de la muestra, obtenemos la amplitud de 11 años por intervalo. Estos datos se utilizaron para elaborar el siguiente cuadro:

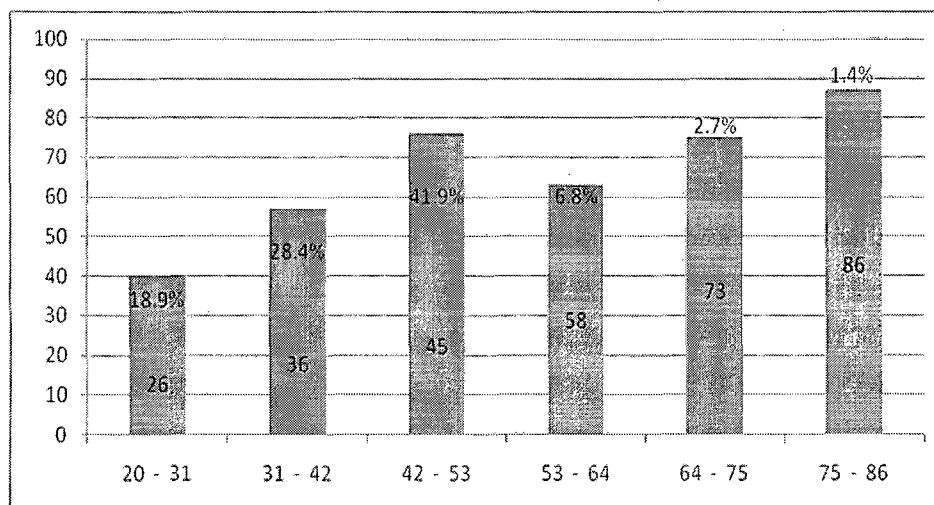
**CUADRO 05: FRECUENCIA DE EDADES DE LOS PROPIETARIOS DE LAS MYPES COMERCIALES**

EDADES	EDAD PROMEDIO	NUMERO DE PERSONAS	%
20 - 31	26	14	18.9
31 - 42	36	21	28.4
42 - 53	45	31	41.9
53 - 64	58	5	6.8
64 - 75	73	2	2.7
75 - 86	86	1	1.4
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

## GRAFICO 02

### EDAD PROMEDIO DE LOS COMERCIANTES



De acuerdo al cuadro las edades promedio con mayor frecuencia dentro de los encuestados es el de 26, 36 y 45 años. Las edades promedio con mayor frecuencia nos indican que del 89% de los encuestados tienen edades que fluctúan entre los 20 y 53 años. Se puede afirmar que la mayoría de los comerciantes es relativamente joven, esto se da por que Tingo María es un foco turístico y comercial, puesto que Instituciones publicas como privadas de institutos, universidades, centros educativos, habitantes u otros, llegan al consumo de algún bien que forma parte de sus decisiones.

### 3.2.3 Funciones del Propietario

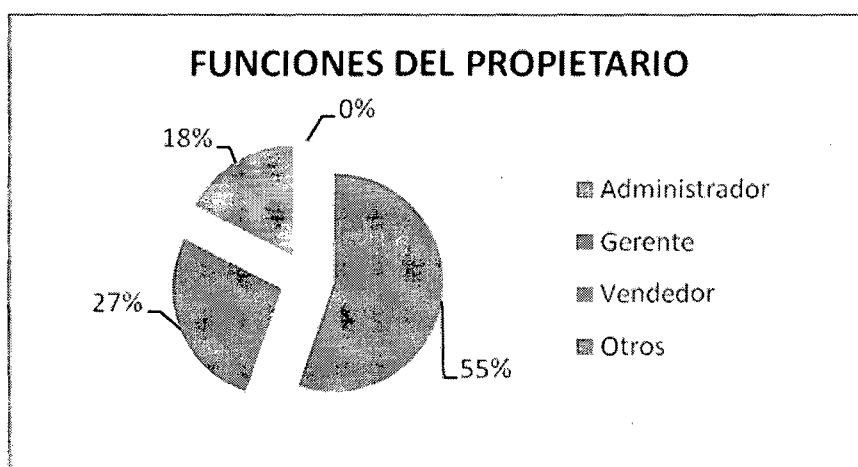
El propietario cumple las funciones, de acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta se obtuvo que el 55% de los propietarios cumplen la función de administrador, el 27 % de los propietarios la función de Gerente, el 18% de los propietarios la función de vendedor.

**CUADRO 06: FUNCIONES QUE CUMPLEN LOS PROPIETARIOS EN LAS MYPES COMERCIALES**

CATEGORIA	FUNCIONES DEL PROPIETARIO	%
Administrador	41	55
Gerente	20	27
Vendedor	13	18
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

**GRAFICO 03**



**3.2.4 Condición del Local**

Los comerciantes encuestados en mayor proporción tienen Local Propio, es decir el 53% del total seguida del 46% que cuentan con Local Alquilado.

**CUADRO 07: CONDICION DEL LOCAL DE LAS MYPES COMERCIALES**

CATEGORIA	CONDICION DEL LOCAL	%
Propia	39	53
Alquilada	34	46
Hipotecada	1	1
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

Cabe indicar que el 1% de los comerciantes, cuenta con local hipotecado para la realización de sus actividades.

### 3.2.5 Cuenta con Otras Actividades

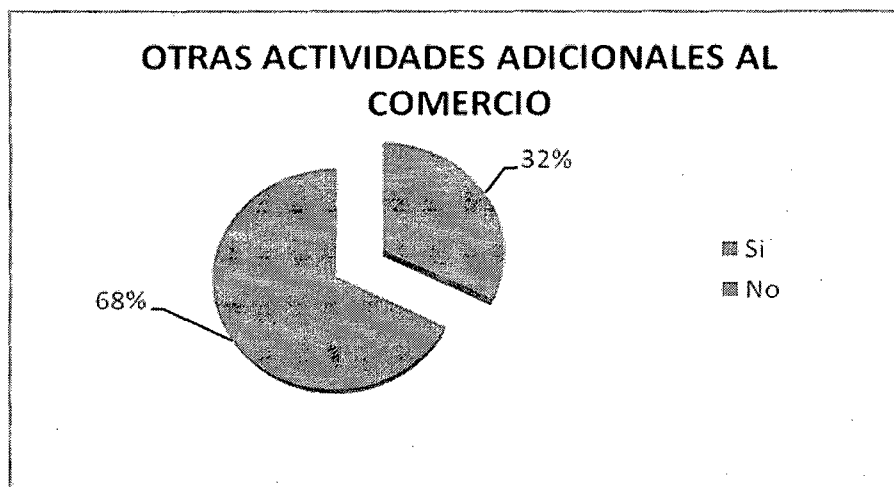
En el presente cuadro damos a conocer el porcentaje de empresarios que realizan otras actividades muy separadamente de las Mypes comerciales como son los docentes, personal administrativo, autoridades, funcionarios, etc.

**CUADRO 08: PORCENTAJE DE PARTICIPACION EN OTRAS ACTIVIDADES, ADICIONALES AL COMERCIO**

CATEGORIA	OTRAS ACTIVIDADES	%
Si	24	32
No	50	68
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

**GRAFICO 04**



De los cuales apreciamos que el 32% de los propietarios cuentan con otras actividades y el 68 por ciento no realiza otra actividad aparte del comercio.

### 3.2.6 Creación del Negocio

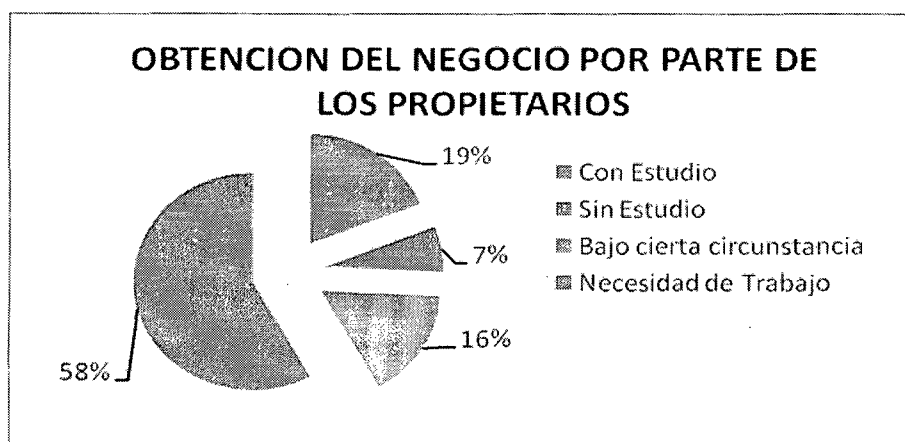
Se consideró como punto de partida la ciudad de Tingo María, en la cual los comerciantes obtuvieron su negocio, como se especifica en el presente cuadro.

### CUADRO 09: OBTENCION DEL NEGOCIO

OBTUVO SU NEGOCIO	Nº DE COMERCIANTES	%
Con Estudio	14	19
Sin Estudio	5	7
Bajo cierta circunstancia	12	16
Necesidad de Trabajo	43	58
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

### GRAFICO 05



El 58% de los propietarios creó su negocio por necesidad de trabajo, seguida por el 19% que se valió bajo una Formación Profesional, el 16% creó su negocio bajo cierta circunstancia y el 7% sin estudio.

#### 3.2.7 Enunciación de una Visión

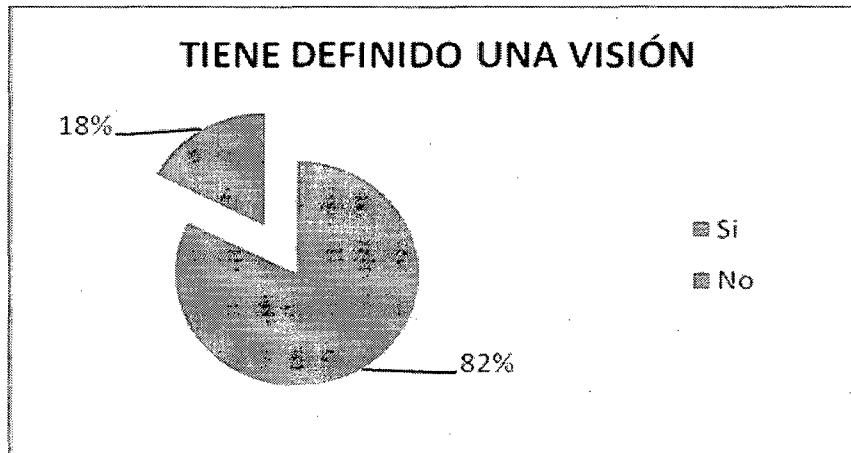
En el siguiente cuadro damos a conocer, la consulta realizada a los propietarios del Negocio respecto a si tiene definido una Visión para su empresa, en dos categorías Si o No.

### CUADRO 10: NUMERO DE MYPES QUE ASPIRAN UNA VISION PARA SU EMPRESA

CATEGORIA	TIENE DEFINIDO UNA VISION	%
Si	61	82
No	13	18
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

GRAFICO 06



De acuerdo al grafico, el 82% de los propietarios tienen definido una visión de lo que quieren ser en el futuro en la cual aspiran ser la Micro y pequeñas empresas líderes, organizadas en alianzas estratégicas y altamente capacitadas ofrecen productos y servicios competitivos y de calidad, y de que han de lograr alta productividad y crecimiento sostenido en la Región, en la que aprovechan racionalmente los recursos naturales preservando la biodiversidad y se articulan productiva y comercialmente al mercado nacional e internacional, mientras el 18% no tiene una visión para su empresa.

### 3.2.8 Enunciación de una Misión

De la misma forma damos a conocer la encuesta realizada a los propietarios del negocio respecto a si tiene o no definido una Misión para su empresa.

**CUADRO 11: NUMERO DE MYPES QUE ASPIRAN UNA MISIÓN PARA SU EMPRESA**

CATEGORIA	TIENE DEFINIDO UNA MISION	%
Si	54	73
No	20	27
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.



**GRAFICO 07**



De acuerdo al grafico el 73% de los propietarios tienen definido una Misión de cómo lograrlo, como la consolidación de un escenario socioeconómico adecuado para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPEs, y promover servicios empresariales integrados para mejorar la productividad comercial de productos y servicios para el mercado regional, nacional e internacional mediante:

- Desarrollo y asociatividad empresarial
- Productividad e integración de cadenas productivas, ejes y corredores económicos.
- Flexibilidad productiva y de organización.

### **3.2.9 Enunciación de Objetivos**

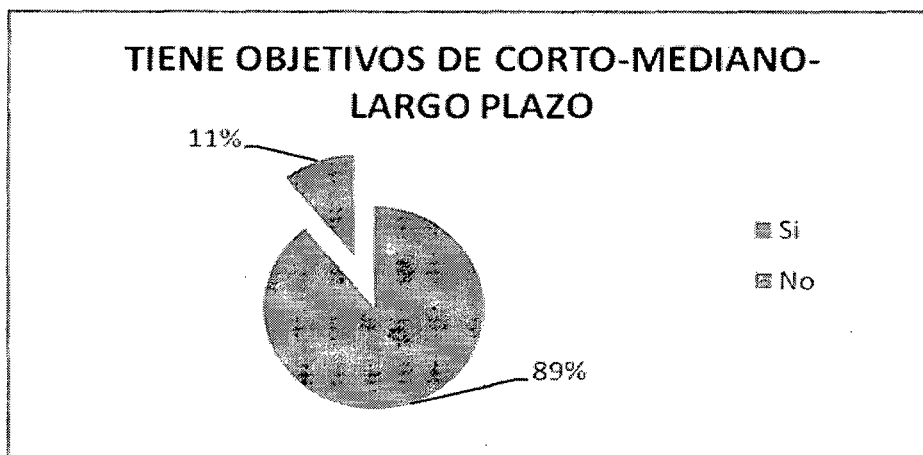
Para el siguiente cuadro también se considero respecto a si tiene o no definido Objetivos y metas establecidas de corto, mediano y largo plazo.

**CUADRO 12: NUMERO DE MYPES QUE ASPIRAN OBJETIVOS Y METAS PARA SU EMPRESA**

CATEGORIA	TIENE OBJETIVOS Y METAS	%
Si	66	89
No	8	11
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

GRAFICO 08



El 89% de los propietarios tiene definido objetivos y metas de corto, mediano y largo plazo tales como estratégicos para el desarrollo de sus capacidades técnicas y empresariales de sus integrantes, la consolidación de programas conjuntos de gestión, fortaleciendo la cadena de proveedores, con estrategias competitivas y productos estándares de calidad para el mercado consumidor, Identificación de mercado meta por productos, especialmente nichos de mercado y mercado segmentado para promover la oferta comerciable y potencial comercial regional.

### 3.3 TIPO DE ORGANIZACIÓN DE MERCADO

#### 3.3.1 Formas de Organización

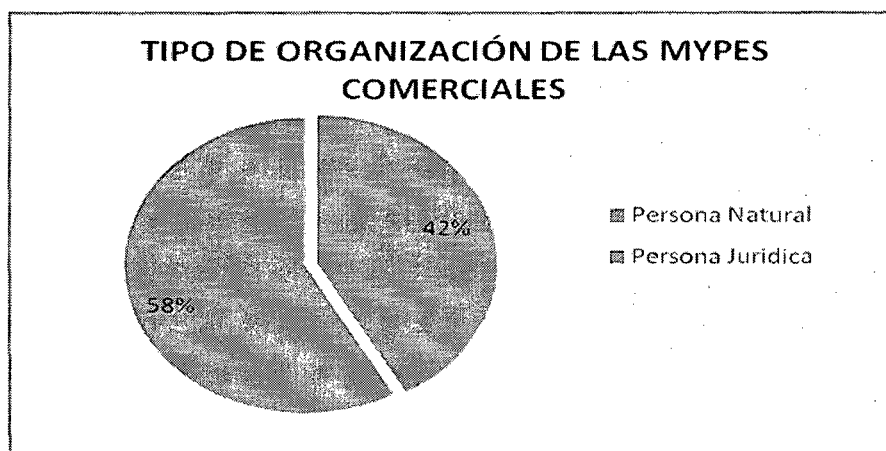
Las formas de organización de las Mypes comerciales en el distrito de Rupa Rupa están expresadas en dos categorías persona natural y persona jurídica.

**CUADRO 13: CANTIDAD PORCENTUAL DEL TIPO DE ORGANIZACIÓN DE LAS MYPES COMERCIALES**

CATEGORIA	NUMERO DE MYPES COMERCIALES	%
Persona Natural	31	42
Persona Juridica	43	58
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

**GRAFICO 09**



Podemos apreciar que el 58 por ciento está organizado como persona jurídica y el 42% como persona natural o empresa unipersonal, negocio individual en el cual el propietario desarrolla toda la actividad empresarial, aportando capital, trabajo, esfuerzo directriz y cuya responsabilidad es ilimitada (empresa a título personal). Mientras que la persona jurídica es una persona que requiere una forma legal de constitución, puede ser formada por personas naturales o jurídicas la cual no tiene existencia física como la persona natural y son representadas por una o más personas naturales.

### 3.3.2 Tipo de Empresa

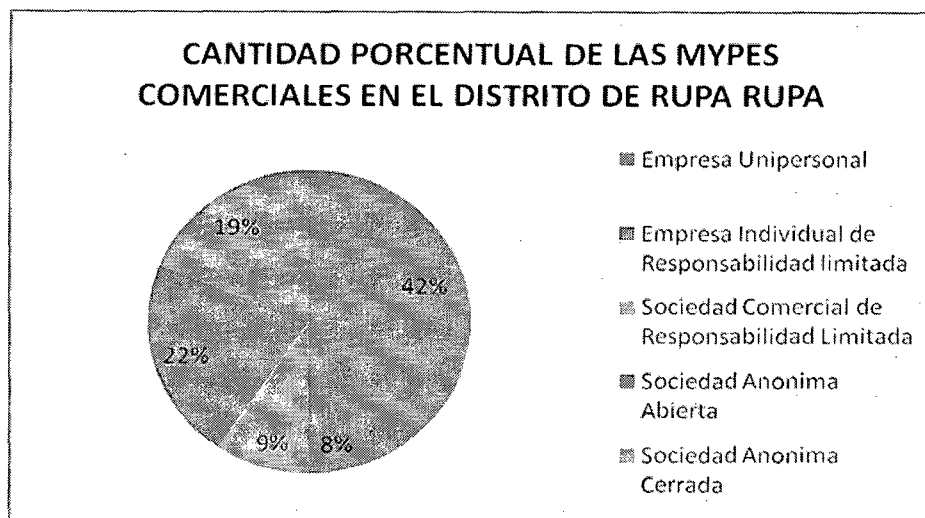
La micro y pequeña empresa comercial del distrito de Rupa Rupa, está constituida como empresa como se aprecia en el presente cuadro de acuerdo a las categorías que se mencionan.

**CUADRO 14: CANTIDAD PORCENTUAL DEL TIPO DE EMPRESA CONSTITUIDA EN EL DISTRITO DE RUPA RUPA**

CATEGORIA	NUMERO DE MYPES COMERCIALES	%
Empresa Unipersonal	31	42
Empresa Individual de Responsabilidad limitada	6	8
Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada	7	9
Sociedad Anonima Abierta	16	22
Sociedad Anonima Cerrada	14	19
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

**GRAFICO 10**



Podemos decir que el 42% esta constituido como empresa unipersonal, seguida del 22% como sociedad anónima abierta y del 19 por ciento como sociedad anónima cerrada; las demás en menores cantidades del 8% y 9% para la empresa de responsabilidad limitada y sociedad comercial de responsabilidad limitada.

### **3.4 RESPONSABILIDAD**

#### **3.4.1 Periodo de Funcionamiento**

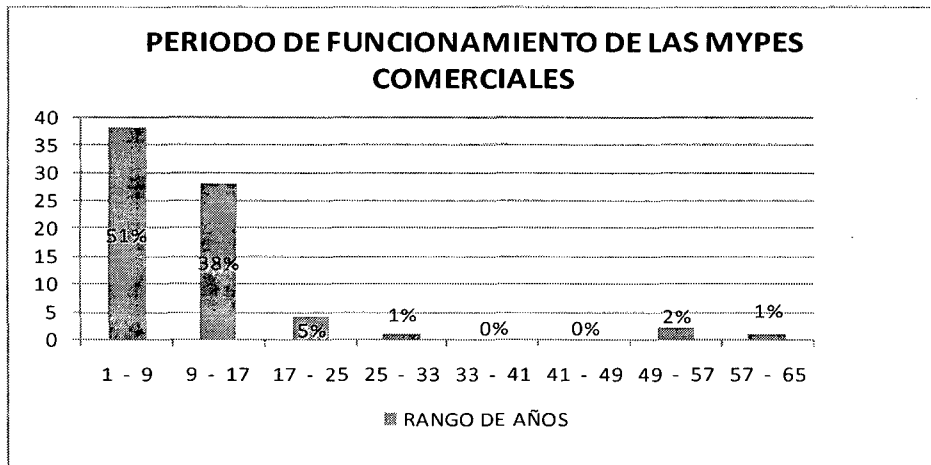
Respecto al periodo de funcionamiento de las mypes comerciales, podemos observar que el 51 por ciento de las 38 mypes comerciales son empresas recientemente joven, seguida por el 38% de las 24 mypes comerciales que tiene una antigüedad de 9 a 17 años, el 5% supera los 17 a 25 años, el 3% supera a las demás de 49 a 57 años, y por ultimo contamos con el 1% que tiene un periodo de funcionamiento de 57 a 65 años.

**CUADRO 15: FRECUENCIA DEL PERIODO DE FUNCIONAMIENTO DE LAS MYPES COMERCIALES**

AÑOS		NUMERO DE MYPES COMERCIALES	%
1	9	38	51
9	17	28	38
17	25	4	5
25	33	1	1
33	41	0	0
41	49	0	0
49	57	2	3
57	65	1	1
<b>Total</b>		<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

**GRAFICO 11**



**3.4.2 Régimen Tributario de las Actuales Mypes Comerciales**

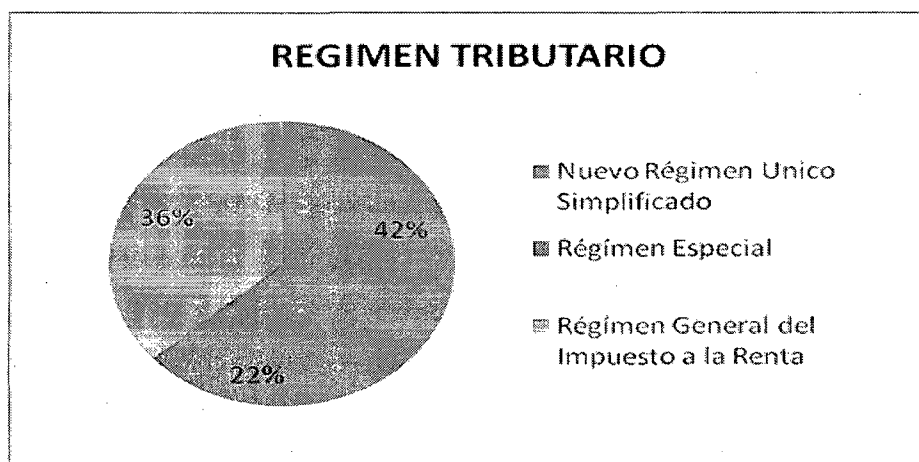
El Régimen tributario identifica al contribuyente ante la SUNAT; siendo de uso obligatorio para cualquier gestión que se realice ante la Administración Tributaria. Deben inscribirse en el RUC las personas naturales y jurídicas o entidades que se encuentren obligadas como contribuyentes o responsables al pago de tributos, para luego determinar el régimen que nos corresponde y finalmente decidir la forma de pago. Son entonces, tres decisiones sucesivas que se toman en cuenta respecto a la responsabilidad de la Mypes comerciales con el gobierno central, las cuales se dan a conocer en el cuadro siguiente con concordancia a las Mypes comerciales en estudio del distrito de Rupa Rupa.

## CUADRO 16: RÉGIMEN TRIBUTARIO DE LAS MYPES COMERCIALES

RÉGIMENES TRIBUTARIO	CONTRIBUYENTES	%
Nuevo Régimen Unico Simplificado	31	42
Régimen Especial	16	22
Régimen General del Impuesto a la Renta	27	36
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

### GRAFICO 12



El 42% de los comerciales se encuentra en el nuevo régimen único simplificado, que intenta simplificar el pago del impuesto general a las ventas y el impuesto a la renta de negocios o actividades económicas relativamente pequeñas. El régimen único simplificado, más conocido como RUS, es un régimen opcional. Luego el 22% se encuentra en el régimen especial los sujetos comprendidos son personas naturales y personas jurídicas que realizan actividades de extracción, manufactura y comercialización de bienes (quedan excluidas las de servicios), y por último el 36% se encuentra acogida al régimen general del impuesto a la renta, esto se debe que al inicio de sus actividades, que si durante seis meses consecutivos, los ingresos mensuales superaron los 18,000 nuevos soles, obligatoriamente deben cambiarse al régimen general del impuesto a la renta.

### 3.4.3 Pago Promedio Por Concepto de Tributo

En el cuadro observamos que el 61 por ciento de las empresas comerciales, realizan el pago por concepto de tributo en el rango de 11 a 120 nuevos soles, el 18 por ciento tiene un pago de 120 a 229 nuevos soles mensuales, seguida del 11% realiza el pago por concepto de tributo en el rango 229 a 338 nuevos soles y las demás en menores cantidades.

**CUADRO 17: PORCENTAJE DE CONTRIBUCIÓN PROMEDIO DE PAGO  
POR CONCEPTO DE TRIBUTO**

TRIBUTOS PROMEDIO		NUMERO DE MYPES COMERCIALES	%
11	120	45	61
120	229	13	18
229	338	8	11
338	447	2	3
447	556	3	4
556	665	1	1
665	774	2	3
<b>Total</b>		<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

### 3.5 GENERACIÓN DE EMPLEO

Para el presente cuadro damos a conocer el porcentaje de trabajadores con los que cuenta las empresas comerciales, podemos decir que el 28% de las Mypes comerciales cuentan con un rango de 1 a 2 empleados, seguida del 24% en un rango de 4 a 5 empleados, el 22% en un rango de 2 a 3 empleados, el 16% en un rango de 3 a 4 empleados y las demás en menores cantidades como se aprecia en el cuadro de abajo.

**CUADRO 18: CANTIDAD PORCENTUAL DEL NÚMERO DE EMPLEADOS  
DE LAS MYPES COMERCIALES**

EMPLEADOS		NUMERO DE MYPES COMERCIALES	%
1	2	21	28
2	3	16	22
3	4	12	16
4	5	18	24
5	6	4	5
6	7	2	3
7	8	1	1
<b>Total</b>		<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

Los propietarios de las tiendas comerciales, manifiestan haber generado empleo debido al incremento de la inversión y en el consumo de parte de los demandantes.

### 3.6 COMPRA VENTA DE LAS MYPES COMERCIALES

#### 3.6.1 Tipo de Producto

El tipo de producto que venden las tiendas comerciales, están expresadas en términos porcentuales como se puede ver en el cuadro siguiente.

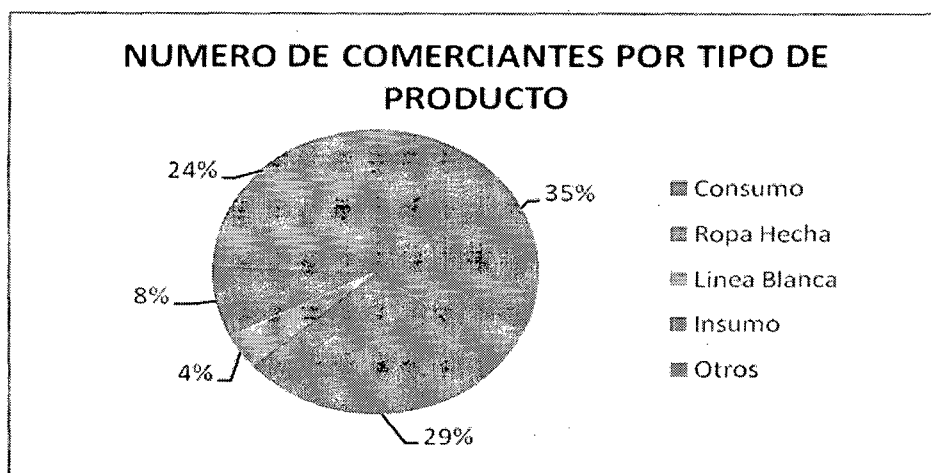
**CUADRO 19: PORCENTAJE DE PARTICIPACION DEL TIPO DE  
PRODUCTO PARA LA VENTA DE LAS MYPES COMERCIALES**

TIPO DE PRODUCTO	Numero de Comerciantes	%
Consumo	26	35
Ropa Hecha	21	28
Linea Blanca	3	4
Insumo	6	8
Otros	18	24
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.



**GRAFICO 13**



El 35 por ciento venden productos de consumo, luego el 28 por ciento venden ropa hecha, el 8 por ciento venden insumo, el 4% vende línea blanca y un 24% venden otros tipos de productos.

### **3.6.2 Origen de los Bienes para la Venta**

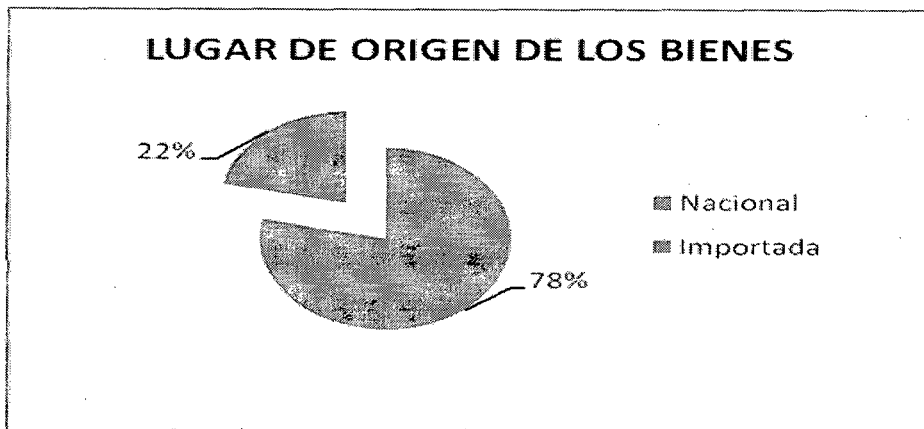
El origen de los bienes para la venta, están expresadas en dos categorías Nacional o Importada.

**CUADRO 20: PORCENTAJE DE PARTICIPACION DEL ORIGEN DE LOS BIENES, PARA LA VENTA**

<b>ORIGEN DE LOS BIENES</b>	<b>Numero de Comerciantes</b>	<b>%</b>
Nacional	58	78
Importada	16	22
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

GRAFICO 14



El 78 por ciento de los bienes para la venta son de origen nacional, mientras que el 22 por ciento son bienes importados para la venta.

### 3.6.3 Lugar de Compra de los Bienes

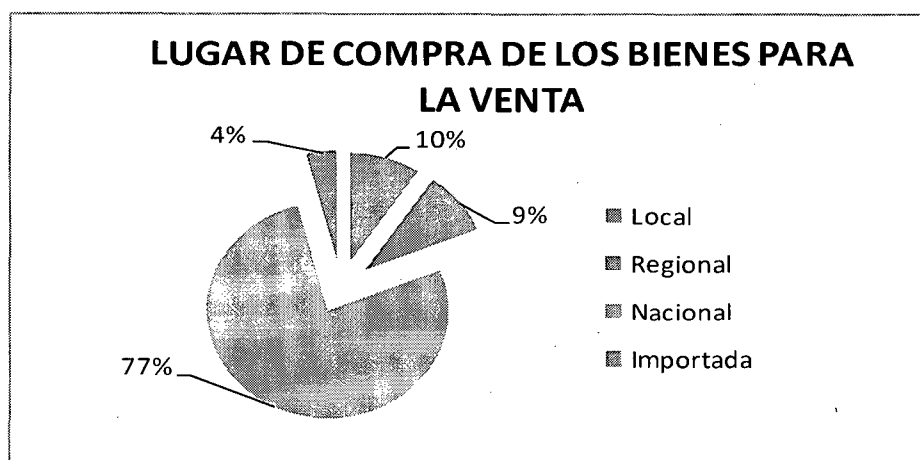
El 77% realiza sus compras para la venta en el mercado nacional, el 9% en el mercado local, el 9% en el mercado regional, y por ultimo el 7% del mercado exterior de nuestro país a través de las importaciones de bienes.

CUADRO 21: PORCENTAJE DE PARTICIPACION EN LA COMPRA DE BIENES

COMPRA DE LOS BIENES	Numero de Comerciantes	%
Local	7	9
Regional	7	9
Nacional	57	77
Importada	3	4
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

GRAFICO 15



### 3.6.4 Incremento de las Ventas

Para el presente cuadro se da conocer la pregunta realizada a los comerciantes, en cuanto a la compra venta del año 2006 al 2007 se incrementaron respecto al año anterior.

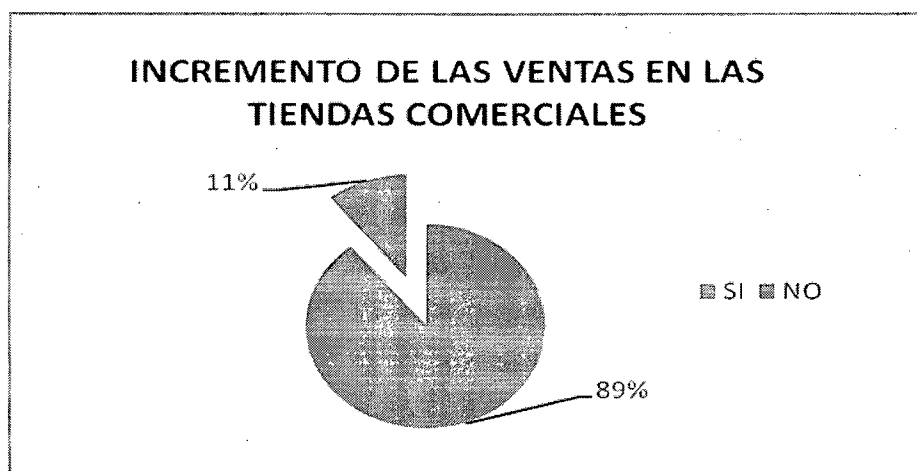
**CUADRO 22: PORCENTAJE DE PARTICIPACION DEL INCREMENTO DE LAS VENTAS**

CATEGORIA	Numero de Comerciantes	%
SI	66	89
NO	8	11
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

Podemos apreciar que el 89% si manifiesta que se incrementaron su compra venta, mientras que el 11% manifiesta que no hubo incremento alguno en la compra venta de sus productos para su comercio.

GRAFICO 16



### 3.6.5 Lugar de Venta

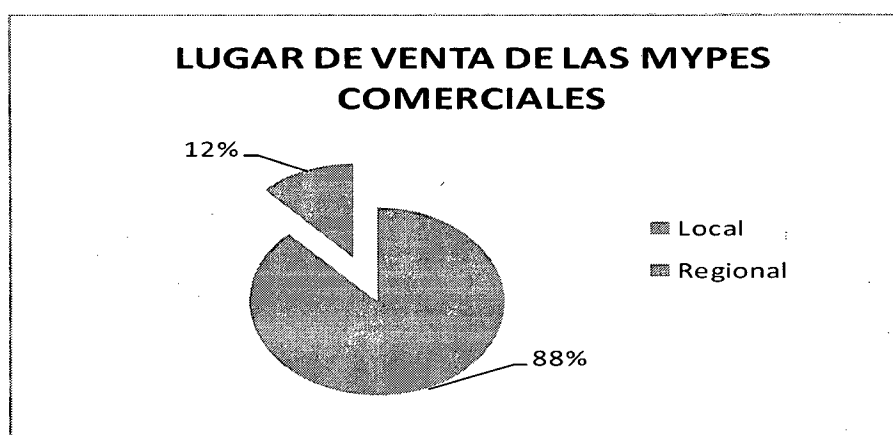
El 88% de las mypes comerciales destina sus ventas al mercado local, mientras que el 12% lo destina al mercado regional como aucayacu, Huánuco, aguaytia.

CUADRO 23: PORCENTAJE DE PARTICIPACION DEL LUGAR DE VENTA

VENTA DE LOS PRODUCTOS	Numero de Comerciantes	%
Local	65	88
Regional	9	12
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

GRAFICO 17



### **3.7 FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES COMERCIALES**

#### **3.7.1 Entidades Financieras en Tingo María**

En Tingo María existen pocas y diferenciadas entidades financieras que otorgan crédito a las empresas y organizaciones públicas y privadas en general. Se dice que son diferenciadas porque tienen diversos niveles de garantías y diferentes tasas de interés. Estas entidades son las siguientes:

- Banco Continental.
- Banco de Crédito.
- Banco de la Nación.
- Credy Escosha.
- Banco de Materiales.
- CMAC Piura.
- CMAC Arequipa.
- CMAC Huancayo.
- CMAC Maynas.
- CMAC Santa.
- COOP San Francisco.
- COOP Tocache.
- ONGS Caritas.
- ONGS Prisma.

Estas instituciones crediticias se especializan en atender ciertos segmentos de la actividad económica, para financiar actividades de corto, mediano y largo plazo. Las entidades que financian actividades de corto plazo son instituciones microfinancieras, como el Banco del Trabajo, Cajas Municipales, Cooperativas de Crédito que concentran su cartera en el crédito a pequeñas y microempresas y, en el crédito de consumo.

El Banco de Materiales otorga créditos en materiales para la construcción de viviendas a bajas tasas de interés y mediano plazo. El Banco de la Nación solo realiza préstamos a los trabajadores del sector público. El Banco de Crédito y el Continental financian actividades de mediano y largo plazo a tasas de interés

de mercado y plazo determinados, así como también concentran su cartera en el crédito comercial y el hipotecario; es decir, proveen de liquidez a las empresas a través de sobregiros bancarios y préstamos, a través del leasing financiero.

### 3.7.2 Utilización de Préstamos

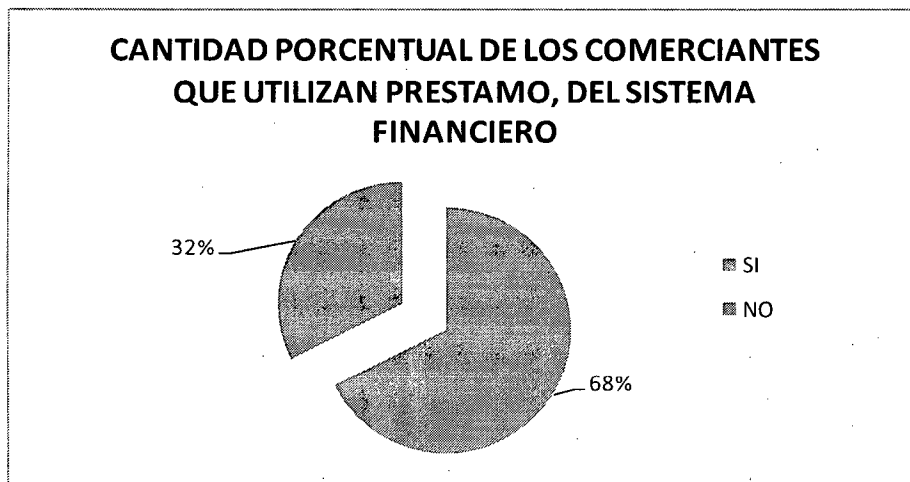
Para el siguiente cuadro damos a conocer la pregunta realizada a los propietarios de las empresas comerciales en cuanto a la utilización de préstamos para financiar su actividad de su empresa.

**CUADRO 24: CANTIDAD PORCENTUAL EN LA UTILIZACION DE PRÉSTAMOS, EN EL SISTEMA FINANCIERO**

UTILIZA PRÉSTAMO	Numero de Comerciantes	%
SI	50	68
NO	24	32
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

**GRAFICO 18**



Las empresas pueden financiar sus actividades de dos maneras. La primera es con el autofinanciamiento; es decir, utilizando fondos propios o provenientes de

los aportes de los propietarios y socios, y las utilidades retenidas; y la segunda es mediante el sistema financiero.

Para la segunda modalidad, la empresa puede emitir dos tipos de instrumentos financieros que son acciones o deuda. Emitir acciones significa atraer nuevos copropietarios, generalmente minoritarios, dispuestos a compartir riesgos con los accionistas originales en calidad de acreedores residuales. Emitir deuda implica atraer inversionistas mucho menos propensos al riesgo, que aportan recursos a cambio de un flujo seguros de pago. Esto es lo que ocurre en el caso de un préstamo bancario o de una emisión de bonos.

Las empresas de comerciales por lo general recurren al préstamo bancario para financiar sus inversiones (inversiones de corto, mediano plazo). Los propietarios aportan capital a la empresa a través de propiedades o activos que acrediten para financiar sus actividades en el corto plazo y mediano plazo, recurriendo a sobregiros bancarios.

El 68% de las empresas han solicitado un préstamo, y el 32% no han utilizado préstamo de esto muy pocos lo obtuvieron, porque no califican para obtener un préstamo de mediano plazo en el sistema financiero.

### **3.7.3 Tipo de Banca Utilizada**

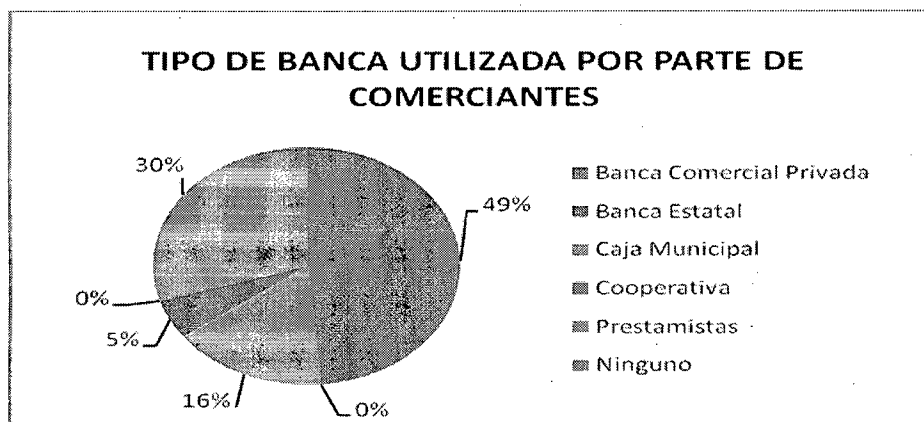
Las mypes comerciales que han solicitado préstamo, manifestaron atreves de la encuesta realizada el tipo de banca que utiliza para su financiamiento en el cuadro siguiente se da conocer las entidades financieras.

## **CUADRO 25: TIPO DE BANCA UTILIZADA PARA SU FINANCIAMIENTO, POR PARTE DE LOS COMERCIANTES**

TIPO DE BANCA UTILIZADA	Numero de Comerciantes	%
Banca Comercial Privada	36	48.65
Banca Estatal	0	0.00
Caja Municipal	12	16.22
Cooperativa	4	5.41
Prestamistas	0	0.00
Ninguno	22	29.73
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

**GRAFICO 19**



El 48.65% de las empresas comerciales utiliza la Banca Comercial Privada para su financiamiento, seguida del 16.22% utiliza las Cajas Municipales, luego el 5.41% utiliza las cooperativas y por ultimo el 29.73% no utiliza ningunas de las entidades mencionadas.

#### **3.7.4 Tasas de Interés**

Las tasas de interés promedio por tipo de crédito se muestran en el cuadro 26. En este cuadro podemos apreciar que el crédito micro empresarial es el más costoso y el crédito comercial el más barato.

**CUADRO 26. TASA DE INTERÉS PROMEDIO POR TIPO DE CRÉDITO (En Términos %)**



TIPO DE CRÉDITO	TASA ACTIVA (1)	
	M.N.	M.E.
Microempresa	47,19	29,86
Consumo	40,9	23,03
Hipotecario	12,45	10,12
Comerciales	8,42	7,65

(1) Al 12/11/2,008  
Fuente: SBS - 2,008

Las tasas de interés activas siguen siendo altas, en términos reales, superando largamente el nivel de tasas internacionales (Libor y Prime Rate, que son tasas de interés preferenciales que se cobra en las operaciones de crédito en los mercados financieros de Nueva York).

#### CUADRO 27. TASAS DE INTERÉS ACTIVA, NOMINAL Y REAL EN MONEDA NACIONAL Y MONEDA EXTRANJERA

AÑOS	Promedio activa		Promedio activa		LIBOR	PRIME RATE
	(TAMN)		(TAMEX)			
	Nominal	Real 1/	Nominal	Real 2/		
1998	37.1	29.3	16.8	27.2	5,586	8,359
1999	32.0	27.3	14.8	22.7	5,412	7,993
2000	26.5	22.0	12.6	9.8	6,531	9,233
2001	23.0	23.2	10.2	7.7	3,778	6,922
2002	20.7	18.9	10.2	11.0	1,791	4,676
2003	22.3	19.3	9.3	5.4	1,216	4,122
2004	25.4	21.1	9.2	-0.3	1.102	4,012
2005	23.6	21.8	10.4	13.5	874	3,612
2006	23.1	21.7	10.8	9.6	693	3,253
2007	22.3	17.7	10.5	6.3	550	2,929

(1) 'Se descuenta la tasa de inflación últimos doce meses a la tasa de interés nominal.

(2) 'Se ajusta la tasa de interés nominal por la variación del tipo de cambio últimos doce meses y se descuenta por la tasa de inflación últimos doce meses.

Fuente: Superintendencia de Banca y Seguros y BCRP.

Para nuestro provincia la tasa efectiva mensual para créditos comerciales de acuerdo a la muestra en estudio es en promedio 2.64% y la tasa de interés

mensual en promedio es de 506.32 nuevos soles, mientras que la cuota fija mensual es de 1596.72 nuevos soles. Ver anexo 02, cuadro 39.

### 3.8 VENTAS

#### 3.8.1 Contactos Comerciales

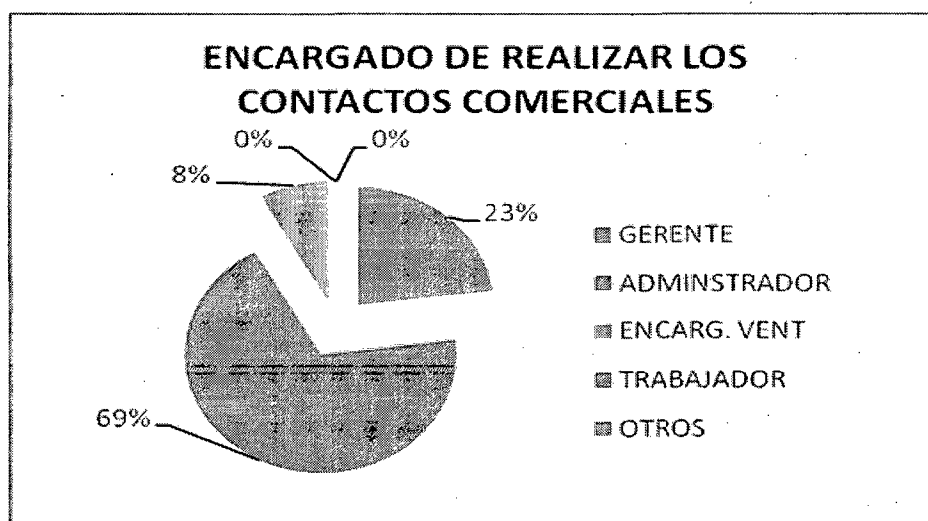
El encargado de realizar los contactos comerciales, se dan conocer en el cuadro siguiente expresadas en términos porcentuales, cabe recalcar que algunas tiendas comerciales lo administra el mismo propietario del negocio, algunas veces encargados a sus trabajadores de confianza mientras que el propietario compra mercadería en su ausencia.

**CUADRO 28. ENCARGADO DE REALIZAR LOS CONTACTOS COMERCIALES**

	Numero de Comerciantes	%
GERENTE	17	23
ADMINSTRADOR	51	69
ENCARG. VENT	6	8
TRABAJADOR	0	0
OTROS	0	0
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

**GRAFICO 20**



Podemos decir que el 23% lo realiza el gerente, seguida del 69% lo realiza el administrador y el 8% lo realiza el encargado de ventas.

### 3.8.2 Plan de Ventas

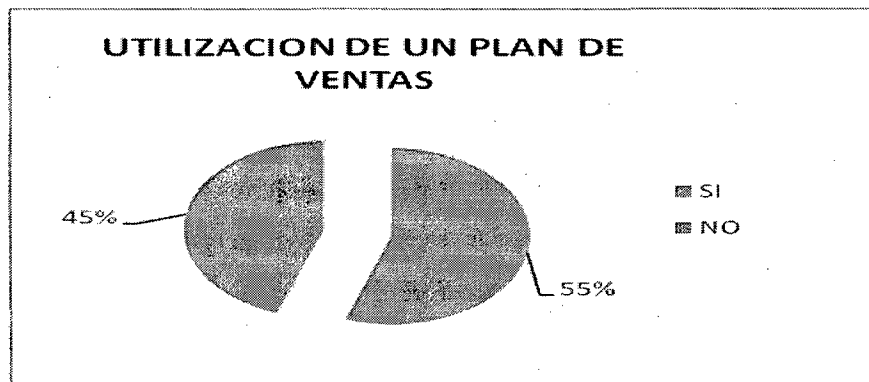
En la encuesta realizada se realizo la pregunta respecto a que si la empresa utiliza un plan de ventas para sus actividades diarias.

**CUADRO 29. CANTIDAD PORCENTUAL EN LA UTILIZACION DE UN PLAN DE VENTAS**

	Numero de Comerciantes	%
SI	41	55
NO	33	45
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

**GRAFICO 21**



El 55 por ciento utiliza un plan de ventas y mientras que el 45% no utiliza un plan de venta.

### 3.8.3 Venta de Bienes

Los comerciantes manifestaron realizar generalmente las ventas de sus productos en tres categorías que a continuación presentamos.

### CUADRO 30. VENTA DE PRODUCTOS

	Numero de Comerciantes	%
AL MAYORISTA.	4	5
AL MINORISTA.	13	18
AL PUBLICO CONSUMIDOR.	57	77
AL MAYORIST. Y MINORIT	3	4
AL MINORIT. Y CONSUM	7	9
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

FUENTE: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

El 77% destina sus ventas al publico consumidor, luego el 18% al minorista, seguida en un 9% al minorista y publico consumidor y las demás en menores cantidades.

#### 3.8.4 Medios de Publicidad

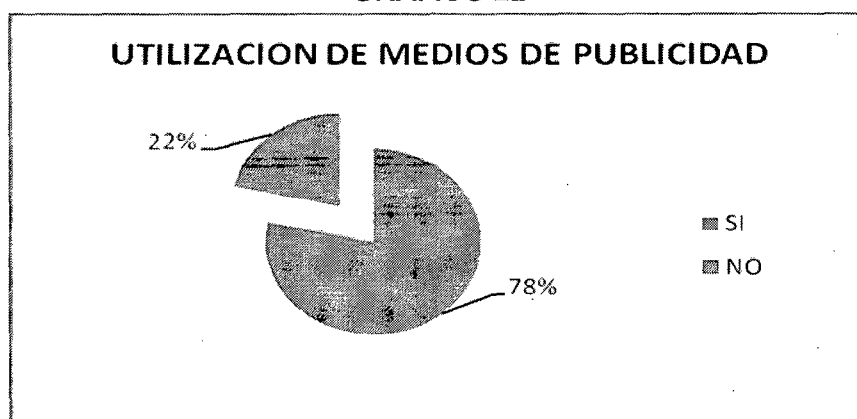
Los consumidores manifestaron utilizar un medio de publicidad en un 78%, mientras el 22 por ciento no utiliza medios de publicidad.

### CUADRO 31. CANTIDAD PORCENTUAL EN LA UTILIZACION DE MEDIOS PUBLICIDAD

	Numero de Comerciantes	%
SI	58	78
NO	16	22
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

#### GRAFICO 22



### 3.8.5 Tipos de Medios de Publicidad

A continuación presentamos los medios de publicidad que se utiliza en el cuadro de abajo.

**CUADRO 32. CANTIDAD PORCENTUAL EN LA UTILIZACION DE LOS MEDIOS DE PUBLICIDAD**

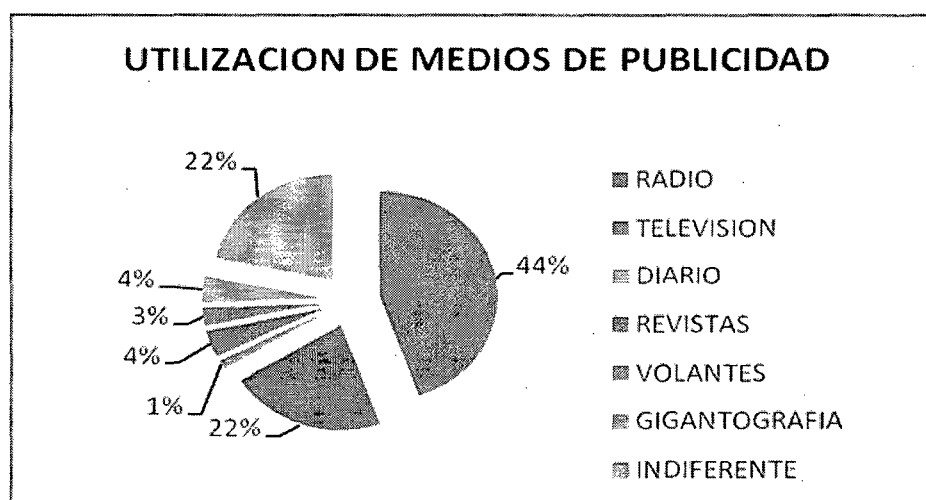
	Numero de Comerciantes	%
RADIO	33	44.6
TELEVISION	16	21.6
DIARIO	1	1.4
REVISTAS	3	4.1
VOLANTES	2	2.7
GIGANTOGRAFIA	3	4.1
INDIFERENTE	16	21.6
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

El 44.6% utiliza como medio de publicidad la radio, 21.6% la televisión, seguida de las revistas como la gigantografía en un 4.1% en cantidades iguales, el 2.7% los volantes.

Cabe destacar que el 21.6 por ciento no utiliza ningún medio de publicidad.

**GRAFICO 23**



### 3.9 AHORRO POR PARTE DEL PROPIETARIO

#### 3.9.1 Realiza Algún Tipo de Ahorro

Los propietarios de las tiendas comerciales manifestaron que realizan ahorros en algunas de las entidades financieras.

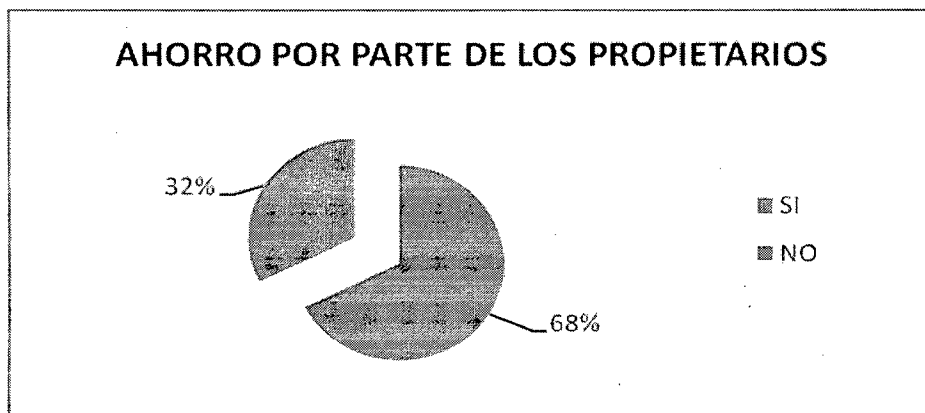
**CUADRO 33. AHORRO POR PARTE DEL PROPIETARIO DE LAS MYPES COMERCIALES**

	Numero de Comerciantes	%
SI	50	67.6
NO	24	32.4
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

Podemos apreciar que el 67.6% manifiesta que si realiza algún tipo de ahorro, y un 32.4% no realiza algún tipo de ahorro.

**GRAFICO 24**



#### 3.9.2 Tipos de Entidad Financiera

En el siguiente cuadro damos a conocer los tipos de entidades financieras que utilizan las mypes comerciales en el distrito de rupa rupa.

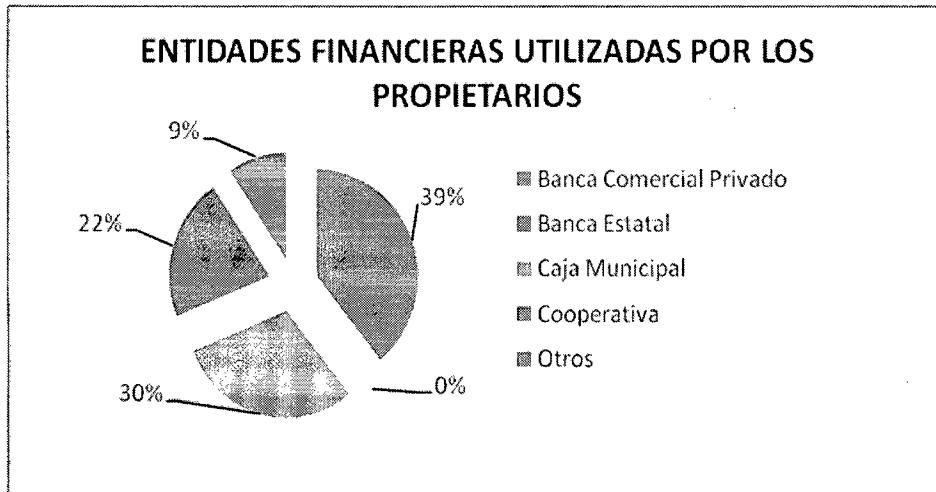
**CUADRO 34. TIPOS DE ENTIDADES FINANCIERAS QUE UTILIZA LOS PROPIETARIO DE LAS MYPES COMERCIALES**

	Numero de Comerciantes	%
Banca Comercial Privado	29	39.2
Banca Estatal	0	0.0
Caja Municipal	22	29.7
Cooperativa	16	21.6
Otros	7	9.5
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a las Mypes comerciales.

El 39.2% utiliza la banca comercial privado, seguida de las cajas municipales en un 29.7 %, el 21.6% en las cooperativas y otros en un 9.5%.

**GRAFICO 25**



## CAPITULO IV: EL INDICE DE CONCENTRACION DE MERCADO DE LAS MYPES COMERCIALES EN TINGO MARIA

### 4.1 CONCENTRACIÓN DE MERCADO

El concepto de concentración, en forma general, "permite describir la acumulación de una variable dentro de una población"<sup>60</sup>. Por otro lado, "la concentración se refiere también, entre otras cosas, a la estructura de las empresas, es decir, al número de empresas existentes y la forma en que éstas participan en el mercado"<sup>61</sup>.

La concentración de las Mypes comerciales en un mercado se da en función del número de empresas y de la participación de estas empresas en el mismo. En mercados muy concentrados aumentan las posibilidades de que una o un pequeño grupo de empresas puedan ejercer su posición dominante en el mercado de manera efectiva, principalmente porque se reducen los costos de transacción para llegar a una concertación, para desarrollar prácticas paralelas o para que el abuso de cierta posición en el mercado sea efectivo.

Cuanto menor sea el porcentaje de la oferta total que controla una empresa, deberá ser mayor la restricción de su producción para poder afectar el precio y es menos probable que esta restricción pueda serle beneficiosa.

Cuando la acción colectiva de las empresas es necesaria para controlar el precio, se añade una limitación adicional. Si el número de empresas necesarias para controlar un porcentaje fijo de la oferta total es mayor, el costo (entendido como costo de transacción) de que éstas lleguen a un acuerdo y que puedan hacerlo efectivo se eleva, y la posibilidad de que se llegue a ejercer el poder económico de manera efectiva se complica.

---

<sup>60</sup> Cabal A., Roberto y Elizondo F., Alan. (1995) Concentración y competencia bancaria en México: un enfoque empírico. Revista Monetaria. Volumen XVIII, N°1. Enero-Marzo, p. 44.

<sup>61</sup> Justice Department Merger Guidelines, En the Bureau of National Affaire, Inc. Washington D.C. suplemento especial, p. S-6, citado por Bullard, Alfredo. "Derecho y Economía. El Análisis Económico de las Instituciones Legales." Palestra Editores Lima 2003 p. 708.



## 4.2 EL INDICE DE CONCENTRACIÓN

La medición de la concentración intenta responder a la pregunta de hasta qué punto la actividad económica en una empresa se encuentra controlada por unas pocas empresas. Sin embargo, medir la concentración no resulta suficiente si esto se hace sin añadir alguna caracterización del grado de diferencia o desigualdad entre los individuos. La existencia de un número elevado de empresas con muy pequeña producción ofrece resultados de concentración distintos si exactamente el mismo nivel de output agregado es producido por una, dos o por tres empresas de tamaño grande o medio. Pero además, estas medidas pueden estar sometidas a ambigüedades de interpretación, o no ofrecer una perspectiva dinámica de lo que sucede en las empresas a lo largo del tiempo.

Partiendo de la noción de que deseamos obtener el índice concentración de las Mypes comerciales de acuerdo a la estructura de las empresas o de mercado, será necesario realizar un análisis sobre algún parámetro o método para cuantificar el grado de concentración del mercado, para lo cual se recurre al cálculo de los “índices de concentración” a partir de la participación de cada uno de los agentes económicos de acuerdo al volumen de venta y el monto de los activos que posee las Mypes comerciales en estudio.

A continuación damos a conocer la metodología para estimar la concentración de mercado para nuestro caso el índice más usado, incluso en estimaciones econométricas, es el llamado índice de Herfindahl - Hirschman (HHI), el cual se calcula como la suma de los cuadrados de las participaciones de las empresas (Monto total de Activos) del mercado relevante, por lo que este índice se basa en el número total y en la distribución de los tamaños de las empresas de una industria.

### **ÍNDICE HERFINDAHL- HIRSCHMAN HHI**

Es una medida útil para estimar concentraciones de mercado, se obtiene al ajustar el monto de los activos de mercado de cada empresa que compite.

$$HHI = s_1^2 + s_2^2 + \dots + s_n^2$$

Matemáticamente se expresa como la suma de la cuota de mercado de cada empresa que compite elevada al cuadrado.

Puede extenderse de cero a 10.000.

Interpretación:

- Menos de 1.000 Mercado competitivo
- 1.000 a 1.800 Moderadamente concentrado
- Mayor a 1800 Altamente concentrado

### CUADRO 35: CONCENTRACION DE MERCADO DE LAS MYPES COMERCIALES

OBSERVACIONES	CONCENTRACIÓN		ÍNDICE HERFINDAHL- HIRSCHMAN HHI		% ACUMULADO
	VOL. VENTA	ACTIVOS	HHI	S <sup>2</sup>	
1	15,000.00	27,000.00	0.294565271	0.086768699	0.29456527
2	100,000.00	400,000.00	4.363929937	19.0438845	4.65849521
3	40,000.00	650,000.00	7.091386148	50.2877575	11.7498814
4	13,000.00	25,000.00	0.272745621	0.074390174	12.022627
5	50,000.00	250,000.00	2.727456211	7.439017381	14.7500832
6	35,000.00	20,000.00	0.218196497	0.047609711	14.9682797
7	70,000.00	30,000.00	0.327294745	0.10712185	15.2955744
8	25,000.00	60,000.00	0.654589491	0.428487401	15.9501639
9	35,000.00	60,000.00	0.654589491	0.428487401	16.6047534
10	80,000.00	1,500,000.00	16.36473726	267.8046257	32.9694907
11	1,500.00	5,000.00	0.054549124	0.002975607	33.0240398
12	62,000.00	150,000.00	1.636473726	2.678046257	34.6605135
13	10,000.00	20,000.00	0.218196497	0.047609711	34.87871
14	30,000.00	45,000.00	0.490942118	0.241024163	35.3696521
15	15,000.00	25,000.00	0.272745621	0.074390174	35.6423978
16	9,000.00	20,000.00	0.218196497	0.047609711	35.8605943
17	7,000.00	30,000.00	0.327294745	0.10712185	36.187889
18	5,000.00	12,000.00	0.130917898	0.017139496	36.3188069
19	5,000.00	8,000.00	0.087278599	0.007617554	36.4060855
20	50,000.00	500,000.00	5.454912421	29.75606952	41.8609979
21	50,000.00	500,000.00	5.454912421	29.75606952	47.3159103
22	30,000.00	50,000.00	0.545491242	0.297560695	47.8614016
23	10,000.00	10,000.00	0.109098248	0.011902428	47.9704998
24	6,000.00	10,000.00	0.109098248	0.011902428	48.0795981
25	30,000.00	50,000.00	0.545491242	0.297560695	48.6250893
26	20,000.00	30,000.00	0.327294745	0.10712185	48.9523841

27	8,000.00	15,000.00	0.163647373	0.026780463	49.1160314
28	15,000.00	20,000.00	0.218196497	0.047609711	49.3342279
29	10,000.00	30,000.00	0.327294745	0.10712185	49.6615227
30	11,480.00	20,000.00	0.218196497	0.047609711	49.8797192
31	12,000.00	25,000.00	0.272745621	0.074390174	50.1524648
32	10,000.00	40,000.00	0.436392994	0.190438845	50.5888578
33	15,000.00	150,000.00	1.636473726	2.678046257	52.2253315
34	16,000.00	35,000.00	0.381843869	0.145804741	52.6071754
35	4,000.00	3,000.00	0.032729475	0.001071219	52.6399049
36	1,500.00	10,000.00	0.109098248	0.011902428	52.7490031
37	15,000.00	50,000.00	0.545491242	0.297560695	53.2944944
38	16,000.00	25,000.00	0.272745621	0.074390174	53.56724
39	8,000.00	25,000.00	0.272745621	0.074390174	53.8399856
40	20,000.00	12,550.00	0.136918302	0.018746621	53.9769039
41	60,000.00	300,000.00	3.272947453	10.71218503	57.2498514
42	5,000.00	20,000.00	0.218196497	0.047609711	57.4680479
43	9,000.00	250,000.00	2.727456211	7.439017381	60.1955041
44	10,000.00	60,000.00	0.654589491	0.428487401	60.8500936
45	10,000.00	35,000.00	0.381843869	0.145804741	61.2319374
46	8,000.00	20,000.00	0.218196497	0.047609711	61.4501339
47	40,000.00	60,000.00	0.654589491	0.428487401	62.1047234
48	15,000.00	35,000.00	0.381843869	0.145804741	62.4865673
49	15,000.00	5,000.00	0.054549124	0.002975607	62.5411164
50	22,500.00	50,000.00	0.545491242	0.297560695	63.0866076
51	45,000.00	70,000.00	0.763687739	0.583218963	63.8502954
52	28,500.00	60,000.00	0.654589491	0.428487401	64.5048849
53	25,500.00	450,000.00	4.909421179	24.10241632	69.4143061
54	31,500.00	750,000.00	8.182368632	66.95115643	77.5966747
55	28,500.00	850,000.00	9.273351116	85.99504093	86.8700258
56	24,000.00	650,000.00	7.091386148	50.2877575	93.9614119
57	10,500.00	15,000.00	0.163647373	0.026780463	94.1250593
58	13,500.00	25,000.00	0.272745621	0.074390174	94.3978049
59	15,000.00	35,000.00	0.381843869	0.145804741	94.7796488
60	6,000.00	18,000.00	0.196376847	0.038563866	94.9760257
61	19,500.00	25,000.00	0.272745621	0.074390174	95.2487713
62	10,000.00	45,000.00	0.490942118	0.241024163	95.7397134
63	12,000.00	15,500.00	0.169102285	0.028595583	95.9088157
64	10,500.00	25,000.00	0.272745621	0.074390174	96.1815613
65	15,000.00	35,000.00	0.381843869	0.145804741	96.5634052
66	24,000.00	55,000.00	0.600040366	0.360048441	97.1634455
67	18,600.00	35,000.00	0.381843869	0.145804741	97.5452894
68	8,000.00	55,000.00	0.600040366	0.360048441	98.1453298
69	36,000.00	65,000.00	0.709138615	0.502877575	98.8544684
70	8,000.00	20,000.00	0.218196497	0.047609711	99.0726649
71	10,000.00	18,000.00	0.196376847	0.038563866	99.2690417
72	15,000.00	25,000.00	0.272745621	0.074390174	99.5417874
73	6,000.00	20,000.00	0.218196497	0.047609711	99.7599839
74	5,000.00	22,000.00	0.240016147	0.057607751	100
<b>TOTAL</b>	<b>1,585,580.00</b>	<b>9,166,050.00</b>	<b>100</b>	<b>644.4</b>	

Al evaluar la estimación de la concentración de mercado de las Mypes comerciales vemos que es un Mercado Competitivo (**HHI=644.4**). Dicho análisis tiene su razón en que la libre competencia es incompatible con cualquier situación que tienda a la creación o mantenimiento de lo que la doctrina económica ha llamado poder de mercado, entendiéndose como tal la habilidad de las firmas para influir, en búsqueda de su beneficio económico, en precios, calidad, variedad, servicio, publicidad, innovación u otras condiciones de competencia. El poder de mercado ha sido indirectamente definido por la Ley como la posibilidad que tienen los agentes económicos “tanto individualmente como en colusión con otros, de imponer alguna condición en las relaciones de intercambio”.

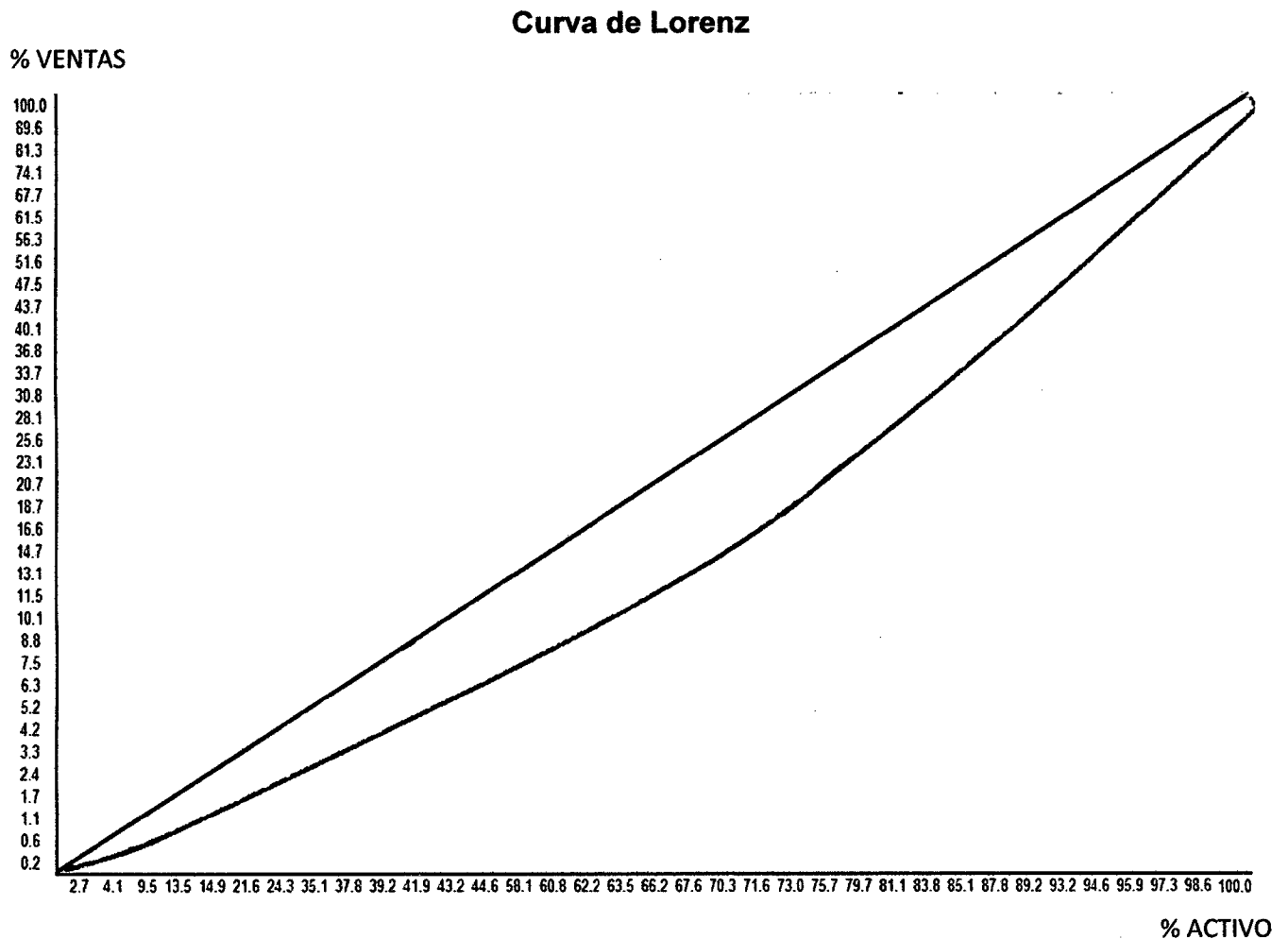
Ahora bien, al referirse la Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia a las concentraciones económicas, establece que éstas se considerarán prohibidas cuando generen efectos restrictivos sobre la libre competencia o conduzcan a una situación de dominio en el mercado, siendo ambos supuestos equivalentes a la condición de que las empresas resultantes de la operación obtengan o refuercen poder de mercado. Para nuestro caso las mypes comerciales del Distrito de Rupa Rupa se encuentran en un mercado competitivo, no existe intervención del estado para regular las cuotas de mercado respecto a las mypes comerciales en nuestro país.

#### **4.3 DIAGRAMA DE DESIGUALDAD DE LAS MYPES COMERCIALES EN EL DISTRITO DE RUPA RUPA**

Tal vez la forma más habitual de representar la desigualdad sea a partir de la **Curva de Lorenz**. Esta medida ilustra la desigualdad en la distribución del volumen de ventas y los activos.

En términos simples, la curva de Lorenz representa el porcentaje acumulado del volumen de ventas (%VENTAS) recibido por un determinado monto de activos (%)

ACTIVOS) ordenado en forma ascendente de acuerdo a la cuantía de su volumen de venta ( $V_1 \leq V_2 \leq \dots, \leq V_n$ ).



En la grafica se observa la distribución formada a partir de las parejas ( $Venta_i$ ,  $Activo_i$ ), o curva de Lorenz, y el área entre las dos líneas, denominada **área de concentración**. La cual podemos apreciar la medida en que la curva de Lorenz se aleja de la recta de  $45^\circ$  indica el grado de desigualdad del volumen de ventas de las Mypes Comerciales, la curva de Lorenz indica solamente el grado de desigualdad del volumen de ventas de las mypes comerciales del Distrito de Rupa Rupa.

## CAPITULO V. VERIFICACION DE LA HIPOTESIS

### 5.1 CONTRASTACIÓN DEL MODELO DE RESPUESTA MÚLTIPLE

#### 5.1.1 ANALISIS DE SENSIBILIDAD EN LA DINAMICA DEL DESEMPEÑO ECONOMICO DE LOS COMERCIANTES DEL DISTRITO DE RUPA RUPA.

En la vida diaria, los individuos se enfrentan a una serie de decisiones, muchas veces de manera inmediata e implícita, sin habernos dado cuenta que tras estas decisiones ha habido un razonamiento lógico. Sin embargo, en otros casos un individuo debe tomar sus decisiones bajo una profunda reflexión, para la que no es suficiente la mera intuición. En tal caso, el proceso de elección dependerá de determinados factores, entre ellos sus propias preferencias y condicionantes que a la larga conduce a ciertas consecuencias concretas.

Y como una forma de entrar al planteamiento del modelo que explica la determinación del desempeño económico de los comerciantes del distrito de Rupa Rupa, trataremos de posicionarnos en el contexto de su modo de trabajo. Ello indica que una de las tareas más importantes en la actitud de los agentes es la búsqueda de herramientas que permitan objetivar el problema de la elección de una forma racional.

#### 5.1.2 PLANTEAMIENTO DEL MODELO ECONOMETRICO

La teoría económica facilita modelos sobre la conducta de los agentes, en circunstancias similares y la econometría desarrolla métodos para explicar el comportamiento de los individuos ante los procesos de decisión. Así, en resumen se pone en manifiesto que para analizar los procesos de decisión, se necesita de un instrumento que en consecuencia pueda explicar el hecho. La rama de la econometría que trata de este tema es la **Microeconometría**. En tal sentido, esta rama nos provee del conjunto de técnicas para estudiar y explicar los comportamientos individuales de las unidades decisorias, así como la posibilidad de contrastar estadísticamente las hipótesis planteadas en ciertas investigaciones de esta índole.

**a) Propuesta del Modelo Microeconómico**

La propuesta del modelo, se enmarca dentro de los **Modelos de Elección Discreta**, a menudo, el problema de la decisión entre dos alternativas implica que se considerará a la variable endógena como una variable cualitativa dicotómica o de elección binaria generalizada para el caso que el individuo se enfrente a mas de dos alternativas y por tanto la variable endógena hace referencia a múltiples alternativas, lo cual se codificará, mediante dígitos, para indicar las opciones que se auto seleccione a cada mype comercial, del mismo modo, cuando el caso lo requiera, se efectuará con las diferentes variables que se obtengan de las características propias de los comerciantes que hubiere.

**b) Especificación de las Variables en el Modelo**

• **VARIABLES E INDICADORES**

**VARIABLE DEPENDIENTE ( $DE_i$ )**

Desempeño Económico.

**Indicadores:**

- Tipo de Organización de Mercado.
- Compra Venta.
- Responsabilidad.
- Numero de Empleados.

**VARIABLE INDEPENDIENTE ( $MICROC_i$ )**

Microcréditos.

**Indicadores:**

- Préstamo.

**VARIABLE INDEPENDIENTE ( $D_i$ )**

Demanda.

**Indicadores:**

- Ventas.

**VARIABLE INDEPENDIENTE ( $S_i$ )**

Ahorro.

**Indicadores:**

- Tasa de Interés Pasiva

## 5.2 ESTIMACION DEL MODELO PRINCIPAL DE RESPUESTA MÚLTIPLE

### 5.2.1 MODELO PROBIT DE RESPUESTA MÚLTIPLE (MODELO GENERAL)

El presente modelo de respuesta múltiple es un modelo ordenado, la cual relaciona la variable  $DE_i$  con las variables,  $X_{2i}, \dots, X_{ki}$  a través de la siguiente ecuación:

$$PROB(DE = j) = F(X\beta) + \varepsilon_i$$

$$PROB[DE = j] = \int_0^{\hat{X}\beta} \frac{e^{-z}}{\sqrt{2\pi}} dz \quad \forall j = 0, 1, 2, 3, 4$$

Donde:

$PROB (DE=j)$ : es una variable latente (no observada) que cuantifica las distintas categorías.

$F(\cdot)$ : es una función no lineal del tipo Logística, distribución normal o bien la distribución valor extremo.

$X_i\beta$ : es una combinación lineal de las variables o características que se denomina índice del modelo.

$\varepsilon_i$ : es una variable aleatoria.

$$DE = 0.05087724001 * MICROC + 0.1214012604 * DA + 0.001213309416 * S$$

$$X\beta = F(X_2, X_3, X_4, X_5)$$

$$DE_i = \begin{cases} 0 & \text{Muy Deficiente} & \text{si} & DE \leq 50 \\ 1 & \text{Deficiente} & \text{si} & 50 < DE \leq 60 \\ 2 & \text{Regular} & \text{si} & 60 < DE \leq 80 \\ 3 & \text{Bueno} & \text{si} & 80 < DE \leq 90 \\ 4 & \text{Muy Bueno} & \text{si} & DE \geq 90 \end{cases}$$



Dependent Variable: DE  
 Method: ML - Ordered Probit  
 Date: 06/17/10 Time: 12:01  
 Sample: 1 74  
 Included observations: 74  
 Number of ordered indicator values: 5  
 Convergence achieved after 6 iterations  
 Covariance matrix computed using second derivatives

	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
MICROC	0.050877	0.019062	2.669.026	0.0076
DA	0.121401	0.023773	5.106.622	0.0000
S	0.001213	0.000698	1.737.525	0.0823
Limit Points				
LIMIT_1:C(4)	2.177.235	0.610776	3.564.704	0.0004
LIMIT_2:C(5)	3.499.182	0.682836	5.124.484	0.0000
LIMIT_3:C(6)	6.104.543	0.935608	6.524.681	0.0000
LIMIT_4:C(7)	8.072.384	1.247.054	6.473.165	0.0000
Akaike info criterion	2.342.065	Schwarz criterion		2.560.017
Log likelihood	-79,65640	Hannan-Quinn criter.		2.429.009
Restr. log likelihood	-110,5180	Avg. log likelihood		-1.076.438
LR statistic (3 df)	61,72325	LR index (Pseudo-R2)		0.279245
Probability(LR stat)	2.52E-13			

### 5.3 PRUEBA DE BONDAD DE AJUSTE DEL MODELO

El modelo estimado que acabamos de mostrar, solo ase referencia al Modelo Probit y no se esta considerando el Modelo Logit y el Modelo Valor Extremo debido a que se hizo un análisis de la significatividad conjunta de las variables explicativas en cada uno de los modelos estimados, dado a que se trata de tres modelos de variable cualitativa se a utilizado el estadístico razón de verosimilitud (LR) encontrándose de que los tres modelos son adecuados.

**CUADRO 36: PRUEBA DE BONDAD DE AJUSTE**

	Modelo Probit	Modelo Logit	Modelo Valor Extremo
$\mathcal{L}_{SR}$ (Log likelihood)	-79,6564	-81,0410	-80,0741
$\mathcal{L}_{CR}$ (Restr. log likelihood)	-110,5180	-110,5180	-110,5180
LR stadistic	61,72325	58,95398	60,88766

FUENTE: Elaboracion Propia

De donde:

$L_{SR}$  : Valor de la Función de Verosimilitud ( $\hat{\beta}_s \neq 0$ ), sin restricción.

$L_{CR}$  : Valor de la Función de verosimilitud bajo la Hipótesis nula ( $\hat{\beta}_s = 0$ ), con restricción.

El estadístico Razón de Verosimilitud se define como:

$$LR = -2 \ln(\lambda) = -2(\ln L_{CR} - \ln L_{SR}) = -2(\mathcal{L}_{CR} - \mathcal{L}_{SR})$$

En cuanto a la bondad de ajuste de la estimación se a utilizado el logaritmo de la función de verosimilitud, siendo mejor aquel modelo que presenta un valor mayor de este estadístico.

No obstante, dado que la función de verosimilitud depende del tamaño de la muestra, y en este caso se dispone de una muestra pequeña, se deben utilizar, preferentemente, los criterios de Schwartz, de Hannan-Quinn y Akaike, ya que tienen en cuenta tanto el tamaño de la muestra como el número de regresores utilizados.

El criterio de selección en este caso será elegir el modelo que presente un valor más pequeño de estos estadísticos. El resumen de los estadísticos queda recogido en el siguiente cuadro nº 37.

**CUADRO 37: MEDIDA DE BONDAD DE AJUSTE**

	Modelo Probit	Modelo Logit	Modelo Valor Extremo
$\mathcal{L}_{SR}$ (Log likelihood)	-79,6564	-81,0410	-80,0741
<i>Schwarz</i>	2,5600	2,5974	2,5713
<i>Hannan – Quinn</i>	2,4290	2,4664	2,4403

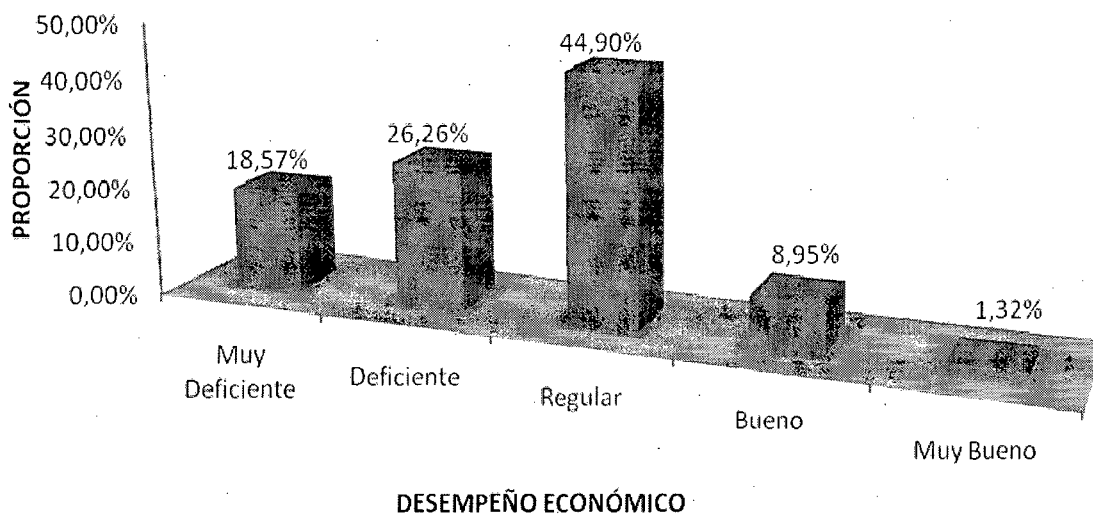
FUENTE: Elaboracion Propia

De esta forma, dado que el Modelo Ordenado Probit presenta un valor mayor de la función de verosimilitud y menores valores de los criterios de Schwarz, Hannan-Quinn y de Akaike, se elegiría este en detrimento del Modelo Ordenado Logit y Ordenado Valor Extremo.

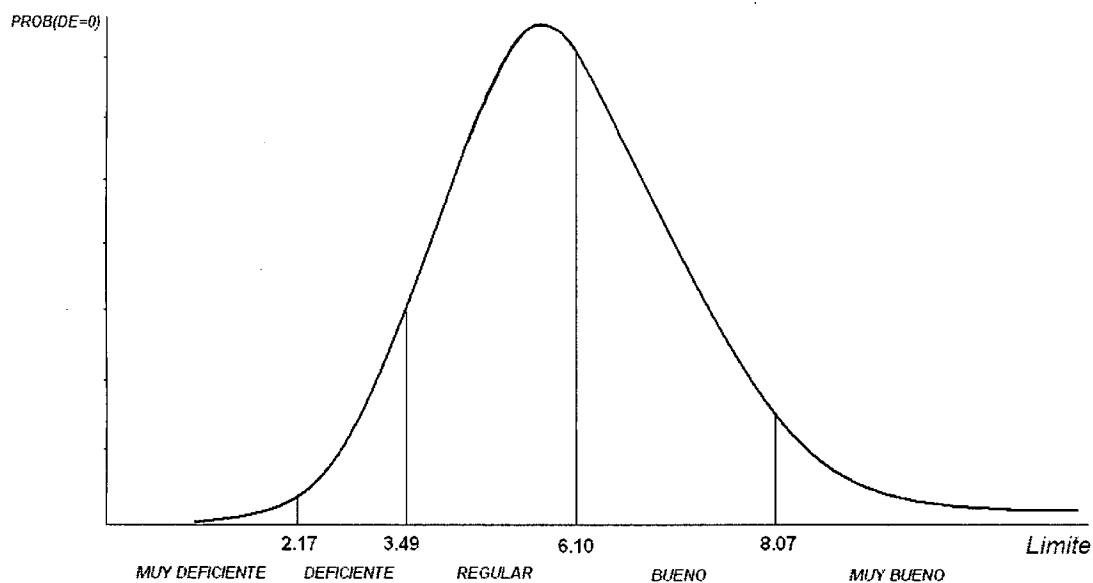
### PROPORCIÓN DE PARTICIPACIÓN DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO

DESEMPEÑO ECONÓMICO (DE)	PROBABILIDAD(DE)	PROBABILIDAD ACUMULADA(DE)
$\leq 50$	18,57%	18,57%
$\langle 50 - 60 \rangle$	26,26%	44,83%
$  60 - 80 \rangle$	44,90%	89,73%
$  80 - 90 \rangle$	8,95%	98,68%
$\geq 90$	1,32%	100,00%

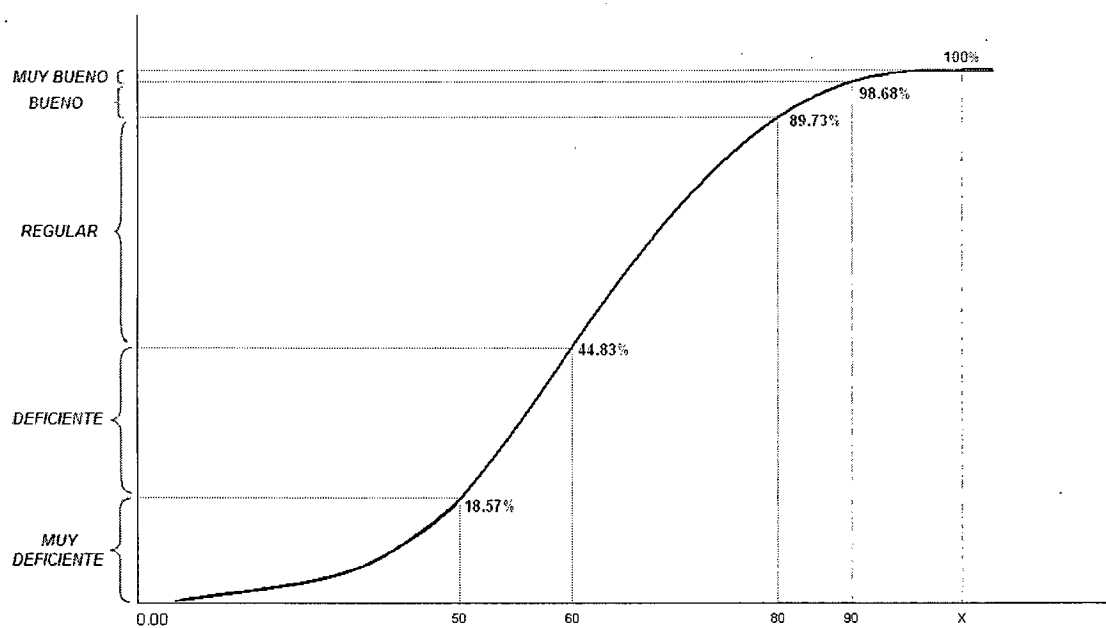
### PROPORCIÓN DE PARTICIPACIÓN DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO



## MODELO PROBIT DE RESPUESTA MULTIPLE



## PROPORCION ACUMULADA DEL DESEMPEÑO ECONOMICO (DE)



## 1. EVALUACION DE LA ESTIMACION DEL MODELO PROBIT

- 1) La probabilidad de significancia del modelo PROBIT de respuestas múltiples es 2.52E-13% (**Probability(LR stat)**), por lo tanto el modelo es adecuado para los datos del Desempeño Económico (DE), en función de las variables Microcrédito (MICROC), Demanda (DA) y el Ahorro (S).
- 2) Al estimar el Desempeño Económico (**DE**) con el promedio de las variables Microcrédito (Microc), Demanda (**DA**) y el Ahorro (**S**), el 18.57% de los comerciantes se encuentran en la categoría **Muy Deficiente**.
- 3) Al estimar el Desempeño Económico (**DE**) con el promedio de las variables Microcrédito (MICROC), Demanda (**DA**) y el Ahorro (**S**), el 26.26% de los comerciantes se encuentran en la categoría **Deficiente**.
- 4) Al estimar el Desempeño Económico (**DE**) con el promedio de las variables Microcrédito (MICROC), Demanda (**DA**) y el Ahorro (**S**), el 44.90% de los comerciantes se encuentran en la categoría **Regular**.
- 5) Al estimar el Desempeño Económico (**DE**) con el promedio de las variables Microcrédito (MICROC), Demanda (**DA**) y el Ahorro (**S**), el 8.95% de los comerciantes se encuentran en la categoría **Bueno**.
- 6) Al estimar el Desempeño Económico (**DE**) con el promedio de las variables Microcrédito (MICROC), Demanda (**DA**) y el Ahorro (**S**), el 1.32% de los comerciantes se encuentran en la categoría **Muy Bueno**.

## 2. EFECTOS MARGINALES DE LA DINAMICA DEL DESEMPEÑO ECONOMICO

DESEMPEÑO ECONOMICO (DE)	$\partial PROB(DE) / \partial MICR$	$\partial PROB(DE) / \partial DA$	$\partial PROB(DE) / \partial S$
$\leq 50$	21,94%	22,64%	21,29%
$\langle 50 - 60 \rangle$	-14,83%	-15,14%	-14,53%
$  60 - 80 \rangle$	-6,9%	-7,28%	-6,57%
$  80 - 90 \rangle$	-0,19%	-0,21%	-0,18%
$\geq 90$	99,99%	99,99%	99,99%

### ELASTICIDAD MICROCRÉDITO-DESEMPEÑO ECONOMICO

- 1) Al incrementar en 1% los Microcréditos (**MICROC**), los comerciantes tienden en 21.94% quedarse en la categoría **Muy Deficiente**.
- 2) Al incrementar en 1% los Microcréditos (**MICROC**), los comerciantes tienden en -14.83% pasar de la categoría **Deficiente** al siguiente nivel superior **Regular**.
- 3) Al incrementar en 1% los Microcréditos (**MICROC**), los comerciantes tienden en -6.9% pasar de la categoría **Regular** al siguiente nivel superior **Bueno**.
- 4) Al incrementar en 1% los Microcréditos (**MICROC**), los comerciantes tienden en -0.19% pasar de la categoría **Bueno** al siguiente nivel superior **Muy Bueno**.
- 5) Al incrementar en 1% los Microcréditos (**MICROC**), los comerciantes tienden en 99.99% quedarse en la categoría **Muy Bueno**.

### ELASTICIDAD DEMANDA-DESEMPEÑO ECONOMICO

- 1) Al incrementar en 1% la Demanda (**DA**), los comerciantes tienden en 22.64% quedarse en la categoría **Muy Deficiente**.

- 2) Al incrementar en 1% la Demanda (**DA**), los comerciantes tienden en -15.14% pasar de la categoría **Deficiente** al siguiente nivel superior **Regular**.
- 3) Al incrementar en 1% la Demanda (**DA**), los comerciantes tienden en -7.28% pasar de la categoría **Regular** al siguiente nivel superior **Bueno**.
- 4) Al incrementar en 1% la Demanda (**DA**), los comerciantes tienden en -0.21% pasar de la categoría **Bueno** al siguiente nivel superior **Muy Bueno**.
- 5) Al incrementar en 1% la Demanda (**DA**), los comerciantes tienden en 99.99% quedarse en la categoría **Muy Bueno**.

#### **ELASTICIDAD AHORRO-DESEMPEÑO ECONOMICO**

- 1) Al incrementar en 1% el Ahorro (**S**), los comerciantes tienden en 21.29% quedarse en la categoría **Muy Deficiente**.
- 2) Al incrementar en 1% el Ahorro (**S**), los comerciantes tienden en -14.53% pasar de la categoría **Deficiente** al siguiente nivel superior **Regular**.
- 3) Al incrementar en 1% el Ahorro (**S**), los comerciantes tienden en -6.57% pasar de la categoría **Regular** al siguiente nivel superior **Bueno**.
- 4) Al incrementar en 1% el Ahorro (**S**), los comerciantes tienden en -0.18% pasar de la categoría **Bueno** al siguiente nivel superior **Muy Bueno**.
- 5) Al incrementar en 1% el Ahorro (**S**), los comerciantes tienden en 99.99% quedarse en la categoría **Muy Bueno**.

## CONCLUSIONES

1. Al estimar el Desempeño Económico con el Modelo Probit de Respuesta Múltiple con los factores que condiciona el Desempeño Económico se identificó tres variables que explican el Desempeño Económico de los Comerciantes con  $2.52e-13\%$  (Probability(LR stat)), estas variables son: Los Microcréditos, La Demanda y el Ahorro de las Mypes Comerciales del Distrito de Rupa Rupa.
2. Al estimar el Desempeño Económico (*DE*) de las Mypes Comerciales con el promedio de las variables Microcréditos (MICROC), Demanda (DA) y el Ahorro (S), el 18.57% se encuentra en la categoría "Muy Deficiente", el 26.26% se encuentra en la categoría "Deficiente", el 44.90% se encuentra en la categoría "Regular" y el 8.95% se encuentra en la categoría "Bueno".
3. Al evaluar el índice de concentración de mercado vemos que es un mercado competitivo (**HHI=644.4**). Para nuestro caso las mypes comerciales del Distrito de Rupa Rupa se encuentran en un mercado competitivo, no existe intervención del estado para regular las cuotas de mercado respecto a las mypes comerciales en nuestro país esto debido a que no existe concentración de mercado.
4. Al evaluar el diagrama de desigualdad de las mypes comerciales a partir de la **curva de Lorenz** entre las dos líneas, denominada **área de concentración** apreciamos que la curva de Lorenz se aleja de la recta de  $45^\circ$  lo cual nos indica el grado de desigualdad del volumen de ventas de las Mypes Comerciales en el Distrito de Rupa Rupa.
5. Al incrementar en 1% los Microcréditos (MICROC), las Mypes Comerciales tienden en 14.83% pasar de la categoría "Deficiente" al siguiente nivel superior "Regular"; al incrementar en 1% la Demanda (DA), las Mypes Comerciales tienden en 15.14% pasar de la categoría "Deficiente", al siguiente nivel superior "Regular"; y al incrementar en 1% el Ahorro, las Mypes Comerciales tienden en 14.53% pasar de la categoría "Deficiente" al siguiente nivel superior "Regular".



6. Al incrementar en 1% los Microcréditos (MICROC), las Mypes Comerciales tienden en 6.9% pasar de la categoría "Regular" al siguiente nivel superior "Bueno"; al incrementar en 1% la Demanda (DA), las Mypes Comerciales tienden en 7.28% pasar de la categoría "Regular", al siguiente nivel superior "Bueno"; y al incrementar en 1% el Ahorro, las Mypes Comerciales tienden en 6.57% pasar de la categoría "Regular" al siguiente nivel superior "Bueno".
7. Al incrementar en 1% los Microcréditos (MICROC), las Mypes Comerciales tienden en 0.19% pasar de la categoría "Bueno" al siguiente nivel superior "Muy Bueno"; al incrementar en 1% la Demanda (DA), las Mypes Comerciales tienden en 0.21% pasar de la categoría "Bueno", al siguiente nivel superior "Muy Bueno"; y al incrementar en 1% el Ahorro, las Mypes Comerciales tienden en 0.18% pasar de la categoría "Bueno" al siguiente nivel superior "Muy Bueno".

## RECOMENDACIONES

1. Mantener el ritmo positivo del Desempeño Económico de las Mypes Comerciales, en las diversas categorías clasificadas poniendo especial interés en la categoría Regular, Bueno, y Muy Bueno.
2. Generar un sistema de información regional descentralizado al alcance de las MYPEs a nivel de la Región.
3. Coordinar acciones entre instituciones públicas y privadas para los servicios empresariales de calidad, concertación interinstitucional y de la innovación.
4. Facilitar de manera prioritaria los paquetes financieros promocionales para las MYPEs.
5. Realizar de inmediato las siguientes acciones:
  - Difusión de los alcances del Plan como un Sistema de Información.
  - Proceso de empoderamiento del Plan.
  - Elaboración de proyectos de Pre Inversión con ventajas competitivas.
  - Búsqueda y gestión de financiamiento.
6. Orientar las mejoras del Desempeño Económico hacia un ritmo equilibrado entre todas las Mypes Comerciales.
7. Propiciar a la investigación y profundización en el análisis del modelo que se presenta en el informe de Tesis.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Córdova Zamora, Manuel. Estadística Descriptiva e Inferencial, (2003).Quinta Edición. Peru.
2. Cabrer Borrás, Bernardí/Amparo Sancho Perez/Guadalupe Serrano Domingo (2001). Microeconometría y Decisión.
3. Sanches H. Reyes. C, Metodologías y Diseños en la Investigación Científica. LIMA
4. Pedro A. Bellido Sánchez "Administración Financiera" (2002).tercera Edición. Peru.
5. EKELUND, Robert y HEBERT, Robert (1,996). Historia de la Teoría Económica y su Método. McGraw-Hill. Madrid.
6. CABALLERO, Alejandro (1,997). Metodología de la Investigación Científica. Editorial Técnico Científica. Lima.
7. Hal R. Varían 2002 "Microeconomía intermedia". Antoni Bosch. Barcelona
8. Walter Nicholson "Teoría Microeconómica Principios Básicos y Aplicaciones". McGraw-Hill. Madrid.
9. Michael Parkín "Microeconomía versión latinoamericana"(1998). Addison – Wesley.
10. Artículo 2º de la Ley de Promoción del Desarrollo y la Formalización de las Micros y Pequeñas Empresas. Lima.
11. MICHAEL PARKIN, GERARDO ESQUIVEL/Microeconomía versión para Latinoamérica. Quinta edición.
12. WONG, David (1,998). Finanzas Corporativas: un enfoque para el Perú. Centro de investigación de la Universidad del Pacífico. Lima.
13. CARIDAD, J. (1,998). Econometría: modelos econométricos y series temporales. Editorial Reverte S.A. Barcelona.
14. WALTER NICHOLSON/Teoría Microeconómica. Principios básicos y aplicaciones. México.
15. ALVARADO, Javier y Otros (2,001). El Financiamiento Informal en el Perú. Editado por COFIDE - IEP. Lima.
16. BCRP (2,008). Memoria Anual.

## ANEXOS

### ANEXO 01: FORMATO DE ENCUESTA

#### I. ASPECTOS GENERALES

1. Nombre o Razón Social: \_\_\_\_\_
2. Ubicación:  
Dirección: \_\_\_\_\_
3. Tipo de Actividad: \_\_\_\_\_

#### II. PROPIETARIO

1. Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: M  F
2. Grado de Instrucción del propietario  
Primaria  Secundaria  Técnico  Superior
3. Número de Personas que dependen económicamente del negocio (Hijos, esposa, hermanas, otros familiares etc.), N°.....
4. Lugar de procedencia del propietario:  
Región: \_\_\_\_\_ Provincia: \_\_\_\_\_ Distrito: \_\_\_\_\_ Localidad: \_\_\_\_\_
5. El propietario cumple las funciones de:  
Administrador  Gerente  Vendedor  Otros \_\_\_\_\_  
*(Especifique)*
6. Condición de local: Propia  Alquilada  Hipotecada
7. Tiene otras actividades: SI  NO
8. Si la respuesta es afirmativa señale el nombre de la actividad: \_\_\_\_\_
9. Cómo creó su negocio: Con estudio  Sin estudio  Bajo cierta circunstancia   
Necesidad de Trabajo
10. Tiene definido una Visión para su empresa: SI  NO
11. Tiene definido una Misión de su empresa: SI  NO
12. Tiene objetivos y metas establecidas de corto, mediano y largo plazo:  
SI  NO

### III. TIPO DE ORGANIZACIÓN DE MERCADO

1. Tipo de Organización: Persona Natural  Persona Jurídica
2. Tipo de empresa: a) E.I.R.L  b) S.A.A  c) S.A.C  d) S.C.R.L   
e) SOCIEDAD REGULAR COLECTIVA  f) SOCIEDAD EN COMANDITA
3. Concentración de las Mypes Comerciales:

Volumen de venta promedio mensual S/ \_\_\_\_\_

¿Cuál es el monto de los Activos (Bienes de la Empresa) que posee su Comercial? S/ \_\_\_\_\_

### IV. CULTURA TRIBUTARIA

1. Periodo (años) de funcionamiento: \_\_\_\_\_
2. Tiempo que dedica a su empresa (horas) \_\_\_\_\_
3. Bajo qué régimen tributario se encuentra su empresa:  
RUS  Régimen General  Régimen Especial

4. Responsabilidades con la Sunat:

¿Usted paga impuestos a la Sunat? SI  NO

- 5.Cuál es el monto promedio que paga por concepto de tributo

Monto diario \_\_\_\_\_ Monto mensual \_\_\_\_\_ Monto anual \_\_\_\_\_

### V. GENERACIÓN DE EMPLEO

1. Numero de trabajadores que cuenta su empresa: Dueño: \_\_\_\_\_  
Empleado: \_\_\_\_\_ Empleado-Administrador: \_\_\_\_\_ Otros: \_\_\_\_\_

(Especifique)

### VI. COMPRA VENTA

1. Tipo de producto que vende: a) consumo  b) insumo  c) ropa hecha   
d) mercería  e) línea blanca  d) otros  \_\_\_\_\_

(Especifique)

2. Origen de los bienes para la venta: a) nacional  b) importada

3. Lugar de compra de los bienes para la venta:

a) Local  b) Regional  c) Nacional  b) Importada

4. ¿Sus compras para la venta de este año se incrementaron respecto al año anterior: SI  NO

Especifique un porcentaje: \_\_\_\_\_

5. Lugar de venta de sus productos: a) Local  b) Regional

Especifique: \_\_\_\_\_

6. Cual es el nombre del lugar donde los vende: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## VII. FINANCIAMIENTO

1. Utiliza préstamos para financiar su Actividad de su Empresa: SI  NO

2. Si la respuesta es Afirmativa, que tipos de Banca utiliza para su Financiamiento:

Banca Comercial Privado  Banca Estatal  Caja Municipal

Cooperativa  Prestamistas  \_\_\_\_\_

(Especifique el Nombre de la Banca)

- 3.Cuál es el monto promedio de préstamo que Ud., ha obtenido: S/ \_\_\_\_\_

- 4.Cuál es la tasa de interés mensual: \_\_\_\_\_

5. Actualmente tiene préstamo pendiente de pago: SI  NO

6. En caso de que la respuesta sea Afirmativa el margen de su rentabilidad o utilidad es suficiente para pagar el Crédito actual: SI  NO

## VIII. VENTAS

1. Señale los principales productos que vende: : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Quién en es el encargado de realizar los contactos comerciales

Gerente  Administrador  Encargado de Ventas  Trabajador

Otros

3. Utiliza en su Empresa un plan de ventas: SI  NO

4. Volumen de ventas promedio de los principales productos:

<u>Productos</u>	<u>Unidad Medida</u>	<u>Día</u> (Cantidad)	<u>Semana</u> (Cantidad)	<u>Mes</u> (Cantidad)

5. Generalmente vende sus productos a:

Al Mayorista  Al Minorista  Al Publico Consumidor

6. Utiliza Ud., algún medio de publicidad: SI  NO

7. Si la respuesta es Afirmativa indique qué medios de comunicación utiliza:

Radio  Televisión  Diario  Revistas  Volantes

Gigantografia

#### IX. AHORRO POR PARTE DEL PROPIETARIO

1. Usted realiza algún tipo de ahorro: SI  NO

2. Si la respuesta es Afirmativa, que tipos de entidad financiera utiliza para su ahorro:

Banca Comercial Privado  Banca Estatal  Caja Municipal

Cooperativa  Otro:  \_\_\_\_\_

(Especificar)

3. Cual es el Nombre de la Banca Financiera que Utiliza para sus Ahorros:

\_\_\_\_\_

4. Que tipo de ahorro realiza usted:

Cuenta corriente  cuenta de ahorro fijo

5. Cual es la tasa de interés mensual que le paga la entidad financiera a ud: \_\_\_\_\_

**ANEXO 02: FORMATO DE CUADROS**

**CUADRO 38: Estimación de Impuesto a la Sunat**

ESTIMACION DE PAGOS DE IMPUESTO A LA SUNAT			
	IMPUESTO RESULTANTE ANUAL		IMPUESTO RESULTANTE MENSUAL
VOLUMEN DE VENTA ANUAL	30%	/12	2.50%
180,000.00	54000	4500	112.5
1,200,000.00	360000	30000	750
480,000.00	144000	12000	300
156,000.00	46800	3900	97.5
600,000.00	180000	15000	375
420,000.00	126000	10500	262.5
840,000.00	252000	21000	525
300,000.00	90000	7500	187.5
420,000.00	126000	10500	262.5
960,000.00	288000	24000	600
18,000.00	5400	450	11.25
744,000.00	223200	18600	465
120,000.00	36000	3000	75
360,000.00	108000	9000	225
180,000.00	54000	4500	112.5
108,000.00	32400	2700	67.5
84,000.00	25200	2100	52.5
60,000.00	18000	1500	37.5
60,000.00	18000	1500	37.5
600,000.00	180000	15000	375
600,000.00	180000	15000	375
360,000.00	108000	9000	225
120,000.00	36000	3000	75
72,000.00	21600	1800	45
360,000.00	108000	9000	225
240,000.00	72000	6000	150
96,000.00	28800	2400	60
180,000.00	54000	4500	112.5
120,000.00	36000	3000	75
137,760.00	41328	3444	86.1
144,000.00	43200	3600	90
120,000.00	36000	3000	75
180,000.00	54000	4500	112.5
192,000.00	57600	4800	120
48,000.00	14400	1200	30
18,000.00	5400	450	11.25



180,000.00	54000	4500	112.5
192,000.00	57600	4800	120
96,000.00	28800	2400	60
240,000.00	72000	6000	150
720,000.00	216000	18000	450
60,000.00	18000	1500	37.5
108,000.00	32400	2700	67.5
120,000.00	36000	3000	75
120,000.00	36000	3000	75
96,000.00	28800	2400	60
480,000.00	144000	12000	300
180,000.00	54000	4500	112.5
180,000.00	54000	4500	112.5
270,000.00	81000	6750	168.75
540,000.00	162000	13500	337.5
342,000.00	102600	8550	213.75
306,000.00	91800	7650	191.25
378,000.00	113400	9450	236.25
342,000.00	102600	8550	213.75
288,000.00	86400	7200	180
126,000.00	37800	3150	78.75
162,000.00	48600	4050	101.25
180,000.00	54000	4500	112.5
72,000.00	21600	1800	45
234,000.00	70200	5850	146.25
120,000.00	36000	3000	75
144,000.00	43200	3600	90
126,000.00	37800	3150	78.75
180,000.00	54000	4500	112.5
288,000.00	86400	7200	180
223,200.00	66960	5580	139.5
96,000.00	28800	2400	60
432,000.00	129600	10800	270
96,000.00	28800	2400	60
120,000.00	36000	3000	75
180,000.00	54000	4500	112.5
72,000.00	21600	1800	45
60,000.00	18000	1500	37.5

**CUADRO 39: Tasa de Interés Activa**

MONTO PROM, DEL PRESTAMO	CREDITOS COMERCIALES	INTERES MENSUAL	CUOTA FIJA MENSUAL	
	TEM	Im	R	
16,000.00	3.400	544.0	0.10287585	1646.01
0.00	0.000	0.00	0.00	0.00
0.00	0.000	0.0	0.00	0.00
15,000.00	3.500	525.0	0.103483949	1552.26
90,000.00	2.800	2520.0	0.099266444	8933.98
0.00	0.000	0.0	0.00	0.00
20,000.00	3.400	680.0	0.10287585	2057.52
0.00	0.000	0.0	0.00	0.00
15,000.00	3.500	525.0	0.103483949	1552.26
20,000.00	3.400	680.0	0.10287585	2057.52
0.00	0.000	0.0	0.00	0.00
70,000.00	2.800	1960.0	0.099266444	6948.65
30,000.00	3.000	900.1	0.100462085	3013.86
20,000.00	3.400	680.0	0.10287585	2057.52
10,000.00	3.600	360.0	0.104093903	1040.94
5,000.00	3.800	190.0	0.105319356	526.60
15,000.00	3.500	525.0	0.103483949	1552.26
0.00	0.000	0.0	0.00	0.00
0.00	0.000	0.0	0.00	0.00
40,000.00	2.800	1120.0	0.099266444	3970.66
40,000.00	2.800	1120.0	0.099266444	3970.66
25,000.00	3.200	799.9	0.101665232	2541.63
20,000.00	3.400	680.0	0.10287585	2057.52
0.00	0.000	0.0	0.00	0.00
20,000.00	3.400	680.0	0.10287585	2057.52
35,000.00	2.800	980.0	0.099266444	3474.33
0.00	0.000	0.0	0.00	0.00
20,000.00	3.400	680.0	0.106446541	2128.93
0.00	3.800	0.0	0.00	0.00
24,000.00	3.200	767.9	0.101665232	2439.97
32,000.00	2.800	896.0	0.094847438	3035.12
15,000.00	3.500	525.0	0.103483949	1552.26
7,000.00	3.600	252.0	0.104093903	728.66
15,000.00	3.500	525.0	0.103483949	1552.26
0.00	0.000	0.0	0.00	0.00
0.00	0.000	0.0	0.00	0.00
0.00	0.000	0.0	0.00	0.00
5,000.00	3.800	190.0	0.105319356	526.60
0.00	0.000	0.0	0	0.00
10,000.00	3.600	360.0	0.104093903	1040.94
0.00	0.000	0.0	0.00	0.00
0.00	0.000	0.0	0.00	0.00

15,000.00	3.500	525.0	0.103483949	1552.26
10,000.00	3.600	360.0	0.104093903	1040.94
15,000.00	3.500	525.0	0.103483949	1552.26
0.00	0.000	0.0	0.00	0.00
10,000.00	3.200	320.0	0.101665232	1016.65
20,000.00	3.400	680.0	0.10287585	2057.52
17,000.00	3.400	578.0	0.10287585	1748.89
20,000.00	3.400	680.0	0.10287585	2057.52
10,000.00	3.600	360.0	0.105289251	1052.89
15,000.00	3.500	525.0	0.103483949	1552.26
18,000.00	3.400	612.0	0.10287585	1851.77
25,000.00	3.200	799.9	0.101665232	2541.63
25,000.00	3.200	799.9	0.101665232	2541.63
10,000.00	3.600	360.0	0.10469016	1046.90
25,000.00	3.200	799.9	0.098241802	2456.05
20,000.00	3.400	680.0	0.101707901	2034.16
15,000.00	3.500	525.0	0.103483949	1552.26
30,000.00	3.000	900.1	0.104119118	3123.57
5,000.00	3.800	190.0	0.10775445	538.77
25,000.00	3.200	799.9	0.101665232	2541.63
4,000.00	3.800	152.0	0.00	0.00
3,000.00	3.800	114.0	0.00	0.00
15,000.00	3.500	525.0	0.103483949	1552.26
18,000.00	3.400	612.0	0.10287585	1851.77
12,000.00	3.500	420.0	0.103483949	1241.81
25,000.00	3.200	799.9	0.099941339	2498.53
5,000.00	3.800	190.0	0.10287585	514.38
15,000.00	3.500	525.0	0.102894563	1543.42
15,000.00	3.500	525.0	0.102894563	1543.42
20,000.00	3.400	680.0	0.101707901	2034.16
45,000.00	2.800	1260.0	0.093768578	4219.59
35,000.00	2.800	980.0	0.093768578	3281.90
<b>Promedio</b>	<b>2.639</b>	<b>506.320</b>		<b>1596.719</b>

### FORMULAS PARA EL CÁLCULO DE LA CUOTA DE UN CREDITO COMERCIAL

La fórmula que se aplica es de factor de recuperación de capital, mediante cuotas constantes.

La tasa efectiva anual (TEA) se muestra en el tarifario de las Cajas Municipales.

#### PASO 1:

Para aplicar la formula lo primero que debemos de encontrar es la tasa efectiva

mensual (TEM).

a) cálculo de la tasa efectiva mensual

$$\text{TEM: } [(1+\text{TEA}) ^ (n/360) -1] \times 100$$

TEA: tasa efectiva anual.

TEM: tasa efectiva mensual.

n: días que comprende cada cuota (30).

**PASO 2:**

b) Cálculo de la cuota fija mensual.

La fórmula es:

$$R = P \left[ \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right]$$

Donde:

R: cuota fija mensual a pagar sin gastos

P: Monto del préstamo.

i: (TEM) tasa de interés efectiva mensual.

n: número de cuotas del crédito.

**PASO 3:**

c) Para el cálculo de los intereses mensual.

La metodología para el cálculo de intereses consiste en multiplicar la tasa mensual TEM por el saldo del préstamo, es decir se usa el interés simple.

$$\text{Im} = \text{SC} \times \text{TEM}/100$$

Im: interés mensual de cada cuota.

TEM: Tasa efectiva mensual.

SC: saldo del capital, que corresponde al capital adeudado a la fecha.

## ANEXO 03: COMANDOS MICROECONOMETRICOS

### ESTIMACIÓN DE LA ECUACIÓN

Estimation Command:

```
=====
ORDERED(D=N) DE MICROC DA S C
```

Estimation Equation:

```
=====
I_DE = C(1)*MICROC + C(2)*DA + C(3)*S
DE_0 = @CNORM(C(4)-I_DE)
DE_1 = @CNORM(C(5)-I_DE) - @CNORM(C(4)-I_DE)
DE_2 = @CNORM(C(6)-I_DE) - @CNORM(C(5)-I_DE)
DE_3 = @CNORM(C(7)-I_DE) - @CNORM(C(6)-I_DE)
DE_4 = 1 - @CNORM(C(7)-I_DE)
```

Substituted Coefficients:

```
=====
I_DE = 0.0280533543*MICROC + 0.05734429284*DA + 0.0008536213774*S
DE_0 = @CNORM(1.121768704-I_DE)
DE_1 = @CNORM(1.885723203-I_DE) - @CNORM(1.121768704-I_DE)
DE_2 = @CNORM(3.281812057-I_DE) - @CNORM(1.885723203-I_DE)
DE_3 = @CNORM(4.235514143-I_DE) - @CNORM(3.281812057-I_DE)
DE_4 = 1 - @CNORM(4.235514143-I_DE)
```

### ESCALARES

```
SCALAR MMICROC=@MEAN(MICROC)
SCALAR MDA=@MEAN(DA)
SCALAR MS=@MEAN(S)
SCALAR I_DE_1=0.0280533543*MMICROC + 0.05734429284*MDA + 0.0008536213774*MS
SCALAR INDEX1_1=1.121768704-I_DE_1
SCALAR INDEX1_2=1.885723203-I_DE_1
SCALAR INDEX1_3=3.281812057-I_DE_1
SCALAR INDEX1_4=4.235514143-I_DE_1
SCALAR DE_1_0=@CNORM(INDEX1_1)
SCALAR DE_1_1 = @CNORM(INDEX1_2) - @CNORM(INDEX1_1)
SCALAR DE_1_1 = @CNORM(INDEX1_2) - @CNORM(INDEX1_1)
SCALAR DE_1_2 = @CNORM(INDEX1_3) - @CNORM(INDEX1_2)
SCALAR DE_1_3 = @CNORM(INDEX1_4) - @CNORM(INDEX1_3)
SCALAR DE_1_4 = 1 - @CNORM(INDEX1_4)
```

## EFECTOS MARGINALES DEL MODELO

$$I\_DE = 0.0280533543 * MICROC + 0.05734429284 * DA + 0.0008536213774 * S$$

$$DE\_0 = @CNORM(1.121768704 - I\_DE)$$

$$DE\_1 = @CNORM(1.885723203 - I\_DE) - @CNORM(1.121768704 - I\_DE)$$

$$DE\_2 = @CNORM(3.281812057 - I\_DE) - @CNORM(1.885723203 - I\_DE)$$

$$DE\_3 = @CNORM(4.235514143 - I\_DE) - @CNORM(3.281812057 - I\_DE)$$

$$DE\_4 = 1 - @CNORM(4.235514143 - I\_DE)$$

$$\frac{\partial DE\_0\_1}{\partial MICROC} = @dNORM(1.121768704 - 0.0280533543)$$

$$\text{scalar pde\_0\_1} = @dnorm(1.121768704 - 0.0280533543)$$

$$\frac{\partial DE\_0\_2}{\partial DA} = @dNORM(1.121768704 - 0.05734429284)$$

$$\text{scalar pde\_0\_2} = @dnorm(1.121768704 - 0.05734429284)$$

$$\frac{\partial DE\_0\_3}{\partial S} = @dNORM(1.121768704 - 0.0008536213774)$$

$$\text{scalar pde\_0\_3} = @dnorm(1.121768704 - 0.0008536213774)$$

$$\frac{\partial DE\_1\_1}{\partial MICROC} = @dNORM(1.885723203 - 0.0280533543) - @dNORM(1.121768704 - 0.0280533543)$$

$$\text{scalar pde\_1\_1} = @dnorm(1.885723203 - 0.0280533543) - @dnorm(1.121768704 - 0.0280533543)$$

$$\frac{\partial DE\_1\_2}{\partial DA} = @dnorm(1.885723203 - 0.05734429284) - @dnorm(1.121768704 - 0.05734429284)$$

$$\text{scalar pde\_1\_2} = @dnorm(1.885723203 - 0.05734429284) - @dnorm(1.121768704 - 0.05734429284)$$

$$\frac{\partial DE\_1\_3}{\partial S} = @dnorm(1.885723203 - 0.0008536213774) - @dnorm(1.121768704 - 0.0008536213774)$$

$$\text{scalar pde\_1\_3} = @dnorm(1.885723203 - 0.0008536213774) - @dnorm(1.121768704 - 0.0008536213774)$$

$$\frac{\partial DE\_2\_1}{\partial MICROC} = @dnorm(3.281812057- 0.0280533543)-@dnorm(1.885723203- 0.0280533543)$$

$$\text{scalar pde\_2\_1} = @dnorm(3.281812057- 0.0280533543) - @dnorm(1.885723203- 0.0280533543)$$

$$\frac{\partial DE\_2\_2}{\partial DA} = @dnorm(3.281812057- 0.05734429284)-@dnorm(1.885723203- 0.05734429284)$$

$$\text{scalar pde\_2\_2} = @dnorm(3.281812057- 0.05734429284) - @dnorm(1.885723203- 0.05734429284)$$

$$\frac{\partial DE\_2\_3}{\partial S} = @dnorm(3.281812057- 0.0008536213774)-@dnorm(1.885723203- 0.0008536213774)$$

$$\text{scalar pde\_2\_3} = @dnorm(3.281812057- 0.0008536213774) - @dnorm(1.885723203- 0.0008536213774)$$

$$\frac{\partial DE\_3\_1}{\partial MICROC} = @dnorm(4.235514143- 0.0280533543)-@dnorm(3.281812057- 0.0280533543)$$

$$\text{scalar pde\_3\_1} = @dnorm(4.235514143- 0.0280533543) - @dnorm(3.281812057- 0.0280533543)$$

$$\frac{\partial DE\_3\_2}{\partial DA} = @dnorm(4.235514143- 0.05734429284)-@dnorm(3.281812057- 0.05734429284)$$

$$\text{scalar pde\_3\_2} = @dnorm(4.235514143- 0.05734429284) - @dnorm(3.281812057- 0.05734429284)$$

$$\frac{\partial DE\_3\_3}{\partial S} = @dnorm(4.235514143- 0.0008536213774)-@dnorm(3.281812057- 0.0008536213774)$$

$$\text{scalar pde\_3\_3} = @dnorm(4.235514143- 0.0008536213774) - @dnorm(3.281812057- 0.0008536213774)$$

$$\frac{\partial DE\_4\_1}{\partial MICROC} = @dnorm(4.235514143-0.0280533543)$$

$$\text{scalar pde\_4\_1} = 1 - @dnorm(4.235514143-0.0280533543)$$

$$\frac{\partial DE\_4\_2}{\partial DA} = @dnorm(4.235514143-0.05734429284)$$

$$\text{scalar pde\_4\_2} = 1 - @dnorm(4.235514143-0.05734429284)$$

$$\frac{\partial DE\_4\_3}{\partial S} = @dnorm(4.235514143-0.0008536213774)$$

$$\text{scalar pde\_4\_3} = 1 - @dnorm(4.235514143-0.0008536213774)$$

## ANEXO 04: MODELOS MICROECONOMETRICOS

### CUADRO 40: Modelo Logit

Dependent Variable: DE  
 Method: ML - Ordered Logit  
 Date: 07/20/09 Time: 08:57  
 Sample: 1 74  
 Included observations: 74  
 Number of ordered indicator values: 5  
 Convergence achieved after 11 iterations  
 Covariance matrix computed using second derivatives

	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
MICROC	3.60E-05	1.91E-05	1.884698	0.0595
AF	0.419010	0.218536	1.91735	0.0552
DA	0.000127	2.41E-05	5.288924	0.0000
S	0.122991	0.070704	1.739519	0.0819
Limit Points				
LIMIT_1:C(5)	3.210154	0.880394	3.646271	0.0003
LIMIT_2:C(6)	4.593794	0.948441	4.843523	0.0000
LIMIT_3:C(7)	7.237694	1.175684	6.156159	0.0000
LIMIT_4:C(8)	9.113750	1.405479	6.484444	0.0000
Akaike info criterion	2.314758	Schwarz criterion	2.563846	
Log likelihood	-79.16886	Hannan-Quinn criter.	2.414122	
Restr. log likelihood	-110.5180	Avg. log likelihood	-1.049271	
LR statistic (4 df)	65.74396	LR index (Pseudo-R2)	0.297435	
Probability(LR stat)	1.79E-13			

### CUADRO 41: Modelo Valor Extremo

Dependent Variable: DE  
 Method: ML - Ordered Extreme Value  
 Date: 07/20/09 Time: 09:08  
 Sample: 1 74  
 Included observations: 74  
 Number of ordered indicator values: 5  
 Convergence achieved after 10 iterations  
 Covariance matrix computed using second derivatives

	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
MICROC	1.62E-05	1.23E-05	1.317126	0.1878
AF	0.237458	0.115502	2.055880	0.0398
DA	7.81E-05	1.47E-05	5.321959	0.0000
S	0.050533	0.044242	1.142204	0.2534
Limit Points				
LIMIT_1:C(5)	1.238533	0.411879	3.007029	0.0026
LIMIT_2:C(6)	2.125887	0.412115	5.158476	0.0000
LIMIT_3:C(7)	3.726925	0.566857	6.574716	0.0000
LIMIT_4:C(8)	4.799413	0.706320	6.794957	0.0000
Akaike info criterion	2.324620	Schwarz criterion	2.573708	
Log likelihood	-78.01094	Hannan-Quinn criter.	2.423984	
Restr. log likelihood	-110.5180	Avg. log likelihood	-1.054202	
LR statistic (4 df)	65.01416	LR index (Pseudo-R2)	0.294134	
Probability(LR stat)	2.56E-13			



**ANEXO 05: BASE DE DATOS DEL MODELO**

**CUADRO 42: Tabla de Regresión**

Muestra	$DE_i$	$MICROC_i$	$AF_i$	$D_i$	$S_i$
1	1	16,000.00	3.40	15,000.00	6.50
2	4	0.00	0.00	100,000.00	8.50
3	0	0.00	0.00	40,000.00	0.00
4	1	15,000.00	3.50	13,000.00	6.50
5	4	90,000.00	2.80	50,000.00	0.00
6	2	0.00	0.00	35,000.00	2.50
7	1	20,000.00	3.40	70,000.00	0.00
8	2	0.00	0.00	25,000.00	8.60
9	4	15,000.00	3.50	35,000.00	4.50
10	4	20,000.00	3.40	80,000.00	8.60
11	0	0.00	0.00	1,500.00	6.50
12	3	70,000.00	2.80	62,000.00	0.00
13	1	30,000.00	3.00	10,000.00	2.50
14	3	20,000.00	3.40	30,000.00	7.50
15	1	10,000.00	3.60	15,000.00	7.50
16	0	5,000.00	3.80	9,000.00	0.00
17	0	15,000.00	3.50	7,000.00	0.00
18	0	0.00	0.00	5,000.00	5.50
19	0	0.00	0.00	5,000.00	6.50
20	4	40,000.00	2.80	50,000.00	2.50
21	4	40,000.00	2.80	50,000.00	0.00
22	2	25,000.00	3.20	30,000.00	0.00
23	0	20,000.00	3.40	10,000.00	0.00
24	0	0.00	0.00	6,000.00	0.00
25	2	20,000.00	3.40	30,000.00	8.60
26	2	35,000.00	2.80	20,000.00	2.50
27	0	0.00	0.00	8,000.00	6.50
28	0	20,000.00	3.40	15,000.00	0.00
29	2	3,000.00	3.80	10,000.00	0.00
30	1	24,000.00	3.20	11,480.00	6.50
31	1	32,000.00	2.80	12,000.00	6.50
32	1	15,000.00	3.50	10,000.00	0.00
33	3	7,000.00	3.60	15,000.00	8.60
34	1	15,000.00	3.50	16,000.00	6.50
35	0	0.00	0.00	4,000.00	6.50
36	0	0.00	0.00	1,500.00	0.00
37	0	0.00	0.00	15,000.00	0.00
38	1	5,000.00	3.80	16,000.00	8.60
39	0	0.00	0.00	8,000.00	6.50
40	2	10,000.00	3.60	20,000.00	0.00

Muestra	$DE_i$	$MICROC_i$	$AF_i$	$D_i$	$S_i$
41	3	0.00	0.00	60,000.00	2.50
42	0	0.00	0.00	5,000.00	5.50
43	2	15,000.00	3.50	9,000.00	0.00
44	0	10,000.00	3.60	10,000.00	8.60
45	0	15,000.00	3.50	10,000.00	0.00
46	2	0.00	0.00	8,000.00	2.50
47	3	10,000.00	3.20	40,000.00	2.50
48	0	20,000.00	3.40	15,000.00	6.50
49	0	17,000.00	3.40	15,000.00	2.50
50	2	20,000.00	3.40	22,500.00	2.50
51	4	10,000.00	3.60	45,000.00	2.50
52	3	15,000.00	3.50	28,500.00	2.50
53	2	18,000.00	3.40	25,500.00	8.60
54	3	25,000.00	3.20	31,500.00	8.60
55	2	25,000.00	3.20	28,500.00	8.50
56	2	10,000.00	3.60	24,000.00	8.60
57	2	25,000.00	3.20	10,500.00	7.50
58	2	20,000.00	3.40	13,500.00	6.50
59	2	15,000.00	3.50	15,000.00	7.50
60	2	30,000.00	3.00	6,000.00	0.00
61	2	5,000.00	3.80	19,500.00	2.50
62	2	25,000.00	3.20	10,000.00	2.50
63	0	4,000.00	3.80	12,000.00	0.00
64	0	3,000.00	3.80	10,500.00	0.00
65	1	15,000.00	3.50	15,000.00	2.50
66	2	18,000.00	3.40	24,000.00	8.60
67	1	12,000.00	3.50	18,600.00	2.50
68	2	25,000.00	3.20	8,000.00	2.50
69	2	5,000.00	3.80	36,000.00	2.50
70	1	15,000.00	3.50	8,000.00	8.60
71	0	15,000.00	3.50	10,000.00	0.00
72	2	20,000.00	3.40	15,000.00	8.60
73	1	45,000.00	2.80	6,000.00	8.60
74	1	35,000.00	2.80	5,000.00	0.00