

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN CIENCIAS ECONÓMICAS
MENCIÓN: GESTIÓN PÚBLICA**



**CRECIMIENTO DE LAS MYPES EN LA CIUDAD DE
TINGO MARÍA: 2009-2015**

TESIS

Para optar al grado académico de:

**MAESTRO EN CIENCIAS ECONÓMICAS
MENCIÓN: GESTIÓN PÚBLICA**

JESICA CINTHIA GUTIERREZ CAHUANA

Tingo María – Perú

2019



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
ESCUELA DE POSGRADO
DIRECCIÓN



"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
Nro. 026-2019-EPG-UNAS

En la ciudad universitaria, siendo las 6:00pm, del día lunes 19 de agosto del 2019, reunidos en la Sala de Grados de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, se instaló el Jurado Calificador a fin de proceder a la sustentación de la tesis titulada:

"CRECIMIENTO DE LAS MYPES EN LA CIUDAD DE TINGO MARIA:2009-2015"

A cargo del candidato al Grado de Maestro en Ciencias Económicas, mención Gestión Pública nombre Jesica Cinthia Gutiérrez Cahuana.

Luego de la exposición y absueltas las preguntas de rigor, el Jurado Calificador procedió a emitir su fallo declarando **APROBADO** con el calificativo de **BUENO**.

Acto seguido, a horas 7:05 pm. el presidente dio por culminada la sustentación; procediéndose a la suscripción de la presente acta por parte de los miembros del jurado, quienes dejan constancia de su firma en señal de conformidad.

.....
Dr. EFRAIN F. ESTEBAN CHURAMPI
Presidente del Jurado

.....
M.S.C ESTRELA BEZARRA ALLACA
Miembro del Jurado

.....
Dr. MIGUEL ANJULO CÁRDENAS
Miembro del Jurado

.....
M.S.C TEOFILO BORTEGUESOTO
Asesor



DEDICATORIA

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida y por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

A mi hija Sahily, por ser mi motor y motivo que me inspira a crecer profesionalmente y como persona.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo de tesis constituye un esfuerzo en el cual, directa o indirectamente participaron distintas personas, opinando, corrigiendo, teniéndome paciencia, dando ánimo, acompañando en los momentos de crisis y en los momentos de felicidad. Este trabajo me ha permitido aprovechar la competencia y la experiencia de muchas personas que deseo agradecer en este apartado.

En primer lugar, a Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado. A la UNAS por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional. A mi asesor de tesis, M.Sc. Teófilo Portuguez Soto, por su esfuerzo y dedicación, quien, con sus conocimientos, su experiencia, paciencia y motivación ha logrado propiciado en mí el desafío de culminar los estudios con éxito.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

A todos ustedes, mi mayor reconocimiento y gratitud.

ÍNDICE

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTOS.....	II
RESUMEN	VII
ABSTRACT	VIII
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Planteamiento del problema	10
1.1.1. Contexto.....	10
1.1.2. El problema de investigación.....	11
1.1.2.1. Descripción	11
1.1.2.2. Explicación	13
1.1.2.3. Perspectivas del problema	15
1.1.3. Interrogantes.....	15
1.1.3.1. Interrogante general	15
1.1.3.2. Interrogantes específicas	15
1.2. Justificación.....	15
1.3. Objetivos.....	16
1.3.1. Objetivo general	16
1.3.2. Objetivos específicos	16
1.4. Hipótesis	16
1.5. Variables e indicadores	16
1.6. El modelo	17
CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA.....	18
2.1. Tipo y nivel de la investigación	18
2.2. Unidad de análisis	18
2.3. Población y marco muestral	18
2.4. Método y diseño	18
2.5. Técnicas	20
CAPÍTULO 3: REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	21
3.1. Definición las micro y pequeñas empresas en el Perú.....	21
1. La Micro y pequeña empresa: Enfoque normativo	24
2. El régimen tributario de micro y pequeña empresa	25
3. Régimen general de impuesto a la renta (RG)	26
4. Régimen especial del impuesto a la renta (RER)	26
5. Nuevo régimen único simplificado (Nuevo RUS)	27
6. El Régimen laboral de la micro y pequeña empresa.....	28
3.2. Crecimiento de las Mypes.....	29
3.3. Crecimiento económico y creación de Mypes	29
3.4. Gestión administrativa.....	31
3.5. La Teoría de las inversiones en capital humano.....	32
3.6. Definición de competitividad.....	32
3.7. Ventajas Competitivas.	33

3.8. Formas de obtener ventajas competitivas.....	33
3.9. Factores para lograr una ventaja competitiva sustentable en el tiempo.....	34
3.10. Ventaja competitiva por medio de la calidad	35
3.11. Etapas de Evolución de la Competitividad.....	36
3.12. Marco Conceptual	41
CAPÍTULO 4: RESULTADOS	43
4.1. Resultados descriptivos	43
4.2. Datos Generales.....	43
4.3. Niveles de rentabilidad	49
4.4. Sobre la utilización de créditos	51
4.5. Sobre la demanda de su producto	55
4.6. Nivel de capacitación del microempresario.....	58
4.7. Gestión administrativa.....	61
4.8. Verificación de Hipótesis.....	67
4.9. Modelo.....	67
4.10. Análisis de indicadores estadísticos.	69
CAPÍTULO 5: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	73
5.1. Relación entre variables.....	73
5.2. Concordancia con otros resultados.....	74
CONCLUSIONES	76
RECOMENDACIONES	78
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	79
ANEXOS	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Perú; empresas formales según segmento empresarial. Año 2012.....	11
Tabla 2. Regiones del Perú según mipymes y PBI- año 2012.....	12
Tabla 3. Perú; mypes formales según número de trabajadores. Año 2012.....	14
Tabla 4. Empresas comerciales formales en la ciudad de.....	19
Tabla 5. Matriz de contingencia del diseño de la distribución de la muestra.....	20
Tabla 6. Características de las mypes en el Perú	21
Tabla 7. Estructura porcentual de las empresas formales en el Perú. Año: 2014	23
Tabla 8. Evolución de las empresas formales en el Perú. Período: 2010-2014...	23
Tabla 9. Estructura porcentual de las micro, pequeñas y medianas empresas formales en el Perú según número de trabajadores. Año: 2014	24
Tabla 10. Modificaciones normativas.....	25
Tabla 11. Medidas promocionales en materia tributaria implementadas en el Perú	27
Tabla 12. Beneficios del régimen laboral de las micro y pequeñas empresas....	29
Tabla 13. Niveles de competitividad empresarial en el Perú.....	36
Tabla 14. Ventas anuales, niveles de capacitación y gestión administrativa de las mypes	68
Tabla 15. Resultados de la estimación del modelo econométrico de regresión múltiple por el método de mínimos cuadrados ordinarios	68
Tabla 16. T-statistic de los regresores de la regresión.....	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Régimen de personería de microempresarios del distrito de Rupa Rupa	43
Figura 2. Grado de instrucción de los microempresarios comerciales del distrito de Rupa Rupa	44
Figura 3. Edad de los microempresarios comerciales del distrito de Rupa Rupa	45
Figura 4. Grupos de edad según sexo de los microempresarios del distrito de Rupa Rupa	46
Figura 5. Grado de instrucción según grupos de edad de los microempresarios del distrito de Rupa Rupa	47
Figura 6. Rango de número de trabajadores de las microempresas	48
Figura 7. Rango de años de operación de las microempresas	48
Figura 8. Tipo de régimen tributario de las microempresas del distrito de Rupa Rupa ..	49
Figura 9. Ingresos mensuales de las microempresas del distrito de Rupa Rupa	50
Figura 10. Retorno sobre la utilidad mensual de los microempresarios del distrito de Rupa Rupa	51
Figura 11. Acceso al crédito en los últimos tres años	52
Figura 12. Préstamo a mypes de instituciones financieras del distrito de Rupa Rupa ...	53
Figura 13. Monto de los créditos solicitados por los microempresarios del distrito de Rupa Rupa (en soles)	54
Figura 14. Rangos de cuotas de pago de créditos solicitados por los microempresarios del distrito de Rupa Rupa	55
Figura 15. Frecuencia de adquisición de mercadería por parte de los microempresarios del distrito de Rupa Rupa	56
Figura 16. Rango de inversión mensual en mercadería	57
Figura 17. Medios de publicidad que utilizan las mypes para promocionar la venta de su mercadería	57
Figura 18. Asistencia a cursos de capacitación por parte de los microempresarios del distrito de Rupa Rupa	58
Figura 19. Disposición a participar en eventos de capacitación por parte de los microempresarios del distrito de Rupa Rupa	59
Figura 20. Participación en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías de información para la gestión empresarial	60
Figura 21. Naturaleza de la capacitación recibida en nuevas tecnologías para la gestión empresarial	61
Figura 22. Variación en las ventas durante el período 2014-2015	62
Figura 23. Factores que incrementan las ventas en la mypes	63
Figura 25. Percepción del microempresario respecto del servicio que ofrece la digesa .	64
Figura 26. Percepción del servicio del mincetur	65
Figura 28. Distribución de Fisher	70
Figura 29. Distribución t-student	72

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo identificar los factores que explican el comportamiento del crecimiento de las MYPES en la ciudad de Tingo María. Las MYPES, son aquellas unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica y tiene por objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes y servicios. En estas empresas laboran hasta un máximo de 10 trabajadores. En el año 2015, en la ciudad de Tingo María operaban alrededor de 1241, de las cuales se tomó una muestra de nueve empresas del sector comercio, las fueron clasificadas en empresarios del sector servicios, manufactura, comercio y otros. Para la obtención de la información se utilizó técnicas como encuestas, y estados financieros de las empresas que se investigaron. Los resultados fueron: la gestión administrativa de las MYPES y el nivel de capacitación del personal que administra estas empresas, fueron los factores que explicaron el crecimiento de éstas. La gestión administrativa, en particular fue el factor que tuvo más impacto con respecto al crecimiento de ellas. El 72.2 % de los que conducen estas empresas, tenían estudios superiores y el 33.4 % de ellos tenían edades entre 25 a 31 años de edad. La experiencia laboral de los conductores de las MYPES oscila entre 10 y 15 años. El 44.4 % de las mismas, tienen entre 5 a 7 trabajadores y el 61.1% se encuentra en el régimen general de impuesto a la renta. En términos económicos, se encontró que por cada S/. 1000,00 nuevos soles que invirtió el empresario, éste obtuvo una utilidad de S/. 101.00 a S/. 917,00 nuevos soles. En cuanto a acceso financiamiento, se encontró que el 72.2 % de las MYPES obtuvieron préstamos del sistema bancario y no bancario.

Palabras clave: MYPES, gestión administrativa, régimen tributario.

ABSTRACT

The present research had the objective of identifying the factors which explain the behavior of the growth of MYPES (acronym in Spanish) in the city of Tingo María during 2015. MYPES are economic units constituted by a person or legal entity. The objective is to carry out the extraction, transformation, production and commercialization activities of goods and services. In these businesses, there are up to a maximum of ten employees. The number of MYPES which were functioning during the research was 1241, of which a sample of nine business in the commercial sector was taken, they were classified into business from the service, manufacturing, commercial and other sectors. To obtain the information, techniques such as surveys and the financial state of the businesses were used, which were researched. The results were: the administration of the MYPES and the level of training of the personnel which manage the businesses were the factors which explain their growth. The administration, in particular, was the factor which had the most impact with respect to their growth. Of the people which lead these companies, 72.2% had superior studies and 33.4% of them were between the ages of 25 and 31. With respect to work experience, those in charge of the MYPES had between ten and fifteen years of experience. Of these businesses, 44.4% had between five and seven employees and 61.1% are found to be in the general tax bracket. In economic terms, it was found that for each S/. 1000,00 soles which the business invested it obtained a utility of S/. 101.00 to S/. 917,00 soles. With respect to the access to financing, it was found that 72.2% of the MYPES obtained loans from the banking and non-banking system.

Keywords: MYPES, Administration, tax bracket

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Contexto

En el Perú y en América Latina, las Mipymes son un componente fundamental del tejido empresarial. La importancia de las Mipymes radica en su participación en el número total de empresas y en la generación de empleo, contraponiéndose a su contribución al producto interno bruto (PIB) regional con un magro 25%, a diferencia de los países de la Unión Europea (UE) donde las Mipymes alcanzan, en promedio el 56% del PBI, tal como sostiene (Stumpo G., 2018), "...la comparación con la Unión Europea es significativa, porque en los países que forman parte de esa comunidad de estados las Mipymes constituyen un componente fundamental, dinámico e integrado de la estructura productiva, y las políticas implementadas para esas empresas han sido consideradas, en más de una oportunidad, una referencia para las propuestas de fomento en América Latina".

Respecto del ciclo de vida de la Mipymes, Villafuerte C. (2002 pág. 14) afirma lo siguiente: "...para contar con un mayor panorama estadístico podremos mencionar que en EEUU el 40% de las PYMES mueren antes de los 5 años, las 2/3 partes pasa a la segunda generación y tan solo el 12% sobrevive a la tercera generación. Además, existen en los EEUU, 22,1 millones de negocios que generan 129 millones de puestos de empleo y ocupa 5.8% personas por empresa" (Ponce Revoredo, 2016). En el Japón, por ejemplo, existen alrededor de 9 millones de pequeñas empresas que generan más de 67 millones de empleos; en promedio cada empresa cuenta con de 7.4 trabajadores. En Italia laboran 5.2 personas por empresa (Centty Villafuerte D. B., 2002).

Las MYPES son importantes en el mundo debido a su población, el número de puestos de trabajo que genera y su aporte al Producto Bruto

Interno. Así, por ejemplo, en Francia el 98.8% de las empresas son MYPES; en Finlandia el 98.3%, en Suecia el 98.9%, etc. Con relación al empleo: En Francia, el 45.5% es generado por las MYPES, en Finlandia el 40.9%, en Suecia el 47.0%. Finalmente, en relación a su aporte al PBI: Las MYPES aportan el 40.8% al PBI, Finlandia el 30.7%, Suecia el 38.4%. Por su parte en América Latina las importancias de las empresas en algunos países son: en Colombia el 95.9%, en Perú el 98% y en Bolivia el 99.5%; en el empleo: En Colombia es el 66.4%, en Perú el 77% y en Bolivia el 80.5%. Pero en materia de política legal y asignación de presupuestos sus criterios y parámetros son diferentes, por ejemplo: Chile asigna unos 511 millones de dólares, Brasil US\$ 450 millones, EE.UU. US\$ 14,651 millones y nuestro país, 3.7 millones de dólares y si estos datos los traducimos en inversión por MYPE, podemos señalar que la inversión es de: US\$ 157 en Chile, en Brasil 110, en Ecuador 24 y en nuestro país 5.7 dólares (Artículo Panorama Cajamarquino, 2009).

Tabla 1. *Perú; empresas formales según segmento empresarial. Año 2012.*

Segmento empresarial	N° Empresas	%
Microempresas	1 270,009	94.1
Pequeña empresa	68,243	5.1
Mediana empresa	2,451	0,2
Total, Mipymes	1 340,703	99,4
Gran empresa	7,908	0,6
Total, Empresas	1 348,611	100,0

Fuente: Registro Único de Contribuyentes - SUNAT

Elaboración: PRODUCE –Dirección de Estudios Económicos de MYPE e Industria (DEMI)

En la Tabla 1 se observa que, en el año 2012, en el Perú hubieron 1'348,611 de empresas formales, de las cuales el 99.4% corresponden a las micro, pequeñas y medianas empresas, en tanto que tan solo el 0,6 % representa a la gran empresa.

1.1.2. El problema de investigación

1.1.2.1. Descripción

De acuerdo con el Ministerio de Trabajo y Promoción Social, en el Perú, la informalidad en el sector de las micro y pequeñas empresas, representa el 74.26% del total de MYPES, sumado a ello, está el hecho que según datos del Comité de la Pequeña Industria de la Sociedad

Nacional de Industria; en nuestro país, cada año se crean 300 mil pequeñas y microempresas (MYPES), pero paralelamente a este hecho desaparecen 200 mil; es decir, existe un crecimiento del sector de 100 mil empresas aproximadamente (Centty Villafuerte D. B., 2011). Según Las MYPES, han adquirido en el tiempo en nuestro país; una mayor importancia; debido a que de las 3 millones 229 mil 197 empresas; señaladas por Fernando Villarán (2008); 3 millones 217 mil 479 o el 99.64%, son MYPES; las cuales absorben el 62.1% de la PEA nacional estimada para el mismo año (Villafuerte, 2012).

Tabla 2. Regiones del Perú según MiPymes y PBI- Año 2012

N°	REGIÓN	MiPymes		PBI millones de soles ⁽²⁾	
		N°	%	Valor	%
1	Lima ⁽¹⁾	103 744	47.2 %	120 288	53.6 %
2	Arequipa	12 040	5.5 %	12 621	5.6 %
3	La Libertad	13 191	6.0 %	10 602	4.7 %
4	Piura	8 863	4.0 %	8 922	4.0 %
5	Junín	8 580	3.9 %	7 001	3.1 %
6	Lambayeque	7 772	3.5 %	6 042	2.7 %
7	Cusco	10 029	4.6 %	6 705	3.0 %
8	Áncash	6 746	3.1 %	7 407	3.3 %
9	Ica	5 970	2.7 %	6 976	3.1 %
10	Cajamarca	4 983	2.3 %	5 550	2.5 %
11	Puno	5 656	2.6 %	4 722	2.1 %
12	Loreto	3 780	1.7 %	4 260	1.9 %
13	Tacna	3 506	1.6 %	2 951	1.3 %
14	San Martín	4 135	1.9 %	2 824	1.3 %
15	Ucayali	3 502	1.6 %	2 203	1.0 %
16	Huánuco	3 024	1.4 %	2 121	0.9 %
17	Ayacucho	2 942	1.3 %	2 230	1.0 %
18	Tumbes	1 614	0.7 %	1 044	0.5 %
19	Moquegua	1 222	0.6 %	2 662	1.2 %
20	Apurímac	2 129	1.0 %	1 044	0.5 %
21	Pasco	1 496	0.7 %	2 049	0.9 %
22	Amazonas	1 087	0.5 %	1 431	0.6 %
23	Madre de Dios	2 897	1.3 %	916	0.4 %
24	Huancavelica	945	0.4 %	1 734	0.8 %
Total		219 853	100%	224 305	100.0 %

Fuente: SUNAT, INEI, BCR

Elaboración: DEMI -Dirección de Estudios Económicos de MYPE e Industria

(1): El PBI de la región Callao está incluido en la región Lima

(2): Valores para el año 2011

En la Tabla 2 se puede apreciar que, la participación de la región Huánuco en la distribución del PBI se encuentra en el puesto 16 con un

0,9 % de aportación al PBI y del total de las Mipymes nacidas, representa el 1.4% de las regiones.

1.1.2.2. Explicación

En los últimos años, las microempresas se han convertido en una alternativa socioeconómica de adaptación local: para contextos rurales y urbanos, en tanto apoyan la economía de la comunidad o región en la que se establecen pero también en tanto coadyuvan a fortalecer los lazos familiares, a la transmisión de conocimientos a través de las generaciones, a interactuar con la migración como medio para reforzar la identidad cultural, además de contribuir a la conservación de los recursos naturales y las tradiciones locales y regionales (Arias, 1992: 300) (Corral, 2010).

De esta manera, la vigencia y el crecimiento de la empresa dependen muchas veces de la capacidad de los empresarios para transformar los conocimientos generales en conocimientos específicos que les permitan: mejorar sus prácticas cotidianas de trabajo; reducir sus costos; incrementar la calidad y variedad de sus productos; incorporar nuevos estándares y normas, y adaptarse a mercados nacionales y globales. Asuntos tan simples como el cambio de un envase, la nueva presentación de un producto o incorporar en la etiqueta el código de barras, puede ser toda la diferencia para incursionar en mercados más amplios y a veces para que la empresa sobreviva y crezca. Es común que en nuestras empresas ocurra lo que los constructivistas caracterizan como flexibilidad interpretativa (Pinch, 1997), pues es frecuente que se adapten artefactos y técnicas que no fueron diseñados originalmente para el proceso de producción de ese producto en especial (Corral, 2010). La viabilidad de las empresas de hoy (sin importar, tamaño, actividad, sector) está determinada por la habilidad que tengan las organizaciones para evaluar y reaccionar a sus resultados inmediatos, vistos en el contexto de objetivos estratégicos de mediano y largo plazo. Es decir, lo que hoy se cosecha es fruto de la labor de mucho tiempo atrás que pudo planear las condiciones en que se desarrollaría el cultivo que hoy podemos recoger. Planear y medir son elementos fundamentales para lograr resultados

(consolidarse y crecer), que en una economía de mercado se traduce en subsistir de manera competitiva, sostenible y sustentable (Hernando Jaimes Amorocho, 2009). Los limitados recursos que disponen tanto financieros como materiales afectan de manera significativa puesto que estos son imprescindibles para la consecución de los objetivos las entidades financieras. Mínima experiencia en planificación. Se puede afirmar que existen dos tipos de empresarios: Los que optan abiertamente por esta forma de vida y los que, por las circunstancias que se les presentan, ingresan al mundo empresarial o 'devienen' empresarios (Becerra Ana Maria, Garcia Emilio, 2008). Pues ciertamente un empresario debe tener en cuenta estos aspectos muy importantes, para el empresario puede a ver sido fácil comenzar una carrera empresarial, llegar a conseguir lo que se quiere es un largo camino lleno de problemas conforme se siga avanzando.

Tabla 3. Perú; MYPES formales según número de trabajadores. Año 2012.

Rango de Trabajadores	MYPE	
	N° de Empresas	%
Hasta 5	1 296 195	96.7%
De 6 a 10	24 249	1.8%
De 11 a 20	12 260	0.9%
De 21 a 50	5 600	0.4%
De 51 a 100	1 683	0.1%
De 101 a 200	509	0.0%
Mayor de 200	207	0.0%
Total empresas	1 200 664	100.0%

Fuente: Registro Único de Contribuyentes 2012 SUNAT

Elaboración: PRODUCE –Dirección de Estudios Económicos de MYPE e Industria (DEMI)- El tamaño empresarial es determinado en base a la Ley N° 30056.

La otra variante que caracteriza a las MYPES, es el número de trabajadores que emplean para desarrollar la actividad empresarial. Así, tomando en cuenta el número de trabajadores, en la Tabla 3 podemos apreciar que del total de las Mypes formales, más del 96,7% poseen hasta 5 trabajadores, siendo la de mayor concentración en comparación con los que tienen más de 6 trabajadores donde es la base fundamental

de las Mypes, el 1.8 % entre 6 y 10; el 0,9% entre 11 y 20; el 0,4% entre 21 y 50 y el 0,1% entre 51 y 100 trabajadores.

1.1.2.3. Perspectivas del problema

En el Perú, las micro y pequeñas empresas (MYPES) juegan un rol fundamental en el proceso de desarrollo económico y social del país. Pues más del 98% de todas las empresas, genera empleo en un 75% de la Población Económicamente Activa (PEA) y aporta a la riqueza en más de 45% del Producto Bruto Interno (PBI). En consecuencia, las MYPES son la mejor alternativa para enfrentar al desempleo, con énfasis en el sector juvenil. No obstante que las MYPES constituyen la mayor masa empresarial en el Perú, sus capacidades demostradas para generar empleo y para contribuir a la generación de la riqueza nacional, no existe una estrategia nacional sostenida orientada a promoverla (Espinoza 2010).

1.1.3. Interrogantes

1.1.3.1. Interrogante general

- ¿La gestión administrativa es la causa principal que explica el comportamiento del crecimiento de las MYPES en la ciudad de Tingo María?

1.1.3.2. Interrogantes específicas

- ¿Cuál es el comportamiento de las MYPES en la ciudad de Tingo María?
- ¿Cuáles son las principales características administrativas en el crecimiento de las MYPES en la ciudad de Tingo María?
- ¿Cuáles son las propuestas, para fortalecer el crecimiento de las MYPES en la ciudad de Tingo María?

1.2. Justificación

La investigación se justifica porque sirve para identificar las dificultades que presentan los empresarios en los procesos operativos, estratégicos, administrativos y también en lo que implica a las tecnologías de la información y las comunicaciones, la corrupción, la infraestructura y la burocracia.

Asimismo, el trabajo permitió conocer cuáles son esos impactos en estas variables, y qué medidas y políticas se pueden aplicar para contrarrestar los efectos negativos, porque en el transcurrir del tiempo las empresas que están posesionadas terminan en fracaso o en quiebra.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Identificar los factores principales que explican el comportamiento del crecimiento de las MYPES, en la ciudad de Tingo María.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar los factores impulsores o destructores del crecimiento de las MYPES en la ciudad de Tingo María, en el año 2015.
- Determinar el comportamiento de la gestión administrativa de las MYPES en la ciudad de Tingo María.
- Formular propuestas para mejorar el desempeño de las MYPES en la ciudad de Tingo María.

1.4. Hipótesis

La gestión administrativa es la causa principal que explica el comportamiento del crecimiento del sector comercio formal de las MYPES en la ciudad de Tingo María.

1.5. Variables e indicadores

Variable dependiente (Y):

Y = Crecimiento MYPES

Indicador:

Y1 = Ventas (V)

Variable independiente:

X = Gestión administrativa

Indicadores:

X₁ = Nivel de capacitación (NC)

X₂ = Gestión administrativa (GA)

1.6. El modelo

$$V = \beta_0 + \beta_1 * NC + \beta_2 * GA + +\varepsilon$$

Dónde:

V = Ventas

NC = Nivel de capacitación

GA = Gestión administrativa

β_0 = Intercepto.

β_1 = Coeficiente del nivel de capacitación

β_2 = Coeficiente de la variable gestión administrativa

ε = Error aleatorio

CAPÍTULO 2

METODOLOGÍA

2.1. Tipo y nivel de la investigación

La investigación es de tipo transversal y de nivel explicativo.

2.2. Unidad de análisis

La unidad de análisis corresponde a cada una de las MYPES del sector del comercio formal.

2.3. Población y marco muestral

La población de estudio está compuesta por un total de 1241 empresas comerciales que operaban en la ciudad de Tingo María en el año 2015. A efectos de recoger información estadística confiable y representativa, del total de la población se tomó una muestra aleatoria de 18 empresas del sector comercio; de las cuales solo nueve accedieron a brindarnos los estados financieros que presentaron a la SUNAT. En la Tabla 4 se presenta la relación de empresas seleccionadas.

2.4. Método y diseño

El diseño de la investigación se construyó bajo observaciones existentes planteadas en el proyecto de investigación y recurriendo al enfoque cualitativo. Los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta lo podemos ver en la matriz de contingencia, contenida en la Tabla 5.

Tabla 4. *Empresas comerciales formales en la ciudad de Tingo María. Año 2012.*

N°	Empresa	Ubicación
1	Mueblería San Juan Pérez Chávez, Juan Roger	Av. Agricultura S/N. T.M.
2	Agro Diego Cárdenas Ortega, Abel Iziquias	Jr. Cayumba N° 284
3	Zapateria Torieli Trujillo Suarez, Juan Carlos	Jr. Monzón N° 295
4	Manos Creativas Salcedo Aranda, Nazia	Jr. Monzón N° 229
5	Importaciones Leo Service EIRL	Av. Tito Jaime F. N°226
6	Comercial Villodas Acosta Janampa, Marisol	Av. Tito Jaime F. N° 238
7	Centro Comercial Villodas Villodas Rojas, Alcindo	Av. Tito Jaime F. N° 282
8	Autopart´S Sinai S.C.R.L.	Jr. Aguaytía N° 432
9	Exclusividades Evelyn Salcedo Aranda, Evelyn	Av. Tito Jaime F. N° 143

Fuente: SUNAT

Tabla 5. Matriz de contingencia del diseño de la distribución de la muestra

asistencia cursos de capacitación	NC	incremento registrado	participo en eventos de nuevas tecnologías	participo en eventos de nuevas tecnologías	ventas	NC	CP	ET
1	0	5	1	1	419,589.00	1	0	1
0	1	4	1	2	348,108.60	1	1	2
1	0	2	0	0	574,712.00	1	0	0
0	0	1	0	0	180,933.00	1	1	0
0	0	5	1	2	146,395.00	0	1	2
0	0	4	0	0	470,838.00	1	1	0
0	0	3	0	0	224,660.00	1	1	0
0	1	1	0	0	84,256.00	0	1	0
0	0	1	0	0	121,162.00	1	1	0

Fuente: Encuesta a microempresarios.

2.5. Técnicas

Para interpretar los resultados de la encuesta, previamente se sistematizó y procesó la información haciendo uso una hoja de cálculo y el procesador SPSS, versión 24. Dada la naturaleza del trabajo, para el proceso de validación de la hipótesis se recurrió a las estimaciones y pruebas de hipótesis estadísticas respecto de los resultados de la estimación del modelo de regresión lineal múltiple.

CAPÍTULO 3

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

3.1. Definición las micro y pequeñas empresas en el Perú

Las micro y pequeñas empresas son pequeñas unidades económicas que desarrollan actividades de producción de bienes y servicios bajo cualquier modalidad de organización. Las Mypes están normadas por el Texto Único Ordenado (TUO) de la Ley N° 28015, Ley de Promoción de la Competencia, Formalización y Desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas. En nuestro país, las Mypes pueden adoptar las siguientes formas: Microempresa, entre uno (1) a diez (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT). Pequeñas empresas, de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributaria (UIT)” (M.Huamani y S.Gonzales, 2017).

Por otro lado, Silupu Garcés afirma textualmente que: “En el contexto peruano, las micro y pequeñas empresas (MYPES) se definen como unidades económicas constituidas por personas naturales o jurídicas que tienen una actividad legal y cumplen con su obligación fiscal, es decir, están inscritas en el RUC y se acogen a alguna de las modalidades de pago de tributos por ingresos derivados de rentas de tercera categoría correspondientes a negocios de personas naturales y jurídicas” (Silupú, 2011). Desde el punto de vista normativo Las MYPES, tal como apreciamos en la Tabla 6.

Tabla 6. Características de las MYPES en el Perú

Número total de trabajadores	Nivel de ventas anuales
La microempresa abarca de 1 hasta 10 trabajadores inclusive.	Microempresa: hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).
La pequeña empresa abarca de 11 hasta 100 trabajadores inclusive.	Pequeña empresa: parte de un monto máximo señalado para las microempresas y hasta 1,700 unidades impositivas tributarias (UIT)

Fuente: La Mype. Ley N° 30056

Según la Codemype: “Se considera que las MYPES en el Perú pueden agruparse en tres estratos, según la capacidad de autofinanciamiento para su crecimiento y generación de valor económico, productividad, capacidad de innovación y diferenciación” (Codemype, 2005).

a) MYPE de acumulación

Tiene la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa. Cuenta con mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo remunerado.

b) MYPE de subsistencia

Es aquella unidad económica sin capacidad de generar utilidades, en detrimento de su capital, dedicándose a actividades que no requieren de transformación sustancial de materiales o deben realizar dicha transformación con tecnología rudimentaria. Estas empresas proveen de un «flujo de caja vital», pero no inciden de modo significativo en la creación de empleo adicional remunerado (La unidad impositiva tributaria para el 2006 fue de 3 mil 400 nuevos soles).

c) Nuevos emprendimientos

Son aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir, como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. Los emprendimientos se orientan a la innovación, creatividad y cambio hacia una situación económica mejor y más deseable, ya sea para iniciar un negocio o para mejorar y hacer más competitivas las empresas.

En la Tabla 7 podemos observar la estructura empresarial peruana, donde el 94.9% son microempresas, mientras que el 4.5% son pequeñas y el 0.2% son medianas empresas. Esta estructura empresarial, donde las pequeña y medianas empresas representan significativamente a toda la estructura empresarial peruana. Como sostiene Fernando Villarán: “... esto representa la debilidad para el desarrollo del sector privado y de toda la economía, pues las grandes empresas no cuentan con una base sólida para la subcontratación y

una oferta de proveedores estables, de calidad y en crecimiento” (Villarán 2000).

Esto significa la importancia de las microempresas, que contribuye a aumentar el PEA y mejora el bienestar de la población, mientras que las pequeñas y medianas empresas aportan a la economía y también a la generación de puestos de trabajo y por ende el desarrollo del país.

Tabla 7. Estructura porcentual de las empresas formales en el Perú. Año: 2014

Estrato empresarial	N° de empresas	%
Microempresa	1,518,284	94.9
Pequeña empresa	71,313	4.5
Mediana empresa	2,635	0.2
Total Mipyme	1,592,232	99.5
Gran empresa	8,388	0.5
Total de empresas	1,600,620	100

Fuente: SUNAT- Registro Único del Contribuyente 2014

Elaboración: PRODUCE-DEMI

En la Tabla 8 se puede apreciar que el crecimiento promedio anual fue de 7.4%, entre los años 2010-2014. Este crecimiento contrasta con el crecimiento que ha tenido la economía peruana, el cual fue en promedio del 5.1% anual en los últimos años. El ritmo de crecimiento de las microempresas del año 2010 al 2014 ha sido del 1.05 % en promedio anual, tasa que también va en la misma dirección del crecimiento que ha tenido la economía peruana.

Tabla 8. Evolución de las empresas formales en el Perú. Período: 2010-2014.

Año	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Grande	Total
2010	1,138,091	55,589	2,031	6,342	1,202,053
2011	1,221,343	61,171	2,325	7,285	1,292,124
2012	1,270,009	68,243	2,451	7,908	1,348,611
2013	1,439,778	70,708	2,520	8,306	1,521,312
2014	1,518,284	71,313	2,635	8,388	1,600,620

Fuente: SUNAT-Registro Único del Contribuyente 2010-2014

Elaboración: PRODUCE-DEMI.

Nota: El estrato empresarial es determinado de acuerdo con la Ley N°30056. El parámetro referencial para la gran empresa (aquella cuyas ventas anuales son mayores a 2300 UIT).

Tabla 9. Estructura porcentual de las micro, pequeñas y medianas empresas formales en el Perú según número de trabajadores. Año: 2014

Rango de trabajadores	Micro	%	Pequeña	%	Mediana	%	Mipyme	%
[0 - 5]	1,500,779	98.8	42,166	59.1	530	20.1	1,543,475	96.9
[6 - 10]	13,344	0.9	12,464	17.5	418	15.9	26,226	1.6
[11 - 20]	3,298	0.2	9,830	13.8	684	26	13,812	0.9
[21 - 50]	730	0	4,892	6.9	480	18.2	6,102	0.4
[51 - 100]	100	0	1,473	2.1	332	12.6	1,905	0.1
[101 - 200]	21	0	369	0.5	132	5	522	0
Más de 200	12	0	119	0.2	59	2.2	190	0
TOTAL	1,518,284		71,313		2,635		1,592,232	

Fuente: SUNAT. Registro Único del Contribuyente 2014.

Elaboración: PRODUCE DEMI.

Nota: El estrato empresarial es determinado de acuerdo con la Ley N°30056. El parámetro referencial para la gran empresa (aquella cuyas ventas anuales son mayores a 2300 UIT).

En la Tabla 9 se observa que, la mayor concentración del rango de trabajadores entre 0 a 5 trabajadores las Mipyme es del 96.9%. Es la base fundamental de la pirámide de la fuerza laboral en nuestro país. El 98.8% se concentra en la microempresa, el 59.1% en la pequeña empresa y el 20.1% en la mediana empresa.

1. La Micro y pequeña empresa: Enfoque normativo

a) Aspectos legales

En la Tabla 10 podemos observar la base legal que norma la promoción, formalización y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, de acuerdo con (Quispe & Ochoa, 2015).

Tabla 10. Modificaciones normativas

Ley	Vigente a partir de:
<ul style="list-style-type: none"> • Ley 28015: Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa (03-07-2003). 	<ul style="list-style-type: none"> • 04 de Julio de 2003
<ul style="list-style-type: none"> • Decreto Legislativo N°1086: Decreto legislativo que aprueba la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro- y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (publicado el 28-06-2008). 	<ul style="list-style-type: none"> • 01 de octubre de 2008
<ul style="list-style-type: none"> • DS N°008-2008-TR: Reglamento del Texto único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del acceso al Empleo Decente. (Publicado 30-09-2008). 	<ul style="list-style-type: none"> • 01 de octubre de 2008
<ul style="list-style-type: none"> • Ley N°30056: Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. (Publicado el 02-07-2013). 	<ul style="list-style-type: none"> • 03 de julio de 2013
<ul style="list-style-type: none"> • D.S.N°013-2013-PRODUCE: Aprueban Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al crecimiento Empresarial. (Publicado el 28-12-2013). 	<ul style="list-style-type: none"> • 29 de diciembre de 2013

Fuente: Actualidad Empresarial. Quispe Carlos M. y Rosales Ochoa L". (2015)

2. El régimen tributario de micro y pequeña empresa

El artículo 28 del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta, aprobado por el Decreto Supremo N°179-2004-EF, define aquellas actividades que califican como rentas de tercera categoría, dentro de las cuales incluye a las actividades empresariales, por lo que podemos concluir que las MYPES y medianas empresas constituyen sujetos del impuesto y por tanto se encuentran afectas al pago del mismo por las actividades que desarrollen cualquiera sea la forma en que se haya constituido y efectuaran dicho pago de acuerdo con el régimen tributario que les corresponda (Quispe & Ochoa, 2015). Esta norma establece el fomento a las MYPES de acuerdo con la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), estas son (Quispe Carlos & Rosales Ochoa, pág. 21):

- Régimen General del Impuesto a la renta (RG)
- Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)
- Nuevo régimen Único simplificado (nuevo RUS)

Esto es la parte fundamental para tomar en cuenta en las MYPES, para lo cual vamos a definir cada una de ellas.

3. Régimen general de impuesto a la renta (RG)

El impuesto a la renta de tercera categoría grava la renta obtenida por la realización de actividades empresariales que desarrollan las personas naturales y jurídicas. Estas rentas se producen por la participación conjunta de la inversión del capital y el trabajo. Si las MYPES optaran por acogerse al régimen general sea que estén inscritas como personas naturales o jurídicas, deberán cumplir con el pago a cuenta del impuesto a la renta en forma mensual, así como con la presentación del balance al final del ejercicio (Quispe & Rosales, 2015).

4. Régimen especial del impuesto a la renta (RER)

Está dirigido al contribuyente de tercera categoría dedicados al comercio y/o industria, entendiéndose por tales a la venta de bienes que adquieran, produzcan o manufacturen, así como la de aquellos recursos naturales que extraigan, incluidos la cría y el cultivo. Actividades de servicios, salvo algunas actividades no permitidas (Quispe Carlos & Rosales Ochoa, 2015). No están comprendidas en el RER las personas naturales, sociedades conyugales, sucesiones indivisas y personas jurídicas, domiciliadas en el país, que incurran en cualquiera de los siguientes supuestos (Quispe & Rosales, 2015):

- ✓ Cuando en el transcurso de cada ejercicio gravable el monto de sus ingresos netos supere los S/.525, 000.00
- ✓ El valor de los activos fijos afectados a la actividad, con excepción de los predios y vehículos, supere los S/. 126,000.00
- ✓ Cuando en el transcurso de cada ejercicio gravable el monto de sus adquisiciones afectadas a la actividad acumuladas supere los S/. 525,000.00
- ✓ Desarrollen actividades generadoras de rentas de tercera categoría con personal afectado a la actividad mayor a 10 (diez) personas.

5. Nuevo régimen único simplificado (Nuevo RUS)

Es un régimen que facilita a los pequeños contribuyentes contribuir de una manera sencilla con el Perú. Consta de un solo pago mensual que se calcula de acuerdo con el monto de sus ingresos y compras. Para acogerse al nuevo RUS es requisito (Quispe & Rosales, 2015).

- ✓ El monto de tus ingresos brutos anuales no superiores a S/. 360,000 (Trescientos sesenta mil nuevos soles); o ingresos mensuales que no superen los S/.30, 000.00 (Treinta mil nuevos soles).
- ✓ Poseer un solo establecimiento.
- ✓ No superar la cifra S/. 70,000.00 (Setenta mil nuevos soles) en activos fijos.
- ✓ Las compras para el desarrollo de la actividad no deben superar la cifra mensual de S/. 30,000.00 (Treinta mil nuevos soles) ni la cifra anual de S/. 360,000 (Trescientos sesenta mil nuevos soles).

No se pueden acoger a este régimen quienes realicen actividades de transporte de carga, organicen espectáculos, los titulares de agencias de viajes ni otros determinados por la Superintendencia Nacional de administración Tributaria (SUNAT).

Tabla 11. Medidas promocionales en materia tributaria implementadas en el Perú

Régimen Especial de Renta - RER antes de nueva ley MYPE	Régimen Especial de Renta - RER a partir de nueva ley MYPE
<ul style="list-style-type: none"> • Tope de compras de ventas s/. 360,000.00 • Régimen de compras Régimen de ventas Libro de inventario y balance (6 anexos) • Tasa de impuesto mensual: comercio y/o industria.....1.5% Servicio o ambas actividades.....2.5% • Valor de activos hasta S/. 87,500.00 	<ul style="list-style-type: none"> • Tope de compras y ventas S/. 525,000.00 • Régimen de compras Régimen de ventas y DD.JJ. Del inventario del ejercicio anterior • Tasa de impuesto mensual: Todas las actividades.....1.5% • valor de activos hasta S/. 126,000.00
Régimen especial de renta - RER Antes de nueva Ley MYPE	Régimen especial de renta - RER a partir de nueva Ley MYPE
<ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad completa para micro y pequeñas empresas: • Depreciación en un plazo de 10 años para todas las empresas 	<ul style="list-style-type: none"> • Microempresa: Llevan como mínimo: Registro de compras, Registro de ventas y Libro diario de formato simplificado • Pequeña empresa: Depreciación acelerada en 3 años para las pequeñas empresas y su uso se puede iniciar el 2009, 2010 ó 2011

Fuente: SUNAT.

6. El Régimen laboral de la micro y pequeña empresa

Las empresas acogidas al régimen de las microempresas, establecido con el Decreto Legislativo N° 1086 que aprueba la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, vigente a partir del 01-10-08, las cuales gozan de un tratamiento especial en la inspección del trabajo, en materia de sanciones y de la fiscalización laboral, por el que ante la verificación de infracciones laborales leves detectadas deben contar con un plazo de subsanación dentro del procedimiento inspectivo y una actividad asesora que promueva la actividad laboral. Este tratamiento no resulta aplicable en caso de reiterancia ni a las obligaciones laborales sustantivas ni a aquellas relativas a la protección de derechos fundamentales laborales. Este tratamiento especial rige por tres (03) años, desde el acogimiento al régimen especial. Mediante decreto supremo se reglamenta lo dispuesto en el presente artículo (Quispe & Rosales, 2015).

Según Castillo Gamarra A. r (2009), la microempresa al igual que la pequeña empresa puede acogerse al RLE de la MYPE que comprende: remuneración, jornada de trabajo de ocho (8) horas, horario de trabajo y trabajo en sobretiempo, descansos remunerados (semanal, vacacional 15 días y feriados) y protección contra el despido arbitrario (10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de 90 remuneraciones diarias). Sin embargo, los trabajadores de la microempresa a diferencia de la pequeña empresa no tienen derecho a SCTR, seguro de vida, derechos colectivos, participación en las utilidades, CTS y gratificaciones.

Tabla 12. Beneficios del régimen laboral de las micro y pequeñas empresas

Micro empresa	Pequeña empresa
<ul style="list-style-type: none"> • Remuneración mínima vital (RMV) • Descanso semanal y en días feriados • Remuneración por trabajo en sobretiempo • Descanso vacacional de 15 días calendarios • Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (seguro integral de salud) • Cobertura previsional • Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración) 	<ul style="list-style-type: none"> • Remuneración mínima vital (RMV) • Jornada de trabajo de 8 horas (Art. 25 Constitución Política del Perú 1993) • Descanso semanal y en días feriados • Remuneración por trabajo en sobretiempo • Descanso vacacional de 15 días calendarios • Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD (Ley de creación del Seguro Social de Salud 27056) • Cobertura Previsional • Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración) • Cobertura de seguro de vida y seguro complementario de trabajo de riesgo (SCTR) • Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (fiestas patrias y navidad) • Derecho a participar en las utilidades de la empresa • Derecho a la compensación por tiempo de servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración. • Derechos colectivos según las normas del régimen general de la actividad privada

Fuente: SUNAT-Ministerio de la Producción.

3.2. Crecimiento de las Mypes

Para el desarrollo del presente trabajo, se ha revisado algunos conceptos referidos a las MYPES, y las teorías que otorgan el soporte teórico a los estudios, luego hacer la contrastación de las teorías citadas. La investigación realizada en este estudio nos permite concluir que los diferentes autores han analizado las implicancias que tienen las diversas imperfecciones del mercado. Sin embargo, existe un consenso que la formación y la capacitación del factor humano, hace que exista una gestión administrativa más eficiente y oportuna.

3.3. Crecimiento económico y creación de Mypes

Según afirma Okpara y Wynn (2007) "...los determinantes de "las restricciones para el crecimiento de los pequeños negocios. El estudio analiza el desarrollo de las MYPES, categorizando los problemas de las pequeñas

empresas en administrativos, operativos, estratégicos y externos. Los problemas administrativos se centran en la estructura organizacional y en la habilidad para obtener y desarrollar los recursos necesarios, e incluyen temas relacionados con el personal, las finanzas y la gerencia del negocio. Los problemas operativos tratan acerca de repartir los recursos de una manera eficiente, y son más comunes en las áreas funcionales de una empresa; como, por ejemplo: marketing, operaciones y logística. Los problemas estratégicos abarcan la habilidad de los pequeños empresarios para ajustar sus productos o servicios a la demanda externa” (Harris & Gibson, 2006). Los problemas externos incluyen temas de infraestructura, corrupción, tecnología y baja demanda (Mesones y Roca, 2011, Pág. 72). El modelo Ansoff (1965) también categoriza “los problemas de las pequeñas empresas en administrativos, operativos y estratégicos. Considera que las decisiones operativas suelen absolverla mayor parte de la atención de la empresa, y el objetivo es maximizar la rentabilidad de las operaciones en curso, abarcan temas como la fijación de precios, el establecimiento de estrategias de marketing, programas de producción y nivel de inventarios, así como decidir sobre los gastos relativos a la investigación y desarrollo, marketing y operaciones. Las decisiones estratégicas se ocupan de asegurar que los productos de la empresa y los mercados están bien escogidos, que exista la demanda suficiente, y que la empresa sea capaz de generar una porción de la demanda” (Mesones Alfonso y Roca Edwin, 2011).(Pag.72)

Finalmente, las decisiones administrativas tienen que ver con la estructuración de los recursos de la empresa, y que deben proporcionar el clima necesario para cumplir las funciones estratégicas. Incluyen temas relacionados con la organización, estructuración de las relaciones de autoridad y responsabilidad, los flujos de trabajo y de información, los canales de distribución, y la ubicación de las instalaciones, la capacitación y el desarrollo del personal. la financiación y la adquisición de infraestructura (Ansoff, 1965) (Mesones Alfonso y Roca Edwin, 2011) (Pág.72)

El informe del BID también cita a Audretsch y Thurik (2001) quienes evidenciaron la relación entre el nivel de la actividad empresarial y de las tasas de crecimiento económico, ambos señalan que la empresarialidad genera

crecimiento económico cuyo rol corresponde a un vehículo para la innovación y el cambio y, por lo tanto, facilita los procesos de difusión de conocimientos (Sopo Montero & Baño Hifong, 2015). La constitución de cada vez más empresas por año no garantiza un mayor crecimiento (Baumol 1990) menos aun desarrollo sostenido, este, está asociado con el ingreso de nuevas empresas en la economía que introducen innovaciones, capital y tecnología al mercado y amplían el ámbito de los negocios, asignando recursos a las áreas que explotan dichas innovaciones, generando eficiencias en el sector. Romer (1986), Lucas (1988 y 1993) y Krugman (1991) descubrieron que los factores de producción de trabajo y el capital no son suficientes para explicar el crecimiento y que el conocimiento en su lugar se ha convertido en el factor vital en los modelos de crecimiento endógeno. “El conocimiento ha sido típicamente medido en términos de I + D, el capital humano y de las invenciones patentadas” (Audretsch y Thurik de 2000 y 2001). Muchos expertos han predicho que el surgimiento del conocimiento como un importante determinante del crecimiento y la competitividad en los mercados globales haría empresas nuevas y pequeñas aún más inútiles. La sabiduría convencional habría predicho la creciente globalización de presentar un ambiente aún más hostil a la pequeña empresa (Vernon, 1970)

3.4. Gestión administrativa

Anzola, Sérvulo; (2002) afirma que la gestión administrativa consiste en desarrollar actividades de un grupo, para alcanzar las metas u objetivos de la organización, basados en el desempeño de ciertas labores esenciales como son la planificación, organización, dirección y control (Anzola, 2002). Bajo este enfoque Anzola Sérvulo considera que la gestión administrativa es una de las actividades más importantes en una organización, ya que mediante esta se puede lograr el cumplimiento y el logro de los objetivos mediante la unión de esfuerzos coordinados de todo el personal que labora dentro de la misma. Toda empresa persigue un fin, el mismo que se puede alcanzar mediante un proceso ordenado (Anzola, 2002).

Según el autor Amador, Juan Pablo (2003), el proceso administrativo se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la organización, dirigir y controlar sus actividades. El proceso administrativo

facilita a la empresa desarrollar eficientemente sus actividades, mediante la planificación, la organización, dirección y control (Anzola, 2002).

3.5. La Teoría de las inversiones en capital humano

La fertilidad es un factor importante según Becker (1964), por eso señala que, el aumento de la fertilidad, afecta de forma negativa el crecimiento de capital humano y físico, ya que se deja de invertir lo necesario para tener un adecuado stock de capital humano. Es decir, un padre con un hijo invierte más dinero en él, que otro padre con dos hijos. Asimismo, demuestra que la gran diferencia a nivel de crecimiento entre los países desarrollados y los subdesarrollados se debe a la fertilidad; mientras en los países desarrollados se tiene un alto ingreso per cápita, un alto stock de capital humano y físico y un descenso en la fertilidad, en los países subdesarrollados se tiene todo lo contrario (Becker et. al 1990:17). (Cardona Acevedo , Montes Gutiérrez , & Vásquez Maya, 2007). También considera que la escolarización, la formación, la movilidad, etc., representan formas de inversión en capital humano, donde los jóvenes tienen una mayor propensión a invertir porque percibirán un rendimiento de su capital a lo largo de un número mayor de años; por esto, la posibilidad de obtener rendimientos a lo largo de un número mayor de años, proporcionaría a los jóvenes un mayor incentivo para invertir (Cardona Acevedo , Montes Gutiérrez , & Vásquez Maya, 2007).

Becker (1964) concluye, que una parte sustancial de las inversiones en capital humano como: la educación formal, la formación en el trabajo, o las migraciones; elevan las retribuciones a edades avanzadas. Además, si algunos individuos ganan más que otros, es porque invierten más en sí mismos.

Gestión administrativa y crecimiento de las Mypes

3.6. Definición de competitividad

Según Michael Porter en su análisis competitivo de las naciones (1991) señala que el nivel de desarrollo de un país depende de su nivel de competitividad, la cual se sustenta en la productividad de bienes y servicios. Las diversas medidas de política macroeconómica orientadas a lograr la estabilidad económica de un país, son condiciones necesarias, pero no suficientes para asegurar una economía próspera. La competitividad se

sustenta en las bases microeconómicas de una nación. Entender los fundamentos microeconómicos de la competitividad es vital para la política económica nacional.

3.7. Ventajas Competitivas.

Las ventajas competitivas se alcanzan definiendo las bases estructurales sólidas y la calidad de gestión en las organizaciones. Con este objeto, Michael Porter, introdujo el concepto de 'cadena de valor'. La forma acerca de cómo se organiza una cadena de valor de una empresa, dependerá de la estrategia a adoptar, por cuanto se dice que la peor estrategia es no tener una estrategia definida (ESAN, 2004). La cadena de valor de una compañía es un sistema de actividades porque debe ser gestionada como tal, no como un conjunto de partes separadas, y nos obliga a tener que coordinarlas para poder lograr ventajas competitivas sobre los competidores; que se encuentran vinculados porque la manera en que se ejecute una afecta la efectividad o el costo de otra; que agregar valor al comprador porque de no ser así no estaría más orientados a lograr una ventaja competitiva sobre nuestros competidores. (Paladino Marcelo, 2004)

3.8. Formas de obtener ventajas competitivas

Según Porter (1980), los costes bajos y la diversificación, sumados al panorama de actividades para las cuales una empresa trata de alcanzarlas, los lleva a tres posibles estrategias genéricas para lograr el desempeño sobre el promedio en un sector industrial: liderazgo de costes, diferenciación y enfoque. La estrategia de enfoque tiene dos variantes: enfoque de coste y enfoque de diferenciación. Cada una de las estrategias genéricas implica una ruta fundamentalmente diferente para la ventaja competitiva, combinando la elección sobre el tipo de ventaja competitiva buscada con el panorama del objetivo estratégico en el cual se llevará a cabo la ventaja competitiva (Castro Monge, 2010):

- **Estrategia de liderazgo en costes:** Esta estrategia consiste en alcanzar un coste inferior a la competencia. Esta situación permite a la empresa alcanzar un alto volumen de participación en el mercado. (Hall, 1980). Para poder ser líderes en costes, es necesario contar con un alto nivel de control

y una organización muy bien estructurada, con un sistema de incentivos orientados a lograr metas cuantificables. (Castro Monge, 2010).

- **La Estrategia de diferenciación:** Una empresa se diferencia en el mercado cuando ofrece un producto o servicio que el comprador percibe como único en alguno de los atributos que lo definen. La estrategia de diferenciación trata de lograr poder de mercado, lo que se quiere es conseguir que el mercado acepte un producto o servicio superior a la competencia o tenga más demanda a igualdad de precio. Según Porter (1990), en una estrategia de diferenciación, una empresa busca ser única en su sector industrial junto con algunas dimensiones que son ampliamente valoradas por los compradores. Selecciona uno o más atributos que muchos compradores en un sector industrial perciben como importantes, y se pone en exclusiva a satisfacer esas necesidades. Es recompensada su exclusividad con un precio superior (Castro, 2010).
- **La Estrategia de enfoque:** Porter (1990) señala que la tercera estrategia genérica es el enfoque. A diferencia de las anteriores, esta estrategia se basa en la elección de un panorama de competencia estrecho dentro de un sector industrial. El enfocador selecciona un grupo o segmento del sector industrial y ajusta su estrategia a servirlos con la exclusión de otros. Al optimizar su estrategia para los segmentos objetivos, el enfocador busca lograr una ventaja competitiva en sus segmentos, aunque no posea una ventaja competitiva general. Para Frambach et al. (2003), la estrategia de enfoque exige que la empresa centre su campo de actuación en un grupo específico de compradores o en un mercado geográfico particular. Esto requiere un adecuado entendimiento de los consumidores de dicho segmento y el desarrollo de una oferta especialmente dirigida a atender sus necesidades (Castro Monge, 2010).

3.9. Factores para lograr una ventaja competitiva sustentable en el tiempo

Según Paladino Marcelo y Luchi Roberto (2004), tres factores condicionan la posibilidad que las ventajas competitivas sean sustentables en el tiempo, los cuales son:

1. Alcanzarlas requiere habilidades y capacidades avanzadas (especialización, personal altamente entrenado)
2. Generalmente se basan en una historia de inversión sostenida ya acumulativa (en instalaciones físicas y especializadas, en aprendizaje, investigación y desarrollo o marketing)
3. La combinación de grandes inversiones acumulativas con excelencia en la ejecución de las tareas involucradas, esta última característica les da un carácter dinámico a las ventajas. Las fuentes de orden superior no sólo logran ventajas más sustentables, también están asociadas a mayores niveles de productividad.

Hay una jerarquía de fuentes en función de su capacidad de crear ventajas competitivas sustentables: Las de orden inferior; que son poco sustentables, son aquellas relativamente fáciles de imitar, por lo general las basadas en bajos costos. Las de orden superior tienen ciertas características (Paladino, 2004)

3.10. Ventaja competitiva por medio de la calidad

La calidad se ha convertido en los últimos años en un arma estratégica en el mercado global. Las compañías estadounidenses, alguna vez reconocidas como líderes mundiales en productividad, se hallan cercadas en la actualidad por empresas de toda la urbe. Una de las razones de ello es que muchas compañías, entre ellas las instaladas en Europa, fueron víctimas de la complacencia y no se dieron cuenta de los cambios ocurridos en las necesidades del mercado global en demanda creciente de productos de calidad. Esta complacencia y falta de previsión permitió a los competidores, especialmente de Japón, usar un arma muy poderosa para incrementar su participación de mercado en Estados Unidos y Europa. Esa arma es productos de calidad superior. Los expertos Edwards W. Deming, J. M. Juran y Philip B. Crosby, conciben la calidad de diferente manera. Para Deming la calidad significaba ofrecer a bajo costo productos y servicios que satisficieran a los clientes. Implicaba asimismo un compromiso con la innovación y mejora continua, lo que los japoneses llaman kaizen. Para Juran, uno de los elementos clave de la definición de la calidad es la 'adecuación de uso' de un producto. Finalmente, Crosby explica la calidad desde una perspectiva ingenieril como el

cumplimiento de normas y requerimientos precisos. Su lema es: 'hacerlo bien a la primera vez y conseguir cero defectos'. (Koonz & Weihrich, 2015).

3.11. Etapas de Evolución de la Competitividad.

“... las fases de evolución de la competitividad son cuatro, cada una con un nombre específico y una serie de características que las distinguen de las otras y es así como se tiene una evolución que va desde muy bajo nivel de competitividad hasta un nivel muy alto” (Alfaro, 2004) .

Tabla 13. *Niveles de competitividad empresarial en el Perú*

ETAPA I	Incipiente	muy bajo nivel de competitividad
ETAPA II	Aceptable	regular nivel de competitividad
ETAPA III	Superior	buen nivel de competitividad
ETAPA IV	Sobresaliente	muy alto nivel de competitividad

Fuente: <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/6.htm>

Etapa I: Incipiente. La empresa es altamente vulnerable a los cambios del medio ambiente como funciona de manera autodefinida, actúa según las presiones del mercado o bien a capricho y estado de humor de sus dueños, reacciona más bien por intuición a los cambios del medio ambiente y por ende se desorienta y se desconcierta con todo lo que sucede, tanto interna como externamente.

Etapa II: Aceptable. Se han subsanado los principales puntos de vulnerabilidad contándose con los cimientos adecuados para hacer un buen papel ante los ojos del público consumidor y la competencia. El equipo directivo se hace responsable del futuro de su organización y dirige su destino hacia donde visualiza lo que mejor le conviene, representando esto una gran ventaja para la empresa.

Etapa III: Superior. La empresa comienza a ocupar posiciones de liderazgo y se caracteriza por el grado de innovación que mantiene dentro de su mercado. Se mantiene despierta y reacciona de manera inmediata a cualquier cambio del medio ambiente.

Etapa IV: Sobresaliente. La empresa que se encuentra en esta etapa es considerada como visionaria, por la generación de tecnología a un ritmo acelerado, sirviendo de benchmark al resto de la industria, pues ella es la que va generando los cambios y las demás se van adaptando a ella. En esta etapa, la organización vive en una amenaza constante por parte de los competidores de las etapas anteriores, pues tratan de encontrarle debilidades y huecos en el mercado.

Equilibrio General

Según Sánchez, "... el análisis del equilibrio general de Walras comienza en el caso de trueque de dos artículos y dos partes, y elabora gradualmente su modelo hasta llegar a un sistema económico productivo, con multiplicidad de bienes y con utilización de capital y dinero. Desde el principio, Walras está interesado, casi exclusivamente, por lo que él considera como el caso general, el de la competencia, que se manifiesta en un mercado o bolsa organizados. Esta concentración sobre el caso de la libre competencia era necesaria para los propósitos de Walras, y contrasta con el procedimiento de Cournot, que comenzaba con su estudio del monopolio y el oligopolio, continuando hasta la competencia perfecta" (Sánchez, 2000).

La parte central de la imagen de Walras del equilibrio económico general queda completada con el análisis de las condiciones para el equilibrio de la producción. Aquí Walras intentó hacer dos ampliaciones a su análisis estático del equilibrio general, primero con un apéndice dinámico, y segundo, con una conclusión general para política económica. Trató de establecer el camino por el que el punto estático del equilibrio general será alcanzado en el mercado por el mecanismo de la libre competencia. Este es el propósito de los tâtonnements (aproximaciones, o pruebas y errores) por los que la posición de equilibrio sería alcanzada. La segunda ampliación es su doctrina de la máxima satisfacción. Se refiere a las condiciones de producción y previene contra las conclusiones del laissez faire (Sánchez, 2000).

Otra contribución significativa de Walras fue su teoría del dinero. Su obra más temprana, en los años 1860, fue de carácter empírico, pero ya en 1871 comenzó a considerar la teoría de una economía monetaria. Su labor fue

estimulada por los problemas monetarios concretos - las dificultades encaradas por la Unión Latina, la crisis de liquidez de bancos comerciales, los problemas monetarios anglo-indios, el debate sobre el bimetalismo. Prestó especial atención a la caída en el nivel de precios durante la década de 1880 y a las fluctuaciones en los precios a corto plazo. La teoría del dinero del "equilibrio de caja" de Walras es valiosa por la forma en que está integrada en su sistema de equilibrio general, aunque las mejores ideas de Walras sobre el tema se encuentran en su ensayo sobre la *Théorie de la Monnaie* (1886). Entre otras contribuciones específicas de Walras al análisis monetario, están su primitiva formulación de la ecuación de cambio en la forma desarrollada posteriormente por Newcomb y Fisher, y su análisis del proceso de ahorro forzoso (Sánchez, 2000).

Equilibrio Parcial

“Lo más destacado de sus principios es el análisis microeconómico de la formación de los precios, la distribución de las rentas y las economías de escala y rendimientos decrecientes dentro de un sistema estático que se equilibra parcialmente por sectores. La preocupación de Marshall por determinar el precio de las mercancías le indujo a considerar en las funciones de oferta y demanda el precio como variable dependiente: $P = f(X)$ (Marshall, 1920, p. 695)” (Escartin Gonzales , 2010). También había dicho Marshall (ibídem, p. 289) que: “Discutir acerca de si el valor está determinado por la utilidad o el coste de producción sería lo mismo que discutir acerca de si es la lámina superior de un par de tijeras o la inferior la que corta un trozo de papel. Es cierto que, cuando se mantiene una lámina fija y se corta moviendo la otra, puede decirse al pronto que es la segunda la que lo corta, pero la afirmación no es estrictamente exacta, y sólo puede disculparse si pretende ser meramente una explicación popular de lo que ocurre y no una afirmación estrictamente científica” (Escartin, 2010). Marshall también enriqueció el estudio de la demanda con el excedente de consumidor. Veamos en qué consiste éste: “En los mercados el intercambio sólo es posible si resulta ventajoso para ambas partes; es decir, los compradores y los vendedores, subjetivamente, deben valorar más lo que reciben que lo que entregan. En el caso de los vendedores, está claro que suelen obtener los beneficios comerciales y, por analogía, el

intercambio también tiene que procurar un beneficio a los compradores, o un excedente de satisfacción (ib., p. 107), o excedente del consumidor. Este concepto es equivalente al del ingeniero francés Arsène Dupuit quien, a mediados del siglo XIX, utilizó un método gráfico para calcularlo (Schumpeter, 1954, p. 1152) (Escartin Gonzales , 2010)

La “optimalidad” o la eficiencia económica (estática) del funcionamiento de los mercados

En las sociedades, cualquier que sea su sistema económico, se asigna los recursos escasos para satisfacer las necesidades de los habitantes de dicha sociedad través de la producción de bienes y servicios. El sistema económico capitalista predominante en el mundo actual no es la excepción a dicha asignación. Sin embargo, las sociedades (o países) no sólo buscan asignar sus recursos, sino que desean que de esta asignación se obtengan en un determinado período y a través del tiempo por lo menos dos resultados. El primero, obtener los mayores niveles de bienestar (o niveles de producción de bienes y servicios) para la sociedad, y que estos sean sostenidos y crecientes a través del tiempo. El segundo, que la asignación no produzca grupos de población bajo condiciones de pobreza (en particular en pobreza extrema) definida en cada sociedad. La ciencia económica denomina al primer objetivo a la búsqueda de la eficiencia económica y al segundo a la búsqueda de la equidad (Tello D. , 2008).

Estrategia de la empresa: Según Mitzberg, Quinn y Voyer (1997), en el campo de la administración, una estrategia, es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, y a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Una estrategia bien formulada ayuda a poner orden y asignar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes. (Mitzberg, Quinn , & Voyer , 1997). Según Johnson y Scholes (2001), estrategia es la dirección y el alcance de una organización a largo plazo, y permite conseguir ventajas para la organización a través de su configuración de recursos en un entorno

cambiante, para hacer frente a las necesidades de los mercados y satisfacer las expectativas de los stakeholders. (Mitzberg, Quinn , & Voyer , 1997)

Una estrategia, según Ansoff (1987) citado en (Noguera, Barbosa & Castro, 2014) se define como: “un proceso de formulación elusiva y abstracta, además de incorporar la realización de acciones que de ninguna forma son inmediatas tras la toma de decisiones. Puede concebirse además como un conjunto de normas que involucran la vida de la organización” (Noguera, Barbosa, & Castro, 2014). Para tener éxito a la hora de la determinación de una estrategia, se debe tener en cuenta cuatro tipos de criterios. El primero consiste en identificar el comportamiento de la empresa, en su estado actual y futuro, buscando la obtención de rendimientos mayores que consideren la calidad y el aprovechamiento de los recursos. El segundo criterio considera los cambios del entorno, mientras que el tercero y el cuarto criterio prestan atención a los procesos internos relacionados con el concepto y la razón de ser de la organización” (Noguera et al., 2014) (Noguera Hidalgo, Barbosa Ramírez, & Castro Ríos, 2014). En el contexto de las organizaciones, la palabra cambio no hace ninguna diferencia entre la transformación estructural de las organizaciones, la modificación de su cultura, los ajustes a los procesos, procedimientos y normas, la modificación de orientación de sus mercados, o muchas otras consideraciones que son completamente diferentes entre sí, según Marshak (2002) citado en (Sandoval, 2014) (Noguera Hidalgo, Barbosa Ramírez, & Castro Ríos, 2014). Sin embargo; es importante acotar que cualquier cambio que se realice en las organizaciones pequeñas y/o grandes empresas siempre las estrategias de los planes van incidir en las diferencias entre ellas.

EL término Customer Relation ship Management (CRM) es de origen inglés y se empezó a utilizar por primera vez en los Estados Unidos, a principios de los años 1980. Se suele traducir como administración al cliente, sistemas de información sobre el cliente, atención al cliente e incluso, concentración en el cliente y administración centrada en el cliente. Se trata de una teoría joven, con un desarrollo científico relativamente reciente que está revolucionando la mercadotecnia y transformando modelos de negocios enteros. Cabe señalar que en la mayoría de los países se emplea su sigla CRM

al hacer referencia a esta teoría (Escalante Flores, 2010)(Pág.6). “Respecto de la definición de Customer Relation ship Management, el Dr. Stanley A. Brown (2000) manifiesta que es «una estrategia de negocios que busca conocer, prever y administrar las necesidades de los clientes reales y potenciales de una organización». Esto implica la adquisición y aplicación de conocimientos sobre los clientes; así como, el empleo de esta información en los diversos puntos de contacto con el cliente para equilibrar ingresos y utilidades, para lograr su máxima satisfacción. Sin embargo, el CRM es una estrategia que debe ajustarse a cada segmento de mercado. Es en ello, justamente, donde residen el desafío y la oportunidad (Escalante Flores, 2010).

Las teorías sobre la estructura de capital: Toda oportunidad de inversión real está acompañada, y al mismo tiempo condicionada, por decisiones de financiación; éstas a su vez determinan la composición del capital entre deuda y recursos propios. La Teoría del Equilibrio Estático (Trade-off Theory); considera “la estructura de capital de la empresa como el resultado del equilibrio entre los beneficios y costes derivados de la deuda, manteniendo constantes los activos y los planes de inversión (Myers, 1984); por otro lado, la Teoría de la Jerarquía Financiera (Pecking Order Theory) expone la preferencia de la empresa por la financiación interna a la externa, y la deuda a los recursos propios si se recurre a la emisión de valores” (Myers, 1984) (Ferrer & Álvaro, 2009, Pág.66)

3.12. Marco Conceptual

- a) **Empresa:** Está referida a aquella unidad económico-social, conformada por los recursos humanos, materiales y técnicos, que buscan la obtención de utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (Perez, 2008).
- b) **Innovación:** Se relaciona con la implementación de nuevos procesos, nuevos productos o nuevos enfoques de administración para mejorar la eficiencia en la empresa y aumentar la efectividad (Ostos, 2009).
- c) **MYPE:** Se conoce como MYPE a la unidad económica, sea natural o jurídica, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios” (SUNAT, 2014).

- d) El Producto bruto interno (PBI):** Es equivalente al valor total de los bienes y servicios producidos en un país durante un período determinado mensual, trimestral, anual. Para fines contables, no se calculan los bienes intermedios sino solo los finales para evitar la duplicación de valores” (BCRP, Glosario)
- e) Población Económicamente Activa:** Se refiere a la población en capacidad y disposición de trabajar en el período de referencia, generalmente definido como la semana anterior a la fecha de la encuesta o censo. También se le conoce como fuerza laboral y comprende a la población ocupada y desocupada (BCRP, 1995).
- f) Tasa de Empresarialidad:** De acuerdo con Belso Martinez (2004), la tasa de empresarialidad es definida como la relación entre el número de Mipymes formales y la población económicamente activa ocupada. Esta tasa representa el porcentaje de la PEA ocupada que ha elegido ser conductor de una Mipyme formal (PRODUCE, 2014):

$$\text{Tasa de empresarialidad} = \frac{(\text{Número de MIPYME formales})}{(\text{PEA ocupada})} * 100$$

CAPÍTULO 4

RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Se presenta los resultados de las encuestas realizadas a 18 microempresarios, que trabajan en sector comercio formalmente.

4.2. Datos Generales.

1. Tipos de contribuyentes

El 50% de los encuestados respondieron que asumen como persona natural, y el otro 50% asumen como persona jurídica. Se entiende que de esta manera que el 50 % de los microempresarios asumen la responsabilidad y garantizan con todo su patrimonio y los bienes a su nombre, las deudas y obligaciones que puedan contraer la empresa. Y el otro 50% a diferencia de persona natural, es la empresa y no el dueño quien asume todas las obligaciones de ésta. Lo que implica que las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, están garantizadas y se limitan solo a los bienes que pueda tener la empresa a su nombre.

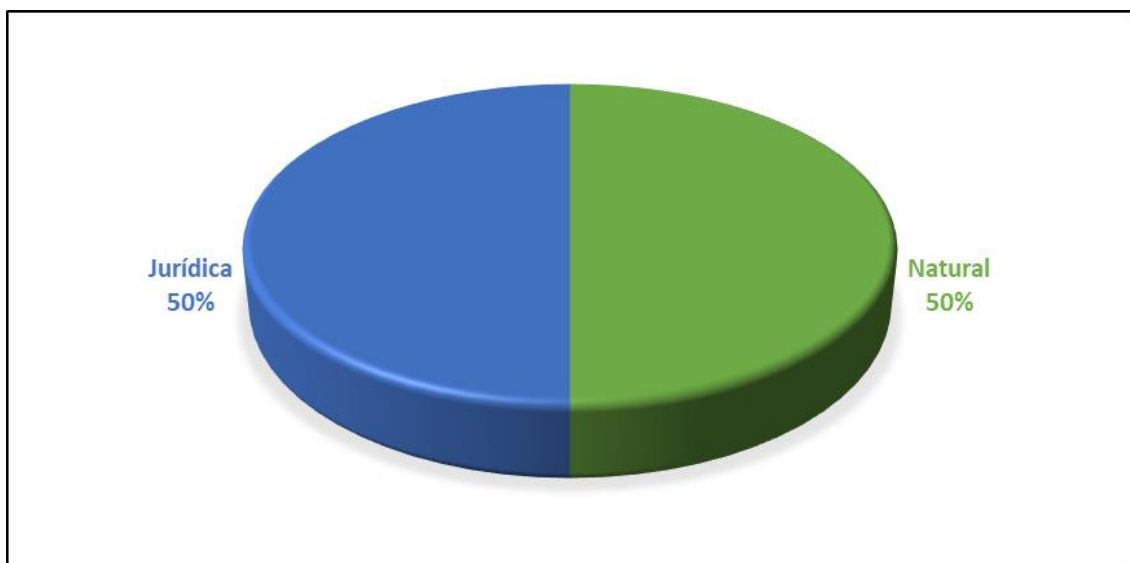


Figura 1. Régimen de personería de microempresarios del distrito de Rupa Rupa

Fuente: Encuesta a microempresarios

2. Grado de instrucción

En la Figura 2 que el 72.2% de los microempresarios son de nivel superior y que el 22.2% tienen educación secundaria y 5.6% tienen educación superior técnico. Es muy importante el nivel de educación que tienen los microempresarios, que contribuye al fortalecimiento de los microempresarios formales.

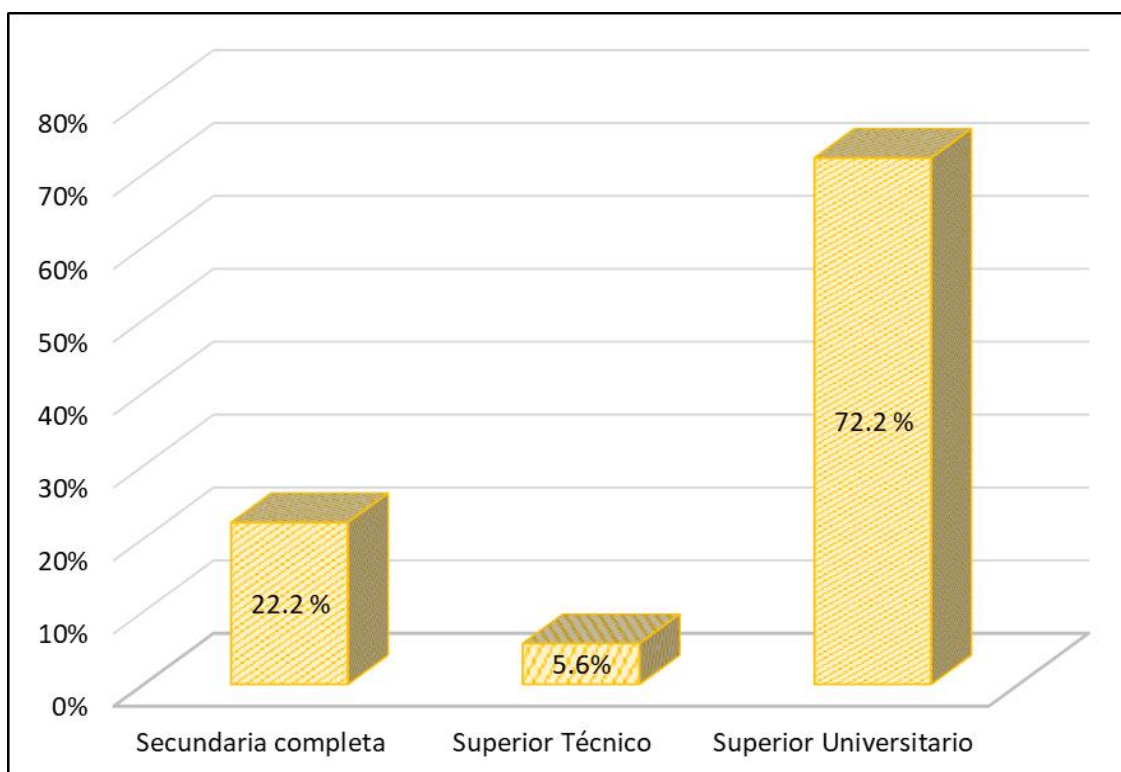


Figura 2. Grado de instrucción de los microempresarios comerciales del distrito de Rupa Rupa

Fuente: Encuesta a microempresarios

3. Edad de los microempresarios

Se observa en la Figura 3 que el 11.1% de los microempresarios son jóvenes entre 18 y 24 años, y el 27.8% entre 25 y 31 años de edad, que significa que existe un gran emprendimiento de mano de obra joven que está impulsando el crecimiento de las MYPES en la ciudad de Tingo María. El 11.1% oscila entre 32 y 38 años de edad y el 50% de microempresarios oscila entre 39 y 66 años de edad.

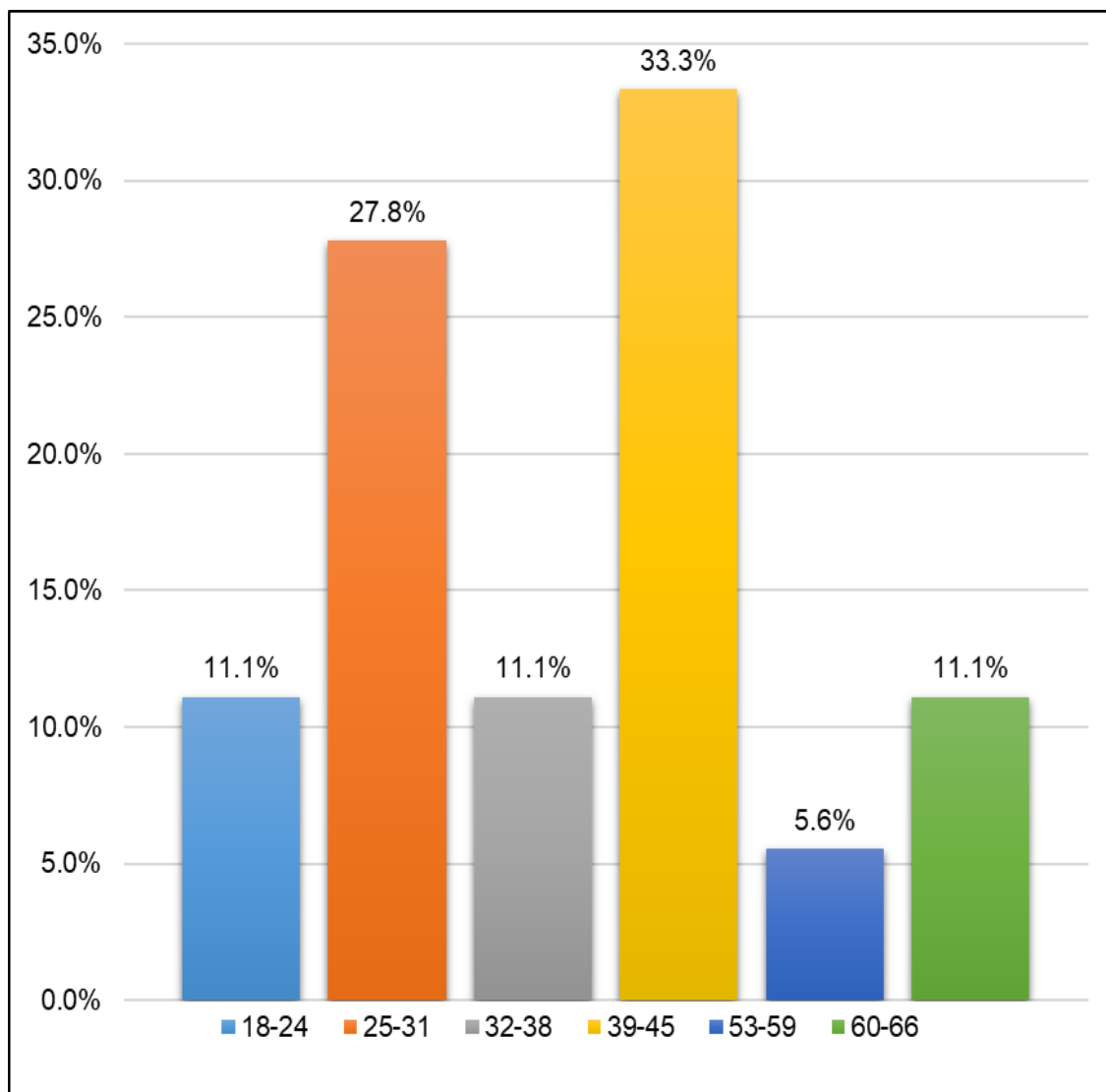


Figura 3. *Edad de los microempresarios comerciales del distrito de Rupa Rupa*

Fuente: Encuesta a microempresarios

4. Edad y sexo de los microempresarios

Analizando la participación de los microempresarios por sexo, podemos ver que el 56% es del sexo masculino y el 44% del sexo femenino. Se pueden observar las diferencias donde la participación del sexo masculino y femenino está casi equilibrada, y se observa que la participación joven del sexo femenino oscila entre 25 y 31 años de edad es mayor su participación que el sexo masculino, y que las edades entre 39 y 45 años es casi igual entre ambos sexos.

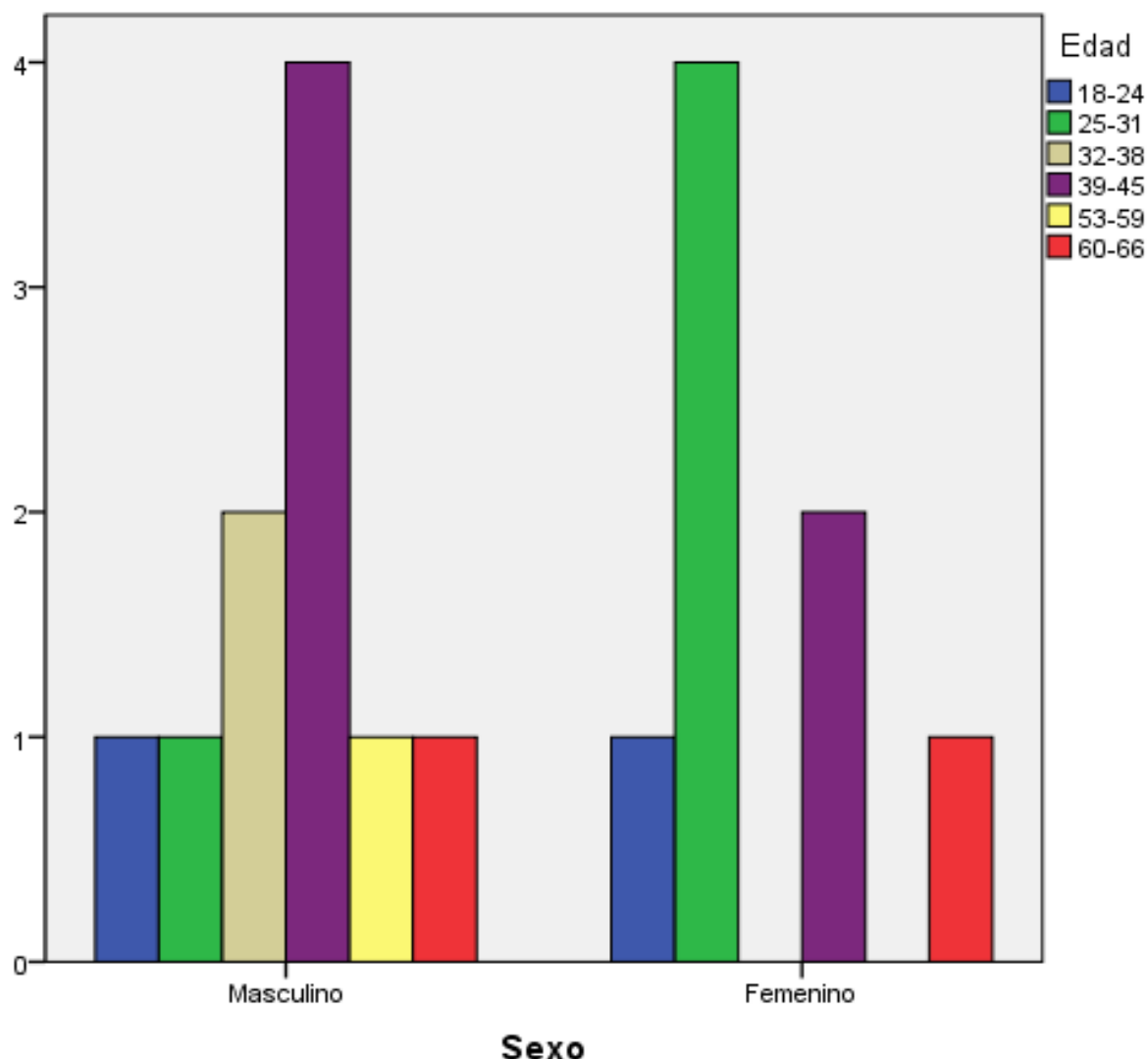


Figura 4. Grupos de edad según sexo de los microempresarios del distrito de Rupa Rupa

Fuente: Encuesta a microempresarios.

5. Grado de instrucción de los microempresarios

Podemos observar en la figura N°5 los jóvenes microempresarios de 25 a 31 años son los que tienen mayor grado de instrucción superior, es un elemento importante para el crecimiento de las microempresas, porque se tiene un gran capital humano preparado. La mayor concentración de capital humano con secundaria se encuentra entre los 39 y 45 años de edad y entre los 60 y 66 años de edad.

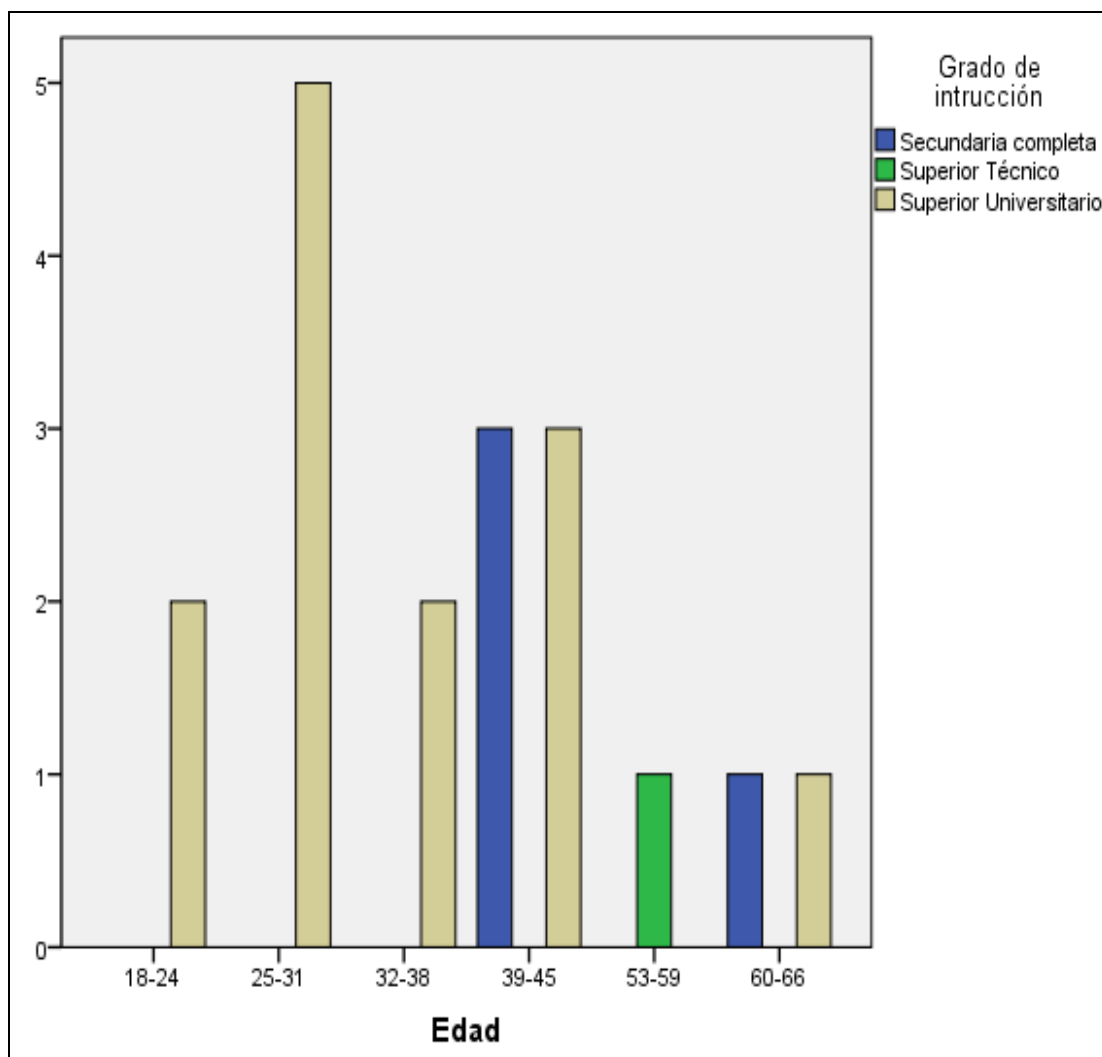


Figura 5. Grado de instrucción según grupos de edad de los microempresarios del distrito de Rupa Rupa

Fuente: Encuesta a microempresarios.

6. Número de personas que trabajan en la empresa

Se observa en la Figura 6 que el 27.8% de los microempresarios tienen como máximo 2 trabajadores, el 44.4% tienen entre 3 y 5 trabajadores, el 16.7% entre 6 y 8 trabajadores, el 11.1% entre 9 y 11 trabajadores. Donde analizando este gráfico el 72.2% tienen menos de 5 trabajadores y el 27.8% tienen más de 6 trabajadores.

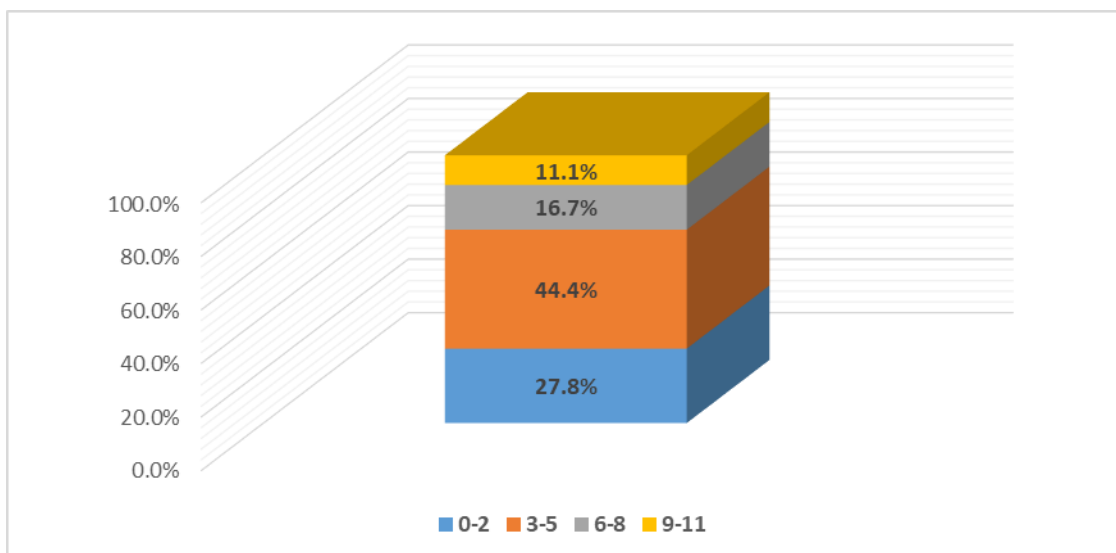


Figura 6. Rango de número de trabajadores de las microempresas
Fuente: Encuesta a microempresarios

7. Antigüedad de las microempresas

En la Figura 7 se observa que, el 61% de empresas que vienen operando son microempresas jóvenes menores de 10 años; el 33.4% de empresas oscilan entre 10 y 15 años y el 5.6% entre 15 y 21 años. Demostrando que, en la ciudad de Tingo María, los microempresarios son jóvenes. Indicador importante para las condiciones del impulso del crecimiento del comercio formal.

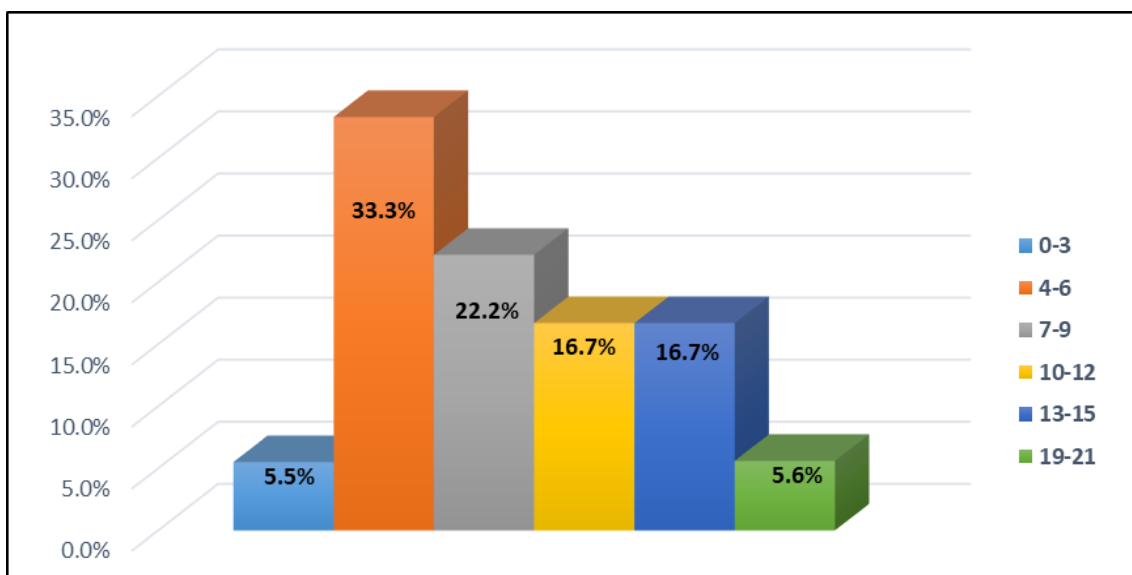


Figura 7. Rango de años de operación de las microempresas
Fuente: Encuesta a microempresarios

8. Régimen tributario de las microempresas

Podemos observar en la Figura 8 que, el 61.1% de las microempresas son de régimen tributario general, el 22.2 % de régimen especial y el 16.7% de régimen simplificado. Analizando la preferencia del régimen tributario podemos ver que los empresarios en Tingo María, prefieren este régimen general, porque se puede deducir los gastos, se tiene garantía financiera y mayor uso de comprobantes de pago.

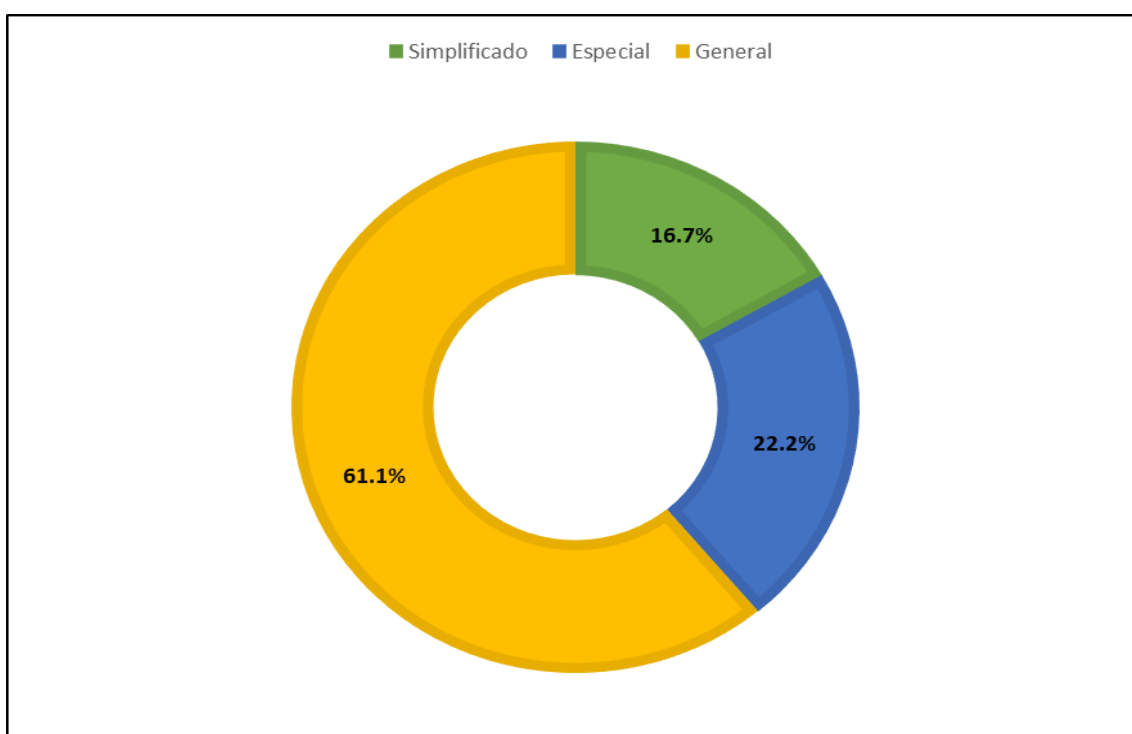


Figura 8. Tipo de régimen tributario de las microempresas del distrito de Rupa Rupa

Fuente: Encuesta a microempresarios

4.3. Niveles de rentabilidad

1. Ingresos mensuales

Podemos observar en la Figura 9 que, el 5.6% perciben hasta 1000 soles mensuales, el 72.2% perciben ingresos mensuales entre 1001 y 31000 soles el 16.7%, y el 5.6% tienen ingresos mensuales entre 30100 y 33100 soles; de modo que podemos concluir que la concentración de ingresos en promedio es 30000 soles mensuales.

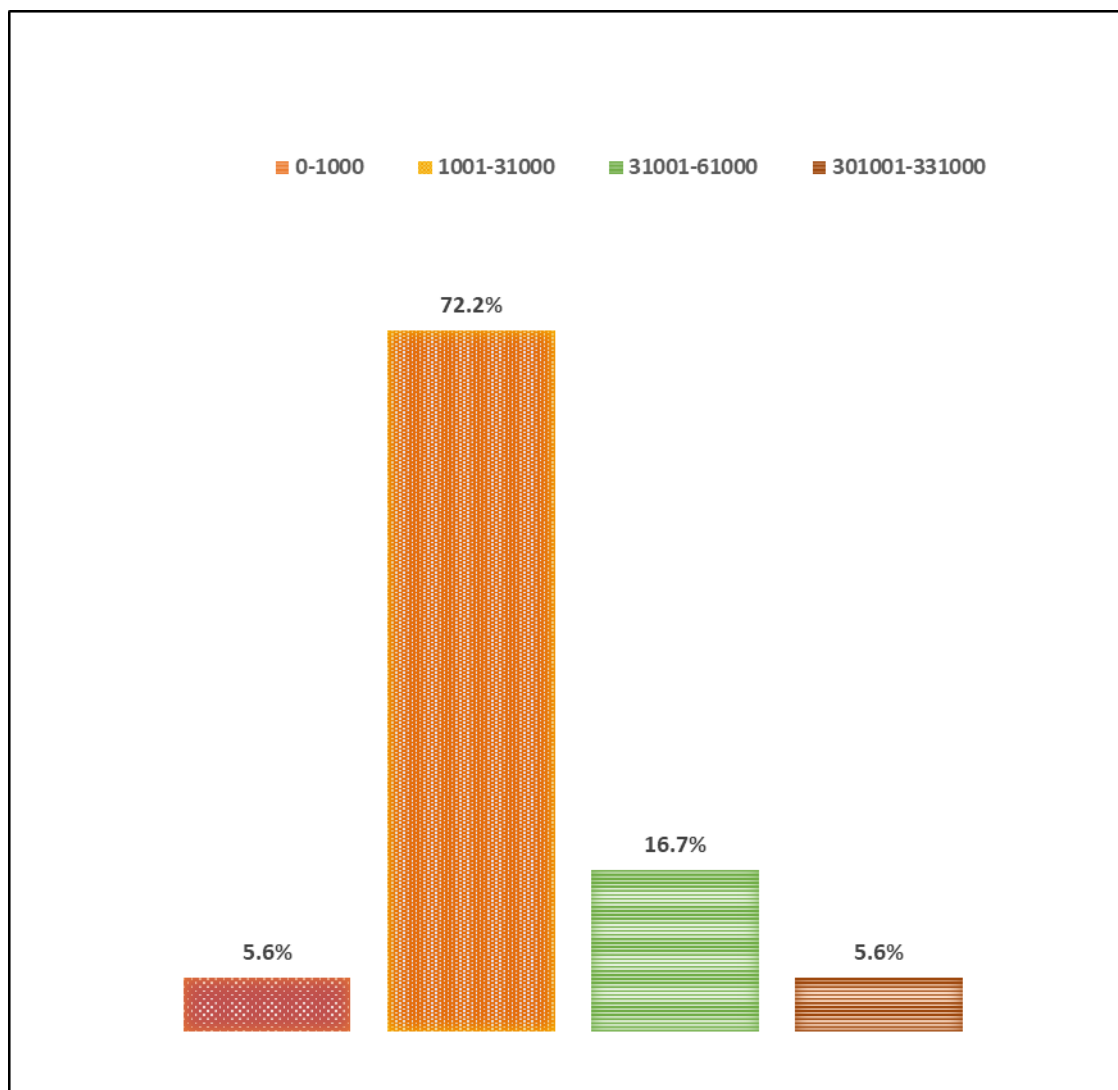


Figura 9. *Ingresos mensuales de las microempresas del distrito de Rupa Rupa*

Fuente: Encuesta a microempresarios

2. Utilidades mensuales

Podemos observar en la Figura 10 que, por cada 1000 soles invertidos se obtiene una ganancia en promedio de 11.1%, entre 101 y 917 soles representa el 66.7% de ganancia, entre 918 y 1734 soles se obtiene una ganancia en promedio del 16.7%, entre 4186 y 5002 soles se tiene un porcentaje promedio del 5.6 %. Esta figura muestra que más de la mitad de los microempresarios obtiene ganancias de 101 y 917 soles por cada 1000 soles invertido.

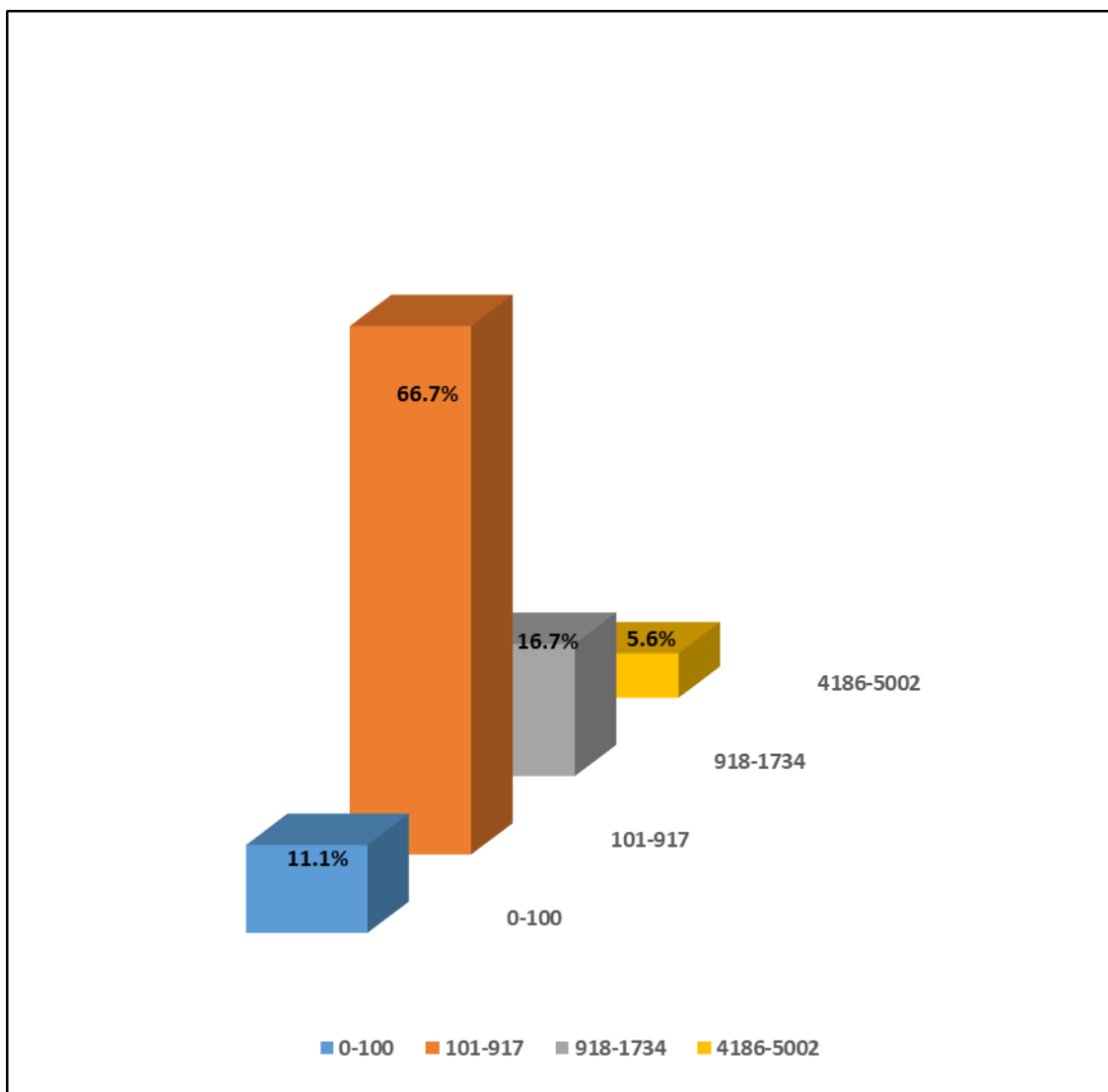


Figura 10. Retorno sobre la utilidad mensual de los microempresarios del distrito de Rupa Rupa

Fuente: Encuesta a microempresarios

4.4. Sobre la utilización de créditos

1. Acceso al crédito

En la Figura 11 se puede apreciar que, el 72.2% de los microempresarios, asisten a una institución financiera y 27.80% no asiste a una institución financiera., lo cual demuestra todavía su limitado acceso de acudir a una institución financiera. Esto demuestra también que falta dinamizar a través de las instituciones tutelares del estado, promover la inclusión financiera de estos microempresarios, y poder ser una fuerza propulsora para los microempresarios.

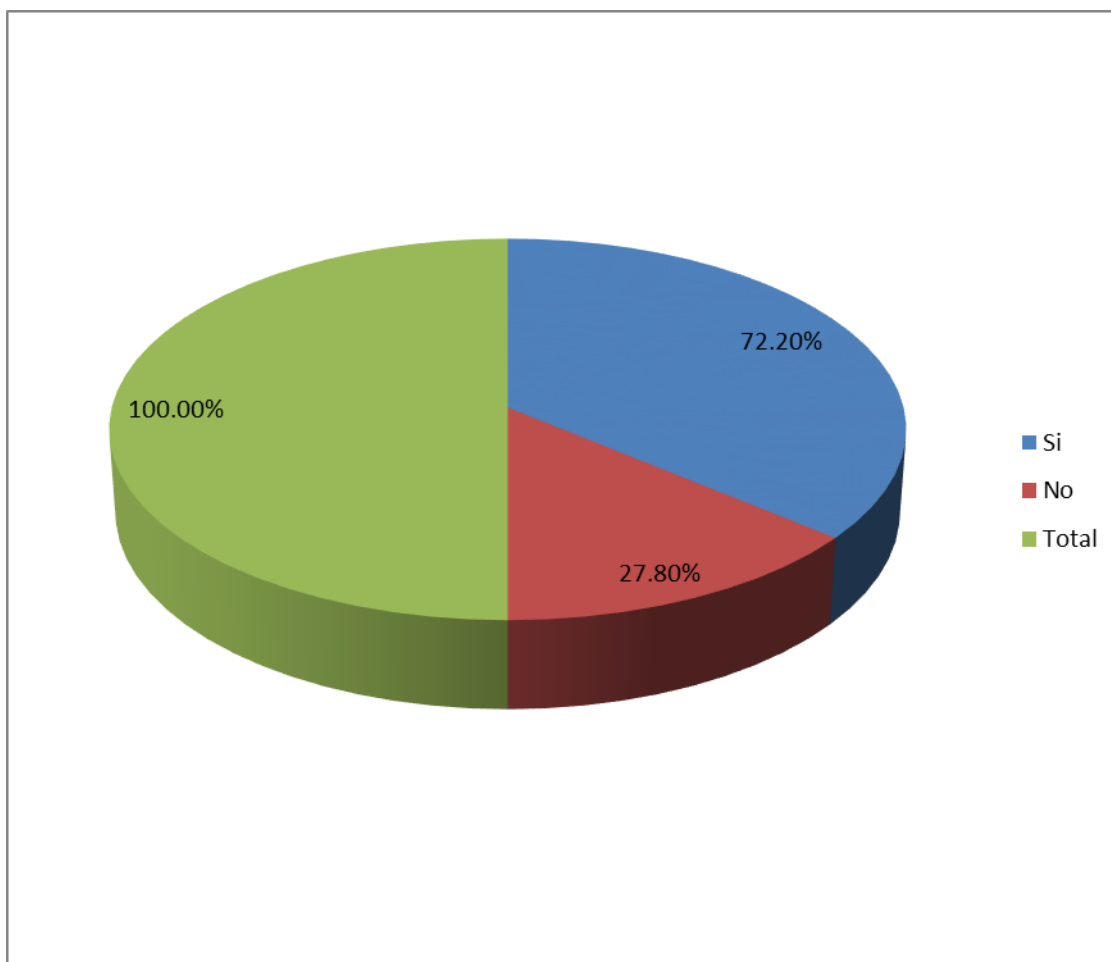


Figura 11. Acceso al crédito en los últimos tres años

Fuente: Encuesta a microempresarios

2. Crédito de instituciones financieras

Podemos apreciar en la Figura que, el 27.80% de los microempresarios recibió un préstamo del banco, el 38.90% recibió préstamo de una caja municipal, el 5.60% recibió préstamo de otras micro financieras y el 27.80% no ha tenido ningún tipo de financiamiento de una institución financiera. Lo cual refleja que existe un gran segmento de los microempresarios que no tienen el apoyo del sistema financiero. Para obtener acceso al financiamiento los microempresarios deben tener un respaldo, para obtener acceso al financiamiento, y para tener ese respaldo tiene que haber una eficiente gestión empresarial, que deben tomar en cuenta los microempresarios, para poder así tener un mejor mecanismo de apalancamiento.

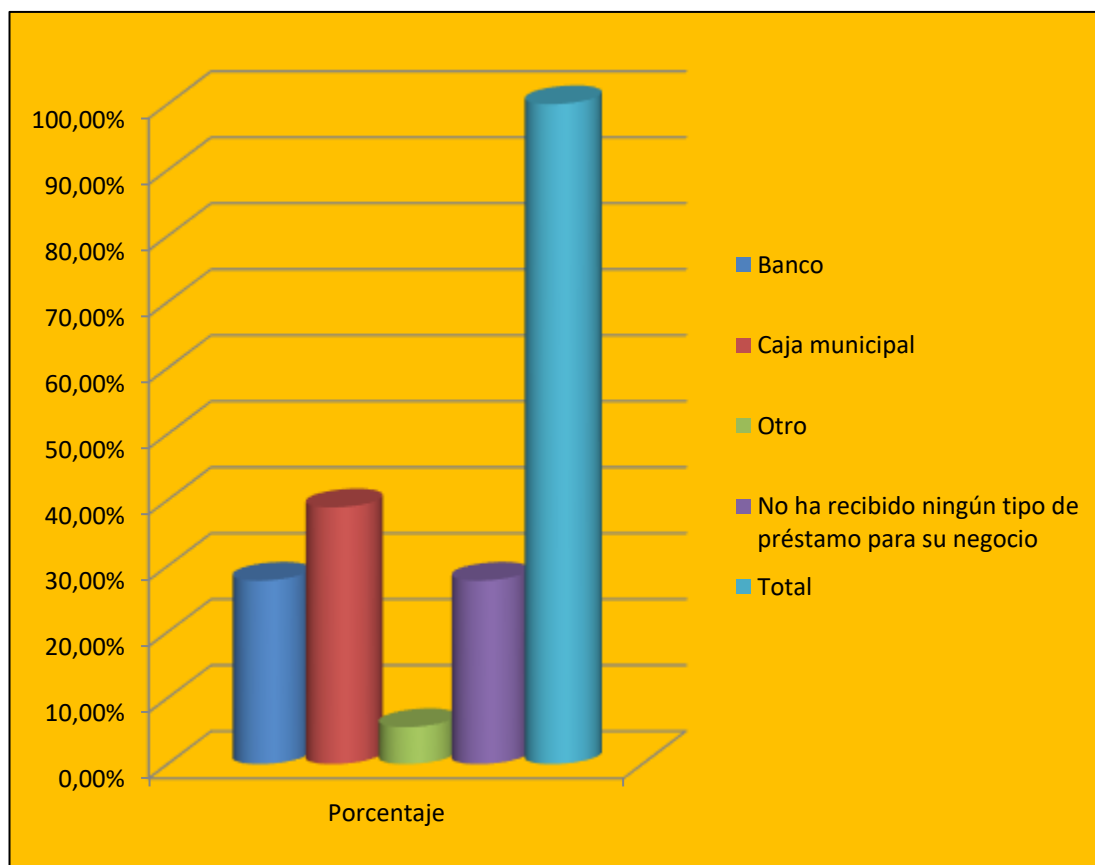


Figura 12. Préstamo a MYPES de instituciones financieras del distrito de Rupa Rupa

Fuente: Encuesta a microempresarios

3. Crédito en soles

En la Figura 13 podemos observar que de los microempresarios que acudieron al sistema financiero, el 11.1% recibió un crédito de hasta s/.5,000,00 soles, el 33.3% recibió un crédito entre S/. 50001 y S/. 38,000.00 soles, el 11.1% recibió un crédito entre S/.38001 y S/. 71000 soles, el 5.6% recibió un crédito entre S/. 71001 y S/. 104000.00 soles, el 5.6% recibió un crédito entre S/. 335001 y S/. 368000 soles, el 5.8% recibió un crédito entre S/. 467001 y S/. 500000 soles. Como podemos observar que todavía el sistema financiero está desarrollándose lentamente, por falta de una política financiera más agresivas por estas, para dinamizar y poder ser el ente propulsor que dinamice a las MYPES.

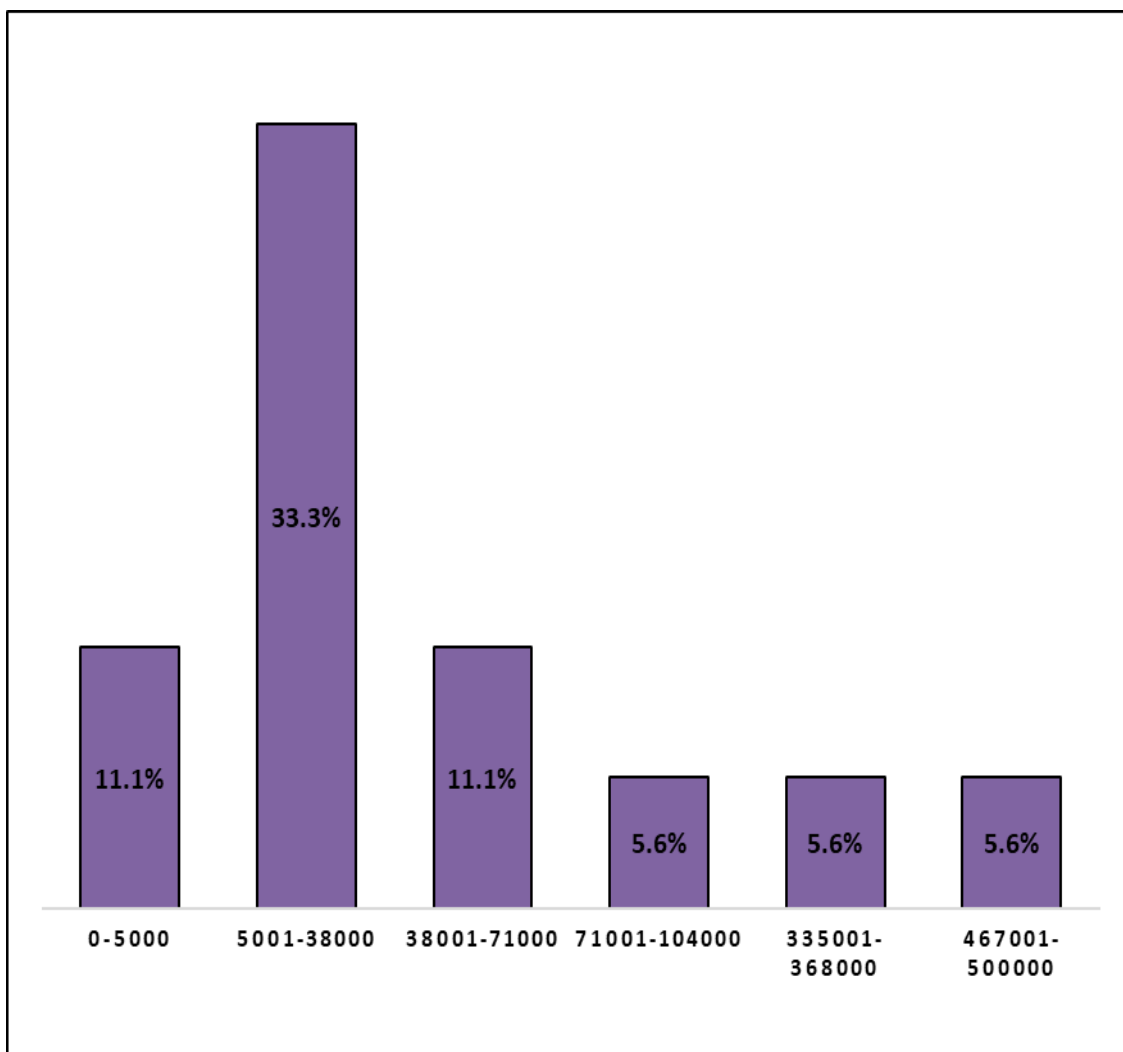


Figura 13. Monto de los créditos solicitados por los microempresarios del distrito de Rupa Rupa (en soles)

Fuente: Encuesta a microempresarios

4. Número de cuotas de pago

Se aprecia que los microempresarios difíciles solicitan préstamos en cuotas pequeñas menores de 5 cuotas, el 5.6% tienen préstamos de 5 y 18 cuotas, el 50% tienen préstamos con cuotas que varían entre 19 y 32 cuotas, el 5.6% obtienen préstamos con cuotas que varían entre 33 y 46 cuotas, el 5.6% con cuotas que varían entre 47 y 60 cuotas, el 5.4% con cuotas que varían entre 61 y 74 cuotas, el 27.8% no solicitó préstamo alguno. Analizando vemos un promedio del 30% del segmento de los microempresarios no participa en la bancarización.

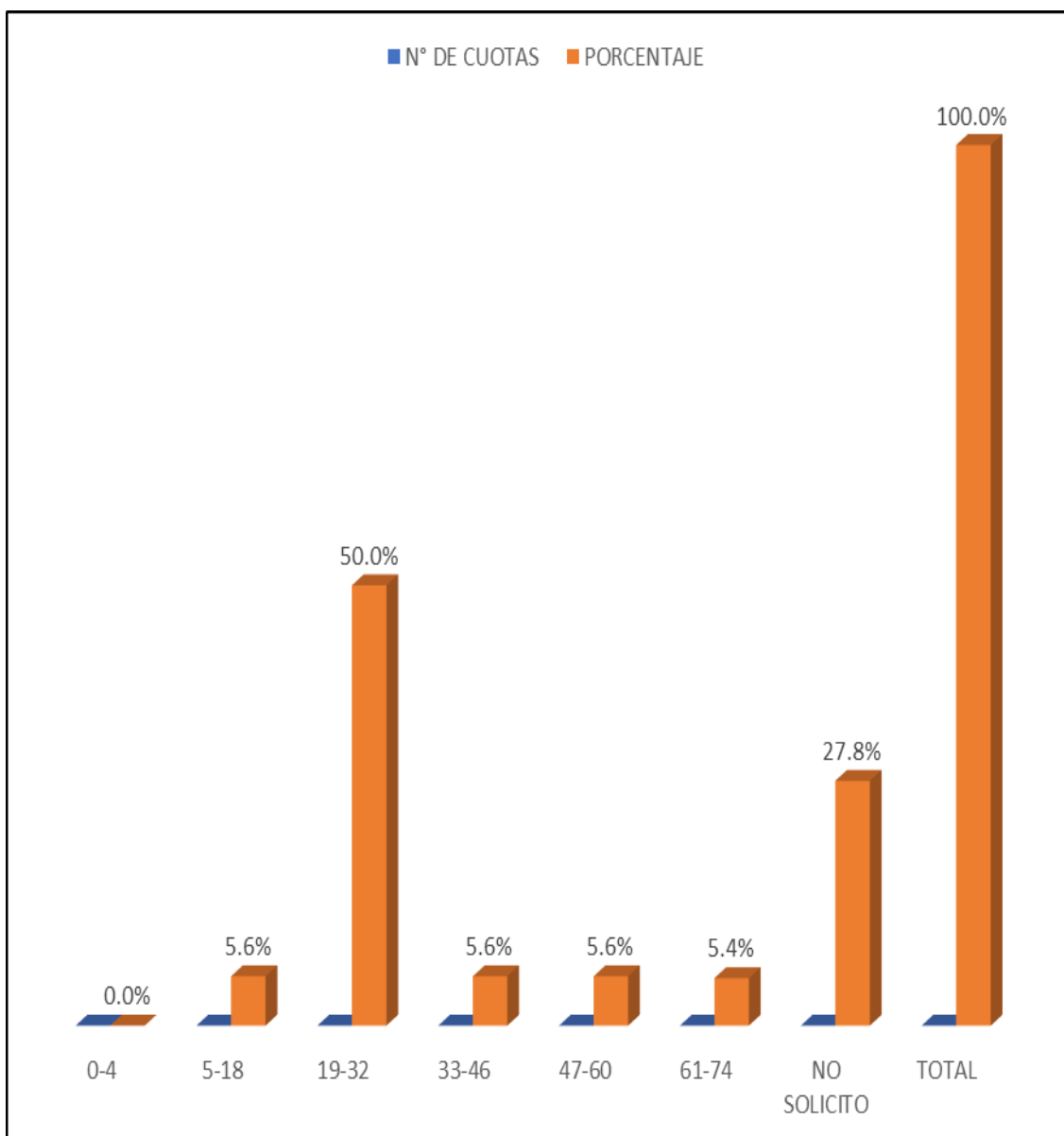


Figura 14. Rangos de cuotas de pago de créditos solicitados por los microempresarios del distrito de Rupa Rupa

Fuente: Encuesta a microempresarios

4.5. Sobre la demanda de su producto

1. Frecuencia de adquisición de mercadería

Observamos en la Figura 15 que, el 5.6% de los microempresarios adquiere mercadería cada 60 días, el 5.6% cada 45 días, el 27.8% compra cada 30 días, el 22.2% cada 15 días, y el 38.9% compra mercaderías cada 7 días. Vemos que el grueso de las compras lo hacen con mayor rotación.

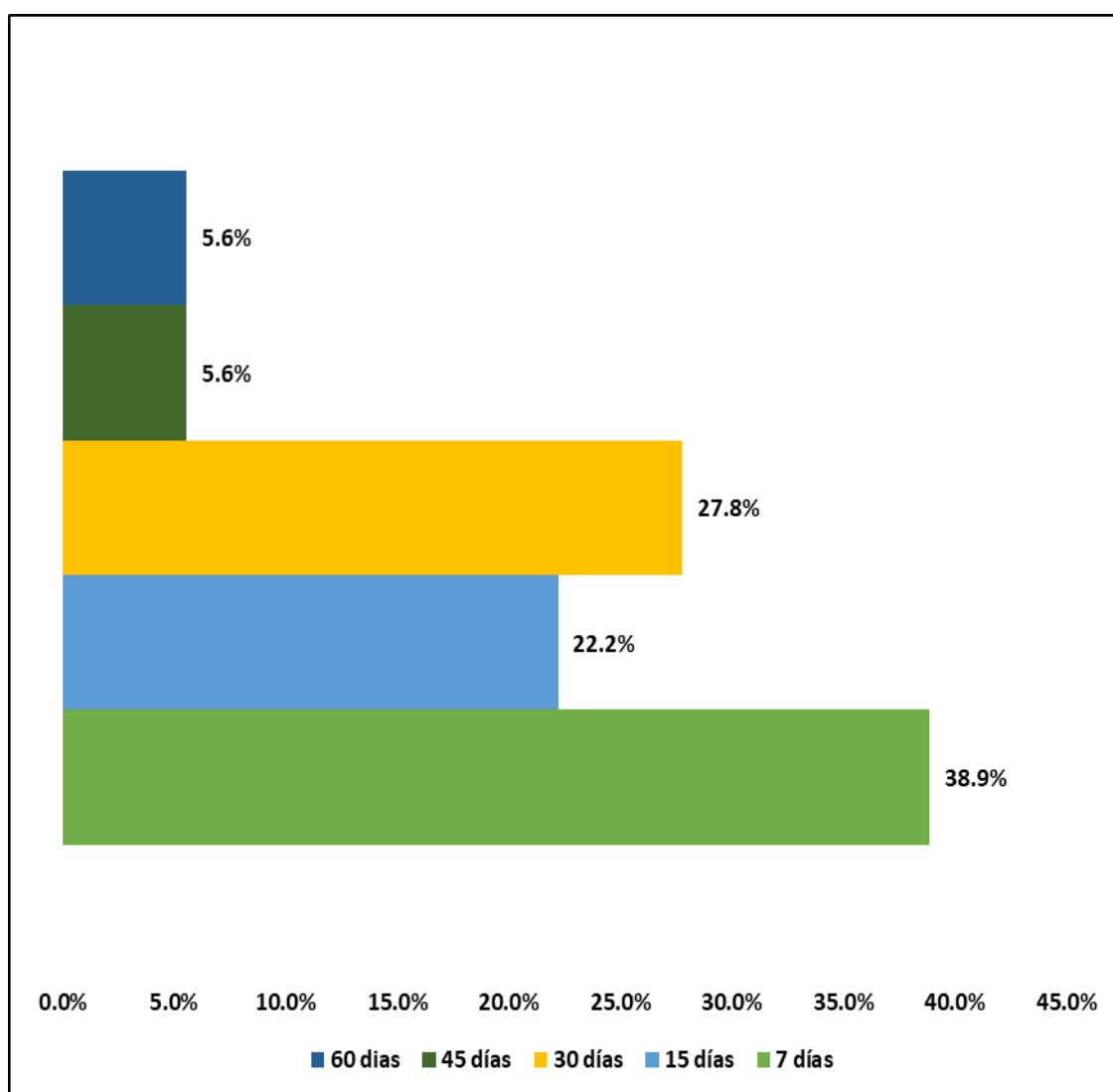


Figura 15. Frecuencia de adquisición de mercadería por parte de los microempresarios del distrito de Rupa Rupa

Fuente: Encuesta a microempresarios

2. Inversión en mercadería

Podemos observar que el 5.6% de los microempresarios invierten mensualmente un promedio de S/.2000 soles en mercadería, el 61,1% invierten entre S/. 2001 y S/. 34000 soles, el 22.2% invierten entre S/. 34001 soles y S/. 66000 soles, el 5.6% entre S/.98001 soles y S/. 130000 soles y tan solo el 5.6% invierten mensualmente entre S/.258000 soles y S/.290000 soles.

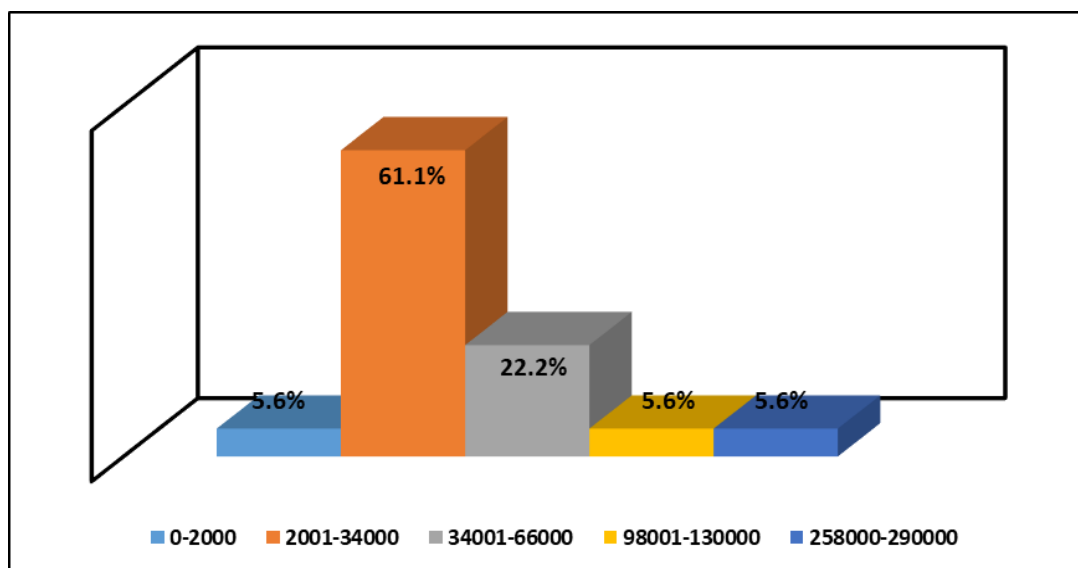


Figura 16. Rango de inversión mensual en mercadería

Fuente: Encuesta a microempresarios

3. Medios de publicidad

Observamos en la Figura 17 que, el 27.8% de los negocios utilizan como medio de publicidad la radio, el 11.1% como medio de publicidad la televisión, el 5.6% mediante volantes, el 16.7% por promociones personalizadas, el 11.1% por otros medios (Internet etc.) y el 27.8% no realiza ningún tipo de publicidad.

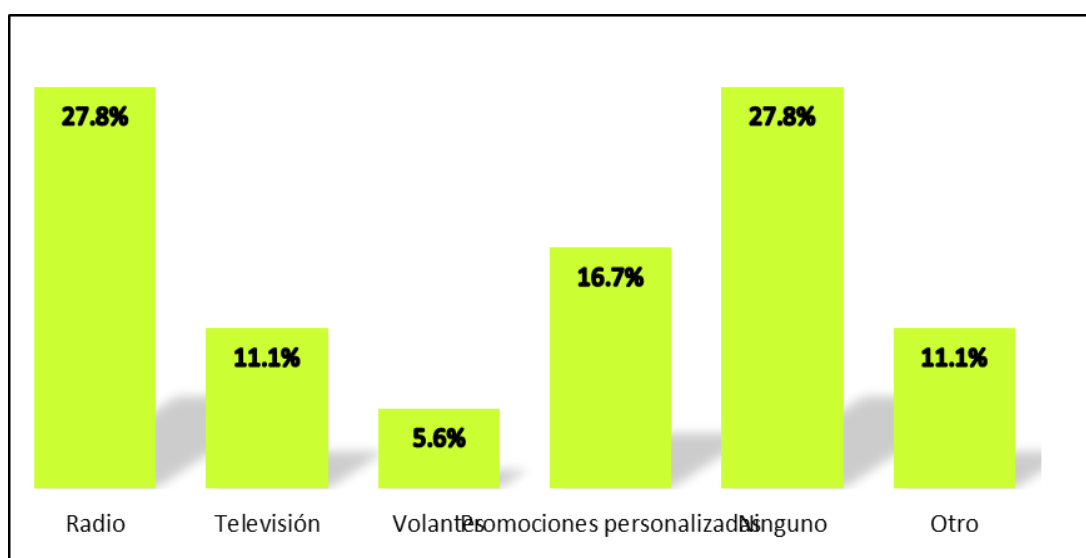


Figura 17. Medios de publicidad que utilizan las MYPES para promocionar la venta de su mercadería

Fuente: Encuesta a microempresarios

4.6. Nivel de capacitación del microempresario

1. Nivel de capacitación

Vemos que el 28% de los microempresarios encuestados asistió a cursos de formación y el 72% no asistió a curso de capacitación alguno. Este resultado refleja la deficiencia para desarrollar su negocio, llevando a desconectarse del entorno, en cuanto a los cambios de gustos, servicios y requerimientos del entorno, aparte de los cambios tecnológicos.

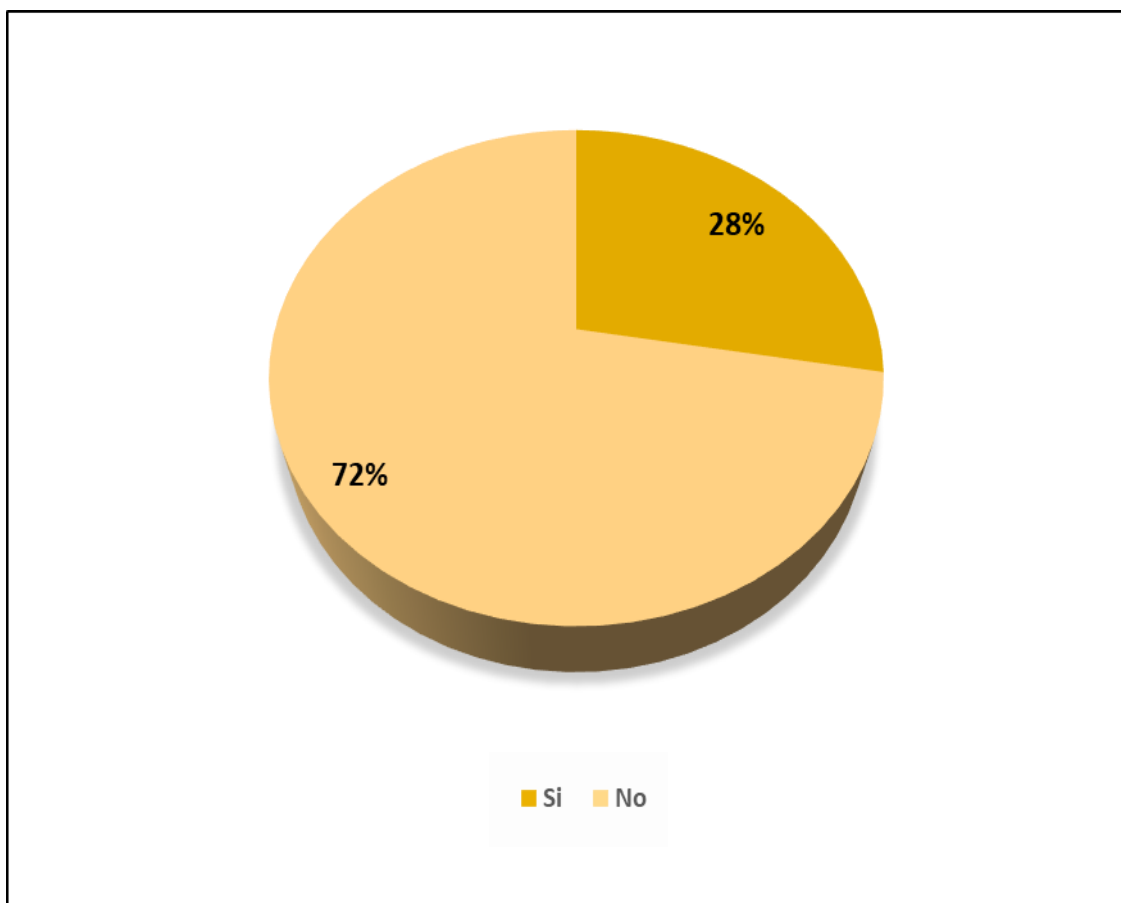


Figura 18. Asistencia a cursos de capacitación por parte de los microempresarios del distrito de Rupa Rupa

Fuente: Encuesta a microempresarios

2. Disponibilidad por la capacitación

Podemos observar que el 61.1% de los microempresarios está dispuesto a recibir una capacitación, el 16.7% no está dispuesto a recibir una capacitación, y el 22.2% no opina. Podemos analizar que existe un adormecimiento en las mentes de los microempresarios de no querer estar actualizados, para estar al alcance de los mercados competitivos.

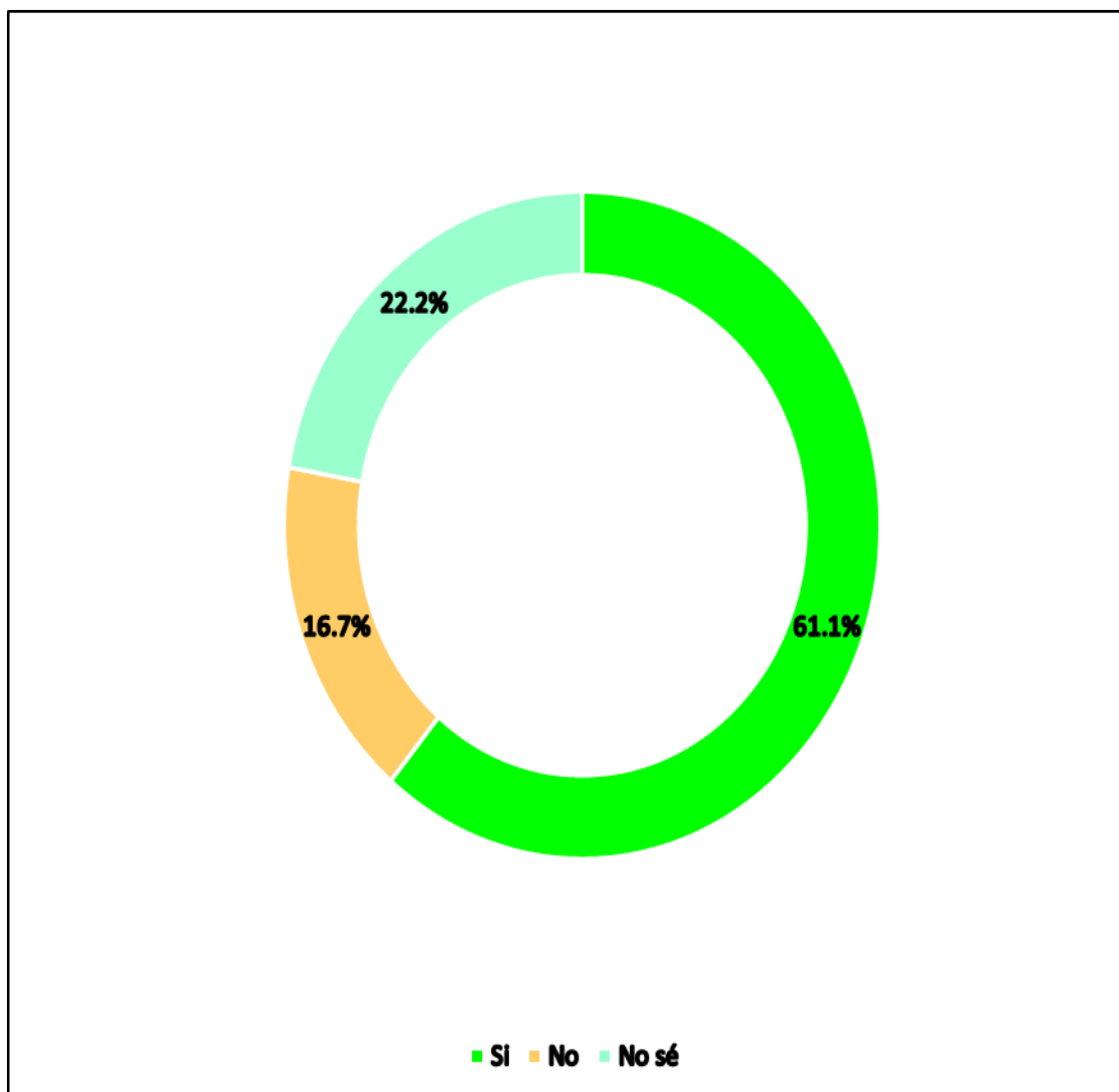


Figura 19. Disposición a participar en eventos de capacitación por parte de los microempresarios del distrito de Rupa Rupa

Fuente: Encuesta a microempresarios

3. Participación en eventos sobre nuevas tecnologías para la gestión empresarial

Podemos observar que el 77.8% de los microempresarios no han participado en eventos de tecnologías de la información, y el 22.2% si participaron en algún evento de tecnologías de la información. Esto refleja que los microempresarios en la ciudad de Tingo María, no están actualizados con los nuevos instrumentos de las tecnologías de la información, siendo este un potencial como estrategia en los negocios modernos.

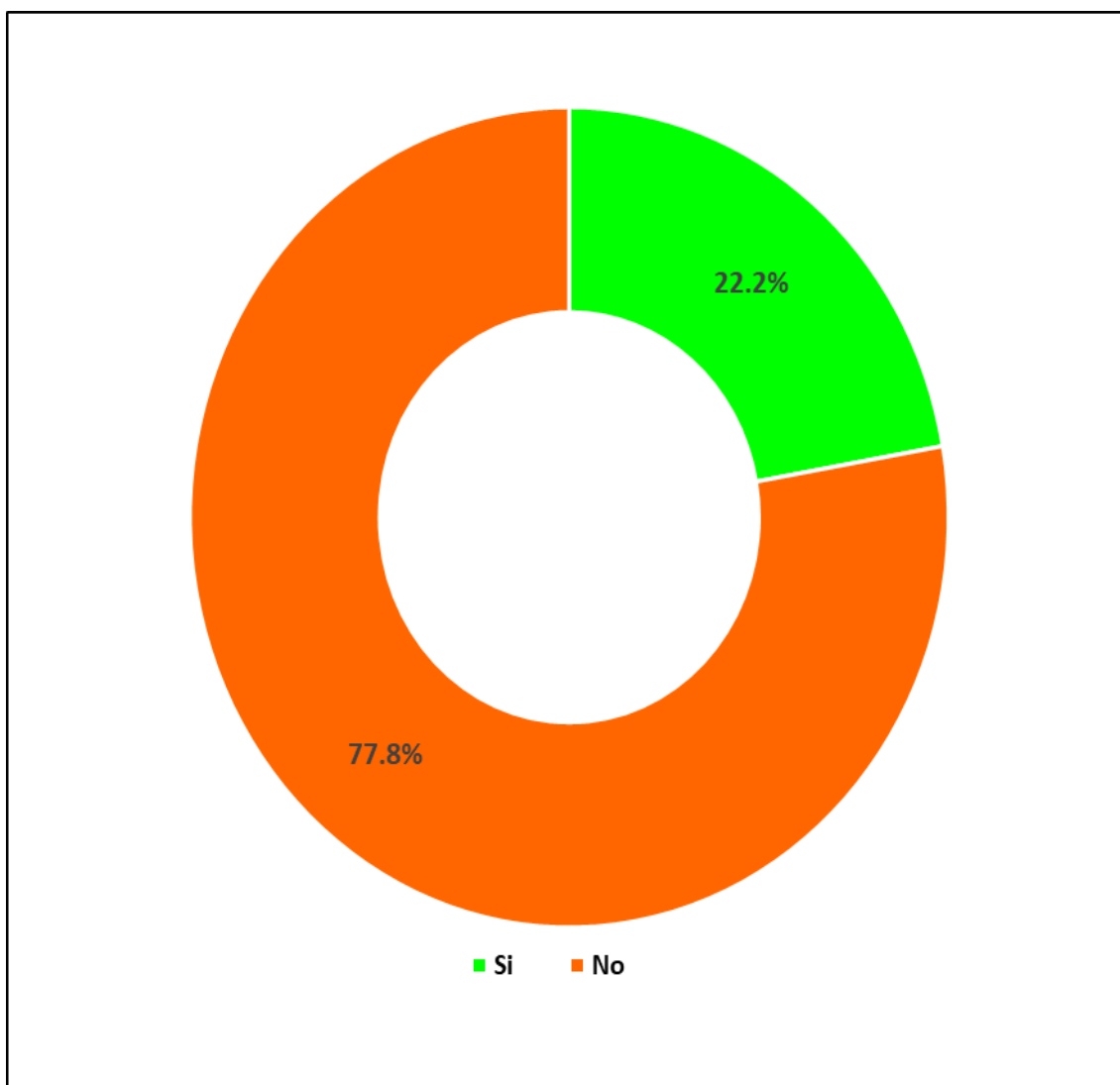
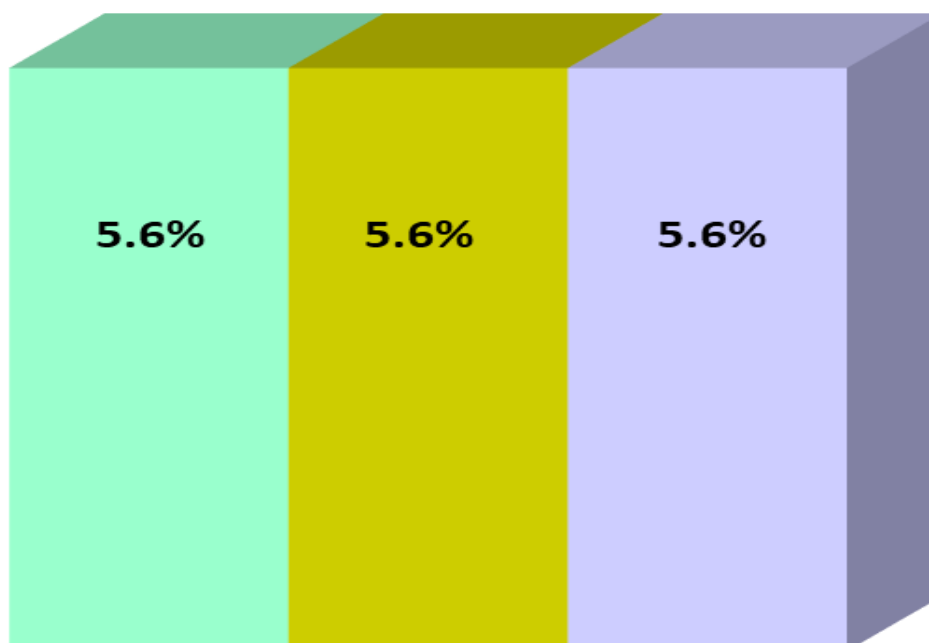


Figura 20. Participación en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías de información para la gestión empresarial

Fuente: Encuesta a microempresarios

4. Naturaleza de la capacitación recibida en nuevas tecnologías para la gestión empresarial

Podemos observar de los que se capacitaron en tecnologías de la información para la gestión empresarial solo el 5.6% se capacito en sistema de gestión de calidad, el 5.6% en buenas prácticas de manufactura y gestión y el 5.6% en otros instrumentos de desarrollo de capacidades en termino de calidad.



■ **Sistemas de gestión de calidad**

■ **Buenas prácticas de manufactura y gestión**

■ **Otros instrumentos de desarrollo de capacidades en término de calidad**

Figura 21. *Naturaleza de la capacitación recibida en nuevas tecnologías para la gestión empresarial*

Fuente: Encuesta a microempresarios

4.7. Gestión administrativa

En la Figura 22 se puede apreciar que, en el año 2015, el 22.2% de los encuestados manifestó que sus ventas no se habían incrementado, mientras que, el 77.8% manifestó que sus ventas se habían incrementado. Concluyendo que las dos terceras partes de los encuestados las ventas en el año 2015 se incrementaron por la presencia de nuevas inversiones en la ciudad, y la fuerte demanda de los sectores sobre todo en el sector construcción.

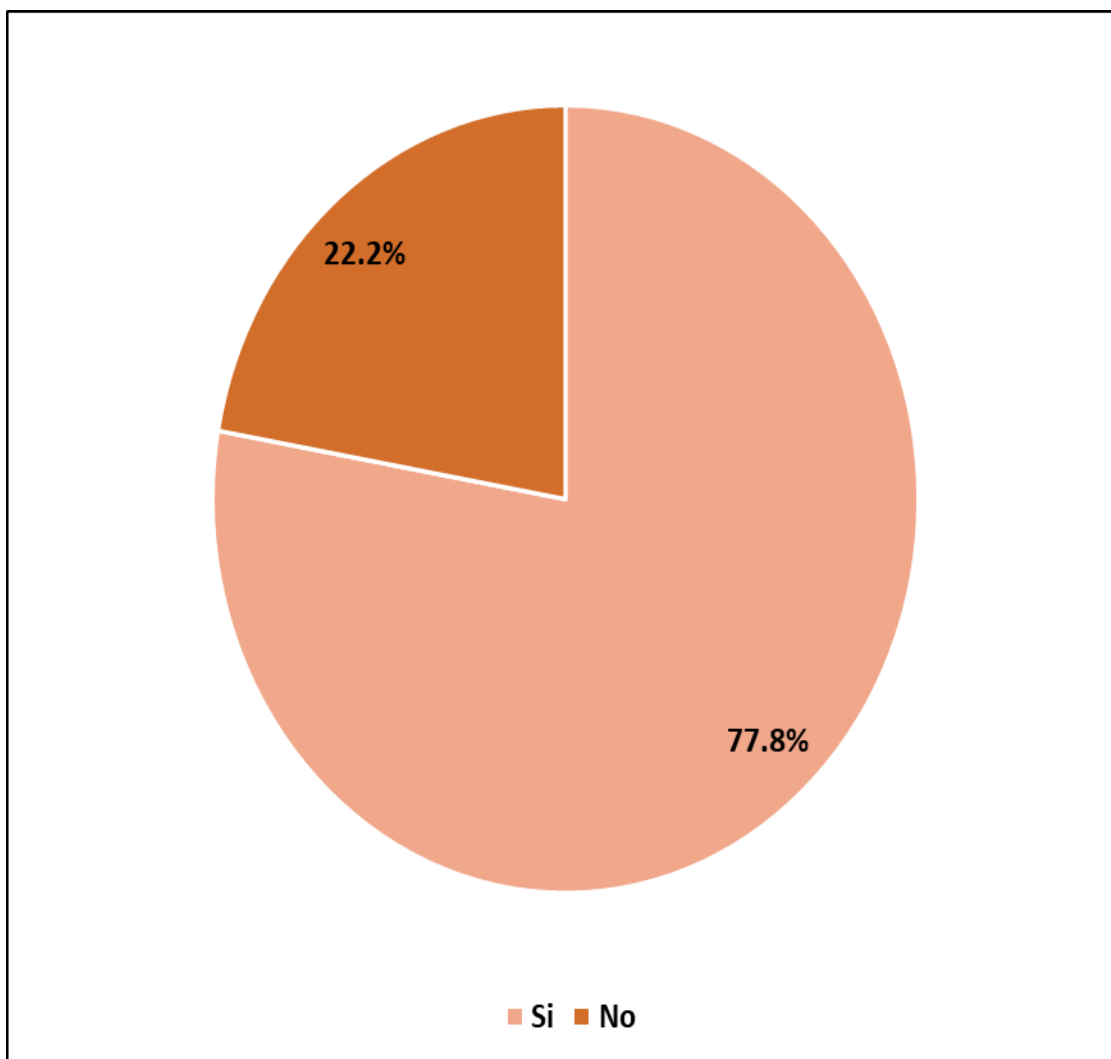


Figura 22. Variación en las ventas durante el período 2014-2015
Fuente: Encuesta a microempresarios

1. Causas del incremento en las ventas

En la Figura 22 se advierte que, el 66.10% de los microempresarios encuestados manifestó que sus ventas se habían elevado, debido al incremento del número de clientes. El 16.70% por el incremento en la producción. Los microempresarios manifiestan que no han obtenido una expansión empresarial, porque no aplicaron adecuadamente estrategias de mercado, perdiendo la oportunidad del desarrollo de su negocio; siendo la estrategia de liderazgo de mercado quien le proporcione que dominen en su mercado con productos de calidad.

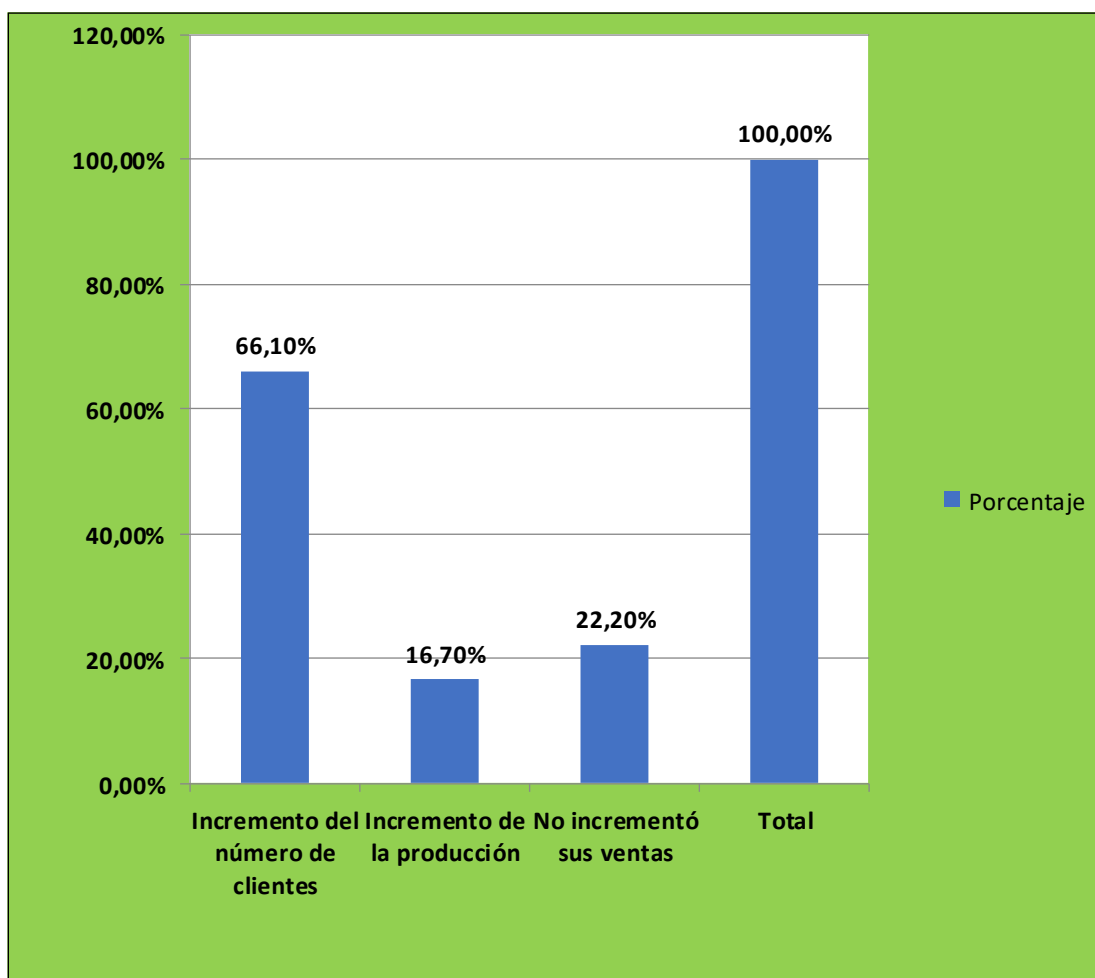


Figura 23. Factores que incrementan las ventas en la MYPES

Fuente: Encuesta a microempresarios

2. Rol del Estado en la promoción y desarrollo de la MYPES

En la Figura 24 se puede apreciar que, el 22.2% de los encuestados percibe que su atención si fue oportuno el servicio para la obtención de la licencia municipal. El 50.0% no fue oportuno la atención de servicio de la licencia municipal. El 27.8% no recibió el servicio. Se concluye que el servicio que se brinda para la atención de licencia municipal es preocupante, siendo este un requisito indispensable para una correcta formalización en un negocio. Los microempresarios se sienten abandonados para promover la formalización e incentivar a la inversión, debido a la desidia de las autoridades locales.

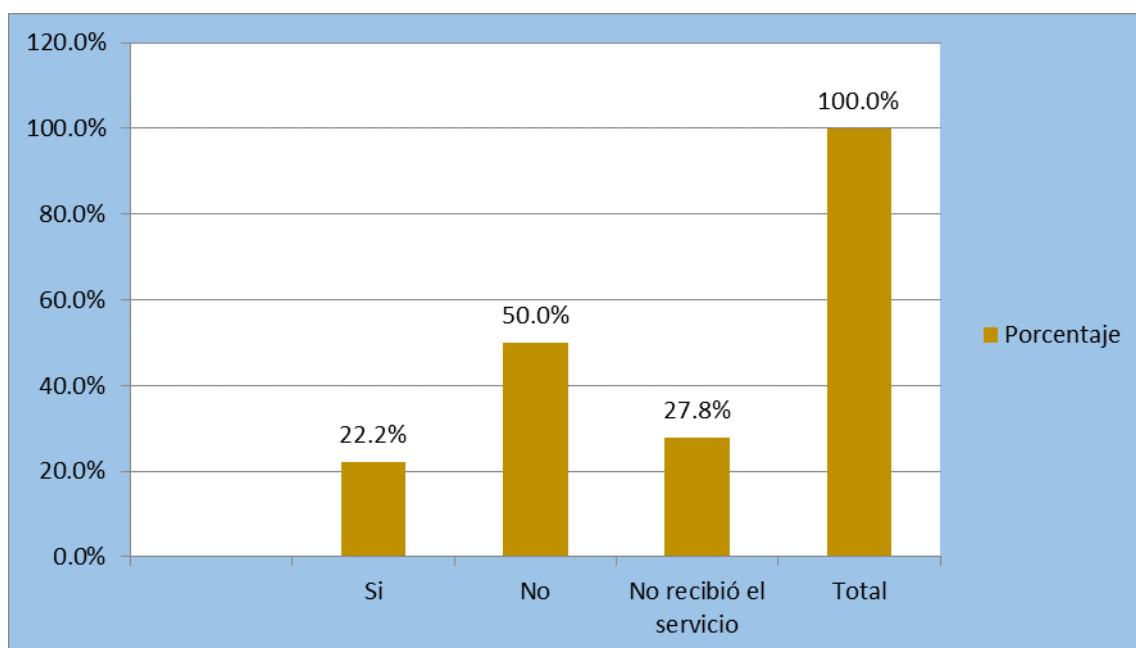


Figura 24. *Percepción del microempresario respecto del procedimiento de otorgamiento de la licencia municipal*

Fuente: Encuesta a microempresarios

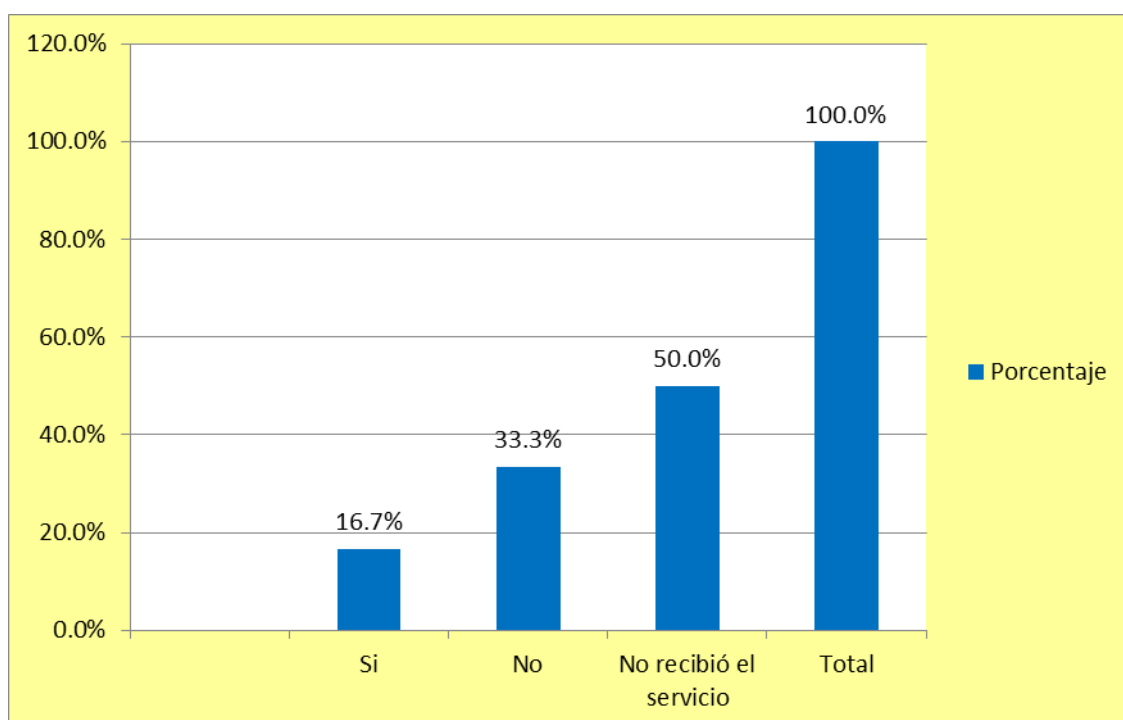


Figura 25. *Percepción del microempresario respecto del servicio que ofrece la DIGESA*

Fuente: Encuesta a microempresarios

De igual modo, en la Figura 25 se aprecia que, el 16.7% de los encuestados manifestó que fue oportuno la atención de la DIGESA; El 33.3% manifestó que no fue correcta y el 50% de los encuestados manifestaron no haber recibido

este tipo de servicio. Esto demuestra la poca importancia para salvaguardar la confianza pública, la conservación del ambiente y la higiene alimentaria.

En la Figura 26 se aprecia que el 5.6% de los encuestados manifestó que el servicio que ofrece el MINCETUR fue oportuno. El 44.4% no fue oportuno, mientras que el 50.0% no recibió ningún servicio de MINCETUR. Nuevamente, esto refleja la poca importancia para poder insertar a las MYPES hacia el sector externo, y aprovechar así las cadenas de valor. El desconocimiento de esta institución genera que los microempresarios no puedan dinamizar su actividad económica, y hacer frente a esta oportunidad que nos brinda el mercado internacional y poder internacionalizar su negocio.

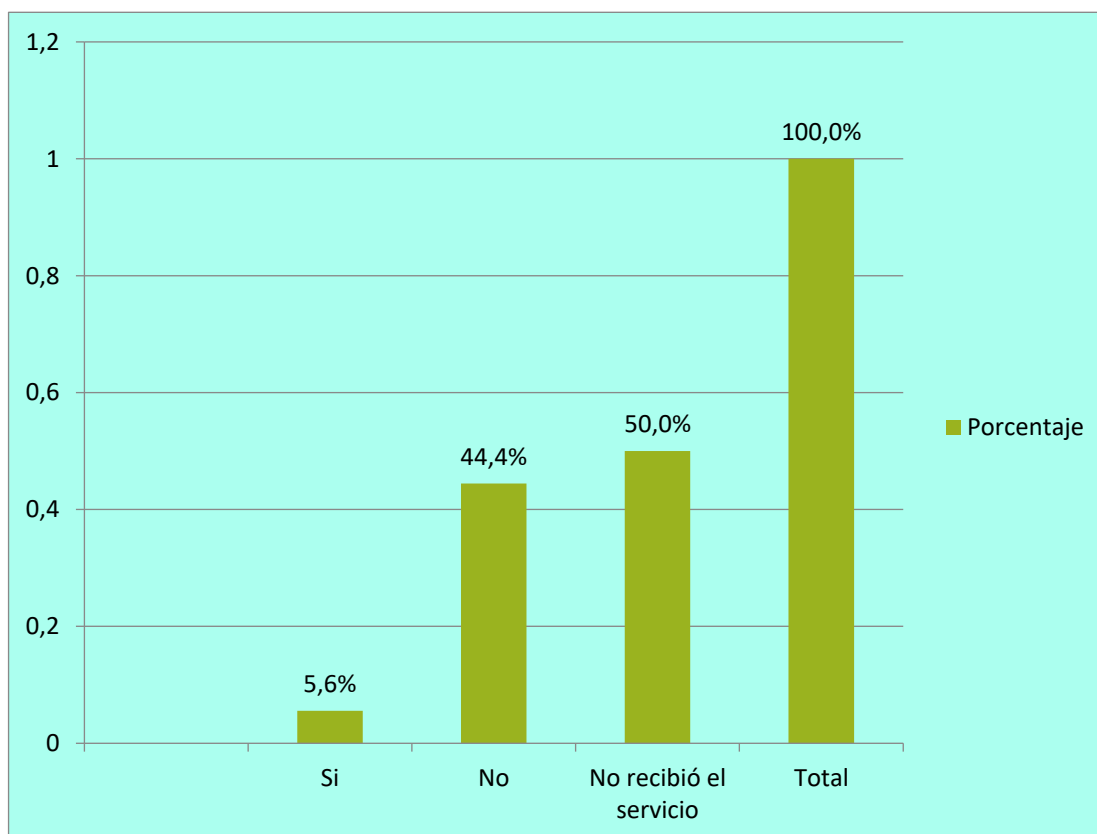


Figura 26. Percepción del servicio del MINCETUR

Fuente: Encuesta a microempresarios

En la Figura 27 podemos observar que el 22.2% de los encuestados manifestó que, si habían recibido un servicio oportuno por parte de Remype, el 44.4% manifestó que no habían recibido el servicio oportuno y el 33.3% de

los microempresarios manifestaron que no recibieron ningún servicio de Remype. Los empresarios manifiestan que la débil participación de esta institución no incentiva a la formalización de muchos microempresarios que se quieren formalizar.

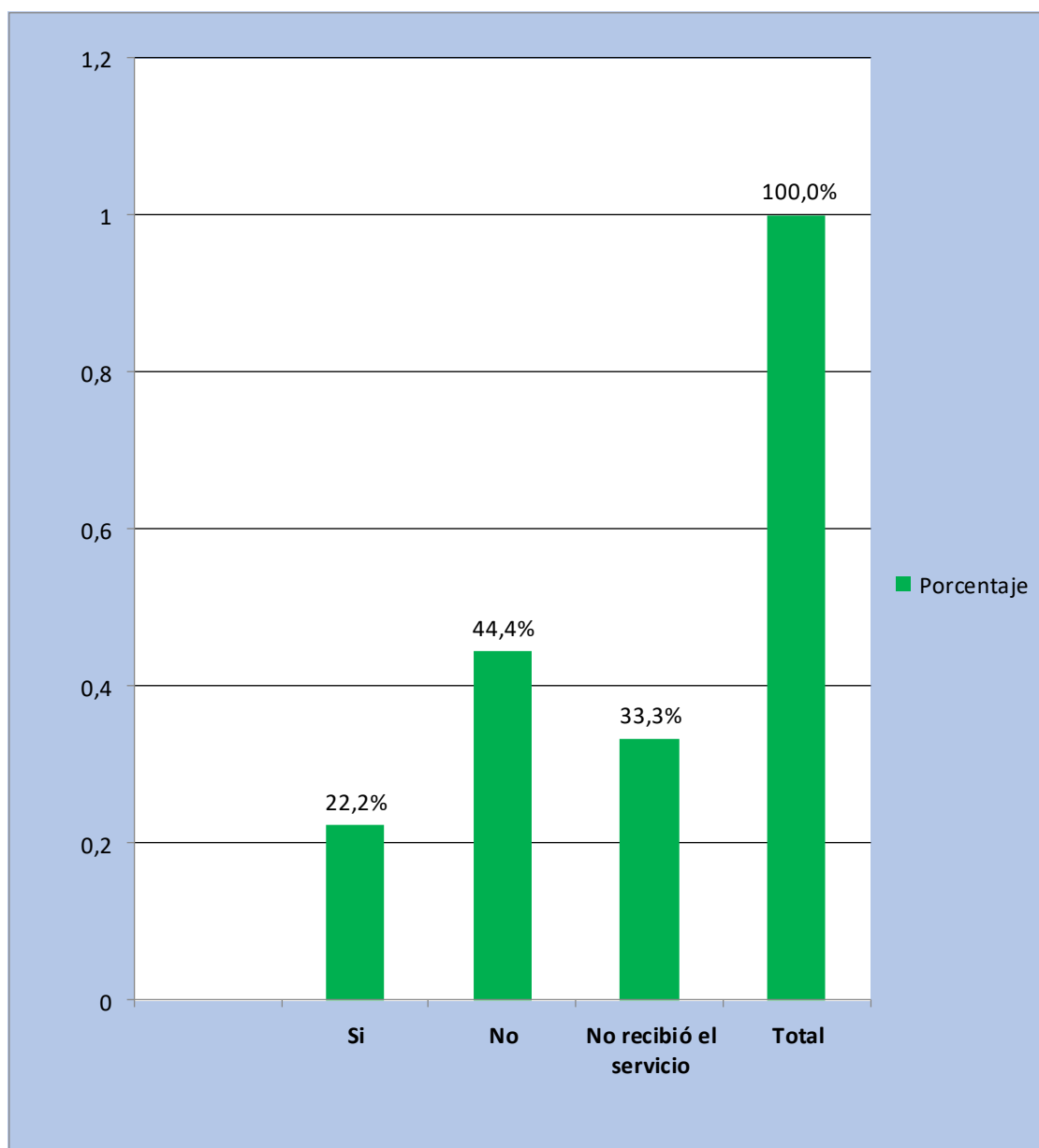


Figura 27. *Percepción del servicio de REMYPE*

Fuente: Encuesta a microempresarios

4.8. Verificación de Hipótesis

Variable dependiente

Y = Crecimiento de las MYPES.

Indicador principal

Y_1 = Ventas (V)

Variable independiente

X = Gestión administrativa

Indicadores:

X_1 = Nivel de capacitación (NC)

X_2 = Gestión administrativa (GA)

4.9. Modelo

El modelo econométrico para emplearse corresponde a un modelo regresión lineal múltiple, es decir, se trata de explicar el fenómeno estudiado con más de una variable independiente.

El modelo planteado es el siguiente:

$$V = \beta_0 + \beta_1 * NC + \beta_2 * GA + \varepsilon$$

Dónde:

V = Ventas

NC = Nivel de capacitación

GA = Gestión administrativa

β_0 = Intercepto.

β_1 = Coeficiente del nivel de capacitación

β_2 = Coeficiente de la variable gestión administrativa

ε = Error aleatorio

Tabla 14. Ventas anuales, niveles de capacitación y gestión administrativa de las MYPES

i	VENTAS (S/.)	NC (%)	GA (%)
1	419,589.00	35.50	50
2	348,108.60	32.50	40
3	574,712.00	68.50	50
4	180,933.00	28.00	10
5	146,395.00	26.50	20
6	470,838.00	57.50	40
7	224,660.00	31.00	30
8	84,256.00	28.00	10
9	121,162.00	28.00	10

Fuente: Balance de la MYPES

Tabla 15. Resultados de la estimación del modelo econométrico de regresión múltiple, por el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios

Dependent Variable: V				
Method: Least Squares				
Sample: 1 9				
Included observations: 9				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-92903.46	33253.33	2.793809	0.0314
NC	5337.508	1149.929	4.641599	0.0035
GA	6215.580	1026.403	6.055690	0.0009
R-squared	0.968522	Mean dependent var		285628.2
Adjusted R-squared	0.958029	S.D. dependent var		173704.3
S.E. of regression	35586.60	Akaike info criterion		24.05853
Sum squared resid	7.60E+09	Schwarz criterion		24.12427
Log likelihood	-105.2634	F-statistic		92.30330
Durbin-Watson stat	2.381728	Prob(F-statistic)		0.000031

Fuente: Tabla 14

La ecuación de regresión del modelo es:

$$V = -92903.46121 + 5337.507691 * NC + 6215.580464 * GA$$

4.10. Análisis de indicadores estadísticos.

A efectos de medir la bondad de ajuste del modelo, se realizaron las pruebas de relevancia global y relevancia individual.

A. Pruebas de relevancia global

A.1. Coeficiente de determinación (R^2)

Partimos de la siguiente consideración:

- Acepto la hipótesis si: $R^2 \geq 75\%$
- Rechazo la hipótesis si: $R^2 < 75\%$

El coeficiente de determinación: $R^2 = 0.968522$ indica que el 96.85% de las variaciones en las ventas (V), se debe a las variaciones del Nivel de Capacitación de las empresas (NC), y de la Gestión Administrativa (GA). Entonces, el modelo keynesiano es consistente, ya que $R^2 > 75\%$.

A.2. Test de Fisher

Se decide comparando el valor de F Calculada (F_c) con un valor estadístico de F Tabla (F_t) de la tabla de distribución F.

- Acepto la hipótesis planteada si: $F_c \geq F_t$
- Rechazo la hipótesis planteada si: $F_c < F_t$

El software Eviews nos da el valor de F_c , que es igual a:

$$F_c = 92.30330$$

Luego hallamos el valor de F_t con los siguientes considerandos:

- ✓ Grados de libertad del numerador = $k - 1 = 3 - 1 = 2$
- ✓ Grados de libertad del denominador = $n - k = 9 - 3 = 6$
- ✓ Nivel de significancia: $\alpha = 5\% = 0.05$

Donde:

$k =$ Número de regresores incluyendo el intercepto.

$n =$ Número de unidades de análisis

Tenemos:

$F_t = F_{[(k-1), (n-k), \alpha]}$; reemplazando se tiene: $F(2, 6, 0.05)$

En la tabla de distribución F de Fisher: $F(2, 6, 0.05) = 5.143$

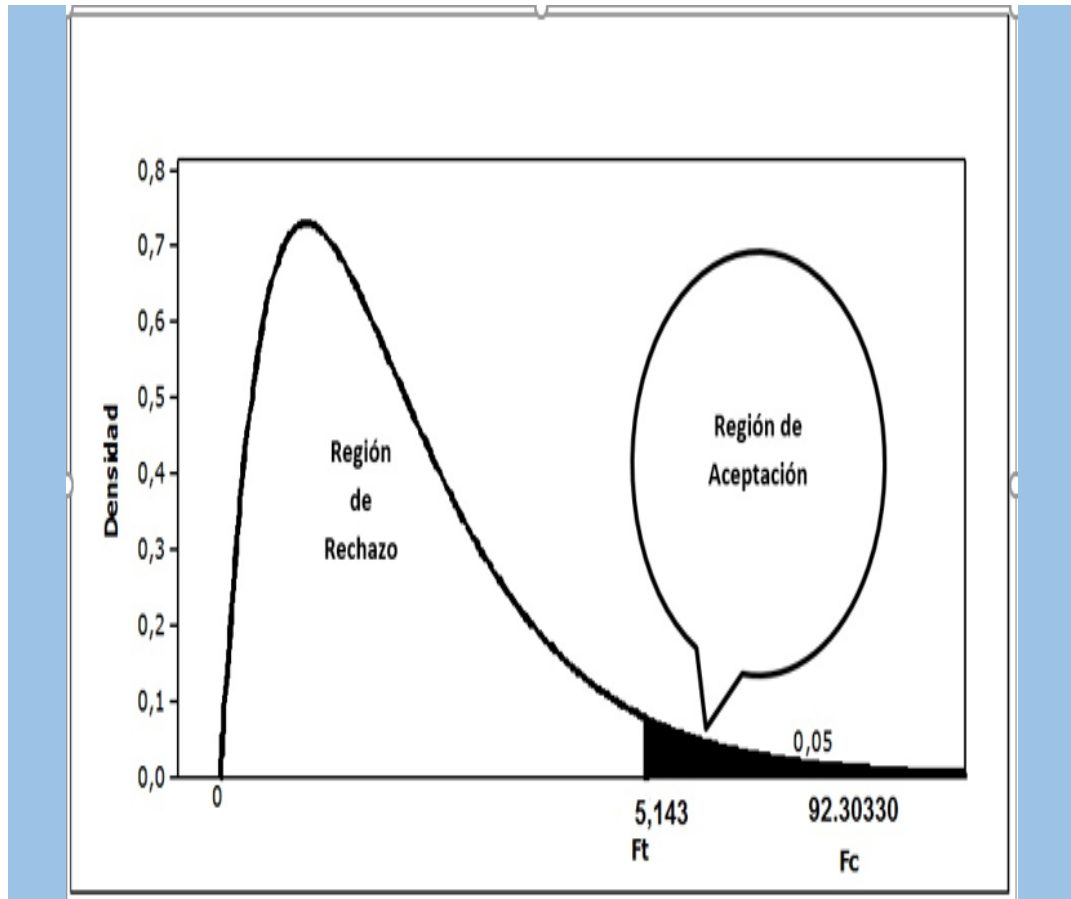


Figura 28. Distribución de Fisher

En conclusión, el F-statistic $> F_t$ ($92.30330 > 5,143$), entonces aceptamos la hipótesis planteada. A un nivel de significancia del 5%, los indicadores de las variables independientes explican de manera significativa a la variable explicada, Balance global. Para confirmar lo que nos indica tanto el coeficiente de determinación (R^2) y la prueba de Fisher (F_c y F_t), apelamos a la probabilidad de significancia estadística de la prueba (p-value). Así tenemos que $P = 0.000031 < 0.05$ (Prob. F statistic), se trata de una firme evidencia de que la hipótesis planteada es verdadera.

B. Prueba de relevancia individual

B.1. Test de Student

Esta prueba permite verificar la significación individual de cada uno de los regresores; es decir, si tanto el nivel de capacitación como el nivel de gestión influyen de manera significativa en las ventas. Para ello, comparamos la T- calculada o T- statistic con la T de tabla, en donde tendremos las siguientes consideraciones:

- Es significativa si: $T_c \geq T_t$ ó $-T_c \leq -T_t$
- No es significativa si: $T_c < T_t$ ó $-T_c > -T_t$

Luego hallamos el valor de T_t , con los siguientes considerandos:

✓ Nivel de significancia: $\alpha = 5\% = 0.05$

✓ Grado de Libertad (n-k) = $9 - 3 = 6$

$T_t = T_{(n-k, \alpha)}$, como se trabaja con 2 colas, se tiene:

$T_t = T_{(n-k, \alpha/2)}$, reemplazando valores, se tiene:

$T_t = T_{(6, 0.025)}$

$T_{(6,0.025)}$	=	± 2.447
-----------------	---	-------------

En la Tabla 16 y en la Figura 31 se pueden observar que los T_c de cada uno de los regresores superan en valor absoluto de los valores T de tabla, Lo cual quiere decir que, al 5% de significancia, tanto el nivel de capacitación del conductor de la Mype como el nivel de gestión administrativa de la misma, influyen significativamente sobre las ventas.

Tabla 16. T-Statistic de los regresores de la regresión

Variable	T-Statistic	T-tabular (- 2.447 y + 2.447)
$X_0 = C$	-2.793809	Es significativo
$X_1 = NC$	4.641599	Es significativo
$X_2 = GA$	6.055690	Es significativo

Fuente: Tabla 15

En la ilustración siguiente se hace visible la ubicación de todos los regresores en la región de rechazo de la hipótesis nula.

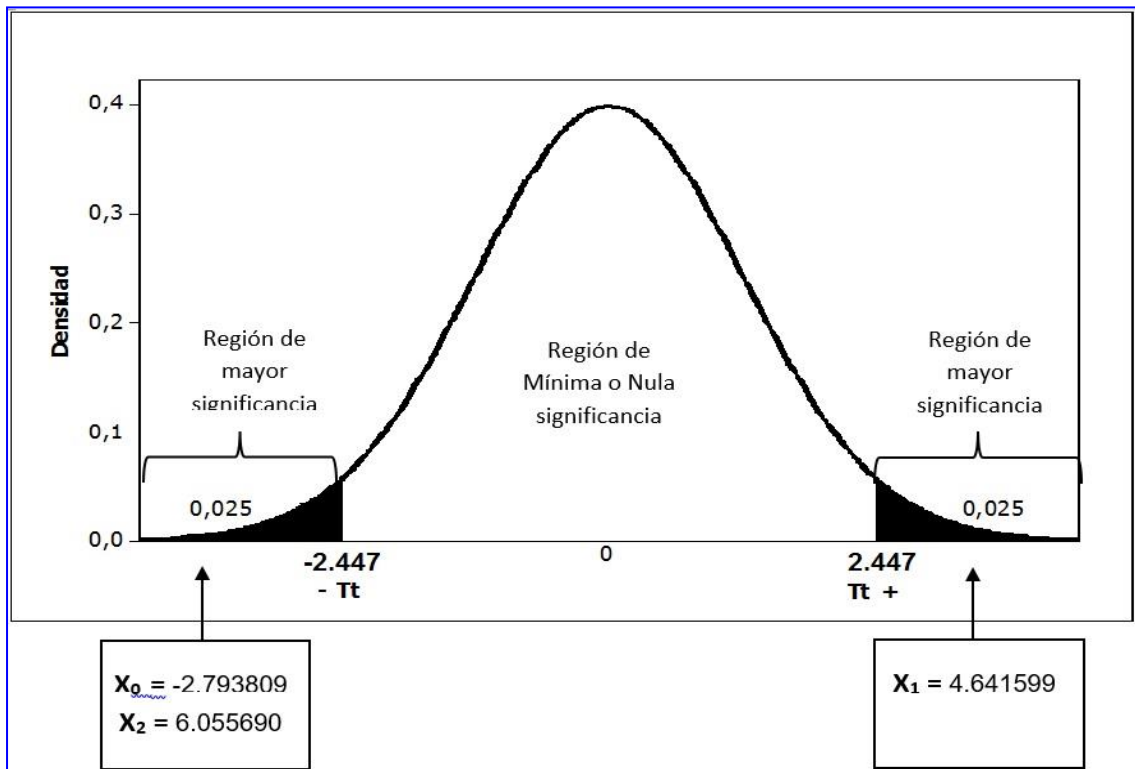


Figura 29. Distribución T-Student

Fuente: Tabla 16

C. Estadístico de Durbin Watson (d)

El estadístico de Durbin Watson permitirá determinar si en la regresión hay presencia de autocorrelación:

Si: $1 < d < 3$, no existe autocorrelación.

Si: $d =$ cercano a 4, existe autocorrelación negativa.

Si: $d =$ cercano a cero, existe autocorrelación positiva.

Como el estadístico $d = 2,381728$ (Durbin Watson), que es un valor mayor 1 y a la vez menor a 3, entonces podemos concluir que no existe autocorrelación

CAPÍTULO 5

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Relación entre variables

Del estudio realizado, se puede deducir la importancia y el rol que juegan las variables gestión administrativa y nivel de capacitación sobre los niveles de competitividad de la MYPES en el distrito de Rupa Rupa. Las MYPES para poder desarrollarse, tener un posicionamiento y ser líderes en el mercado debe desarrollar una correcta gestión empresarial, para cual tiene que combinar eficientemente sus recursos abarcando todas las actividades que deben ser características de todos los microempresarios. Esta evidencia se plasma en el enfoque teórico. Según Michael Porter (1980), “los dos tipos básicos de ventaja competitiva costes bajos y diferenciación, combinados con el panorama de actividades para las cuales una empresa trata de alcanzarlas, los lleva a tres posibles estrategias genéricas para lograr el desempeño sobre el promedio en un sector industrial: liderazgo de costes, diferenciación y enfoque. La estrategia de enfoque tiene dos variantes: enfoque de coste y enfoque de diferenciación” (Castro Monge, 2010). “Las ventajas competitivas se logran definiendo las bases estructurales sólidas (capacidad, tecnología, localización, rol a desempeñar en la cadena de valor) y la calidad de gestión en las organizaciones. Con el objeto de estudiar la manera de organizar y ejecutar las tareas para obtener ventajas competitivas. Michael Porter, desarrolló el concepto de ‘cadena de valor’, la manera en que se organice la cadena de valor de una empresa y se ejecutan las distintas actividades dependerá de la estrategia que decida adoptar, la peor estrategia es no tener una estrategia definida”. (ESAN, 2004).

Romer (1986), Lucas (1988 y 1993) y Krugman (1991) descubrieron que, tradicionalmente “los factores de producción de trabajo y el capital no son suficientes para explicar el crecimiento y que el conocimiento en su lugar se ha convertido en el factor vital en los modelos de crecimiento endógeno. El conocimiento ha sido típicamente medido en términos de I + D, el capital humano y de las invenciones patentadas” (Audretsch y Thurik de 2000 y 2001), este enfoque corrobora con el estudio realizado ya que todas estas variables inciden en el crecimiento de la MYPE, ya que no solamente depende del factor producción de trabajo y capital, sino fundamentalmente del capital humano, nuevas habilidades creativas y de emprendimiento que ha sido clave en el crecimiento de las nuevas MYPES en nuestra región.

Los economistas *Audretsch y Thurik (2001)* encontraron evidencias empíricas acerca de la relación entre el nivel de la actividad empresarial y las tasas de crecimiento económico. Estos autores señalan que “la empresarialidad genera crecimiento económico debido a que es un vehículo para la innovación y el cambio, sin embargo, conceptualmente el vínculo no es automático. El hecho de contar con más nacimientos de empresas por año no asegura un mayor crecimiento (Baumol 1990) menos desarrollo sostenido, este está asociado con el ingreso de nuevas empresas en la economía que introducen innovaciones, capital y tecnología al mercado y amplían el ámbito de los negocios, asignando recursos a las áreas que explotan dichas innovaciones, generando eficiencias en el sector”.

Bajo este contexto del trabajo de investigación realizada, podemos corroborar la eficiente gestión administrativa y los cambios tecnológicos y los nuevos paradigmas de la gestión administrativa (Innovación, investigación, el emprendimiento son claves e impulsores del desarrollo de las MYPES en la ciudad de Tingo María.

5.2. Concordancia con otros resultados

- Esteban Barzola, Varely (2004); en la tesis titulada: Los créditos y el desempeño económico de las Pymes industriales de la provincia de Leoncio Prado, concluye que “...el bajo desempeño económico de las Pymes, es consecuencia de los pequeños montos de los prestamos

obtenidos y la baja calidad del capital humano responsable de la gestión empresarial. Cuyo resultado del análisis de regresión y correlación de los modelos indican que el desempeño económico de las Pymes industriales, medido a través de la relación utilidad sobre las ventas (USV), son explicados por el tamaño del crédito financiero utilizado (CF) y por la calidad del capital humano (CKH), responsable de la gestión empresarial (gerente propietario), dado a que se obtiene un coeficiente de determinación (R^2) del 0.86” (Esteban Barzola, Los créditos y el desempeño económico de las Pymes Industriales de la Provincia de Leoncio Prado, 2004) . Esto es coincidente con el estudio realizado, lo que arribamos con este trabajo de investigación es que la gestión administrativa y el nivel de capacitación influyen en la competitividad de las MYPES.

- Santander Cjuno Cintya Kristel (2013), en el trabajo titulado: Estrategias para inducir la formalidad de la MYPES de la industria gráfica-offset por medio de gestión competitiva, encontró que “...por medio de capacitación y acompañamiento, se puede alejar al empresario de comportamientos informales. La formalidad y competitividad de un micro y pequeño empresario, pueden reducir problemas sociales como el subempleo y la evasión tributaria” (Santander Cjuno, 2013) .
- De la encuesta realizada en la ciudad de Tingo María, un 72.2% de los microempresarios tienen estudios superiores, dentro de ellos según la Figura 5 se puede apreciar que los jóvenes de la edad de 25 a 31 años son los que tienen mayor grado de estudios superior, esto muestra que existe un gran capital humano que impulsa el crecimiento de las MYPES. La TIC y la gestión empresarial; son conocimientos necesarios para que el empresario MYPE posea una empresa competitiva; que refuerza nuestro resultado del trabajo de investigación.

CONCLUSIONES

- Del estudio realizado de las variantes se puede percibir la relación que guarda la gestión administrativa y el nivel de capacitación para tener más competitividad las MYPES. Las principales variables según el modelo planteado el coeficiente de determinación de 0.968522 indica que el 96.85% de las variaciones en las ventas (V), se debe a las variaciones del Nivel de Capacitación de las empresas (NC), y de la Gestión Administrativa (GA). Entonces, el modelo keynesiano es consistente, ya que $R^2 > 75\%$.
- Todas las variables son significativas, siendo la Gestión Administrativa la de mayor impacto sobre el crecimiento de las MYPES, con un nivel de confianza del 95%. y los destructores es la apatía de los organismos públicos (Municipalidad, DIGESA, MINCETUR, etc.) que poco o nada se preocupan por impulsar este sector clave en la generación de puestos de trabajo. La Apreciación y opinión de los servicios que brinda el estado en beneficio de la MYPES.
- En el área de estudio, el 22.2% de los encuestados percibe que su atención si fue oportuno el servicio para la obtención de la licencia municipal, el 50.0% no fue oportuno la atención de servicio de la licencia municipal, el 27.8% no recibió el servicio. Concluyendo que el servicio que se brinda para la atención de licencia municipal es preocupante, siendo este un requisito indispensable para una correcta formalización en un negocio.
- DIGESA: El 16.7% de los encuestados manifestó que, si fue oportuno la atención de este servicio, el 33.3% manifestó que no fue correcta la atención de este servicio y el 50% de los encuestados no recibió este tipo de servicio. Esto demuestra la poca importancia para salvaguardar la seguridad pública, la protección del ambiente y la higiene alimentaria.
- MINCETUR: El 5.6% de los encuestados manifestó que su servicio fue oportuno, el 44.4% no fue oportuno su servicio, el 50.0% no recibió ningún

servicio de MINCETUR. Esto refleja la poca importancia para poder insertar a las MYPES hacia el sector externo, y aprovechar así las cadenas de valor.

- REMYPE: El 22.2% de los encuestados manifestó que, si habían recibido un servicio oportuno por parte de REMYPE, el 44.4% manifestó que no habían recibido el servicio oportuno y el 33.3% de los microempresarios manifestaron que no recibieron ningún servicio de REMYPE.

RECOMENDACIONES

- Implementar programas de sensibilización con las instituciones como: La Municipalidad, el Ministerio de la Producción, SUNAT y Ministerio de Trabajo, con el fin de empoderar a los microempresarios para que tengan acceso a la formalidad de las Mypes.
- Hacer uso de las TIC para ser competitivas en el interior y el exterior de las MYPES.
- La bancarización es clave para impulsar a los microempresarios, con el fin les que permita dinamizar el comercio formal de las Mypes.
- Las MYPES deben de seguir un modelo de gestión empresarial que orienten a ser proactivos a los cambios que se presentan en nuestra comunidad; hoy en día que estamos en una sociedad más globalizada y entrar en un proceso de desarrollo empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cardona Acevedo , M., Montes Gutiérrez , I., & Vásquez Maya, J. J. (2007). *Capital Humano: Una mirada desde la Educacion y la Experiencia Laboral*. Disponible en: <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/cuadernos-investigacion/article/view/1287/1166>: ISSN 1692-0694. Medellín. Abril de 2007. Documento 56 - 042007
- Mesones Alfonso y Roca Edwin. (2011). Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Peru (Mypes). *Academia - Centrum P.U.C.P.*, 80.
- Alfaro. (2004). [http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7894/3/382.6-A382d-Capitulo 20II.pdf](http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7894/3/382.6-A382d-Capitulo%20II.pdf). Disponible en: Microsoft Word - 382.6-a382d-CAPITULO II.doc
- Anzola, S. (2002). *Administracion de Pequeñas Empresas*. Mexico: McGrawhill.
- Avalos, A. (25 de Agosto de 2003). *Monografias.com*. Disponible en: [htt://W.W.W.Monografias.com/trabajo7/compe.htm](http://W.W.W.Monografias.com/trabajo7/compe.htm).
- BCRP. (1995). *Glosario de Terminos Economicos del banco central de Reserva del Peru*. Lima -Peru: BCRP.
- Becerra Ana Maria, Garcia Emilio. (2008). Planeamiento estratégico para micro y pequeñas empresas. Lima-Peru: Universidad del Pacífico.
- Cajamarquino, A. P. (2009). Las MYPES Micro y pequeñas empresas. *Panorama Cajamarquino*.
- Castro Monge, E. (2010). <file:///C:/Users/Intel/Downloads/7073-Texto%20del%20art%C3%ADculo-9673-1-10-20130128.pdf>. Obtenido en: ISSN: 0252-9521-Ciencias economicas N°28
- Centty Villafuerte, D. B. (2002). Informe de la Region Arquipa. Arequipa.
- Centty Villafuerte, D. B. (2011). La inversion en recursos humanos y la competitividad de las micros y pequeñas empresas de la region Arequipa. Arequipa.
- Corral, /. d. (2010). *Aprendizaje e innovación en microempresas rurales*. Mexico: UNAM.
- Debitoor. (s.f.). Disponible en : <https://debitoor.es/glosario/definicion-empresa>.

- ESAN, A. (2004). *Marco teórico sobre administración, sistema, competitividad y sinergia estratégica*. Disponible en : http://docplayer.es/6973661-Capitulo-ii-marco-teorico-sobre-administracion-sistema-evaluacion-gestion-empresarial-y-competitividad.html#show_full_text
- Escalante Flores, J. L. (2010). *Propuesta de aplicación de la teoría CRM en las unidades productivas y comerciales del sector de confecciones y prendas de vestir en el emporio comercial de Gamarra, en Lima-Perú*. Obtenido de repositorio.up.edu.pe/handle/11354/1756: <http://hdl.handle.net/11354/1756>
- Escartin Gonzales , E. (2010). Marshall y la escuela de Cambrid. En *Historia del pensamiento económico* (pág. Tema 26). Disponible en : <https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiNnLbJucfOAhVFGR4KHSgDCIsQFggpMAI&url=http%3A%2F%2Fpersonal.us.es%2Fescartin%2FMarshall.pdf&usg=AFQjCNHUgi7GxsRpAjLMMoIFy8nlbtL6XQ&sig2=PctCv5oRONcce5Ajubr3Jg&bvm>.
- Escartín Gonzales , E. (2010). Walras y el equilibrio general. En *Historia del pensamiento económico* (pág. Tema 25). Disponible en : https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiNnLbJucfOAhVFGR4KHSgDCIsQFggdMAA&url=http%3A%2F%2Fpersonal.us.es%2Fescartin%2FWalras_Equilibrio_General.pdf&usg=AFQjCNGjP0R_BMGZjqyiwF-kBR_IkERCCg&sig2=73RqkK7lj
- Espinoza , N. (2010). Pyme: problemas y ventajas de su desarrollo en el Perú. *Diario el Peruano*.
- Esteban Barzola, V. (2004). *Los créditos y el desempeño económico de las Pymes Industriales de la Provincia de Leoncio Prado*. Tingo Maria .Peru: CIUNAS.
- Esteban Barzola, V. (2004). *Los créditos y el desempeño económico de las Pymes Industriales de la Provincia de Leoncio Prado*. Tingo Maria - Peru: CIUNAS.
- Ferrer, M., & Álvaro Tresierra , T. (22 de Julio de 2009). *LAS PYMES Y LAS TEORÍAS MODERNAS SOBRE ESTRUCTURA DE CAPITAL*. Disponible en :

http://www.ucla.edu/ve/dac/compendium/revista22/Articulo_4.pdf: ISSN-e 1317-6099, N°. 22

Hernando Jaimes Amorocho, S. A. (2009). Planeación estratégica de largo plazo: una necesidad de corto plazo. Barranquilla- Colombia: Pensamiento & Gestion.

<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/6.htm>. (s.f.).

<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/6.htm>. (s.f.).

<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/6.htm>. (s.f.).

(s.f.). <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/6.htm>.

Koontz , H., & Wehrich , H. (2015). Administración una perspectiva global. Mexico.

Koonz , H., & Wehrich, H. (2015). *Disponible en* : <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7894/3/382.6-A382d-CAPITULO%20II.pdf>. Obtenido de Microsoft Word - 382.6-A382d-CAPITULO II.doc

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762009000100002: OnlineversionISSN2145941XL

M., Huamani Palomino J. y Sosaya Gonzales. (2017). "El Financiamiento Y La Rentabilidad De Las Mypes En Elsector Comercial Distrito Imperial Cañete 2012-2015. Lima -Peru.

Mitzberg, Quinn , & Voyer . (1997). Estrategia general. Disponible en: https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiFvpawv8fOAhXCJR4KHQInACMQFggIMAI&url=http%3A%2F%2Fcatarina.udlap.mx%2Fu_dl_a%2Ftales%2Fdocumentos%2Flad%2Facevedo_l_r%2Fcapitulo2.pdf&usg=AFQjCNG2LDHXnffp9uB_S3F

Noguera Hidalgo, Á. L., Barbosa Ramírez, D. H., & Castro Ríos, G. A. (2014). Estrategia organizacional: una propuesta de estudio. Cali, Colombia.

Ostos Mariño , J. (2009). Gestión de Innovación: Una revisión general de literatura. Lima: Universidad de Esan.

Paladino Marcelo, L. R. (2004). *Disponible en* : <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7894/3/382.6-A382d-CAPITULO%20II.pdf>. - 382.6-A382d-CAPITULO II.doc

- Paladino Marcelo. , L. R. (2004). Competitividad: innovación y mejora en la gestión.
- Paladino Marcelo. , L. R. (2004). Disponible en : <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7894/3/382.6-A382d-capitulo%20II.pdf>. Obtenido de Microsoft Word - 382.6-A382d-capitulo II.doc
- Perez Porto, J. (2008). <https://definicion.de/empresa/>.
- Ponce Revoredo, M. R. (2016). *“Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas del sector comercio rubro compra y venta de ropapara damas del distrito de Calleria 2016*. Pucallpa- Peru.
- PRODUCE. (2014). *Las Mypimes en Cifras 2013*. Lima - Peru.: Dirección General de Estudios Económicos, Evaluación y Competitividad Territorial.
- Quispe Carlos, M. M., & Rosales Ochoa, L. G. (2015). Beneficios Laborales y Tributarios para las Mipymes. *Actualidad Empresarial*, 31.
- Sánchez, A. C. (1ro de Enero de 2000). *El Sistema Económico de León Walras*. Disponible en : [file:///C:/Users/Intel/Downloads/m5-01%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Intel/Downloads/m5-01%20(1).pdf): m9.PDF
- Santander Cjuno, C. K. (20 de Noviembre de 2013). Disponible en : <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/4961>.
- Silupú Garcés, B. L. (2011). *Fortalecer para crecer, casos de éxito del Programa Mype*. Piura: Universidad de Piura.
- Sopo Montero , G., & Baño Hifong, M. M. (16 de Julio de 2015). *Crear Empresas No Es Suficiente. Un análisis del impacto de la creación de empresas e innovación en el crecimiento económico de los países*. Disponible en: <http://eumed.net/ce/2015/1/crear-empresas.html>: 1696-8360
- Stumpo G., D. M. (2018). *Mipymes en America Latina. Un fragil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- SUNAT. (12 de 12 de 2014). *Micro y pequeña empresa*. Disponible en: <http://cpe.sunat.gob.pe/micro-y-pequena-empresa-mype>
- Tello D. , M. (2008). “El funcionamiento de los mercados y sus principales distorsiones: un enfoque de equilibrio parcial. . Liima: PUCP.

Universidad del Callao. (2012). MYPES. Disponible en :https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi_wonrycfOAhXJmh4KHTE7CQoQFgghMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.unac.edu.pe%2Fdocumentos%2Forganizacion%2Fvri%2Fcdcitra%2FInformes_Finales_Investigacion%2FIF_NOVIEMBRE_201.

Villafuerte, D. B. (2012). *La Inversión En Recursos Humanos Y La Competitividad De Las Micro Y Pequeñas Empresas De La Región Arequipa*.

Anexos

Anexo 1. Matriz de consistencia

CRECIMIENTO DE LAS MYPES EN LA CIUDAD DE TINGO MARÍA: 2009-2015

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	METODOLOGIA	POBLACIÓN												
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Tipo	Población												
- ¿La Gestión Administrativa es la causa principal que explican el comportamiento del crecimiento de las MYPES en la ciudad de Tingo María en el año 2015?	- Identificar los factores principales que explican el comportamiento del crecimiento de las MYPES, en la ciudad de Tingo María en el año 2015	- La gestión administrativa es la causa principal que explica el comportamiento del crecimiento del sector comercio formal de las MYPES en la ciudad de Tingo María en el año 2015.	El presente trabajo de sobre el crecimiento de las MYPES en la ciudad de Tingo María, es de tipo transversal. El nivel de estudio sobre el crecimiento económico de las MYPES en la ciudad de Tingo María es de nivel explicativo.	Población universo a todas las empresas registradas en la Municipalidad de Leoncio Prado (Licencia de funcionamiento) que cuentan con personería jurídica sujetos al régimen general de impuesto a la renta. En la ciudad de Tingo María, existen 335 microempresas, según los registros de la municipalidad de Leoncio Prado.												
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Variables	Método	Muestra												
- ¿Cuál es el comportamiento de las MYPES en la ciudad de Tingo María en el año 2015? - ¿Cuáles son las principales características administrativas en el crecimiento de las MYPES en la ciudad de Tingo María? - ¿Cuáles son las propuestas, para fortalecer el crecimiento de las MYPES en la ciudad de Tingo María?	- Cuáles son los factores impulsores o destructores del crecimiento de las MYPES en la ciudad de Tingo María, en el año 2015. - Determinar el comportamiento de la gestión administrativa de las MYPES en la ciudad de Tingo María. - Formular propuestas para mejorar el desempeño de las MYPES en la ciudad de Tingo María.	Variable dependiente (Y) Y=Crecimiento MYPES Indicadores: Y1 = Ventas (V) Variable independiente (X) X = Gestión Administrativa Indicadores: X1=Nivel de Capacitación (NC) X2=Gestión Administrativa (GA)	Se recurre básicamente al enfoque cualitativo, bajo un enfoque holístico, para determinar cuáles son los factores que limitan el crecimiento de las MYPES en la ciudad de Tingo María.	La muestra es de 34 empresarios que representa el 10% del total de las microempresas en el distrito de Rupa Rupa, por lo cual para el estudio del sector comercio el 10% de 194 microempresas representa 18 empresarios del sector comercio. <table border="1" data-bbox="1601 1114 1953 1326"> <thead> <tr> <th>SECTORES</th> <th>MUESTRA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Servicio</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>Manufactura</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Comercio</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>34</td> </tr> </tbody> </table> Fuente: Elaboración propia.	SECTORES	MUESTRA	Servicio	13	Manufactura	1	Comercio	18	Otros	2	TOTAL	34
SECTORES	MUESTRA															
Servicio	13															
Manufactura	1															
Comercio	18															
Otros	2															
TOTAL	34															

Anexo 2. Cuestionario de encuesta

La siguiente encuesta fue elaborada sobre una base de 27 preguntas aplicadas a las unidades muestrales, materia de estudio en el presente trabajo de investigación que son los microempresarios comerciales del distrito de Rupa Rupa.

I.- Datos generales.

- | | |
|--|---|
| <p>1.- Tipo de persona.....</p> <p>2.- Grado de instrucción</p> <p>a). - Edad</p> <p>b). - Masculino () Femenino ()</p> <p>3.- ¿Cuántas personas trabajan en su negocio?
..... personas.</p> <p>4.- ¿Cuántos años tiene operando su empresa?
.....</p> | <p>5.- ¿A qué régimen de tributación pertenece?
Simplificado () Especial () General ()
Si usted se encuentra en el Régimen Simplificado
¿Cuánto tributa mensualmente?
S/. 20 () S/. 50 () S/. 200 ()
S/. 400 () S/. 600 ()</p> |
|--|---|

II.- Sobre los niveles de rentabilidad del negocio

- | | |
|--|--|
| <p>6.- ¿Aproximadamente, a cuánto asciende los ingresos mensuales producto de sus ventas como micro comerciante?
S/.</p> <p>7.- ¿Si usted invierte en su negocio 1000 soles, ¿Cuánto es aproximadamente la ganancia que obtiene por la misma?
Especifique el monto S/.</p> | <p>8.- ¿Además de sus ingresos por ventas, tiene usted otros ingresos mensuales?

Si () No ()</p> <p>Si la respuesta es sí, ¿Cuánto asciende?
S/.</p> |
|--|--|

III.- Sobre la utilización de créditos

- | | |
|---|---|
| <p>9.- ¿Durante los últimos tres años, usted ha recibido algún tipo de préstamo para su negocio?
Si () No ()</p> <p>Si su respuesta es sí, diga ¿De quién recibió el préstamo?
Banco () Amigo o un familiar ()
Prestamista () Caja Municipal ()
ONG () Otro ()
Especifique</p> | <p>10.- ¿Qué monto de crédito solicito para financiar su negocio?
S/.</p> <p>11.- ¿En cuántas cuotas solicito su préstamo?
Especifique.....</p> |
|---|---|

IV.- Sobre la demanda de su producto

- | | |
|--|---|
| <p>12.- ¿Qué tiempo de funcionamiento tiene su microempresa?
Especifique.....</p> <p>13.- En promedio, ¿Cada cuánto tiempo compra más mercadería?
Especifique.....</p> <p>14.- En promedio ¿Cuánto invierte mensualmente en mercadería para su negocio?
S/.</p> | <p>15.- ¿Qué medios de publicidad utiliza para promocionar la venta de su mercadería?
Radio () Televisión () Volantes ()
Promociones personalizadas ()
Limpieza de local comercial ()
Precios visibles llamativos ()
Ninguno ()
Otro:</p> |
|--|---|

V.- Sobre el nivel de capacitación del microempresario Conocimiento sobre prácticas modernas de gestión empresarial.

- | | |
|---|--|
| <p>16.- ¿Asiste usted a curso de capacitación en temas referentes a su negocio?
Si () No ()</p> <p>Si la respuesta es sí, pase a la siguiente pregunta.</p> <p>17.- Indique el mes y el año del último evento de capacitación que usted asistió.
Especifique.....</p> | <p>20.- Usted ha participado en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión empresarial
Si () No ()</p> <p>Si la respuesta es sí; ¿Cuáles?
Sistemas de gestión de calidad ()
Buenas prácticas de manufactura</p> |
|---|--|

18.- Que temas específicos se abordaron en el evento de capacitación, está relacionada con la gestión empresarial

Especifique.....

19.- ¿Esta dispuesto a participar próximamente en actividades de capacitación programadas por alguna institución en particular?

Si () No () No sé ()

y gestión ()
 Certificación de procesos de gestión ISO 9000 / ISO 9001 ()
 Sistemas de gestión de la calidad ()
 Otros instrumentos de desarrollo de capacidades en término de calidad ()

VI. Gestión administrativa

21.- ¿En el año 2015, ha incrementado sus ventas con respecto al año 2014?

Si () No () Pasar a la 24

22.- ¿El incremento registrado se debe a?

- Incremento del número de clientes 1
- Nuevos mercados 2
- Incremento de la producción 3
- Incremento de los precios 4
- Ninguno 5

23.- Señale Ud. los mecanismos de gestión que genero mayores costos para incrementar el número de clientes o acceder a nuevos mercados

Concepto	Orden de importancia
Venta al crédito	1
Acceso al crédito	2
Financiamiento mediante socio	3
Contratos de colaboración	4
Otros (especificar)	5

24. Días utilizados en servicios de gestión administrativa de la empresa.

Señale el número de días que utilizo en las actividades administrativas siguientes:

Actividades Administrativas	Tipo de servicios	Días utilizados en el tramite (numeros enteros)	
1	2	3	
Ingreso al mercado	1. Constitución dela empresa		
	2. Obtención del RUC		
	3. Obtención de Licencia de funcionamiento		
	4. Autorización sectorial		
	5. Registros de Planillas y/o contratos laborales		
	6. Otros registros y permisos (Especificar)		
Permanencia en el mercado	1. Tributos (Sunat.Municipales y Otros.		
	2. Contratos (proveedores, clientes).		

25. Percepción y opinión de los servicios que brinda el estado en beneficio de las MYPES.

Tipo de Servicio	¿Recibio el Servicio?		¿Cual es su percepcion u opinion del servicio?					
	Si	No	Oportuno		Simple		Completo u Integral	
			Si	No	Si	No	Si	No
1. Tributario								
1.1. Obtener RUC	1	2	1	2	1	2	1	2
1.2. Pago de impuestos	1	2	1	2	1	2	1	2
2. Regimen laboral								
2.1. Registro d Planillas	1	2	1	2	1	2	1	2
3. Licencia Municipal	1	2	1	2	1	2	1	2
4. Licencias Sectoriales								
4.1. DIGESA	1	2	1	2	1	2	1	2
4.2. MINCETUR	1	2	1	2	1	2	1	2
4.3 . OTROS	1	2	1	2	1	2	1	2
5. Inscripcion REMYPE	1	2	1	2	1	2	1	2
6. Otro (especificar)	1	2	1	2	1	2	1	2

VII. Otros aspectos

26.- ¿Según su opinión, qué factores considera como problemas fundamentales que afectan las ventas en su microempresa?

Marque solo dos motivos:

Mala ubicación () Elevados impuestos ()

Falta de acceso a créditos ()

Mercado pequeño ()

Mucho crédito en mi negocio ()

Otros () ¿Cuál?...

27. ¿Cómo piensa Ud. ¿Que un comprador toma decisión de adquirir un producto?

Por la calidad () Por el precio ()

Por la moda () Por el trato ()

Por amistad ()

Otro

Anexo 3. Población de micro y pequeñas empresas del distrito de Rupa Rupa

RUBRO O GIRO DEL NEGOCIO	MYPES
AVICOLAS	13
BODEGAS	254
BARES Y DISCOTEKAS	44
BOTICA Y FARMACIA	18
CONSULTORIO MEDICO NATURAL Y TOPICO	39
CENTROS DE ACOPIO	17
EMPRESAS DE TRANSPORTES	56
GRIFOS	10
HOTELES Y HOSPEDAJES	47
FERRETERIA Y AGROVETERINARIAS	55
MEDICINA NATURAL	5
MECANICA Y VENTA DE REPUESTOS	116
LAVADEROS	10
PANADERIAS	20
PELUQUERIAS, CENTRO DE BELLEZA Y GIMNACIO	21
INTERNET Y LOCUTORIO	83
RESTAURANTE, KIOSCOS Y POLLERIAS	152
TIENDAS COMERCIALES	42
TRAGAMONEDAS	9
RECREOS Y CENTRO DE ESPARCIMIENTO	10
ESTUDIOS FOTOGRAFICOS Y LIBRERIAS	48
VENTA DE ELECTRODOMESTICOS Y OTROS	50
ZAPATERIAS Y TIENDAS DE ROPA	34
VENTA DE BIENES DIVERSOS	38
ENTIDADES BANCARIAS Y FINANCIERAS	20
OTROS SERVICIOS	30
TOTAL	1241

Fuente: Cámara de Comercio e Industria de la provincia de Leoncio Prado-2015