

UNIVERSIDAD NACIONAL
“JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA Y FINANZAS



TESIS

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA
“EL ANALISIS DE LOS FACTORES DE PRODUCCION DE LAS
MYPES Y EL CRECIMIENTO ECONOMICO EN EL PERU:
PERIODO 2010-2014”

PRESENTADO POR:

Bach. CAROL PAOLA DIAZ NIEVES

ASESOR

Econ. WESSEL MARTIN CARRERA SALVADOR

HUACHO – 2020

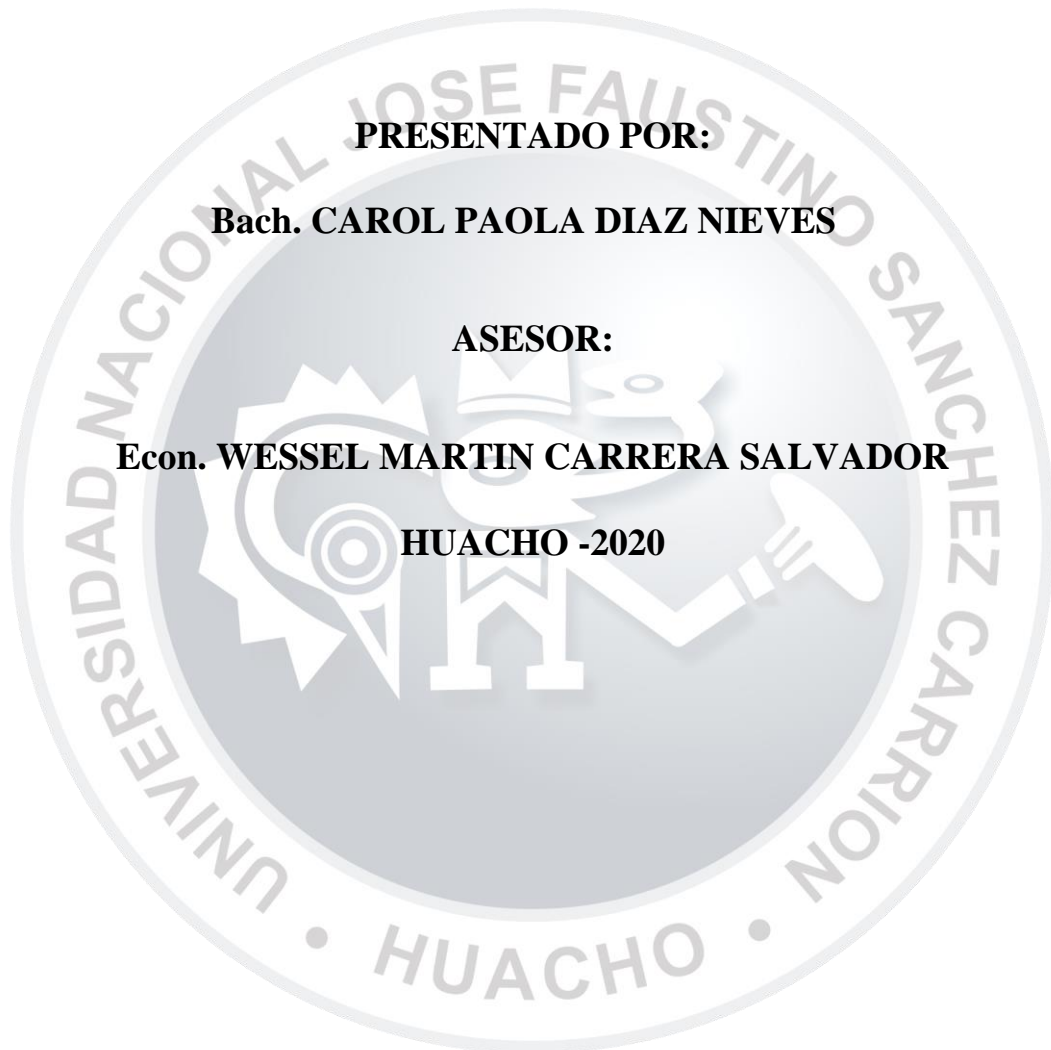
PRESENTADO POR:

Bach. CAROL PAOLA DIAZ NIEVES

ASESOR:

Econ. WESSEL MARTIN CARRERA SALVADOR

HUACHO -2020





FIRMA DE MIEMBROS JURADOS EVALUADOR

Mg. Econ. RODOLFO JORGE ARAGON ROSADIO

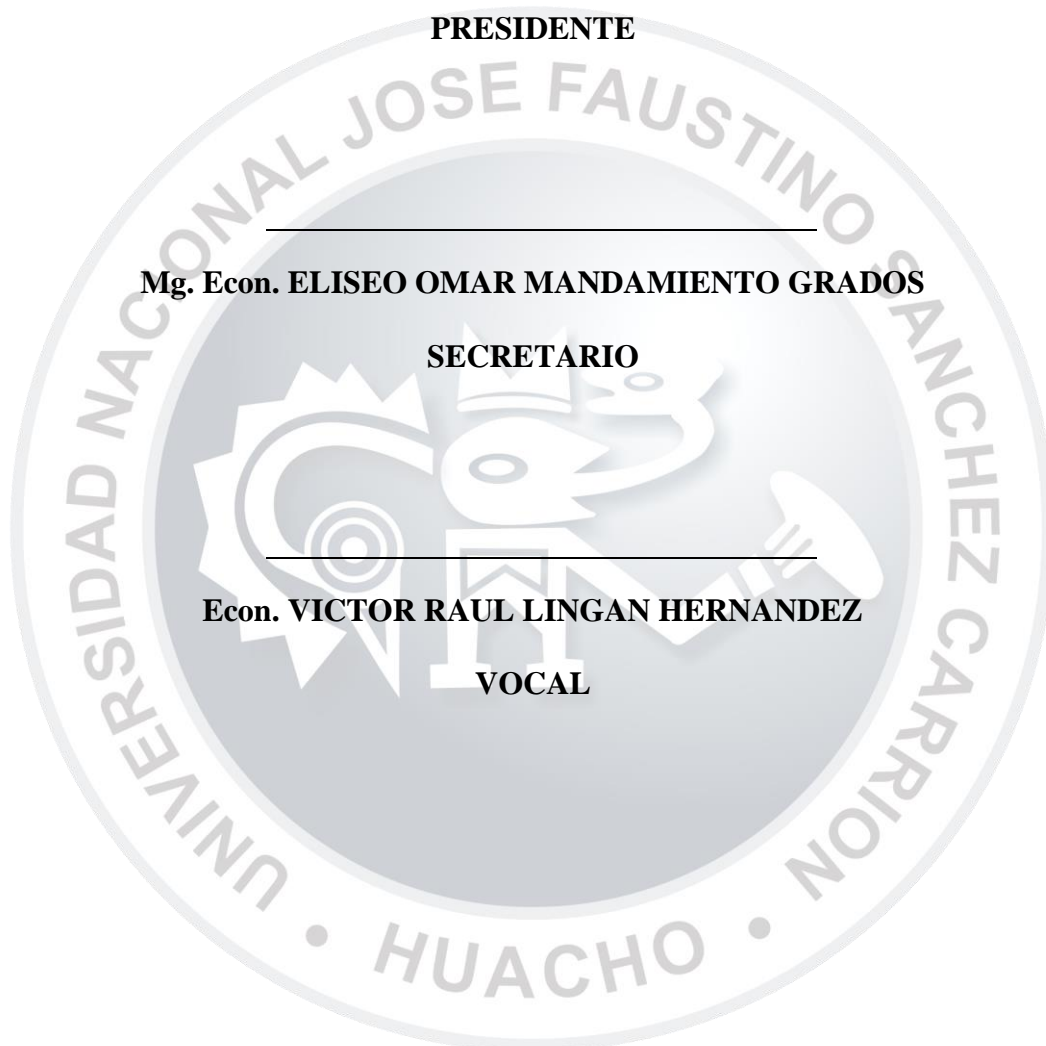
PRESIDENTE

Mg. Econ. ELISEO OMAR MANDAMIENTO GRADOS

SECRETARIO

Econ. VICTOR RAUL LINGAN HERNANDEZ

VOCAL



DEDICATORIA

Os dedico la presente, en primer lugar, a Dios, a mi excelsa familia que fue la viga maestra fundamental en mi formación y a mis docentes por también haber coadyuvado en cristalizar mi profesión.

Huacho 2020



AGRADECIMIENTO

Expreso mi enorme agradecimiento a los docentes en pleno, que durante un quinquenio me han enseñado y preparado para ser una Economista de éxito.

Carol Paola Diaz Nieves

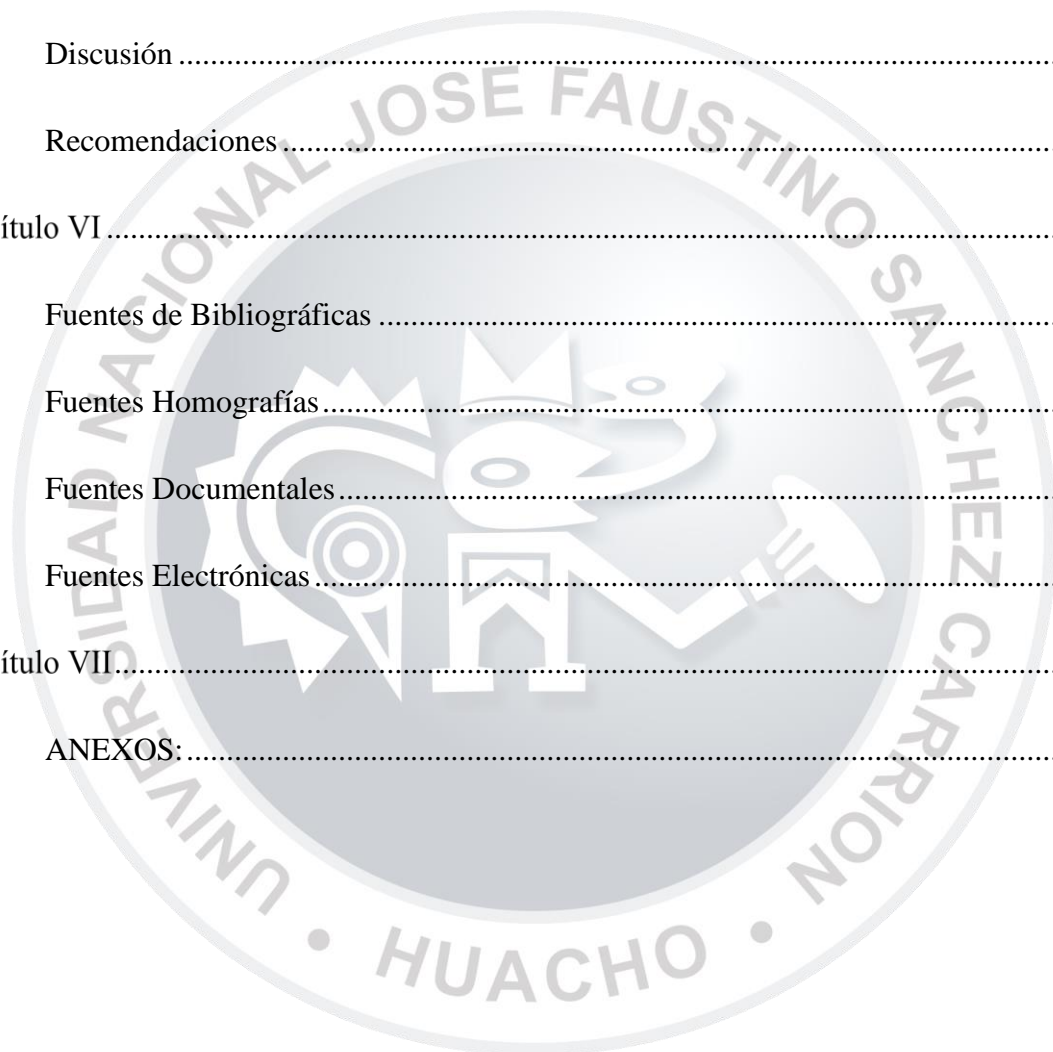


ÍNDICE

CARATULA	I
“EL ANALISIS DE LOS FACTORES DE PRODUCCION DE LAS MYPES Y EL CRECIMIENTO ECONOMICO EN EL PERU: PERIODO 2010-2014”.....	I
CONTRACARATULA	II
FIRMA DEL ASESOR	III
FIRMA DE MIEMBROS JURADOS EVALUADOR.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
ÍNDICE.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	X
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT.....	XIII
INTRODUCCIÓN.....	XIV
Capítulo I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.1.1 Problema general	5
1.1.2 Problemas específicos.....	5
1.2 Objetivos de la investigación.....	6
1.2.1 Objetivo general	6

1.2.2	Objetivos específicos	6
1.3	Justificación de la investigación	6
	Capítulo II.....	8
	MARCO TEÓRICO	8
2.1	Antecedentes de la investigación.....	8
2.2	Bases teórica	19
2.3	Definiciones conceptuales (definición de términos básicos).....	22
2.4	Formulación de la hipótesis	22
2.4.1	Hipótesis general	22
2.4.2	Hipótesis específicas.....	22
	Capítulo III	23
	METODOLOGÍA.....	23
3.1	Diseño metodológico.....	23
3.1.1	Tipo de investigación	23
3.1.2	Nivel de investigación	23
3.1.3	Diseño.....	23
3.1.4	Enfoque.....	23
3.2	Población y muestra	24
3.3	Operacionalización de la variable e indicadores	24
3.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	24
3.4.1	Técnicas a emplear	24
3.4.2	Descripción del instrumento.....	24

3.5	Técnicas para el procesamiento de la información.....	24
Capítulo IV RESULTADOS		26
4.1	PRESENTACION DE CUADROS, GRAFICOS E INTERPRETACIONES.....	26
Capítulo V		53
DISCUSION CONCLUSION Y RECOMENDACIONES		53
5.1	Discusión	53
5.2	Recomendaciones.....	92
Capítulo VI.....		98
6.1	Fuentes de Bibliográficas	98
6.2	Fuentes Homografías.....	99
6.3	Fuentes Documentales.....	99
6.4	Fuentes Electrónicas.....	99
Capítulo VII.....		100
7.1	ANEXOS:.....	100



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Situacion Legal de las MYPES (2008).....	31
Tabla 2 Nivel de estudios de la fuerza laboral de las microempresas	39
Tabla 3 Empresas de Operaciones Múltiples	49



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 América Latina: Estructura Del Empleo Por Tamaño De Empresa 2013.....	11
Figura 2 Principales obstáculos para el desarrollo empresarial en América Latina (2013- porcentajes).....	12
Figura 3 Importaciones de Mypes textiles a EUA.....	13
Figura 4 Perú: Empresas por segmento empresarial 2016 (en porcentaje).	15
Figura 5 Estructura de Costos de una Prenda de Vestir	27
Figura 6 Comercio Exterior Perú - China (US\$ Millones).....	27
Figura 7 Exportaciones versus Importaciones.....	28
Figura 8 Concentración geográfica de la Producción Textil y Confecciones..	29
Figura 9 Estructura de la PEA ocupada (2014). Adaptado de ENAHO 2014.....	32
Figura 10 Perú: Exportación de Productos Textiles Según Tipo 2005-2012.	34
Figura 11 Exportaciones de textiles y confecciones 1984-2014 (millones de dólares).....	35
Figura 12 Exportación de textiles y confecciones. Adaptado de Estudios Económicos Scotiabank.	36
Figura 13 Principales prendas de vestir por mercado de destino (2008).....	37
Figura 14 Micro y pequeña empresa que asistieron a eventos de capacitación y temas de relevancia.....	41
Figura 15 Empresas del sector textil y confecciones que realizaron actividades de innovación 2012 – 2014. Adaptado de “Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera -2015”,.....	45
Figura 16 Micro y Pequeña Empresa que participaron en eventos de nuevas tecnologías para mejorar procesos productivos y servicios recibidos, 2012.....	46
Figura 17 Sistema Financiero: Estructura de los Créditos Directos.....	50
Figura 18 Modelo de requisitos para un préstamo a una Mype.....	51

RESUMEN

El presente estudio de investigación titulado “EL ANALISIS DE LOS FACTORES DE PRODUCCION DE LAS MYPES Y EL CRECIMIENTO ECONOMICO EN EL PERU: PERIODO 2010-2014” ha utilizado un enfoque cualitativo para identificar los factores –administrativos, operativos, estratégicos, externos y personales– que han contribuido o limitado el crecimiento y la consolidación de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en el Perú y como esta situación ha influido e influye en el crecimiento económico de la economía peruana en general. La investigación fue realizada básicamente en Lima Metropolitana, alrededor de 11 casos de estudio de MYPES, a partir de la experiencia de los propios empresarios. El estudio toma como referencia el marco teórico de Ansoff (1965), utilizado y adaptado por Okpara y Wynn (2007). Okpara y Wynn (2007) proponen una clasificación de los tipos de decisiones necesarias para iniciar y mantener un negocio exitoso, y analizan los problemas comunes que enfrentan los empresarios en las pequeñas empresas, clasificándolos en: operativos, estratégicos, administrativos y externos, que involucran el acceso a la tecnología, la baja demanda, la corrupción y la infraestructura y cómo estos factores influyen en la posibilidad de un desarrollo articulado y sostenido de la economía.

Palabras claves: microempresa, crecimiento económico, mercado, tecnología, demanda, corrupción, infraestructura.

ABSTRACT

This research study entitled "THE ANALYSIS OF THE PRODUCTION FACTORS OF MYPES AND ECONOMIC GROWTH IN PERU: PERIOD 2010-2014" has used a qualitative approach to identify the factors - administrative, operational, strategic, external and personal - that they have contributed or limited the growth and consolidation of micro and small enterprises (MYPES) in Peru and how this situation has influenced and influences the economic growth of the Peruvian economy in general. The investigation was basically carried out in Metropolitan Lima, around 11 case studies of MYPES, based on the experience of the entrepreneurs themselves. The study takes as reference the theoretical framework of Ansoff (1965), used and adapted by Okpara and Wynn (2007). Okpara and Wynn (2007) propose a classification of the types of decisions necessary to start and maintain a successful business, and analyze the common problems faced by entrepreneurs in small businesses, classifying them into: operational, strategic, administrative and external, which involve access to technology, low demand, corruption and infrastructure and how these factors influence the possibility of an articulated and sustained development of the economy.

Keywords: microenterprise, economic growth, market, technology, demand, corruption, infrastructure.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la labor que llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican. Okpara y Wynn (2007) afirman que los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. En términos económicos, cuando un empresario de la micro o pequeña empresa crece, genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra. Además, sus ventas se incrementan, y logra con esto mayores beneficios, lo cual contribuye, en mayor medida, a la formación del producto bruto interno (Okpara & Wynn, 2007). Sin embargo, las MYPES enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo.

Estudios previos indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo, como el nuestro, que en los países desarrollados (Arinaitwe, 2006). Además, las pequeñas empresas deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo, y sus probabilidades de perdurar más de cinco años son bajas (Sausser, 2005).

En el Perú, las estadísticas de la Dirección Nacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), referidas a las micro y pequeñas empresas, muestran que la participación de las MYPES en el PBI ha sido del 42% y han representado el 98% del total de empresas en el Perú (MTPE, 2007) y el 80.96% de la población económicamente activa (MTPE, 2005). Si bien las MYPES representan un papel muy importante en la

economía, el terreno donde se desarrollan todavía es muy frágil, pues se observan bajos índices de supervivencia y consolidación empresarial de estas empresas (Barba-Sánchez, Jiménez-Sarzo, & Martínez-Ruiz, 2007).

De acuerdo con el estudio Global Entrepreneurship Monitor realizado en el Perú, se estima que 9.2 millones de peruanos están involucrados en una actividad emprendedora, de los cuales el 75% tiene un periodo de operaciones de entre 0 y 42 meses, y el restante 25% sobrepasó este periodo, considerándose como empresas consolidadas.

Asimismo, de este 25%, solamente el 3% ha llevado a cabo proyectos emprendedores, como el desarrollo de nuevos productos o el ingreso a nuevos mercados (Serida, Borda, Nakamatsu, Morales & Yamakawa, 2005). Estas cifras evidencian la necesidad de identificar los factores que limitan el crecimiento y desarrollo de las empresas, de forma que se pueda lograr una mayor proporción de empresas consolidadas en el Perú. Sin embargo, a pesar de la importancia y contribución que realizan las MYPES, la literatura actual revela que no se han realizado estudios en el Perú que identifiquen los factores que limitan su crecimiento y desarrollo. En este sentido, el presente estudio analiza tales factores, con el objetivo de incrementar sus probabilidades de éxito, disminuir las tasas de mortalidad de estas empresas y aumentar sus posibilidades de supervivencia en el largo plazo y su relación directa con el crecimiento de la economía peruana.

Capítulo I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Existen pocos estudios previos que tratan sobre el crecimiento de las MYPES y de los factores que influyen sobre las decisiones acerca de su crecimiento (Perren, 1999) y su relación con el crecimiento de la economía nacional. La mayoría de los estudios tienen a centrarse en la contribución de las empresas grandes y consolidadas más que en las de los pequeños negocios.

De acuerdo con Perren (1999), son cuatro los factores que influyen en el desempeño de los empresarios de las microempresas: (a) el desarrollo, (b) la motivación por el crecimiento, (c) las habilidades gerenciales para lograr dicho crecimiento, y (d) el acceso a los recursos y la demanda de mercado.

Indagando temas relacionados encontré un modelo conceptual del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), desarrollado en el año 1999 por Babson College y la London Business School, éste busca medir el nivel de actividad emprendedora de los países y descubrir los factores que lo determinan. El modelo GEM explica el desarrollo económico de los países sobre la base de un modelo conceptual que considera el crecimiento económico como resultado de dos mecanismos paralelos, donde intervienen tanto las grandes y las pequeñas empresas como los negocios nuevos y los consolidados.

El primero de estos mecanismos refleja la contribución de las grandes corporaciones multinacionales con representación nacional, que crean puestos de trabajo y aumentan la

demanda por bienes y servicios, la cual puede ser aprovechada por las micro, pequeñas y medianas empresas. El segundo mecanismo refleja el papel de la actividad emprendedora en el crecimiento económico, indicando que las iniciativas emprendedoras necesitan un entorno que les ofrezca condiciones específicas a sus necesidades. Cuando estos dos mecanismos actúan de forma simultánea, consiguen un efecto sinérgico en el crecimiento económico (Serida et al., 2005). Okpara y Wynn (2007) analizaron 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.

En el caso peruano, específicamente, a inicios de los años de 1970, las Mypes eran conocidas por ser el gran abastecedor de la mano de obra de las grandes empresas, pero con las diversas crisis que sufrieron las industrias, la era de la globalización y los accesos a diversos países en el mundo (exportación de mercadería), se generó el incremento de las Mypes dentro del mercado empresarial como una unidad de negocio significativa para la mayoría de países en el mundo. Hoy en día, estas Mypes son consideradas como futuros potenciales de ingresos económicos en los diversos países, por estar involucrados en diferentes industrias como el

transporte, maquinaria, textil, entre otras. Además de ello, las Mypes emplean al 50% de la mano de obra mundial y favorecen a la creación del 50% del PBI promedio mundial.

Dentro de América Latina, las empresas Mypes han constituido importantes fuentes de ingresos económicos, debido a la versatilidad de sus productos y el fácil acceso a estas, además de ser una fuente generadora de inversión extranjera a sus países. En el Perú, la conformación de las empresas según segmento empresarial está constituido por el 94.7% por microempresas, el 4.4% por pequeñas empresas y el 0.6% por la mediana y gran empresa, y solo el 0.3% representan a la administración pública (INEI, “Perú: Estructura Empresarial, 2016”). Como vemos, son las microempresas y pequeñas empresas (Mypes) los que totalizan el 99.1% de empresas. Este total de empresas, está fuertemente representado por un 11% del sector de manufactura, de los cuales solo el sector textil representa el 17% dentro de la economía del país.

Este rubro económico fue creciendo fuertemente a partir de los años 2,000, llegando a tener crecimientos constantes año tras año, no solo en el número de empresas Mypes, sino también impactando positivamente en las exportaciones y el incremento de la empleabilidad de la población económicamente activa. Sin embargo, por ser un sector económico (Mypes) con una política de formación familiar, sin mucha preparación por parte de sus dueños o sin grados académicos, con deficiencias en la gestión de recursos y en la gestión del cambio con una falta de innovación y adaptación a las nuevas tendencias del sector y en muchos casos con modalidades de trabajo informal, colocaron a las Mypes en una situación vulnerable a factores externos como fue la crisis económica internacional que afectó drásticamente a la economía del país, donde muchas Mypes textiles que comenzaban a exportar sus prendas de vestir a mercados internacionales, comenzarán a sufrir pérdidas, cancelaciones de pedido, etc., esta fuerte crisis de ventas se dio con más fuerza en el periodo del 2008 al 2009. Fue tan fuerte esta crisis

económica que sumado con el mal manejo de los acuerdos internacionales firmados entre el Perú y los diversos países extranjeros, hicieron que, en lugar de representar un crecimiento de la industria textil del país y el incremento de nuevos nichos de mercado, terminaran por sepultar la economía de muchas Mypes, quienes luchaban no solo con la situación económica de sus clientes extranjeros principales, sino también, con la guerra de precios que se estaba dando en el mercado textil nacional, esto debido a la presencia del comercio Chino con prendas a bajo precio. Situación que hizo que el sector textil nacional no pueda recuperar sus incrementos de ventas que tenían en los años anteriores versus los incrementos desde fines del 2009.

Posteriormente, y con el transcurrir de los años, el sector textil fue implementando políticas de desarrollo e incremento económico para el sector, tomando medidas como, la reducción de impuesto para una mayor formalización, políticas de eliminación al contrabando textil, políticas de publicidad a través de ferias y promociones con diversas instituciones aliadas como PROMPERU, ADEX, etc. También, se implementaron programas de compra a través del portal del Estado para acceder a insumos básicos en la fabricación de prendas de vestir como son las telas o el hilado de la India y otros incentivos para la formalización de las empresas, como los acuerdos estratégicos para ingresar a otros mercados internacionales, pero estas acciones no han bastado para hacer que el sector textil y de confecciones supere el estancamiento económico donde se encuentra. Considerando a demás que, muchas Mypes ven al estado como un ente regulador que, en lugar de apoyar, genera una persecución a las empresas formales a través de, incremento de requisitos laborales para seguir trabajando, fiscalizaciones constantes, barreras de ingreso a programas de incentivo y promoción y ferias por montos altos de pagos, entre otras situaciones que motivan su informalidad, por lo que muchos eligen mantenerse o volver a la informalidad, a fin de seguir subsistiendo, aunque esto les signifique limitaciones con respecto al crecimiento económico. Por su lado, también se encuentran las empresas formales que, si bien,

se mantienen dentro de los parámetros de la legalidad, mantienen bajos márgenes de ganancia, lo que motiva que muchas (en su mayoría Mypes) sigan realizando actividades informales, de forma oculta, a fin de obtener ingresos adicionales.

Considerando que el 10% de la población peruana depende de la industria textil según indica el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y considerando que la ciudad de Lima es una de las principales fuentes generadoras del comercio textil, es importante saber, por cultura general, que el 7.5% de esta economía textil y de confecciones es representada, por ejemplo, por el distrito de San Juan de Lurigancho quien a su vez es considerado el mayor abastecedor de productos textiles dentro de Lima, ya que cerca del 70% de sus ventas son destinadas al emporio comercial de Gamarra, a Jirón de la Unión, a boutiques y tiendas de Miraflores, Jesús María, Magdalena y otros distritos. Otro 25% es destinado al interior del país; y, tan solo un 0.5% es destinado al mercado exterior, porque hasta el momento el sector textil y de Confecciones no puede desligarse de las pérdidas y decrecimiento que viene llevando desde el 2008.

1.1.1 Problema general

¿Cuáles son los factores que afectan el desarrollo sostenido de las Mypes en estas dos últimas décadas en nuestro país y cuál es su relación con el crecimiento de la economía nacional?

1.1.2 Problemas específicos

¿Cuáles son los factores que afectan el desarrollo sostenido de las Mypes peruanas?

¿Cuáles son los determinantes que afectan la economía peruana frente a los problemas del desarrollo de las Mypes en el Perú en los últimos 20 años?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Como objetivo general de esta investigación se ha propuesto, analizar los factores que limitaron el crecimiento económico de las micro y pequeñas empresas (MYPES) y su relación directa con el crecimiento de la economía peruana en los últimos 20 años.

1.2.2 Objetivos específicos

Describir cuál ha sido la evolución del crecimiento económico de las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en los últimos 20 años.

Identificar cuáles son los factores que limitaron el crecimiento económico de las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en el Perú en los últimos 20 años.

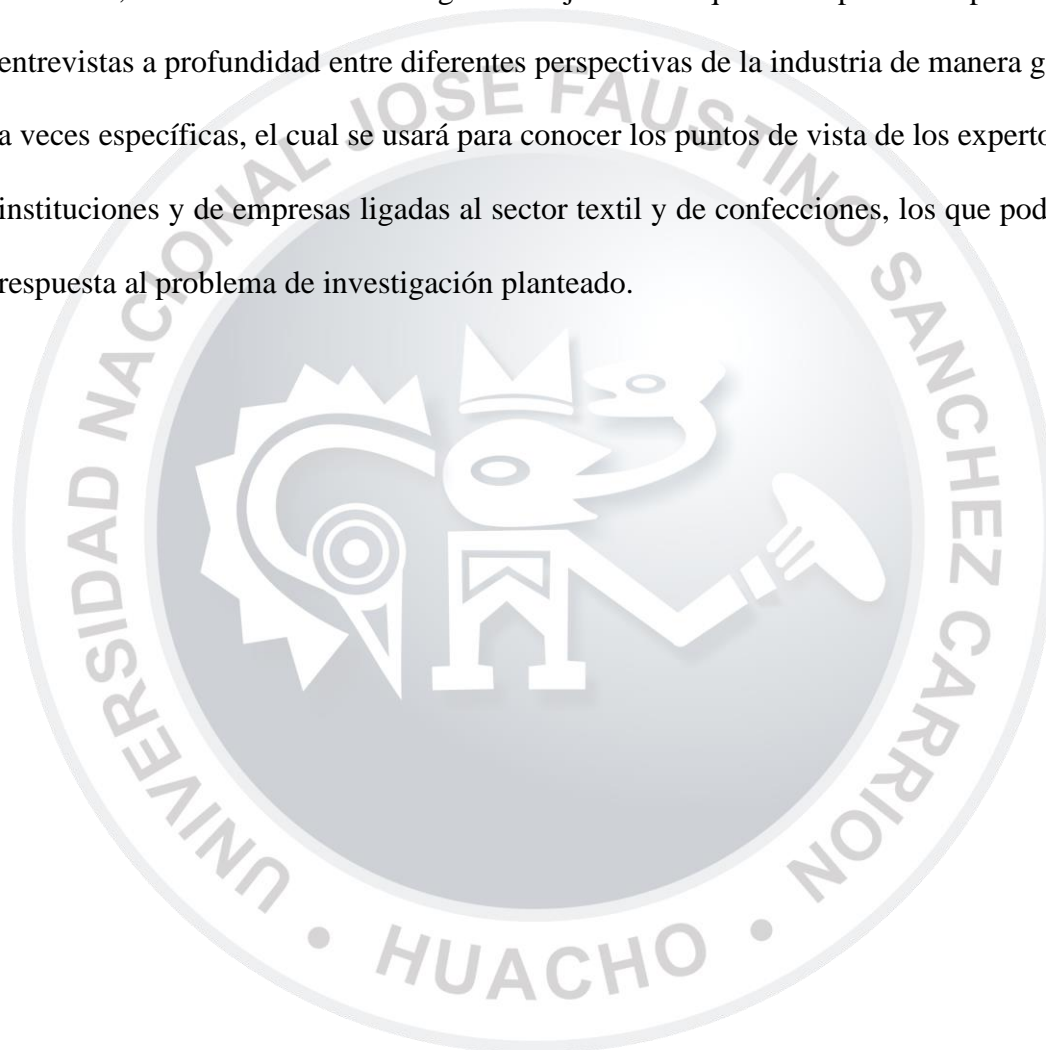
Determinar si la falta de innovación es uno de los factores que ha limitado el crecimiento económico de las Micro y pequeñas empresas (MYPES) en el Perú en los últimos 20 años.

Determinar si las condiciones de acceso al crédito ha sido un factor que ha limitado el crecimiento económico de las Micro y pequeñas empresas (MYPES) en el Perú en los últimos 20 años.

1.3 Justificación de la investigación

La justificación para realizar el presente trabajo trata sobre investigar las causas que limitaron el crecimiento de las Mypes y sus efectos en el crecimiento económico nacional dentro de la industria. Asimismo, la presente investigación es considerada relevante debido a que detalla información que podrá proporcionar a los empresarios Mypes, Estado y a todos los Stakeholders sobre los factores limitantes del crecimiento de

las empresas Mypes en los últimos 20 años. Esto a su vez, impactará de manera favorable en las nuevas decisiones empresariales del sector, incrementando la posibilidad de generar competitividad en las Mypes a través de la constante innovación como factor principal e incrementando las posibilidades de obtener mayores recursos de financiamiento a través de una tarea compartida entre las empresas del sector, Estado y las entidades financieras. Para esto, se desarrolló la investigación bajo un enfoque descriptivo - explicativo, con entrevistas a profundidad entre diferentes perspectivas de la industria de manera general y a veces específicas, el cual se usará para conocer los puntos de vista de los expertos de las instituciones y de empresas ligadas al sector textil y de confecciones, los que podrían dar respuesta al problema de investigación planteado.



Capítulo II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

. El presente trabajo se enfoca en el estudio de empresas Mype, que actúan como una unidad productiva dedicada al desarrollo de una actividad económica con fines de lucro, dedicada a la generación de un producto o algún servicio en específico, en esta unidad de negocio interviene el capital y el trabajo como factor de producción.

En años anteriores, los modelos de industrialización en los países desarrollados fueron determinados por las condiciones macroeconómicas, basados por la producción masiva, nada diferenciados y con demandas insatisfechas; en ese ámbito, las Mypes conservaban un rol generador de mano de obra; sin embargo, en los años 70 con la crisis del petróleo, la expansión económica de países desarrollados y la aparición de los países exportadores, se puso fin a este modelo de desarrollo industrial. Al ver que sus economías iban cayendo en rentabilidad y algunas cerrando se decide desistir del modelo fordista y taylorista, con la aparición de la nueva filosofía Japonesa de expandir su mercado a través de la tercerización de la mano de obra en los diferentes países, se genera un nuevo dominio empresarial en el mundo, lo que permitió replantear el rol de las Mypes dentro del crecimiento económico y su relevancia en el mercado empresarial, debido a que en la década de los 80, las micro y pequeñas empresas eran consideradas como una «táctica de sobrevivencia de sectores populares.

En 1998 en España, se llevó a cabo el primer Foro Internacional de Sociedad de Caución Mutua y Sistema de Garantía para la Mype donde se trataron temas concernientes a la existencia de crear y profundizar una corriente sobre ¿Qué es una Mype?

Identificándola como una micro y pequeña empresa en los diferentes países (Carbajal, 2013, p.1) Con la era de la globalización y los accesos a diversos países en el mundo (exportación de mercadería) se generó el incremento de las Mypes dentro del mercado empresarial. Estos nuevos modelos de empresas en el mundo son vistos hoy en día como futuros potenciales de ingresos económicos en los diversos países, por estar involucrados en diferentes industrias. Debido a ello, muchos países están implementando estrategias de negocio como los programas de protección de los mercados locales, difusión y capacitación de tecnología manufacturera moderna, de acuerdo al giro empresarial específico de cada país, con el fin de crecer como empresa y como fuente generadora de empleo. Entre los conceptos y estrategias aplicados a Mypes, son:

- Creación de desarrollo de productos (re inversión) y preservación de nichos de mercado interno y regional (Países europeos)
- Estructura de negocio a través de tercerización de las industrias a través de la mano de obra de micro y pequeñas (Japón).
- Unidades de negocio orientadas a la exportación, pero integradas en consorcios y distritos industriales (Taiwán).
- Unidades de negocio orientadas al comercio y actividades de servicio debido a la baja utilización de la tecnología (América Latina).

2.2 Crecimiento y desarrollo del emprendimiento

Según el reporte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2015/2016 el promedio mundial del crecimiento emprendedor representa un 21%, esto debido a que la mayoría de los emprendedores son impulsados por oportunidad y no generalmente por necesidad en el inicio de un negocio propio. En países con economías adelantadas (economías basadas en innovación), los emprendedores constituyen un 78% de oportunidad, en contraste con economías basadas en

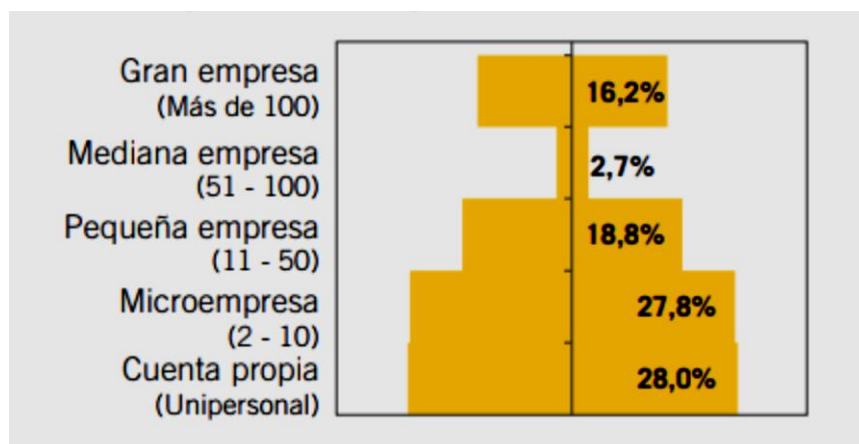
eficiencia (países latinoamericanos) que constituyen un 69%. Esto ha conllevado al surgimiento de las pequeñas y medianas empresas en todos los países y la creación de diversos puestos de trabajo en los mismos. Además de ello, los países enfocados a la producción manufacturera (economías basadas en eficiencia), se inclinan más por negocios de comercio mayorista y minoristas, mientras que en economías basadas en innovación se orientan más por industrias financieras, salud, educación, tecnologías de información y comunicación, entre otras. En ese sentido, la cultura emprendedora juega un papel importante en el desarrollo de los diferentes países y es deber de cada gobierno implementar diversos incentivos para fortalecer este nuevo modelo de negocio.

2.3 Las Mypes en Latinoamérica

Las Mypes en Latinoamérica generalmente se dan a través de dos maneras: la primera por la constitución legal acorde a la normativa del estado y bajo todo principio regulatorio que permite el crecimiento y expansión del mismo, la segunda, a través de la creación de acuerdos familiares sin uso de una normativa legal, con bajo capital y sin la posibilidad de capitalizarse, dirigida por una gestión de negocio estático e incrementando la informalidad laboral dentro del mercado que en muchos casos genera su decrecimiento o desaparición del negocio. Los 10 millones de micro y pequeñas empresas (Mypes) que existen en Latinoamérica representan el 90% de las unidades productivas y el 47% del empleo, es decir, ofrecen puestos de trabajo a unos 127 millones de personas en comparación con las medianas y grandes que solo brindan un 19% de empleo (OIT, 2013, pg.14).

Figura 1

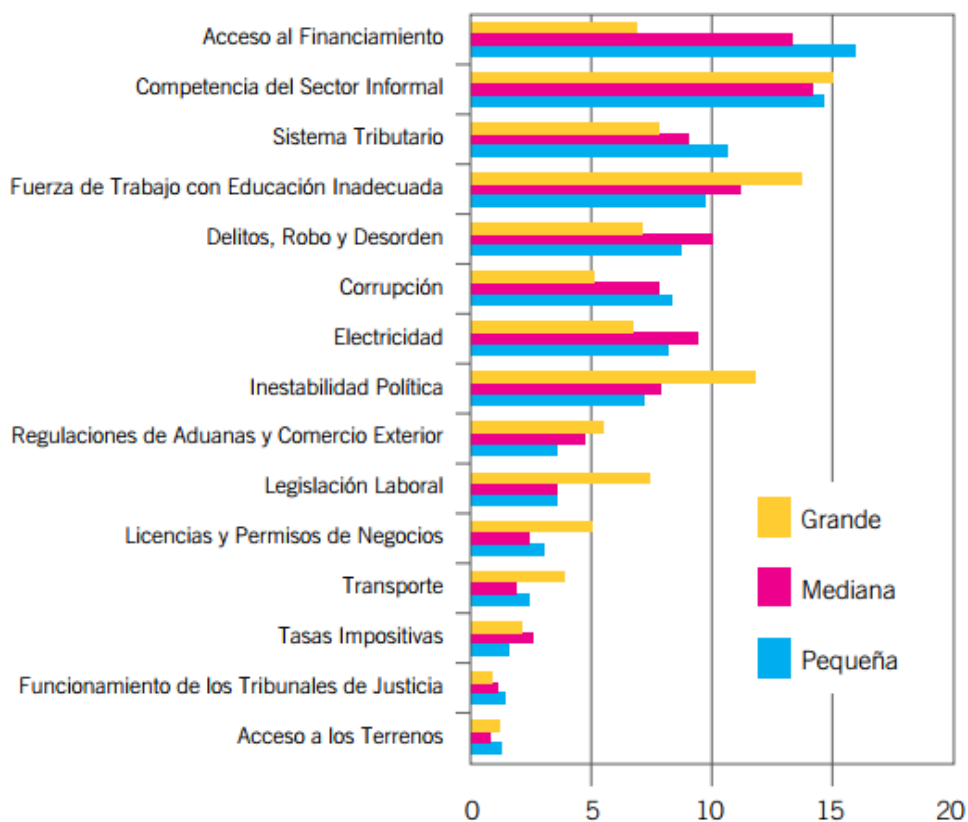
América Latina: Estructura Del Empleo Por Tamaño De Empresa 2013
(Porcentajes).



Por OIT, 2013.

Aun, cuando las Mypes representan una importante fuente de ingresos económicos para los países, estas tienen que luchar con diferentes factores como son: las pequeñas dimensiones de los mercados internos y externos en muchos países; el entorno económico regulatorio; las limitaciones en el diseño e implementación de políticas públicas que deberían fortalecer el ascenso de las Mypes, la falta de innovación en optimización de procesos y conocimiento de sus beneficios por parte de las Mypes así como las condiciones de acceso al crédito ante un crecimiento de pedido o expansión de negocio y la informalidad por parte de otras pequeñas empresas, son algunos de los factores que tienen que enfrentar estas Mypes.

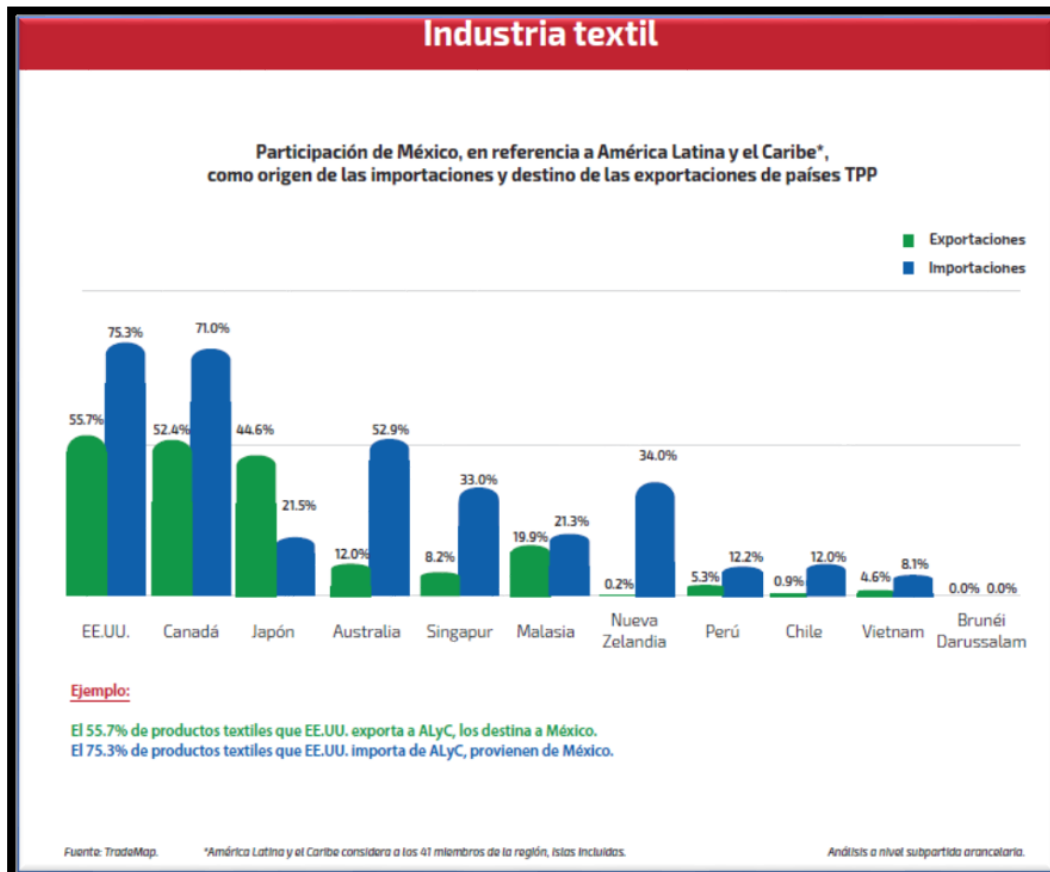
Figura 2
**Principales obstáculos para el desarrollo empresarial en América Latina (2013-
 porcentajes).**



Por OIT, 2013.

Con el pasar del tiempo, las empresas Mypes en el tema textil se han convertido en los nuevos abastecedores de grandes mercados como el de EUA, tal es el caso del mercado textil mexicano que ha crecido a pasos agigantados.

Figura 3
Importaciones de Mypes textiles a EUA.



Por Secretaría Económica de México, 2015.

Sin embargo, estos mercados se han visto afectados por las relaciones económicas entre China y América que, están afectando drásticamente a las industrias nacionales con sus productos, puesto que ingresan al mercado a bajos precios y con características similares a los nacionales, expulsando así la producción local del mercado. Esto está generando que muchos mercados que están en tendencia de crecimiento, como el mexicano, tengan que adoptar estrategias competitivas, ya sean en costos o diferencial para no ver caer sus ingresos por la manufactura china.

2.4 Las Mypes en el Perú

De acuerdo con la Ley N°28015 “Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa”, se menciona que: Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (Perú, 2003, p.1).

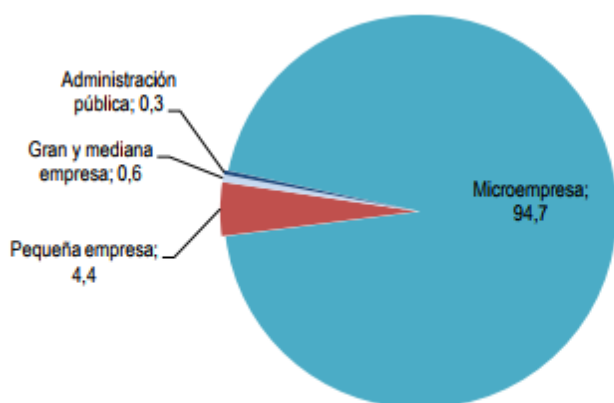
A través de la Ley mencionada, las Mypes se clasificaban por el número de trabajadores y el volumen de las ventas anuales, ley que fue modificada por la nueva Ley N°30056 en el 2013, *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*, eliminándose el número de trabajadores como elemento para categorizar a las empresas, quedando el volumen de ventas como único criterio. Además, se creó un nuevo nivel de empresas, las llamadas *medianas empresas*, según esta Ley: Las micro, pequeñas y medianas empresas se establecen según sus niveles de ventas anuales fijados en Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Así, son micro empresas las que alcanzan ventas hasta un monto máximo de 150 UIT, son pequeñas empresas las que tienen ventas anuales superiores a este valor y hasta el monto máximo de 1,700 UIT y son medianas empresas las que alcanzan ventas anuales superiores a 1,700 UIT hasta 2,300 UIT” (Congreso de la República del Perú, 2013).

De esta forma, la estructura empresarial del 2016 está conformada, en su gran mayoría, por las Micro y Pequeñas empresas representando un 99,1%, mientras que la gran y mediana empresa representan solo el 0.9%. (INEI, 2016, p.7). Dicho de otra manera, en el Perú, nueve de

cada diez empresas son micro y pequeñas (Mypes), según estimaciones de la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comex).

Figura 4

Perú: Empresas por segmento empresarial 2016 (en porcentaje)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

Por INEI, 2016.

Al pasar el tiempo, año tras año hemos visto crecer el número de Mypes, tal es así que, el Ministerio de Producción informó que al cierre del 2015 habría 5.5 millones de Mypes. Estos datos también fueron difundidos por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), cuando informa que el número de nuevas sociedades mercantiles formales aumentó un 0,8% en el 2014 respecto al 2013, siendo la Provincia de Lima la que registra el mayor índice de crecimiento, solo para el 2015, Lima representó el 40,1% del total de crecimiento.

Para la Asociación de Emprendedores del Perú (ASELA) (2015):

Si bien, el número de MYPES en el Perú asciende a un total de 5.5 millones, la gran mayoría son informales (83%), ya que no están registradas en la SUNARP como personas jurídicas y a su vez, no cumplen con las formalidades. El otro 17% está conformado por MYPES

formales. Pero, así como crece el número de Mype, también ocurre el cierre o quiebra de las mismas, sobre esto también informa Carlos Prado (2016), Socio del Grupo Verona, a cargo de la División de Consultoría Estratégica, donde manifiesta: El 75% de las Mypes que emprenden cada año no llegan a los primeros dos años de vida, el 20% restante llega al quinto año y aún un menor porcentaje llega a los 10 años. Asimismo, la gran mayoría de las Mypes que pasan del segundo año de vida, se mantienen en un estado de *supervivencia* estancada en un ciclo de poco o nulo crecimiento y poca rentabilidad.

Así también hay que saber que, a medida que las Mypes van creciendo y se van creando otras nuevas, la mayoría de estas Mypes van desapareciendo a un año de ser formadas y las que sobrevivan este ciclo tendrán que enfrentar nuevos retos, tales como: ampliar su capacidad de producción, incorporar nueva mano de obra y aportar más tributos al Estado. A este nivel, hay que precisar la importancia de las micro y pequeñas empresas (Mypes) y su papel fundamental dentro de la economía del país, pues dinamizan la economía, contribuyen a la creación del empleo, el 80% de la PEA, contribuyen con la disminución de la pobreza y el incremento del 40% o 45% del Producto Bruto Interno, según datos de Cofide y publicado por Gestión 2014.

2.5.1 Acuerdos comerciales del Perú

En la década de los noventa, el Perú empezó a exportar productos a otros países, abriendo puertas a la importación de materias primas, equipos y tecnología a menor costo para hacer a las empresas más competitivas dentro de su sector. Fue entonces que se comenzó a exportar usando algunos sistemas de preferencia comercial que países como Estados Unidos y la Unión Europea ya ofrecían años atrás.

Ahora, el Perú cuenta con 17 acuerdos comerciales vigentes con China, Estados Unidos, Canadá, Japón, México, Singapur, Venezuela, Corea del Sur, Cuba, Chile, Panamá, Costa Rica,

Tailandia, Unión Europea, Comunidad Andina, Mercosur y EFTA (conformado por Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia). (Mincetur, 2016)

Cabe mencionar que el propósito fundamental de los diferentes acuerdos a lo largo de varios gobiernos ha sido impulsar la economía del país, volverlo más sostenible en el tiempo y expandir el mercado peruano a través del comercio de diferentes productos, entre los acuerdos más resaltantes se encuentran los TLC's, que buscan eliminar las barreras arancelarias y no arancelarias al comercio, contribuyendo a mejorar la capacidad de las empresas en cuanto a disposición de materia prima y maquinaria a menor costo; además, proporcionan el incremento del flujo de inversión extranjera, al otorgar estabilidad en el tiempo a los inversionistas; ayudan a competir en igualdad de condiciones con otros países que han logrado ventajas de acceso mediante acuerdos comerciales similares; a la vez que fomentan la creación del empleo en los diferentes rubros dentro del país.

Es así que los TLC's han tenido gran significado dentro del país y no necesariamente por los impactos positivos, sino también por las complicaciones que estos han presentado durante el desarrollo de los acuerdos comerciales como es el caso de los TLC's que, al no existir las barreras arancelarias afectaron a varios sectores, como el textil, puesto que, los productos traídos del extranjero con precios de venta por debajo de los prendas nacionales empezaron a originar problemas a la industria peruana, que sumado con la falta de conocimiento en innovación de procesos por parte de las empresas Mypes de confecciones generaron grandes pérdidas y decrecimiento en las ventas, a pesar de que el propósito de estos acuerdos tuvieran como objetivo principal la expansión y crecimiento de la industria .

Entre los últimos tratados internacionales firmados que significan grandes retos para el país, se encuentra el Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP), que no solo busca pertenecer a un grupo de país considerado hoy en día potencias mundiales, sino que también busca generar mayor conocimiento al brindar acceso a la innovación y sus herramientas tecnológicas, promover la inserción de las micro, pequeñas y medianas empresas en las cadenas globales de valor por medio de mecanismos de cooperación y de asistencia técnica para la mejora de capacidades, mejorar la competitividad del país y sus estándares nacionales, poniéndolo a la par con otras economías en el mundo.

También está el reto de proteger a la industria nacional con mecanismos de defensa comercial (salvaguardias, antidumping, derechos compensatorios) para evitar daños a la producción nacional y generar un mayor protagonismo del país en la zona de Asia- Pacífico, elevando así el dinamismo económico con la importación y exportación. Por su lado, el 36% de las exportaciones no tradicionales peruanas (US\$ 4.425 millones) son dirigidas a los países del TPP. Estos envíos son los que tienen mayor valor agregado, con el 25% de las exportaciones globales (US\$ 4,3 mil millones) que son efectuadas por los países que conforman el acuerdo del TPP (El Peruano, 2017).

Es por ello que la presencia de los acuerdos internacionales dentro del sector textil es importante, como también es importante que el estado preste mayor atención a la industria textil, en relación a algunos factores como bienes de capital, insumos, mano de obra a través del fácil acceso para que éstos sean aceptados por el mercado internacional y sean competitivos internacionalmente.

Se habla con frecuencia de la informalidad latente dentro de este tipo de empresas, pero si existieran programas financieros adecuados que generen en el empresario resultados oportunos y que vean que a través de la formalidad y legalidad de una empresa se puede acceder a créditos económicos que solucionen y mejoren su plan de negocio, impulsándolos

a tomar conciencia sobre la importancia de tener documentación en regla (legalidades) como medio de crecimiento de negocio. Pero, si se da cabida a que los empresarios formales e informales vean a las entidades financieras como empresas que no se preocupan por sus necesidades, que ofrecen préstamos bajo, que ponen obstáculos en la documentación, que requieren de un aval para acceder a un préstamo, que reciben mal asesoramiento por parte de los empleados (bancos, financieras, cajas, etc.), que se les ofrece altas tasas de interés, van a ver a los prestamistas como único medio de solución a su necesidad y los que hoy son empresarios informales certificarán una vez más que no necesitan de legalidad para acceder a un préstamo, continuando así con el mismo modelo de negocios que están llevando.

2.2 Bases teórica

Marco Legal de las Mypes

Bajo la normativa del estado, la micro y pequeña empresa está definida por el monto anual generado por sus ventas, esto con el fin de impulsar el crecimiento empresarial y la inversión de las mismas. Es importante señalar que las Mypes tendrán un plazo de 3 años desde su constitución para subsanar sus infracciones y sanciones tributarias.

Ley 28015 Ley de Formalización y Promoción de la Micro y Pequeña Empresa.

El 02 de Julio del 2013, el Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el

crecimiento empresarial (...) Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). Incluye modificaciones a varias leyes entre las que esta la actual “Ley MYPE” D.S. N° 007-2008-TR. “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 (MEP, 2016). Entre los cambios que trae consigo la promulgación son, entre otros, el cambio de los criterios de la clasificación para las Micro, Pequeñas y Medianas empresas, sobre los que se indican: Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales: -

Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). – Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). – Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT (Congreso de la República del Perú, 2013). Así también, las empresas individuales EIRL podrán acogerse al nuevo RUS (D.L 937) siempre que estas empresas cumplan con todos los requisitos. Asimismo, las microempresas inscritas en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) gozarán de amnistías en cuanto a las sanciones tributarias y laborales por los siguientes tres primeros años, los que serán contados desde su inscripción, previo cumplimiento de la subsanación de cualquier infracción.

Además, se explican los demás cambios a partir de la Ley N°30056, los que fueron explicados por el consultor Edwin Escalante, 2016. Las microempresas que se inscriban en el REMYPE gozarán de amnistía en sanciones tributarias y laborales durante los tres primeros años contados a partir de su inscripción y siempre que cumplan con subsanar la infracción. Las empresas que se acogieron al régimen de la microempresa establecido en el D. Leg. N° 1086,

Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, gozan de un tratamiento especial en materia de inspección del trabajo por el plazo de 03 (tres) años desde el acogimiento al régimen especial, específicamente en relación con las sanciones y fiscalización laboral. Así, ante la verificación de infracciones laborales leves, deberán contar con un plazo de subsanación dentro del procedimiento inspectivo (...) El régimen laboral especial establecido mediante el D. Leg. N° 1086 es ahora de naturaleza permanente (...) El régimen laboral especial de la microempresa creado mediante la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, se prorrogará por 03 (tres) años. Sin perjuicio de ello, las microempresas, trabajadores y conductores pueden acordar por escrito, durante el tiempo de dicha prórroga, que se acogerán al régimen laboral regulado en el D. Leg. N° 1086. El acuerdo deberá presentarse ante la Autoridad Administrativa dentro de los 30 (treinta) días de suscrito (...) El TUO de la Ley de Promoción de la MYPE que fuera aprobado por Decreto Supremo 007-2008-TR, a partir de esta norma se denominará “Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial” (...) La microempresa que durante 02 (dos) años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (150 UIT por año), podrá conservar por 01 (un) año calendario adicional el mismo régimen laboral (...) La pequeña empresa que durante 02 (dos) años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (1,700 UIT), podrá conservar por 03 (tres) años calendarios adicionales el mismo régimen laboral. (MEP, 2016). A partir de los cambios y con el transcurrir de los años se han ido planteando mejoras para las Mypes ya sea a través de rebajas de las multas laborales a través de una subsanación del 50% de la multa estén o no inscritas en el REMYPE (Registro Nacional de Micro y Pequeñas Empresas), con el fin de parar con la informalidad de las empresas y diversos programas de financiamiento para la subsistencia dentro del mercado, la normativa no especifica programas de mejora enfocadas más a la realidad del sector ya sea en programas de financiamiento especial, programas

de desarrollo y sostenibilidad en el mercado, mayor enfoque a los programas asociativos que pueden generar un ahorro de costos expansión en el mercado y diversificación de sus productos y esto se ve reflejado en el alto índice de deuda de las pequeñas empresas y el incremento de la informalidad del mismo.

De acuerdo al reglamento del Decreto Legislativo N° 1269 que crea el Régimen MYPE Tributario del Impuesto a la Renta, Decreto Supremo N° 403-2016-EF

2.3 Definiciones conceptuales (definición de términos básicos)

Este régimen comprende a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales, las asociaciones de hecho de profesionales y similares que obtengan *rentas de tercera categoría*, domiciliadas en el país cuyos ingresos netos no superen las 1 700 UIT en el ejercicio gravable (Mef, 2016).

Ley 30056

2.4 Formulación de la hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

Las Mypes en el Perú, de manera general, tienen limitaciones para su desarrollo, pero de manera directa afecta esta situación al crecimiento de la economía peruana

2.4.2 Hipótesis específicas

Los factores que limitan el desarrollo de las Mypes son solucionables en el corto mediano y largo plazo.

Las Mypes son el motor del crecimiento económico de nuestro país junto con la gran industria.

Capítulo III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Tipo de investigación

El planteamiento y propósito de la investigación promueve un diseño especial en la metodología del presente trabajo de investigación. Se aplicará una metodología de trabajo y análisis de forma cualitativa aquellos factores mal desarrollados que limitaron el crecimiento económico de la micro y pequeñas empresas (Mypes).

Es decir, para el estudio se aplicó el tipo de investigación cualitativa, a través del cual se pretende indagar y responder a las preguntas que explican los fenómenos del tema de tesis “análisis de los factores que limitaron el crecimiento económico de las micro y pequeñas empresas (Mypes) y su relación directa con el crecimiento económico peruano en los últimos 20 años”.

3.1.2 Nivel de investigación

3.1.3 Diseño

Es decir, para el estudio se aplicó el tipo de investigación cualitativa, a través del cual se pretende indagar y responder a las preguntas que explican los fenómenos del tema de tesis “análisis de los factores que limitaron el crecimiento económico de las micro y pequeñas empresas (Mypes) y su relación directa con el crecimiento económico peruano en los últimos 20 años”.

3.1.4 Enfoque

“Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial” (2013). Disposición Complementaria Final de la Ley

N°30056, Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento

empresarial, dispone que (...) se promulgue el Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial y sus modificatorias; debiendo integrar lo dispuesto en la Ley N°28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, el Decreto Legislativo N° 1086 (Perú, 2013).

Decreto Supremo N°009-2003-TR, Artículo 28: Funciones de COFIDE en la Gestión de Negocios MYPE

3.2 Población y muestra

Para esta investigación cualitativa, se trabajará dentro de la teoría fundamentada, donde la hipótesis se genera a partir de los datos investigados, cuya muestra se desarrolla con la forma de muestreo no probabilístico. Razón de ello, se utilizará entrevistas a profundidad a un total de cuarenta personas, entre ellos, empresarios de las micro y pequeñas empresas,

3.3 Operacionalización de la variable e indicadores

El instrumento de la investigación que operacionalizara a las variables e indicadores empleará un cuestionario semiestructurado para la recopilación de los datos.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnicas a emplear

En el caso de la recolección de datos, el diseño del proceso de la investigación corresponde a la teoría fundamentada.

3.4.2 Descripción del instrumento

3.5 Técnicas para el procesamiento de la información

COFIDE para los fines de la gestión de negocios MYPE, abrirá un registro y certificará, coordinará y efectuará el seguimiento de las actividades relacionadas con los servicios prestados por las entidades privadas facilitadoras de negocios, promotores de inversión, asesores y consultores de las MYPE, que no se encuentren reguladas o supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguros - SBS, o por la Comisión Nacional Supervisoras de Empresas y Valores - CONASEV, para efecto del mejor funcionamiento integral del sistema de financiamiento y la optimización del uso de los recursos



Capítulo IV

RESULTADOS

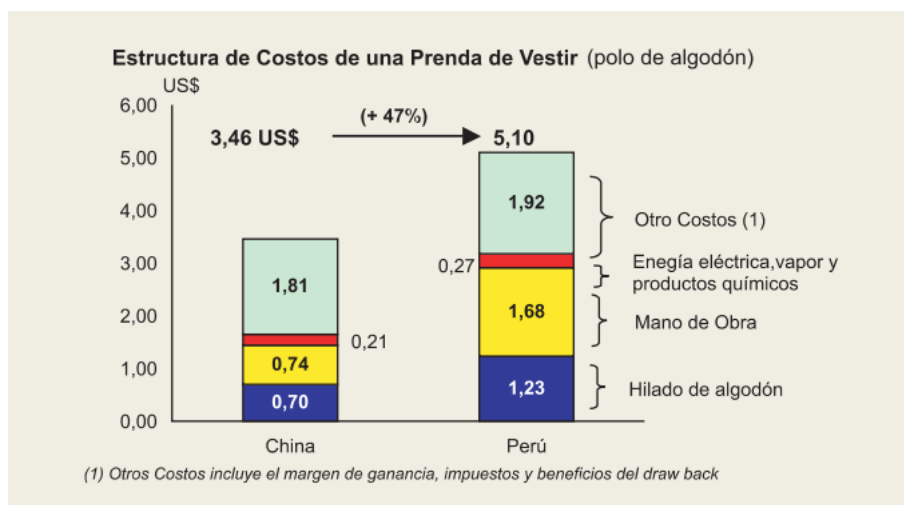
4.1 PRESENTACION DE CUADROS, GRAFICOS E INTERPRETACIONES

2.5 La industria China y su repercusión en el sector textil peruano

El crecimiento del comercio textil chino en el Perú y el mundo han tenido un incremento notorio en el sector económico, más aun con la firma de diversos tratados como el APEC (1900-2000) y el TLC (Tratado de libre comercio) firmado entre Asia-Pacífico y el Perú desde el 2009, lo que ha generado oportunidad para ofrecer los productos al exterior, pero que a las vez, ha generado que la industria en el País tenga que adoptar diversas estrategias de defensa para seguir generando ingresos en el mercado y seguir compitiendo.

Algunos expertos han señalado que esta iniciación comercial ha sido perjudicial para las empresas peruanas, debido a que no pueden competir con empresas chinas que operan con costos más bajos y aplican mecanismos de comercio validados por la Organización Mundial de Comercio (OMC) (Berrios, 2014, p.40). Una comparación de los costos de un polo de algodón de China Vs Perú, que el costo del polo peruano es 47% más caro que el de China (MINCETUR, 2013).

Figura 5
Estructura de Costos de una Prenda de Vestir



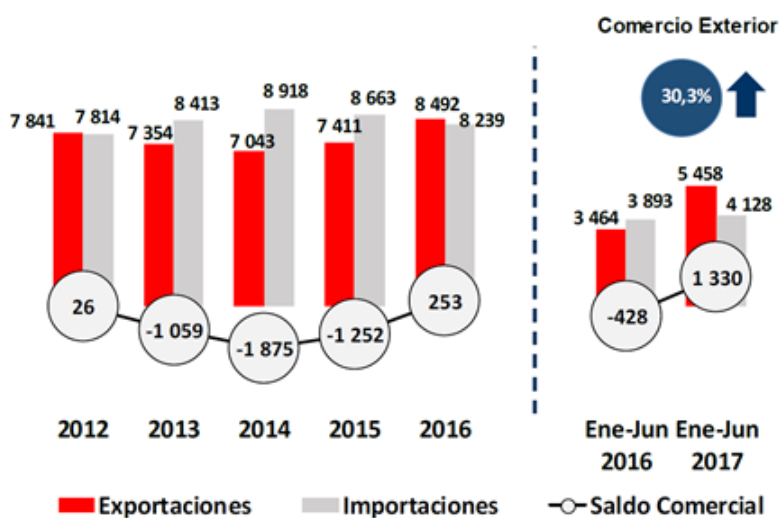
Por BCRP, 2013.

En ese sentido, mientras las exportaciones chinas hacia Perú iban creciendo, las exportaciones peruanas hacia el continente asiático no significaron un gran incremento económico, obsérvese el cuadro resumen siguiente.

Figura 6

Comercio Exterior Perú - China (US\$ Millones)

Comercio Exterior Perú – China (US\$ Millones)



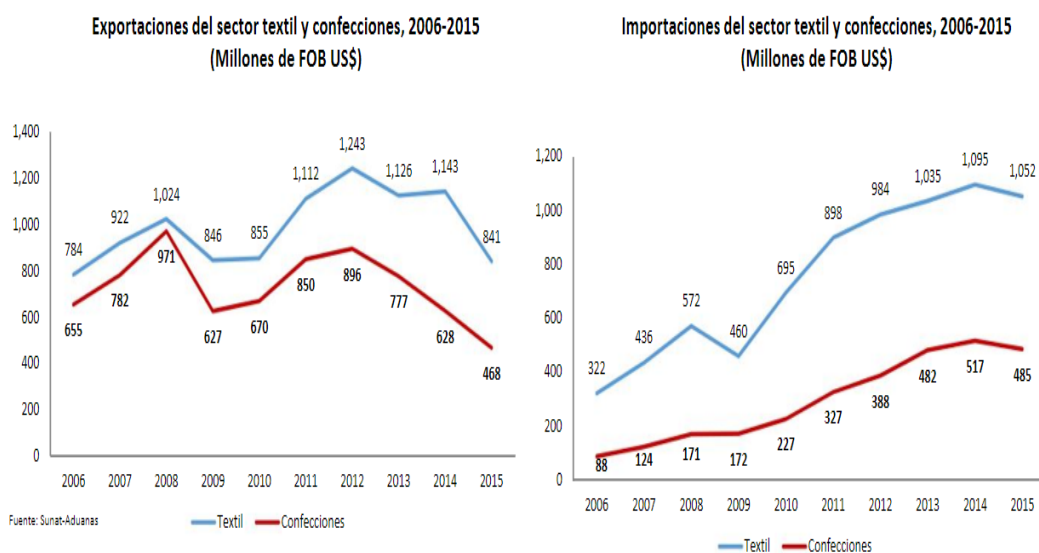
En el cuadro, se observa que las exportaciones peruanas disminuyeron notoriamente desde el 2012 Vs. la tendencia creciente de las importaciones de productos chinos, según información de Ministerio de la producción 2016.

Figura 7

Exportaciones versus Importaciones



Exportaciones versus Importaciones



Por SUNAT-Aduanas, 2016.

De esta manera, si se revisa la estrategia que aplicaron los chinos, veremos que su comercio se caracterizó por utilizar el Dumping como medida de negocio, esta consistía en exportar productos a un precio por debajo del que normalmente se vendía en el país al; es decir, colocar precios a menor costo que el incurrido en la producción nacional, causando fuerte daño

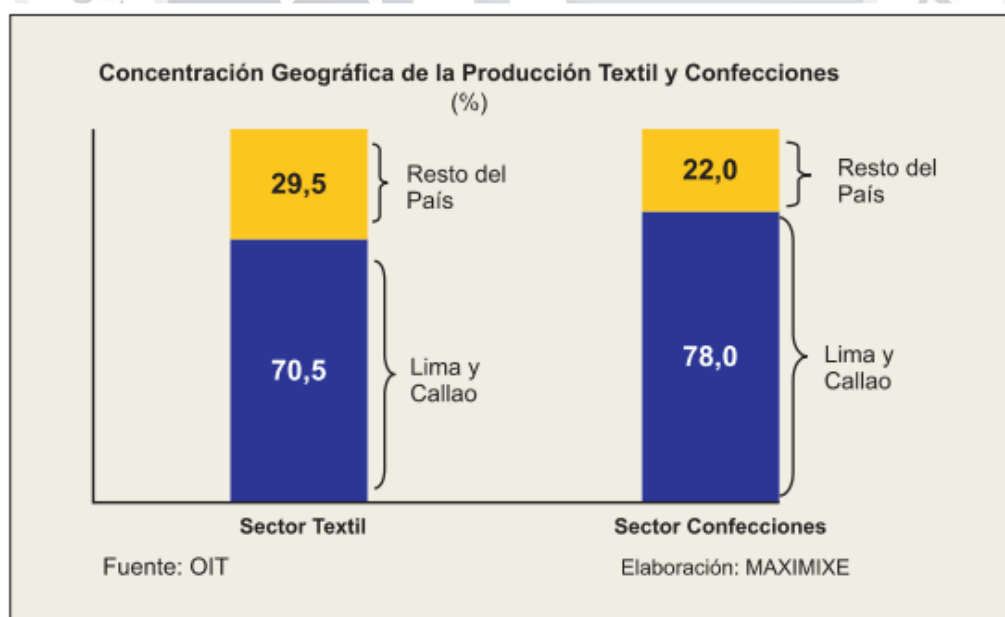
a la industria, con el fin inmediato de ir eliminando a las empresas competidoras y apoderarse del mercado nacional.

Una consecuencia de ello fue la caída del sector manufacturero en el Perú, específicamente la producción textil y de confecciones entre el 2009 y 2011, lo que generó que la industria de confecciones se redujera en un 18.7% y su inventario acumulado subió a más del 30%, mientras que las importaciones de productos chinos paso de 119 millones de piezas a 187 millones de piezas de vestir (Berrios 2014, p.48).

Por esta razón, solo en el 2013 la venta de la producción nacional se redujo en una tercera parte, manteniendo la mayor concentración de su producción en Lima y Callao en comparación con el resto del país.

Figura 8

Concentración geográfica de la Producción Textil y Confecciones.



Por OIT, 2013.

Situación que preocupaba al sector textil peruano y es lo que incentivó las campañas a favor de la industria textil nacional , como son las diversas ferias textiles como las que organiza PROMPERU o la Cámara de Comercio de Lima, entre otras instituciones, con el objetivo de captar la atención de la inversión extranjera, fortalecer los lazos comerciales entre empresas peruanas y del exterior, promover nuevos contactos entre empresas de la industria de la moda, donde se dé a conocer la calidad, el diseño y la innovación de los productos peruanos.

Si bien es cierto existió una respuesta de ayuda por parte de las organizaciones textiles y de confecciones, que lamentablemente no llegó a todas las empresas Mypes, debido a que muchas de ellas tuvieron que cerrar o inclinarse a la informalidad como medida de subsistencia dentro de la industria ya sea por falta de conocimiento en innovación preventiva ante estos sucesos de ingreso de nuevos competidores, capital insuficiente para implementar nuevos mecanismos de optimización en procesos, etc.

La informalidad en las Mypes, específicamente en el Sector Textil y de Confecciones

La informalidad en las Mypes es de 79.9%, según Comex Perú 2016. Es decir, de los 8.13 millones de puestos de trabajo que generan las Mypes peruanas, al menos 6.5 millones son informales, reveló Jessica Luna, gerente general de Comex Perú durante la presentación de la cumbre Pyme Apec 2017. Además, indicó: ...el número de microempresas han crecido más de dos puntos porcentuales en el último año, el año pasado estaba en 94%, y ahora el número de microempresas es el 96.5% del total (...) Es más empleo, pero informal, no remunerado, sin seguro de salud ni pensiones para los trabajadores (...) la gente se autoemplea, por eso las microempresas están creciendo (Gestión, 2017).

Además, se sabe por información de ComexPerú, que del total de Mypes, el 65,3% representa a empresas familiares. Luna destacó, la necesidad de generar eficiencia y productividad para seguir impulsando el desarrollo de las Mypes y es fundamental que se enganchen a los mercados internacionales, pero, para eso tienen que formalizarse (Luna, 2017).

Esta misma situación lo vemos en el sector textil, allí tenemos que más del 70% de las empresas textiles son informales y de estos, la gran mayoría son microempresas afectadas por la competencia y la baja competitividad, según el informe de la Sociedad Nacional de Industrias, 2016.

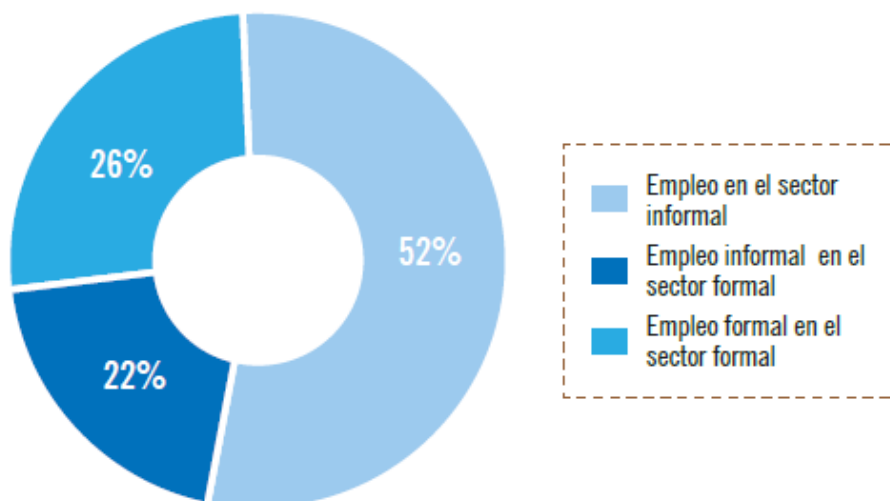
Tabla 1
Situación legal de las Mypes (2008)

Sector	Formalidad	%	Informalidad	%	Total, Mypes	%
Textil	7,741	4.18	177,863	95.82	185,604	100
Prendas de vestir	16,439	15.36	90,561	98.64	107,000	100
TOTALES	24,180	8.26	268,424	91.64	292,604	100

Fuente: INEI – ENAHO 2009

Existe una relación de causa y efecto en las empresas Mypes con una estructura legal informal y la modalidad de trabajo, puesto que, no solo maneja un giro de negocio informal a través de sus ventas, sino también con el personal que tiene a cargo en las diversas funciones que este realice dentro de la empresa, a través de trabajos sin un contrato legal de por medio donde se respete los horarios de trabajo, gratificaciones, pago de beneficios, seguro de riesgo laboral, etc., siendo en muchos de los casos sometidos a horas exhaustivas y explotación laboral.

Figura 9
Estructura de la PEA ocupada (2014). Adaptado de ENAHO 2014,



Por DEMI – PRODUCE, 2014.

En un estudio, publicado por el diario El Comercio en Julio 2017, reveló las principales razones y comportamientos que han llevado a los micro empresarios a quedarse en la informalidad y solo 1 de cada 4 microempresarios elija dar el paso hacia la formalización, a pesar que se les ofrezca correr con todos los gastos de inscripción. Por ello, se sabe que no se trata solo de burocracia u obstáculos legales, el problema fundamental son los altos costos que genera vivir en la formalidad, como son:

- Las cargas tributarias y cargas laborales
- La implementación de una infraestructura adecuada
- La expedición de licencias de funcionamiento.
- Las recurrentes inspecciones municipales.

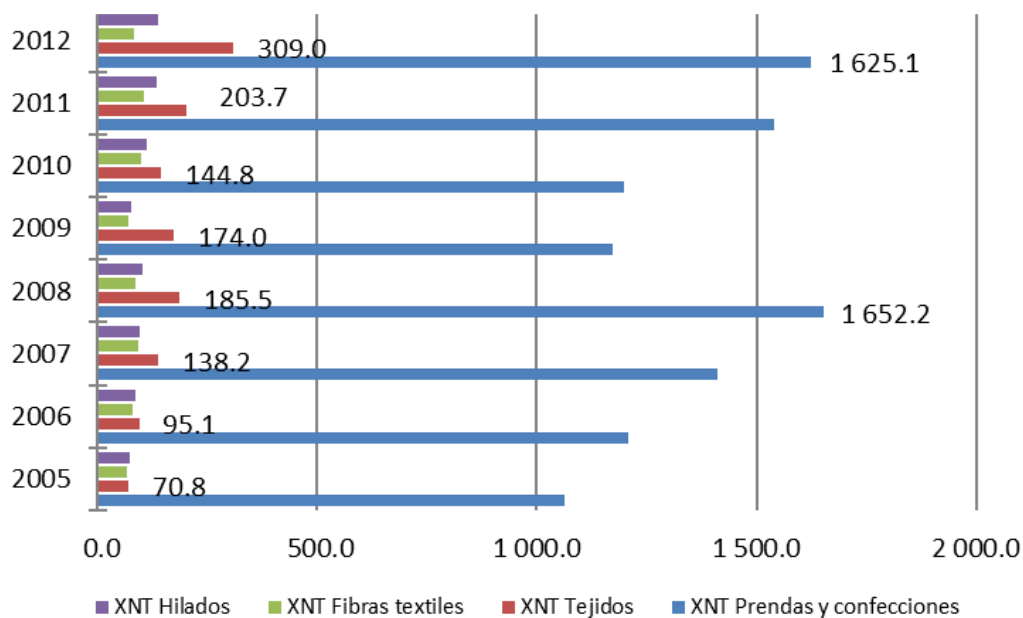
La informalidad en el sector Textil y de confecciones es un problema latente que en lugar de beneficiar económicamente como muchos de los empresarios Mype piensan, perjudica drásticamente su giro de negocio, porque no le permite poder expandirse dentro del nicho de mercado que actualmente maneja, en muchos de los casos imposibilita la capitalización de sus negocios para la inversión en optimización de procesos, además de la confiabilidad entre sus clientes actuales y futuros clientes. El empresario Mype textil tiene que comprender que la formalidad no solo legal sino laboral es un camino hacia la expansión de su giro de negocio.

El caso de las exportaciones del sector textil y de confecciones

El sector textil y de confecciones de prendas de vestir en el Perú ha presentado diferentes escenarios. En el período 2003-2008 las exportaciones crecieron a una tasa promedio anual de 17.1%, favorecidas por la ratificación y ampliación de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPDEA) en el 2002, que permitió el ingreso de los productos peruanos libres de aranceles al mercado estadounidense. (Revista de Investigación de la UNMSM, 2010, p.10). Posterior a la crisis económica que atravesaron las Mypes textiles del 2008-2009, donde las exportaciones disminuyeron 2.9%, presentaron un crecimiento paulatino en los años siguientes, donde se puede señalar que las confecciones de prendas de vestir vienen siendo un rubro de mayor exportación (77%) dentro de las exportaciones textiles (Informe Textil FNTTP, 2013)

Figura 10

Perú: Exportación de Productos Textiles Según Tipo 2005-2012



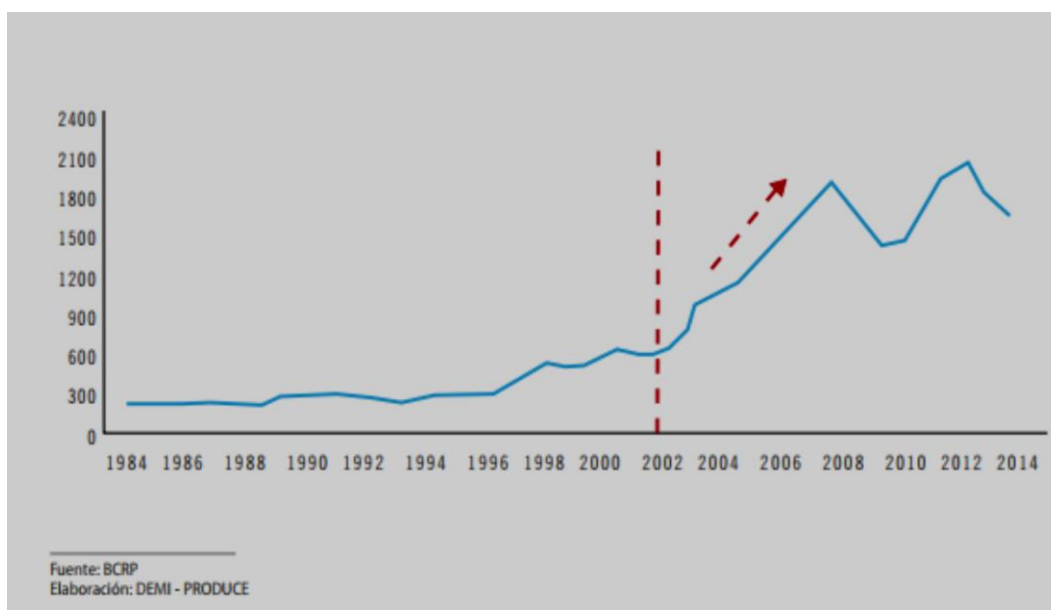
Por INEI, 2013.

Es por ello que, durante la última década, el mayor crecimiento en las exportaciones se registró entre los años 2004 al 2014 donde las exportaciones hacia el mercado estadounidense y países latinoamericanos, especialmente en Venezuela, Brasil y Colombia crecieron en mayor cantidad.

Figura 11

Exportaciones de textiles y confecciones 1984-2014 (millones de dólares).

Adaptado de DEMIPRODUCE



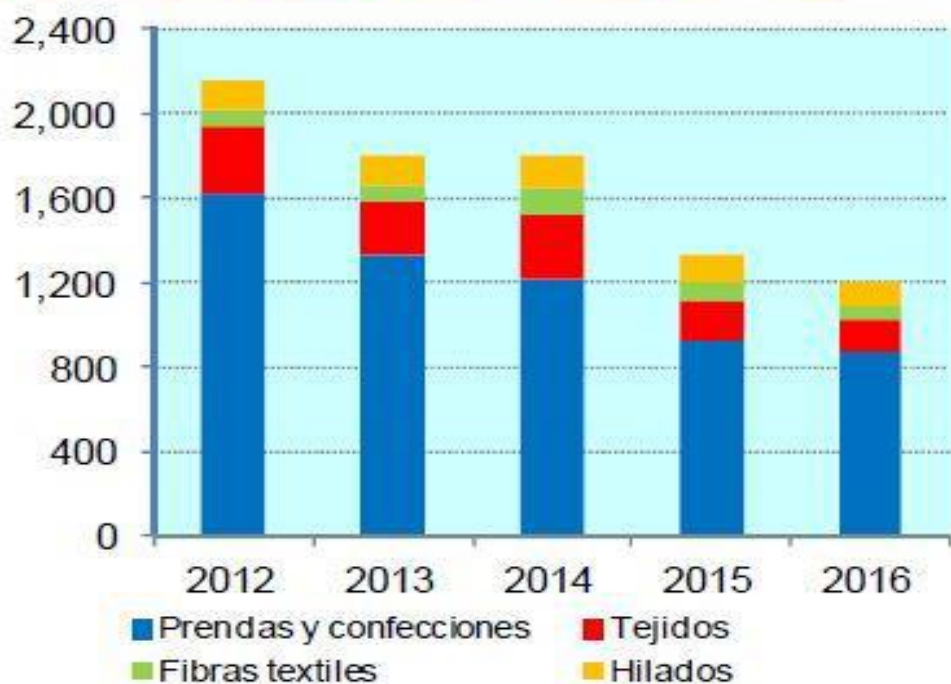
Por BCRP, 2014.

En el 2015, las exportaciones de textil y confecciones disminuyeron en 26% en comparación con el año anterior, el cual fue explicado por las bajas ventas hacia los países andinos, principalmente Venezuela, seguido de Chile y Ecuador en menor medida, de igual manera también disminuyó los envíos hacia los mercados asiáticos, europeos y el norteamericano, lo que generó que solo para el 2015 hubiera una disminución de US\$ 186,7 millones en el valor exportado de productos textiles llegando a ser un total de US\$ 463,7 millones para este año, 2015. A partir de este año, la tendencia de exportación textil se mantuvo decreciente, según informes económicos del Scotiabank.

Figura 12

Exportación de textiles y confecciones. Adaptado de Estudios Económicos Scotiabank

EXPORTACIÓN DE TEXTILES Y CONFECCIONES (En millones de dólares y por segmentos)



Fuente: BCRP Elaboración: Estudios Económicos-Scotiabank

por BCRP, 2016.

Por otro lado, la Asociación de Exportadores (ADEX) 2012, informó que el último ranking de las empresas exportadoras del subsector confecciones, fue liderado por Devanlay S.A. con envíos por US\$ 115.5 millones, 41% más que en el mismo mes del año pasado, gracias a sus mayores envíos a países de la región (Brasil y Argentina) a donde exportaron principalmente camisas y T-shirts; en segundo lugar, tenemos a Confecciones Textimax en récord de exportaciones; en tercer lugar, se ubica Topy Top e Industrias Nettelco S.A que ocupó el cuarto lugar; por último, en el quinto lugar del ranking se ubicó Corporación Fabril de Confecciones S.A.

Figura 13

Principales prendas de vestir por mercado de destino (2008)



Por

DEMI-PRODUCE, 2014.

Además, hay que mencionar que, lo que más ha cambiado en el ámbito nacional es la oferta de marcas de moda, una evidencia de ello es que en los últimos diez años se hayan abierto cerca de 40 centros comerciales hasta superar los 60, con ventas anuales por unos US\$7,000 millones, que acogen a decenas de cadenas del rubro local y extranjero (Gestión, 2015).

Finalmente, el dinamismo en número de empresas internacionales ha sido especialmente intenso en el país en los últimos años: la española Zara abrió su primera tienda en el Perú a inicios del 2012; la norteamericana Forever 21 lo hizo en octubre del 2014 y la sueca H&M, en mayo de este año (Gestión, 2015). Ello demuestra también el crecimiento de las preferencias de más peruanos por las marcas internacionales.

Las confecciones de prendas textiles en Lima

De acuerdo a datos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), se sabe que el 10% de la población peruana depende de la industria textil, aun considerando que la ciudad de Lima es uno de las principales fuentes generadoras del comercio textil, concentrando el 69% de las empresas textiles y un 71% de las empresas dedicadas al sector de confecciones, estos últimos datos fueron obtenidos del informe de PRODUCE 2016, tal es así que, “las empresas solo del ramo textil están concentradas en Lima Industrial, Ate y la Victoria, mientras que las del ramo de confecciones están ubicados en Lima Industrial, La Victoria (Gamarra) y San Juan de Lurigancho. Es destacable la existencia de conglomerados ubicados en Juliaca y Arequipa en confecciones de prendas de vestir de alpaca” (MINCETUR, 2013, p.16).

Razones por el cual, es importante ver que el 7.5% de esta economía (textil y de confecciones) es representada por el distrito de San Juan de Lurigancho que a su vez es considerado el mayor abastecedor de productos textiles dentro de Lima, debido a que, cerca al 70% de sus ventas son destinadas al emporio comercial de Gamarra, a Jirón de la Unión, boutiques o tiendas de Miraflores, Jesús María, Magdalena y otros distritos. Otros 25% es destinado al interior del país; y, tan solo un 0.5% destinado al exterior (INPET, 2018).

De acuerdo, a un estudio, se sabe que las Mypes textiles están constituidas en gran parte por personas que no alcanzan un grado académico de secundaria o primaria completa. Es decir, el 63.4% de la fuerza laboral proviene de microempresarios que no poseen estudios superiores, el 27.2% posee estudios técnicos y el 9.3% son profesionales (p.100).

Tabla 02

Nivel de estudios de la fuerza laboral de las microempresas

NIVEL DE ESTUDIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Profesionales	23	9.3
Técnicos	67	27.2
Sin Estudios Superiores	156	63.4
Total	246	100.0

Por Municipalidad de Lima Metropolitana, 2006.

Este mismo estudio, revela el tema de las subcontrataciones que se realiza y manifiesta: “Estas subcontrataciones se diferencian en dos grandes rangos. Algunas Mypes son incluidas como permanentes, que laboran a lo largo del año para la empresa subcontratista, con trabajos que se le asignan en campañas, en general, estas Mypes están dedicadas a la producción de calidad para exportación. Otras Mypes, son subcontratadas cuando existe algún pedido y están relacionadas con producción de menor calidad, generalmente para el mercado interno o con una fase muy rudimentaria de las tareas de la producción de calidad”.

En general, estgrupo de empresarios Mypes, ven al estado como un ente regulador que genera una persecución a las empresas formales a través de incremento de requisitos laborales, fiscalizaciones constantes, barreras de ingreso a programas de incentivo y barreras en temas de promoción por los altos montos de pagos (pago para participar en ferias), entre otras situaciones

que motivan su informalidad. Razones por el cual, prefieren seguir trabajando de ese modo con el fin de subsistiendo dentro del mercado.

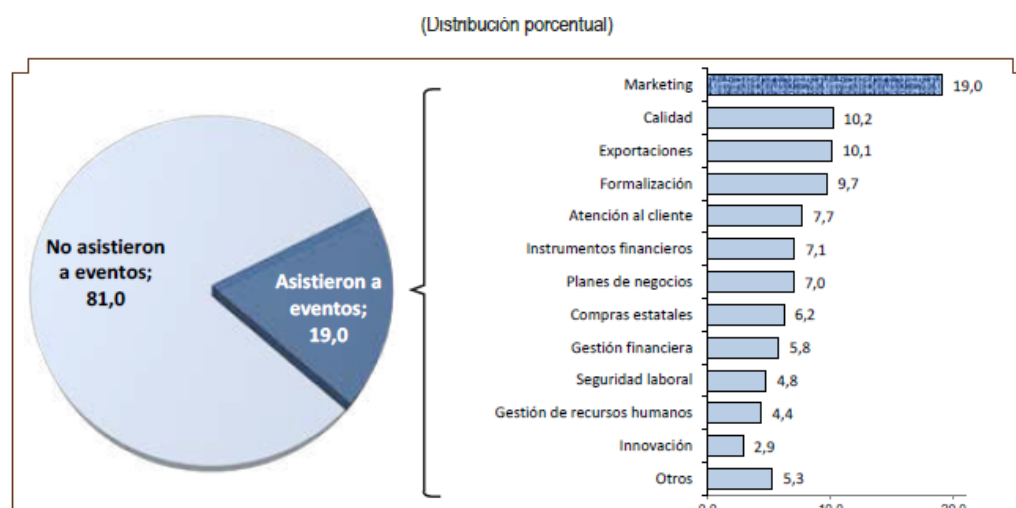
Otro factor que está deteniendo el crecimiento de las Mypes anivel general es la falta de conocimiento en innovación como medida preventiva ante la competencia externa e interna y falta de gestión del modelo de negocio a realizar, curiosamente uno de los factores predominantes dentro de la creación de las empresas Mypes de confecciones de prendas de vestir lo cual se vio reflejado en la caída del sector textil desde el 2010 y el crecimiento lento que viene realizando como medida de surgimiento.

En su mayoría el origen de las empresas Mypes se da porque muchos de los dueños tuvieron experiencia realizando labores como operario dentro de otra empresa, optando por un desarrollo personal a través de la creación de sus propios talleres de confecciones de prendas de vestir, en el caso de textiles, o de la creación de servicios prestados (terceros) a grandes empresas textiles , esto fue considerados para muchos de estos emprendedores como una fuente rápida de ingresos económicos ; sin embargo , el conocimiento operativo resulta ser insuficiente cuando se trata de gestionar un negocio , prueba de ello fue el estancamiento de las Mypes durante la gran crisis económica internación que sumado a la falta de gestión financiera , conlleva a la liquidación de muchas de ellas.

En el año 2012, solo el 19,0% de los administradores de las Micro y Pequeña Empresas declararon que habían recurrido a cursos o eventos de capacitación relacionados con la gestión empresarial como medida de crecimiento de su empresa.

Figura 14

Micro y pequeña empresa que asistieron a eventos de capacitación y temas de relevancia



Por INEI, 2012.

La Falta de Innovación y su repercusión dentro del sector Mypes

En 1934 el economista austriaco Joseph Schumpeter fue el primero en destacar la importancia de la innovación como una de las causas del desarrollo económico, social y cultural.

Para el economista Schumpeter, la innovación abarca cinco grandes aspectos como son:

- La introducción en el mercado de un nuevo bien, es decir, un bien con el cual los consumidores aún no están familiarizados, o de una nueva clase de bienes.

- La introducción de un nuevo método de producción, es decir, un método aún no experimentado en la rama de la industria afectada, que requiere fundamentarse en un nuevo descubrimiento científico.
- La apertura de un nuevo mercado en un país, tanto si el mercado ya existía en otro país como si no existía.
- La conquista de una nueva fuente de suministro de materias primas o de productos semielaborados, nuevamente sin tener en cuenta si esta fuente ya existe, o bien ha de ser creada de nuevo.
- La implantación de una nueva estructura en un mercado, como, por ejemplo, la creación de una posición de monopolio.

A raíz de lo planteado por Schumpeter la palabra innovación fue mencionada como medio de mejora, crecimiento y desarrollo empresarial, vista desde diferentes aspectos de acuerdo a cada autor, la innovación “es el proceso en el cual, a partir de una idea, invención o reconocimiento de necesidad, se desarrolla un producto, técnica o servicio útil y es aceptado comercialmente” (Gee, Sherman, 1981).

Para otros autores:

La innovación es el conjunto de actividades inscritas en un determinado periodo de tiempo y lugar que conducen a la introducción con éxito en el mercado, por primera vez, de una idea en forma de nuevos o mejores productos, servicios o técnicas de gestión y organización (Pavon, Julián., y Goodman, Richard ,1981).

La innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores; el medio por el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. Es la acción de dotar a los recursos con una nueva capacidad de producir riqueza. La innovación crea un *recurso*. No existe tal cosa hasta que el hombre encuentra la aplicación de algo natural y entonces lo dota de valor económico (Peter Drucker, 1985).

Si bien es cierto la innovación ha sido considerada como una estrategia empresarial de mejora dentro de varios sectores económicos, ya sea como medio de crecimiento y desarrollo de un determinado bien o servicio ya existente o para la implementación o creación de algo nuevo dentro de la sociedad.

Sin embargo, la innovación también se presenta como un factor competitivo determinante para el crecimiento de una empresa ya existente, más aun si está dentro de un rubro que es constantemente versátil y frágil ante situaciones externas, como es el caso del rubro textil, que se rige con frecuencia por las estaciones del año, la moda extranjera o el generado por determinados ídolos del momento (grupo musicales, ídolos de televisión, youtubers, etc.), que en ocasiones pueden generar pérdidas de ventas, incremento de gastos en almacenes por la baja rotación, sobre stock para colecciones futuras, entre otros aspectos. Por ello, en el sector textil es imprescindible la innovación constante como parte de una mejora y crecimiento económico dentro de su rubro.

Un artículo de la universidad Pontificia Universidad Católica del Perú en el 2015, indica que la innovación en la micro y pequeña empresa (Mype), no solo es factible sino accesible, ya que la innovación que se busca en la Mypes consiste en generar innovaciones y no necesariamente se requiere invertir fuerte sumas de dinero o desarrollar tecnología sofisticada.

En la actualidad, muchas entidades públicas y privadas premian la innovación en empresas de la cadena textil y de confecciones. Ejemplo de ello, está la Asociación de Exportadores (ADEX) que, a través del Foro Textil Exportador, premió a las empresas que realizaban actividades de innovación, desarrollo de marca, diversificación de mercados, investigación

y apoyo al sector público para lograr su posicionamiento en el exterior. Adex hace el reconocimiento de ello, debido a que permite la recuperación progresiva de las exportaciones. De esta forma, la asociación informa que cualquier Mype puede innovar, sean empresas que diseñan productos bajo su marca comercial o que realicen actividades de subcontratación.

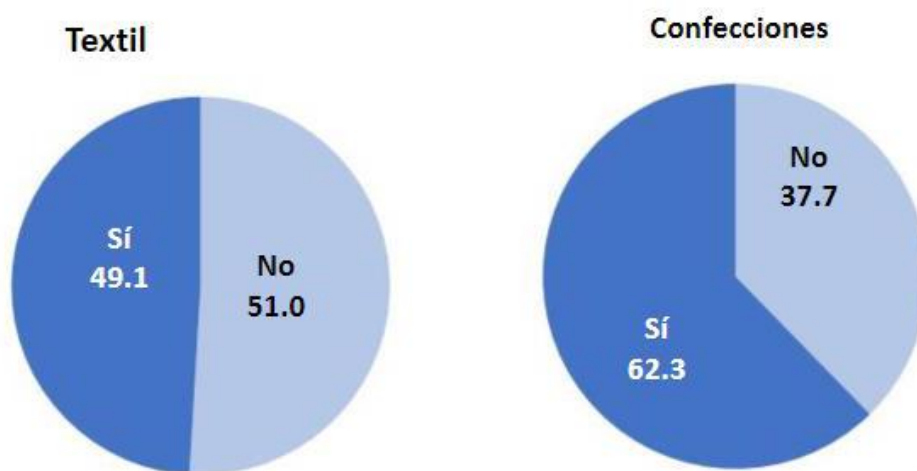
Considero que crecen más las Mypes que realizan actividades de subcontratación, pero sin innovación: Las relaciones de subcontratación en que están inmersos muchos de ellos, tienen una red vertical escalonada no innovativa, por la cual reducen su trabajo a tareas. Adicionalmente no existe una plataforma de innovaciones, pues la mayoría de las Mypes no reciben, ni acceden a condiciones para su capacitación en estos asuntos (p.111).

En su mayoría, las medianas y grandes empresas son los que desarrollan actividades productivas innovadoras y son los que más invierten en investigación y desarrollo. Por su lado, las Mypes son quienes, casi en su totalidad, no realizan actividades de innovación (PRODUCE, 2015).

Figura 15

Empresas del sector textil y confecciones que realizaron actividades de innovación 2012 – 2014. Adaptado de “Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera -2015”,

actividades de innovación, 2012-2014
(%)



por Produce, 2015.

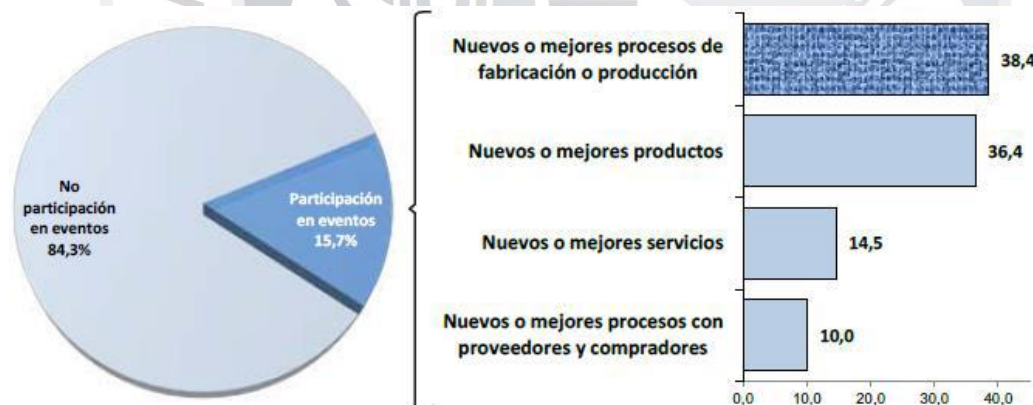
En ese sentido, una propuesta orientada a conseguir el desarrollo económico de la localidad puede consistir en un sistema de producción que permite a los empresarios locales usar eficientemente los factores productivos, generar economías de escala y aumentar la productividad a niveles que permitan mejorar la competitividad en los mercados.

La falta de conocimiento no solo teórico sino práctico en innovación dentro de la sector Mype textil a nivel nacional ha tenido gran impacto de la industria textil; debido a que este por ser el principal abastecedor de muchos de los distritos altamente comerciales en el departamento de Lima

con influencia en los departamentos de todo el Perú y comercio extranjero, no ha podido despegar en la economía del país no solo en escala de ventas frecuentes, sino en mercados mercados internacionales prueba de ello es la poca acogida de los empresarios Mypes en las diversas capacitaciones que se dan por parte de las entidades del estado .

Figura 16

Micro y Pequeña Empresa que participaron en eventos de nuevas tecnologías para mejorar procesos productivos y servicios recibidos, 2012.



Por INEI, 2013.

A nivel general, existe una alta tendencia a no innovar sino copiar lo ya aceptado por el mercado, esto por temor a tener pérdidas económicas , exceso de gastos de operación o por el desconocimiento que implica la creación de una marca propia (falta de innovación de producto); puesto que , muchas de ellas no disponen de información sobre tendencias de moda; les resulta

complicado aprender a diseñar, prefieren se les proporcione los patrones hechos de diseños actuales , en mucho de los casos incumplen con frecuencia los cronogramas y compromisos de avances con los clientes (falta de plan de manejo y tiempos de entrega).

Si las Mypes comprendieran la importancia de tener un plan preventivo de innovación no solo en cuanto a diseño, calidad de materia prima, calidad de acabado, sino en optimización de procesos (para el ahorro de tiempo y costo por producción por producto), innovación en canales de venta (internet, ferias, etc.), innovación en tecnología (para la producción por volumen), innovación en transporte (para una oportuna y mejor entrega), etc. se tendría un mercado económico preparado y capaz de soportar futuras amenazas no solo del mercado extranjero (crisis económicas con los mercados de mayor índice de exportación), sino generar el doble de acopio que hoy brinda el mercado limeño y peruano a los diferentes puntos de ventas.

Las condiciones de acceso al crédito

En el Perú, las micro y pequeñas empresas representan más del 99% de las empresas y generan 50% del empleo, sin embargo, muchas de estas empresas enfrentan problemas para acceder a algún tipo de financiamiento que les permita poder crecer dentro del mercado.

Hoy en día las condiciones de acceso a un crédito oportuno en el caso de una Mype es frecuente y en su mayoría se da por temas burocráticos ya sea por la extensa lista de pre requisitos para calificar a un préstamo o por la falta de documentación que maneja la empresa , en muchas ocasiones a pesar de presentar toda la documentación requerida no se les permite poder acceder a la cantidad de dinero solicitada, generando que muchas de ellas opten por otro medio de

financiamiento para llegar a cubrir sus necesidades, esto a través de intermediarios financieros tradicionales (prestamistas en dólares y soles), quienes en ocasiones se quedan con la mayor parte de las ganancias.

Las Mypes como todas las empresas, necesitan recursos financieros para mantener un capital de trabajo, para comprar activos fijos o cualquier otro activo que genere el crecimiento del giro del negocio. En ese sentido, los sistemas financieros cumplen una función importante para el cumplimiento del objetivo, la misma que se define como “el conjunto de organizaciones públicas y privadas por medio de las cuales se captan, administran y regulan los recursos financieros que se negocian entre los diversos agentes económicos del país.” (SBS 2012:11). Es decir, estas instituciones financieras captan el dinero excedente de las personas y empresas para ofrecerlos a otras personas y empresas que lo requieran, cobrando una tasa de interés y que son regulados por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs (SBS).

De acuerdo a la información de esta SBS, en abril 2017, los tipos de instituciones financieras son: Banca Múltiple, Empresas Financieras, Cajas Municipales (CM), Cajas rurales de ahorro y crédito (CRAC), entidades de desarrollo de la pequeña empresa y Microempresas (Edpyme); los cuales están compuestos por 55 empresas que realizan operaciones múltiples.

Tabla 03. Empresas de Operaciones Múltiples

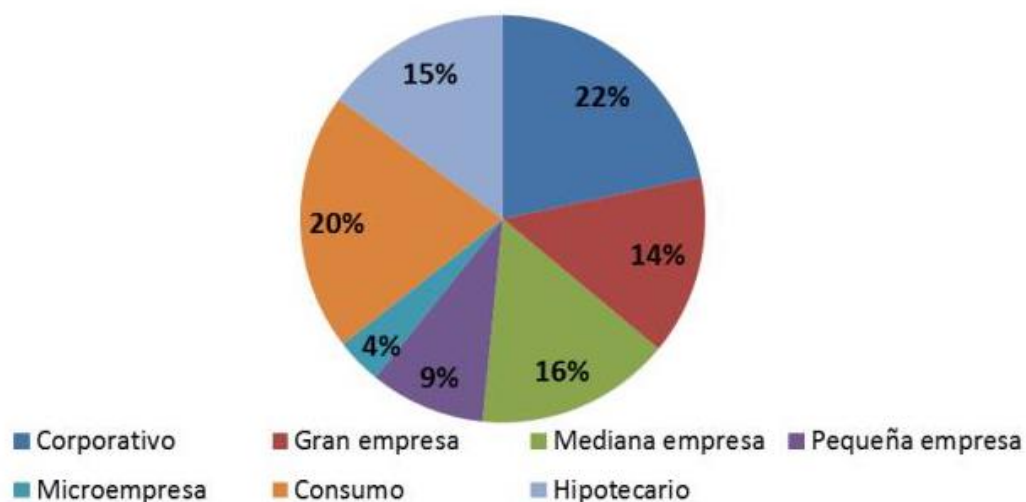
Empresas de Operaciones Múltiples	Número de Empresas	Activos a Abril 2017	
		Monto (S/ Millones)	Participación (%)
Banca Múltiple	16	354 868	90,38
Empresas financieras	11	12 339	3,14
Cajas municipales (CM)	12	21 962	5,59
Cajas rurales de ahorro y crédito (CRAC)	6	1 439	0,37
Entidades de desarrollo de la pequeña y microempresa (Edpyme)	10	2 018	0,51
TOTAL	55	392 626	100

Por SBS, 2017.

Además de los mencionados, también tenemos a las entidades estatales y a otras empresas supervisadas como: Bancos de inversión, entidades de arrendamiento financiero, entidades de servicios fiduciarios, entidades de factoring, entre otros más. Con base a estas operaciones múltiples, tenemos que la estructura de créditos directos de las micro y pequeñas empresas representa el 13% en comparación de las medianas y grandes empresas, según fuentes de la SBS (2017)

Figura 17

**Sistema Financiero: Estructura de los Créditos Directos
(Abril 2017)**



Por SBS, 2017.

En ese sentido, la formalidad es un factor fundamental en las Mypes que facilita la evaluación del crédito y disminuye el riesgo por parte de las entidades financieras. No obstante, “el nivel de bancarización de las Mypes en el Perú es muy bajo, llegando tan solo al 25%, mientras que el promedio en Latinoamérica es superior al 39%” (Castro U. y otros, 2015, p. 32).

Si bien es cierto hay algunos medios de financiamiento enfocados a Mypes, pero estos no han sido aceptados en su totalidad por estas empresas, a pesar que los trámites de documentación no son tan engorrosos, pero el hecho de pedir como requisito la tasación de un inmueble escrito en registros públicos como prenda de garantía de pago, hace generar desconfianza y temor por parte de los empresarios Mypes, quienes en la mayoría de casos realizan sus operaciones dentro de sus mismas viviendas.

Figura 18

Modelo de requisitos para un préstamo a una Mype.

Requisitos	Beneficios
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con un inmueble inscrito en SUNARP en Lima o Callao (ver cobertura). • Copia literal de inmueble a poner en garantía. • HR y PU de la propiedad en garantía (Incluidos en el autoevaluó de la municipalidad). • Recibo de agua o luz de la propiedad en garantía y tu domicilio. • DNI del solicitante y de los propietarios del inmueble en garantía. • Sustento de tus ingresos: Últimas boletas de pago, recibos por honorarios, PDTs, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ahorro: Al iniciar el trámite no pagarás tasación, ni gastos notariales ni registrales. ¡Nosotros lo financiamos! • Flexibilidad: Puedes elegir amortizar el capital a tu ritmo durante el periodo del préstamo. • Agilidad: Desembolso promedio en 15 días útiles desde la entrega de los documentos, con atención personalizada durante todo el proceso. • Comodidad: TCEA entre 28% y 40% según el monto y perfil crediticio para la estructura de cuotas flexibles. • Recuerda que nuestra tasa (TCEA) es la única del mercado que incluye todos los gastos del trámite del préstamo (tasación, gastos notariales y registrales, inclusive del levantamiento de la hipoteca).

Por Prestamype, 2018.

Motivo por el cual, existen otras fuentes de financiamiento alternativo para Mypes, en especial para aquellas que tienen la condición de informales que, según Castro U. (2015), no logran acceder a créditos en las entidades formales tal vez por el rechazo de éstas o por simple voluntad propia; es cuando acuden a familiares y a amigos a solicitar préstamos, a participar en “juntas”, participar en grupos cerrados de confianza para el préstamo, o acudir a los clásicos prestamistas; cualquiera sea el caso, lo cierto es que esta forma de financiamiento alternativo le permite acceder al crédito y cubrir su necesidad urgente de dinero, aun cuando estas pueden tener tasas elevadas de interés que están entre los 4% y 15% mensual .

Se sabe que las Mypes representan una significativa porción de empleabilidad e ingresos económicos al país y que el acceso al crédito es un factor determinante en el crecimiento de estas,

entonces porque no existe un mejor programa de financiamiento que les de la seguridad, facilidad y posibilidad de acceder a un crédito económico que permita impulsar su negocio hacia la expansión.



Capítulo V

DISCUSION CONCLUSION Y RECOMENDACIONES

5.1 Discusión

PRIMERA CONCLUSION

ACERCA DE LOS FACTORES QUE LIMITAN EL CRECIMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL PERÚ

Esta parte del estudio de investigación ha utilizado un enfoque cualitativo para identificar los factores –administrativos, operativos, estratégicos, externos y personales– que han contribuido o limitado el crecimiento y la consolidación de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en el Perú. La investigación fue realizada en Lima Metropolitana, alrededor de 11 casos de estudio de MYPES, a partir de la experiencia de los propios empresarios. El estudio toma como referencia el marco teórico de Ansoff (1965), utilizado y adaptado por Okpara y Wynn (2007). Okpara y Wynn (2007) proponen una clasificación de los tipos de decisiones necesarias para iniciar y mantener un negocio exitoso, y analizan los problemas comunes que enfrentan los empresarios en las pequeñas empresas, clasificándolos en: operativos, estratégicos, administrativos y externos, que involucran el acceso a la tecnología, la baja demanda, la corrupción y la infraestructura. El estudio añade una quinta categoría: los factores personales. Los factores fueron validados y se identificaron otros nuevos en el caso del Perú.

Actualmente, la labor que llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican. Okpara y Wynn (2007) afirman que los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. En términos económicos, cuando un empresario de la

micro o pequeña empresa crece, genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra. Además, sus ventas se incrementan, y logra con esto mayores beneficios, lo cual contribuye, en mayor medida, a la formación del producto bruto interno (Okpara & Wynn, 2007). Sin embargo, las MYPES enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo.

Estudios previos indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados (Arinaitwe, 2006). Además, las pequeñas empresas deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo, y sus probabilidades de perdurar más de cinco años son bajas (Sauser, 2005).

En el Perú, las estadísticas de la Dirección Nacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), referidas a las micro y pequeñas empresas, muestran que la participación de las MYPES en el PBI ha sido del 42% y han representado el 98% del total de empresas en el Perú (MTPE, 2007) y el 80.96% de la población económicamente activa (MTPE, 2005). Si bien las MYPES representan un papel muy importante en la economía, el terreno donde se desarrollan todavía es muy frágil, pues se observan bajos índices de supervivencia y consolidación empresarial de estas empresas (Barba-Sánchez, Jiménez-Sarzo, & Martínez-Ruiz, 2007).

De acuerdo con el estudio Global Entrepreneurship Monitor realizado en el Perú, se estima que 9.2 millones de peruanos están involucrados en una actividad emprendedora, de los cuales el 75% tiene un periodo de operaciones de entre 0 y 42 meses, y el restante 25% sobrepasó este periodo, considerándose como empresas consolidadas. Asimismo, de este 25%, solamente

el 3% ha llevado a cabo proyectos emprendedores, como el desarrollo de nuevos productos o el ingreso a nuevos mercados (Serida,

Borda, Nakamatsu, Morales & Yamakawa, 2005). Estas cifras evidencian la necesidad de identificar los factores que limitan el crecimiento y desarrollo de las empresas, de forma que se pueda lograr una mayor proporción de empresas consolidadas en el Perú. Sin embargo, a pesar de la importancia y contribución que realizan las MYPES, la literatura actual revela que no se han realizado estudios en el Perú que identifiquen los factores que limitan su crecimiento y desarrollo. En este sentido, el presente estudio analiza tales factores, con el objetivo de incrementar sus probabilidades de éxito, disminuir las tasas de mortalidad de estas empresas y aumentar sus posibilidades de supervivencia en el largo plazo.

PROPUESTA QUE REFUERZA MI PRIMERA CONCLUSION:

MODELOS PARA EL DESARROLLO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

Existen pocos estudios previos que tratan sobre el crecimiento de las MYPES y de los factores que influyen sobre las decisiones acerca de su crecimiento (Perren, 1999). La mayoría de los estudios tienen a centrarse en la contribución de las empresas grandes y consolidadas más que en las de los pequeños negocios.

De acuerdo con Perren (1999), son cuatro los factores que influyen en el desempeño de los empresarios de las microempresas: (a) el desarrollo, (b) la motivación por el crecimiento, (c) las habilidades gerenciales para lograr dicho crecimiento, y (d) el acceso a los recursos y la demanda de mercado.

El modelo conceptual del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), desarrollado en el año 1999 por Babson College y la London Business School, busca medir el nivel de actividad emprendedora de los países y descubrir los factores que lo determinan. El modelo GEM explica el desarrollo económico de los países sobre la base de un modelo conceptual que considera el crecimiento económico como resultado de dos mecanismos paralelos, donde intervienen tanto las grandes y las pequeñas empresas como los negocios nuevos y los consolidados.

El primero de estos mecanismos refleja la contribución de las grandes corporaciones multinacionales con representación nacional, que crean puestos de trabajo y aumentan la demanda por bienes y servicios, la cual puede ser aprovechada por las micro, pequeñas y medianas empresas. El segundo mecanismo refleja el papel de la actividad emprendedora en el crecimiento económico, indicando que las iniciativas emprendedoras necesitan un entorno que les ofrezca condiciones específicas a sus necesidades. Cuando estos dos mecanismos actúan de forma simultánea, consiguen un efecto sinérgico en el crecimiento económico (Serida et al., 2005).

Okpara y Wynn (2007) analizaron 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.

El modelo de Ansoff (1965) también categoriza los problemas de las pequeñas empresas en administrativos, operativos y estratégicos. Considera que las decisiones operativas suelen absorber la 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, programa de producción y niveles de inventarios, así como decidir sobre los gastos relativos a favor de la investigación y desarrollo, marketing y operaciones. Las decisiones estratégicas se ocupan de asegurar que los productos de la empresa y los mercados estén bien escogidos, que exista la demanda suficiente, y que la empresa sea capaz de generar una porción de la demanda. Ansoff (1965) formula preguntas concretas para los problemas estratégicos: ¿cuáles son los objetivos de la empresa?, ¿en qué áreas debe buscar la empresa la diversificación?, ¿con cuánto vigor debe realizarse esta diversificación?, ¿cómo debe la empresa desarrollar y explotar su posición actual de mercado-producto? El objetivo es producir un patrón de asignación de recursos que ofrezca las mejores posibilidades para alcanzar los objetivos de la empresa. Finalmente, las decisiones administrativas tienen que ver con la estructuración de los recursos de la empresa, y deben proporcionar el clima necesario para cumplir las funciones estratégicas. Incluyen temas relacionados con la organización, la 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).

Por su parte, Covin y Slevin (1991) analizan la contribución del espíritu empresarial en el desempeño de la empresa y articulan las condiciones en que esta contribución puede materializarse, basándose en cuatro aspectos: (a) la naturaleza del comportamiento empresarial, (b) el locus del espíritu empresarial, (c) la redundancia en algunas construcciones en el modelo, y (d) la naturaleza del vínculo entre la postura empresarial y el rendimiento. El modelo de Covin y Slevin (1991) alude a la intensidad de la iniciativa empresarial y sugiere que: (a) un mayor espíritu empresarial está asociado positivamente con los resultados financieros de la compañía; (b) la postura empresarial está claramente relacionada con la sofisticación tecnológica del entorno; (c) la postura empresarial es más positiva en relación con el rendimiento de la empresa ubicada entre las empresas de tecnología avanzada que con aquella empresa insertada en los entornos de empresas tecnológicamente sencillas; (d) la postura empresarial está positivamente vinculada con el dinamismo del entorno; (e) la postura empresarial está positivamente asociada con la hostilidad del entorno; (f) la postura empresarial es más positiva en función del rendimiento de la empresa ubicada entre las empresas en entornos hostiles que la situada entre las empresas en entornos benignos; y (g) la postura empresarial es más positiva en relación con el rendimiento de la empresa rodeada de las empresas cuyas industrias están en sus primeras fases del ciclo de vida que aquella ubicada entre las empresas cuyas industrias se encuentran en sus últimas fases del ciclo de vida (Covin & Slevin, 1991).

Respecto al marco conceptual utilizado (ver Figura 1) en el presente estudio

ha sido el modelo teórico de Ansoff (1965), con una adaptación realizada por Okpara y Wynn (2007), autores que categorizaron los problemas comunes que enfrentan los empresarios de las pequeñas empresas. Las decisiones operativas se encargan de repartir los recursos de manera eficiente e incluyen problemas relacionados con aspectos de operaciones, logísticos y de marketing. Las decisiones estratégicas hacen referencia a la habilidad de los pequeños y

medianos empresarios para ajustar sus productos o servicios con la demanda, a seleccionar la mezcla de productos que se producirá y a definir a qué mercados se dirigirá el negocio. Las decisiones administrativas aluden a la estructura organizacional y a la habilidad para obtener y desarrollar los recursos necesarios para la empresa de forma tal que permitan maximizar el desempeño potencial. Una parte del problema administrativo está en relación con la estructura de los niveles jerárquicos, las responsabilidades, los flujos de trabajo e información, los canales y la ubicación de los servicios; y otra parte se refiere al reclutamiento de las personas, su entrenamiento, el desarrollo de las fuentes que proveerán las materias primas, el financiamiento y la adquisición de equipos, así como a los temas de finanzas y gerenciales. Los problemas externos tienen relación con el acceso a la tecnología, la baja demanda, la corrupción y la infraestructu

Esta parte de las conclusiones de mi investigación realizada ha utilizado un enfoque cualitativo de los casos de estudio múltiples, bajo un enfoque holístico, para identificar los factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú. El estudio comprendió la identificación de 60 casos; 15 de ellos fueron eliminados por no cumplir con las características definidas en la población de estudio, 20 no aceptaron participar y 14 no fueron ubicados físicamente. Se realizaron efectivamente

11 casos de estudio de micro y pequeñas empresas ubicadas en Lima Metropolitana, los cuales fueron suficientes para responder a las preguntas de investigación, basados en la saturación teórica de los casos.

La población de MYPES en el Perú incluye a: (a) empresas que tengan de uno hasta 50 trabajadores inclusive, (b) empresas que tengan ventas máximas de hasta 150 unidades impositivas tributarias (equivalentes a 3,600 soles cada una). En el caso del presente estudio, se han considerado

dentro de la población de empresarios MYPE a aquellos que: (a) tienen ventas máximas de hasta 150 unidades impositivas tributarias, (b) tienen el 50% o más de la propiedad formal de la empresa (independientemente de la forma como obtuvieron la propiedad), (c) se encuentran activamente involucrados en la operación de esta, ya sea como gerentes o administradores, y (d) generan empleo para sí mismos y para otras personas

Para operacionalizar la definición de empresario MYPE en el presente estudio, se consideraron ocho criterios: (a) tener una empresa que opere formalmente en el momento del estudio, con el objeto de solo considerar a los negocios formales; (b) poseer 50% o más de la propiedad del negocio (acciones, participaciones con derecho a voto o actividad empresarial como persona natural), sin hacer distinciones por la forma a través de la que se adquirió la propiedad; (c) tener más de dos empleados, con el objeto de distanciar el estudio del autoempleo; (d) que sus negocios tengan dos años o más de funcionamiento formal, con el objetivo de distinguir oportunidades

de corto plazo de compromisos de largo plazo con el negocio; (e) tener un rol importante en la empresa en el momento del estudio; (f) trabajar a tiempo completo en su empresa; (g) recibir de su empresa la mayoría de sus ingresos; y (h) estar vinculado con la empresa por un tiempo mínimo de dos años.

Dichos criterios han sido definidos con los siguientes objetivos: (a) distinguir los negocios formales de los informales, independientemente de si sus inicios fueron en el sector informal; (b) excluir el autoempleo (se consideran

dos o más empleados), dado que contratar empleados es un paso muy importante en la actividad empresarial; (c) distinguir oportunidades de corto plazo de un compromiso de largo

plazo con el negocio; (d) asegurar que los empresarios tienen un alto compromiso con sus empresas; y (e) distinguir a los empresarios de los que hacen negocios eventuales.

La recopilación de datos se efectuó mediante entrevistas semiestructuradas llevadas a cabo durante el primer semestre de 2010. Estas se realizaron en campo, en los mismos negocios de los empresarios, y fueron grabadas y transcritas. Se utilizó una guía general de preguntas que fue previamente validada por académicos y personas expertas en el tema. Se usó la clasificación de preguntas cualitativas (seis tipos) empleada por Mertens (2005), y las recomendaciones y el orden de formulación empleados por Hernández, Fernández, y Baptista (2003).

El enfoque que utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación es el cualitativo (Hernández et al., 2003). Este enfoque fue utilizado, siguiendo a Grinnel (1997) y Creswell (2005), porque permitió captar las experiencias del tipo de empresarios involucrados, recolectó las experiencias de los empresarios a través de las entrevistas y permitió desarrollar una investigación cualitativa en los negocios de los empresarios.

Se emplearon tres tipos de fuentes de evidencia: la observación directa, las entrevistas en profundidad y los documentos diversos, siendo las segundas las más empleadas. Se realizaron visitas de campo a los negocios de los empresarios y se observó directamente la rutina diaria a través de la cual estos gestionaban sus negocios.

La información fue procesada mediante el software Atlas ti. Para el análisis individual de los casos, de acuerdo con Hernández et al. (2003), se siguieron tres fases con el objetivo de encontrar elementos comunes. La primera fase consistió en cargar las transcripciones de las entrevistas en el software Atlas, útil para el proceso de análisis de estudios cualitativos. La

segunda comprendió la reducción de información mediante la creación de marcas en los principales párrafos de la transcripción de cada caso. Por último, la tercera fase consistió en la asignación de códigos, los cuales permitieron identificar categorías de análisis de cada uno de los factores identificados.

Los datos de los informantes se presentan en la Tabla 2 (los cuales han sido modificados por razones de confidencialidad) y la Tabla 3 resume el perfil de los informantes. El 46% de los entrevistados se concentra entre los 34 y 42 años, el 55% posee solamente estudios escolares y el 36% tiene estudios universitarios. La mayoría de los casos pertenece al sector comercio; y, generalmente, las empresas se encuentran consolidadas con un promedio mayor a siete años de funcionamiento, con una representatividad de

Análisis de los Resultados de la investigación

Los resultados de los casos estudiados fueron resumidos y organizados sobre la base del análisis transversal de estos. A partir de la investigación realizada, y considerando los diversos modelos existentes para el desarrollo de las micro y pequeñas empresas (MYPES), se han identificado

cinco factores: administrativos, operativos, estratégicos, externos y personales, los cuales limitan la consolidación y el crecimiento de los empresarios de las MYPES.

Factores Administrativos

Dentro de los factores administrativos que limitan el crecimiento de las MYPES, los temas identificados más importantes tienen relación con la gestión de recursos humanos,

aspectos contables y financieros, la administración propia de sus negocios y la capacitación. Las MYPES son, en su mayoría, de tipo familiar, lo que trae consigo que la persona que supla al dueño de esta, muchas veces, no cuente con una preparación y capacitación adecuada. Por este motivo, los microempresarios esperan que sean sus hijos los que más adelante tomen la posta con profesionalismo. La generación de capital humano que continúe la sucesión de la empresa y que sea capaz de trabajar igual que sus fundadores parece ser uno de los principales problemas de este tipo de empresas. Además, la falta de capacitación y de entrenamiento de sus miembros también constituye una barrera importante expresada por los mismos empresarios. Al respecto, uno de los informantes mencionó:

“Dios quiera que podamos internacionalizarnos, aunque para eso también tenemos que ver que los hijos estudien. Sí, que estudien, que salgan adelante también, y el negocio también tiene que crecer, porque yo ya al menos ya estoy un poco de bajadita. Ellos tienen que sacar adelante el negocio.”

Asimismo, de acuerdo con los informantes, parecería que los empresarios tienen como objetivo común obtener utilidades en el menor tiempo posible sin una visión de largo plazo, la gestión de recursos humanos influye en el crecimiento aun siendo informal, la capacitación a sus trabajadores solo se realiza al inicio del vínculo laboral y los aspectos motivacionales están simplemente relacionados con los pagos extras por cumplimiento del trabajo. Respecto a los aspectos financieros y contables, la adecuada administración financiera constituye uno de sus principales retos. La falta de preparación en estos aspectos, unida al nivel de informalidad de muchas de sus operaciones, genera que no cuenten con respaldo suficiente para sus operaciones financieras. La contabilidad es relevante solo para cumplir con los compromisos tributarios;

llevan un control de los ingresos y egresos en cuadernos o incluso de manera mental y los cálculos aproximados son válidos y suficientes. Su operación se basa en prueba y error, como lo afirma el empresario:

“El conocimiento que yo tengo sobre el negocio me ha ayudado un poco a que ya no fracase, porque el tiempo te enseña. Por ejemplo, cuando yo no importaba, daba crédito, pero de cada 10, cinco me deben hasta ahora ... sí, yo ya he aprendido que no debo dar crédito, así este sea requerido con urgencia”.

Factores Operativos

Dentro de estos, los factores identificados que limitan el crecimiento de las MYPES tienen relación con aspectos de mercadeo, establecimiento de precios, control de la producción y control de inventarios. A partir de la investigación realizada, se aprecia que, desde el inicio de los negocios de los empresarios y en el transcurrir de los años, las MYPES perciben que la competencia los obliga a desarrollar estrategias que les permitan permanecer en el mercado. Estas están relacionadas con mejoras en la calidad del producto, estrategias de diferenciación, segmentación de mercado y políticas de precio, aspectos que constituyen los principales retos para su desarrollo:

“Lo único que trato es de traer mercadería nueva”

“Lo que siempre busco es identificar cosas nuevas que ofrecer”

“La competencia es bárbara, yo vivo con la experiencia, y todo lo que estoy sacando me está costando”

En relación con el control de inventarios, la mayoría de los empresarios entrevistados posee conocimientos muy básicos; y lo llevan manualmente, generando un mayor costo por el tiempo invertido en el registro de los movimientos de entrada y salida. Pareciera que uno de los factores críticos para el desarrollo de la MYPES es el mejoramiento de sus capacidades en relación con la gestión de operaciones y gestión logística:

“En el depósito sí sé cuántas cajas tengo, porque están selladas. En las tiendas, no. Cuando salimos queda a la buena voluntad de la vendedora”

“En realidad, nuestro control es bien sencillo, lo llevamos nosotros mismos, nosotros sabemos cuánto material tenemos en el almacén y cuánto vamos despachando, no tenemos un sistema que nos ayude con esto”

Factores Estratégicos

Entre los factores que más destacan, se identificaron el acceso a capital, la falta de una visión de largo plazo y planeamiento y la investigación y conocimiento de mercados. Del total de entrevistados, solo uno de ellos desarrolló un plan estratégico de negocios que le sirvió de guía para gestionar su empresa; los demás empresarios administran sus negocios sin tener una visión, misión y objetivos de largo plazo. Sus proyecciones de corto plazo, específicamente, planifican cómo atender sus campañas durante un año y no se perciben estrategias ambiciosas de largo plazo que impulsen el crecimiento de sus negocios:

“¿Cómo se ve en el futuro? En eso estoy, arreglándome para planificar todo para el próximo año”

“De repente ya cumplí mis metas, espero estar sentado solamente verificando”

“Supuestamente haber crecido, algo estable, estabilizado”

“Igual, pero ojalá que el negocio siga creciendo”

El capital es otro aspecto que limita el desarrollo de las MYPES. En efecto, los entrevistados mencionaron que los bancos les brindaron accesos a créditos, pero que estos después no los acompañaron en su crecimiento. Para obtener su primer crédito no tuvieron problemas, pero posteriormente, conforme fueron aumentando sus necesidades de financiamiento, así como de productos más sofisticados, las instituciones financieras podían atenderlos con montos limitados. Para mayores montos, les exigen garantías reales; y para acceder a otra banca, tendrían que formalizarse y

declarar el 100% de sus ventas.

“El factor que impide crecer más es el acceso al financiamiento, los bancos nos colocan tasas muy altas, esa es la principal traba”

“Más capital para seguir creciendo”

“¿Qué le hace falta para crecer en su empresa? ¡Capital!”

“Creo que más capital me ayudaría a comprar máquinas de avanzada, con las que podría ofrecer productos más elaborados”

Factores Externos

Entre estos factores, los de mayor incidencia aluden a la corrupción, informalidad y tecnología. Los menos mencionados y de menor incidencia se refieren a temas relacionados con la competencia y el Estado. En relación con el tema de la corrupción/informalidad, muchos de estos empresarios operan en el mercado sin pagar impuestos, generando una competencia desleal

con los empresarios que sí son formales, y muchos de ellos se ven obligados a aceptar esta forma de trabajo. Esto genera a su

vez que no puedan demostrar ante las entidades financieras su movimiento real y no puedan acceder a mejores condiciones crediticias en tasas y mayores montos, como los mismos informantes lo indican:

“Pero si todos pagaran los impuestos, yo estoy seguro que sería bueno y nos iría bien. El problema es que yo voy a pagar impuestos ... solo y los demás no, y por eso es que ellos baratean. Si yo llego a pagar impuestos, lo normal, yo voy a fracasar, porque mi competencia no paga impuestos y pueden vender más barato que yo. Si todos pagáramos igual, normal tributarían, pero es una competencia desleal, uno paga y el otro no, entonces no se puede competir, y tú también tienes que entrar al juego sin querer, la necesidad te obliga. El Estado es un destructor, a todos los que estamos ligeramente organizados nos ataca, en cambio los ambulantes están felices”

”Hay muchos informales que, como tú dices, no pagan los impuestos y venden barato, y uno paga todo sus impuestos y todo... . Vender al mismo precio en realidad ya no compensa. (El acceso a la tecnología, así como la fuerte competencia del mercado, fueron factores también mencionados por

los empresarios. Respecto a lo primero, tal acceso es bastante limitado en relación con su giro de negocio o con la gestión administrativa de sus empresas.

Otro factor importante es la competencia, lo cual ha sido resaltado por los empresarios MYPE como una categoría importante en sus retos para desarrollarse en el mercado y crecer:

“Hay mucha competencia, pero ahora que somos conocidos, damos crédito a las peladoras, entonces ellas ya son fieles con nosotros, ya tenemos clientela”.

“Gracias a la competencia es que nosotros podemos esforzarnos por tratar mejor al cliente, por ofrecer mejores precios. Gracias a la competencia tenemos la posibilidad de mejorar nuestra calidad, porque la competencia de repente por venderlo a un sol menos hace mal el producto”.

También los informantes de las MYPES perciben que el Estado ha tenido una actuación pasiva frente al crecimiento de los empresarios; específicamente, desde su percepción el Estado no cumple su rol de promotor, no brinda capacitación y no promueve su formalización:

“El Estado no nos ha ayudado en nada”

“El Estado no ha participado en mi negocio, no ha aparecido

“El Estado, como propulsor, no lo hemos necesitado, como cliente ha sido excelente”

Factores Personales

Si bien esta categoría no ha sido identificada en la literatura previa, el estudio la identificó también como parte de los factores que podrían limitar el crecimiento de las MYPES. Los factores personales identificados incluyen la motivación generada por terceros para iniciar, crecer e implementar nuevos negocios, la educación en la gestión de empresas y

la experiencia de los empresarios.

El principal factor personal tiene relación con el mentoring, o la motivación que proviene de terceros para iniciar y emprender negocios. Los entrevistados iniciaron sus empresas influenciados y motivados por terceros.

Después de que trabajé en productos Field un amigo me inició en la venta de polos de niños. Yo no sé si había nacido para ser vendedor, pero en ese tiempo, como no había trabajo, me inicié en el negocio de los polos de niños. Eso fue lo que más aprendí y lo que fue más rápido para mí”.

“Entonces tenía un padrino que prácticamente vendía bastante cantidad de madera cedro y pumaqui. Hablé con él y le dije que quería invertir en el negocio de la madera, aceptó, le di la plata y me puso todo el local de puro cedro y pumaqui. Así empecé”.

“Un colega mío me da la pista de que el negocio de las zapatillas era más rentable que los demás —como, por ejemplo, la importación de ropa—. Entonces elegí lo que era más rentable, que es donde me quedé hasta hoy día”.

“Me encontré con una prima que trabajaba en una distribuidora cercana, quien me propuso vender porque había buenas ganancias. Me dijo que debía alquilar una tienda en Mesa Redonda y que ella me ponía la mercadería. Así empecé”.

La educación y preparación para la gestión de los negocios es una categoría importante en las posibilidades de crecimiento de las MYPES:

“No estoy preparado para administrar mis negocios, lo hago como si administrara mis bienes, de una manera arcaica, o algo así. No tengo estudios para administrar un negocio”.

“Tengo secundaria completa y soy técnico electricista; por eso me gusta, es mi hobby, soy técnico electricista”.

“Tengo secundaria completa. Hice una carrera de Ingeniería de Sistemas, hice otra carrera de enfermería, y diseño gráfico también; actualmente, estoy estudiando comercio exterior. Pero esas carreras las he culminado no como para desenvolverme en el área, sino para aplicarlas a mi negocio”. “No he terminado mi tercero de secundaria, me fui a un pueblo alejado en Puno, donde nací. Mis padres me habían llevado a Tacna para que yo aprendiera algo, o sea, me educaron de otra forma en Tacna, porque allá en Puno no conocen la buena educación, no conocen nada. Estudié hasta tercero de secundaria nada más”.

La experiencia es un factor personal que también surgió en el estudio: “Te diré que a mí lo que más me ayuda es mi experiencia, la experiencia y lo que conozco de este negocio”

A manera de discusión final, la presente investigación ha permitido identificar los siguientes factores que tienen influencia con el desarrollo de las MYPES en el Perú. Dentro de los factores administrativos que limitan el crecimiento de las MYPES, los temas identificados más importantes tienen relación con la gestión de recursos humanos, aspectos contables y financieros, la administración propia de sus negocios y la capacitación. En relación con los factores de carácter operativo que limitan el crecimiento de las MYPES, para poder competir y mantenerse en el mercado, parecería que los empresarios MYPE desarrollan estrategias relacionadas con la mejora de calidad de sus productos. Los conocimientos en materia de logística son muy básicos respecto al planeamiento de las operaciones de producción y el control de inventarios, la relación con los proveedores se basa en un nivel de confianza mutua, el tema

de precios lo manejan muy bien, estiman sus márgenes de ganancia, llevan un concienzudo control de sus gastos de forma manual y cada cierto tiempo observan cuánto tienen de capital en el banco, en caja y en mercaderías.

En cuanto a los factores de carácter estratégico, parecería que uno de los problemas más frecuentes que afectan a los empresarios es su visión de corto plazo, que no suelen desarrollar planes estratégicos que les sirvan de guía para la gestión de sus empresas, sino que administran sus negocios

sin tener una visión, misión y objetivos de largo plazo. Además, no existe un patrón definido que haya permitido el crecimiento de las MYPES, son diferentes para cada uno. Respecto de los factores externos, parecería que la informalidad es una de las barreras que impide a estas empresas convertirse en medianas. También parecería que el rol del Estado en este punto ha sido insuficiente, al no desarrollar mecanismos y programas que promuevan la formalización y capacitación de los microempresarios. En relación con los factores de carácter personal que limitan el crecimiento de las MYPES, parecería que no hay relación entre el grado de instrucción y el crecimiento de los empresarios; parecería que muchas de las limitaciones se deben a la falta de educación en la gestión de negocios; se basan en su experiencia previa, y por ello no desean ni buscan ampliar sus conocimientos para lograr una mayor amplitud en sus negocios.

Limitaciones y Recomendaciones encontradas en esta parte del estudio

El presente estudio presenta las siguientes limitaciones: (a) no se hacen generalizaciones estadísticas acerca de la población; (b) la recolección de datos está basada en entrevistas en profundidad, y los empresarios podrían

no haber compartido razones personales y profundas acerca de los factores que limitan el crecimiento de sus empresas; (c) la definición de formalidad está referida a los aspectos legal y tributario de las empresas, es decir, son consideradas como formales aquellas que tienen una actividad económica legal, que operan como personas jurídicas o personas naturales con actividad empresarial, aunque ello no necesariamente significa que cumplen con todas las normativas laborales y fiscales; y (d) una de las dificultades de investigar a las MYPES es la falta de una base de datos sobre la cual construir muestras representativas, por lo que la investigación ha usado un muestreo de propósito que disminuye la generalización de los resultados. Sobre la base de los resultados del estudio, se presentan las siguientes recomendaciones prácticas orientadas a las políticas públicas y los programas de apoyo relacionados con el crecimiento de los micro y pequeños empresarios. (a) Establecer estadísticas nacionales sobre las actividades empresariales de los micro y pequeños empresarios, en especial las que muestren información sobre los factores que limitan el crecimiento de las MYPES. (b) La escasa preparación en la gestión de empresas con la que el empresario emprende un negocio origina que tenga pocos recursos para manejarlo, por lo que se recomienda promover talleres, seminarios, cursos y programas de capacitación integral especialmente dirigidos a este sector. (c) Se recomienda crear un fondo de garantía que permita al empresario acceder a mayores montos de préstamo en las diferentes entidades financieras. (d). El escaso uso de tecnología por parte de los empresarios de la MYPE en los diferentes procesos de producción, comercialización, distribución y control de inventarios está limitando su crecimiento; en tal sentido, se recomienda promover entre los empresarios el acceso a tecnología apropiada. (e) Se recomienda generar mecanismos que motiven al empresario MYPE a operar dentro de la formalidad y sancionar a los empresarios que no pagan impuestos y compiten de manera desleal, generando una distorsión en el mercado.

El estudio ha sido realizado en Lima Metropolitana. Futuras investigaciones pueden estar orientadas a: (a) ampliar el alcance del estudio a otras áreas geográficas del Perú; (b) validar los resultados con una muestra estadística que permita generalizar los resultados, (c) analizar los factores que tienen más impacto en el crecimiento y desarrollo de las MYPES, y (d) analizar la correlación entre los factores identificados con el crecimiento de las MYPES.

SEGUNDA CONCLUSION:

ACERCA DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS EMPRESAS Y EL CRECIMIENTO ECONOMICO DEL PAIS

a. La evidencia internacional demuestra que el uso de las tecnologías de información y comunicaciones (TIC) favorece al crecimiento económico y a su vez a la productividad de las empresas (OECD, 2004). El mecanismo por el cual la adopción de las TIC por parte de las firmas conduce a aumentos de productividad se da a través de su contribución al procesamiento de la información, con canales de las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) de comunicación cada vez más rápidos, procesos de aprendizaje y a la toma óptima de decisiones por parte de las empresas (Heeks, 2002). El desempeño de Perú en cuanto al uso de las TIC está por debajo del de Estados Unidos y de los países de la Alianza del Pacífico (AP). La adopción de las TIC en el Perú requeriría aumentar un 56% para llegar al promedio de los otros países socios de la AP.

La tenencia de equipos informáticos, en el contexto de las TIC, resulta fundamental para el desarrollo de las operaciones de muchas empresas y en especial para su potencial crecimiento. De acuerdo con la ENE 2015, el equipo informático más usado es la computadora de escritorio puesto que el 78% de las empresas dispone de al menos una de ellas, aunque sólo el 55.8% posee alguna multifuncional y el 51.2%, de teléfonos móviles con acceso a internet. De acuerdo al

estrato empresarial, el uso de computadoras por parte de las microempresas se reduce a 69.6% y crece a casi 100% en las grandes empresas.

Cabe señalar que el 67% de las MYPE del sector manufactura disponían de alguna computadora en su empresa en el 2012 según la Encuesta de la Micro y Pequeña Empresa (EMYPE) mientras que

de acuerdo con la ENE 2015 esta cifra habría aumentado a 81.6%¹⁷. Asimismo, en promedio, las MYPE disponen de 6 computadoras por empresas, 5 teléfonos móviles con acceso a internet y 4 laptops. La antigüedad de los equipos también resulta relevante para el desempeño de las empresas. Del total de computadoras de escritorio, el 55% posee una antigüedad menor o igual a 3 años. Estos equipos son los que se dispone con mayor antigüedad. Por el contrario, el 91% de los smartphones tiene una antigüedad menor o igual a 3 años. Por tamaño empresarial, el 70% de las grandes empresas posee computadoras modernas mientras que el porcentaje se reduce a 57.3% en las microempresas. A nivel sectorial, el que posee mayor porcentaje de empresas con computadoras con igual o menos de 3 años de antigüedad es el sector de pesca y acuicultura.

En promedio, el 53.6% de los trabajadores de una empresa utiliza computadoras por lo menos una vez por semana. A nivel sectorial, en promedio, el 62% de los trabajadores del sector servicios utilizan

ordenadores en sus empresas. No se registra mucha heterogeneidad según estrato empresarial, ya que el porcentaje promedio de los trabajadores de las microempresas que usa

computadora es 54% mientras que en el caso de las grandes y medianas empresas es 67%. Sin embargo, al controlar por posibles

valores atípicos utilizando otra medida de tendencia central como la mediana, se observa que persiste una gran diferencia entre pequeñas empresas (33%) y grandes empresas (80%).

El 48.5% de las empresas no maneja ningún tipo de sistema de gestión informatizado (software). A nivel sectorial, las actividades financieras lideran el porcentaje de empresas que poseen al menos un sistema de gestión informatizado (80%). De acuerdo al tamaño empresarial, el 35.7% de las microempresas posee un sistema de gestión informatizado; mientras que la cifra bordea el 100% en el caso de las grandes empresas. De acuerdo a la EMYPE 2013, cerca de la tercera parte de las MYPE del sector manufactura disponían de algún sistema de gestión informatizado e su empresa en el 2012. En el 2014, esta cifra habría aumentado a la mitad. De las empresas que sí manejan al menos un tipo de software, el más usado es el contabletributario. El 64.5% de las empresas del sector minería posee este software y lidera en porcentaje al resto de sectores.

El comercio electrónico también se ha convertido en una herramienta clave para el crecimiento de las empresas. Esta adopción tecnológica incrementa la productividad e impulsa la formalización, lo que finalmente genera mayores niveles de venta. Esto es posible gracias a que el uso de medios electrónicos como el Internet y las redes sociales permiten ingresar a nuevos mercados reduciendo significativamente el costo de transacción para la empresa. Por ello, el uso de redes sociales y otras herramientas a través de Internet se ha incrementado significativamente en la última década, pese a que aún mantenemos un rezago respecto a los países más importantes de la región Latinoamericana. A nivel nacional, todavía existe una brecha significativa para incorporar a las empresas al mundo de internet a través del uso de página web, redes sociales y

Linkedin, ya que sólo la tercera parte de las empresas utilizaron sitios web o redes sociales en el 2014. El sector servicios es el sector con mayor

uso de páginas web y redes sociales (50.1% y 36.36% respectivamente). Además, sólo el 20.5% de las microempresas ha utilizado páginas web para fines comerciales o de coordinación. En el caso de las medianas y grandes empresas, esta cifra alcanza los dos tercios. El uso del servicio de páginas web o redes sociales posee distintos fines, entre los que destacan la búsqueda de productos, servicios e información, el soporte a los clientes, la promoción de los productos, la comunicación, la banca electrónica, entre otros. La brecha de uso de redes sociales según tamaño empresarial se reduce puesto que el porcentaje en las microempresas aumenta a 25.8%, en tanto en las grandes y medianas asciende a 37.3% y 43.7% respectivamente.

En el año 2014, respecto a las diversas tecnologías de información y comunicación a las que tuvieron acceso las empresas, el 93.5% de las empresas que tuvieron computadora o laptop tuvieron acceso a internet, mientras que el acceso a intranet y extranet está por debajo del 9%. El porcentaje de los que no tienen acceso asciende a 9.9% en el caso de las microempresas y 0.3% en el caso de las grandes empresas. Según la EMYPE, en el 2012, el porcentaje de las MYPE manufactureras que tuvieron acceso a internet ascendió a 90% de modo que en el transcurso de tres años no se ha registrado un cambio significativo.

El 6.5% del total de empresas no posee internet. La principal razón por la que no cuentan con este servicio es que el 55.5% de estas empresas considera que no lo necesita o no es útil para las actividades relacionadas a la empresa. Por otro lado, el porcentaje promedio de trabajadores que utilizaron el servicio de internet fue de 54.7%. Por tamaño de empresa, el porcentaje sube a 63% y 65% en el caso de las medianas y grandes empresas, respectivamente. No obstante, la cifra se reduce a 51% para el caso de las pequeñas empresas. El 73.5% de las empresas ha tenido al menos un problema relacionado al servicio de internet. No existe mucha diferencia al

distinguir a las firmas por tamaño, dado que el porcentaje es el mismo en el caso de las microempresas, en tanto en las grandes se reduce solo a 66.7%. Entre las empresas que reportaron algún problema, el principal es el referido a la velocidad de conexión dado que el 77.4% de estas empresas lo tuvieron. Esto afecta negativamente en el funcionamiento de las empresas a medida que puede generar la paralización de las actividades productivas y come

Si bien el 56.9% del total de las empresas presentaron dificultades en la conexión a internet, el problema se agrava en la zona noreste del Perú ya que nueve de cada diez empresas ubicadas en Amazonas, Loreto y Pasco señalaron presentar este tipo de problema. De los que poseen banda ancha como tipo de acceso que utiliza la empresa para acceder a internet, el 56% presenta problemas mientras que los que poseen banda angosta esta cifra aumenta a 65%. El problema de las interrupciones en el servicio también es significativo. A nivel regional, Huancavelica, Ayacucho y Madre de Dios son las que poseen los mayores porcentajes de empresas con interrupciones en el servicio de internet (67.9%, 66.8% y 66.6% respectivamente comparado con el 36.4% a nivel nacional). Otra herramienta importante en la actualidad para facilitar el comercio es el uso del terminal de pago (POS) por parte de las empresas, pese a ser aún incipiente el uso entre las empresas peruanas. A través de este dispositivo informático se puede realizar ventas utilizando tarjetas de crédito o débito. Solo el 10.4% de las empresas peruanas han usado esta tecnología en el 2014. Existen brechas por estrato empresarial dado que a mayor nivel de venta existe mayor capacidad para cubrir los costos del uso de POS. A nivel sectorial, las actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas, así como las de alojamiento y de servicio de comidas son las que poseen mayor proporción de empresas que usan el terminal de pago (35% y 33.5% respectivamente

b. El capital human

La vasta literatura de desarrollo económico coincide en la importancia del capital humano como determinante de la productividad de una empresa y, por ende, del crecimiento económico

del país (Lucas, 1988; Mankiw, Romer, & Weil, 1992). En la práctica, contar con personal calificado le permite a la empresa diseñar y ejecutar procesos eficientes de producción y comercialización. Para lograrlo, se requiere de una serie de variables que forman parte del capital humano, tales como la educación, la capacitación en las empresas, la salud, entre otros. En el caso del Perú, las deficiencias en el sistema educativo superior y de capacitación han generado brechas significativas con países como Chile, Argentina y Uruguay.

Según resultados de la ENE 2015, el 38% de los propietarios o conductores de las empresas poseen educación superior universitaria completa, cifra que aumenta a 48.4% si se considera a los que poseen educación superior universitaria incompleta. A nivel regional, Huánuco y Ayacucho son las regiones en las que existe mayor proporción de conductores con educación superior universitaria (67.8% y 62.8% respectivamente). Por estrato empresarial, mientras mayor sea el volumen de ventas, el propietario posee mayor nivel educativo. En el caso del post grado, el conductor de la mediana y gran empresa posee casi cinco veces la proporción de conductores de las MYPE que tiene este grado de instrucción. De acuerdo con la EMYPE 2013, el 31.3% de los conductores de las MYPE manufactureras poseían educación superior universitaria en el 2012

Sólo el 19.5% de los conductores de las MYPE ha asistido a algún evento de capacitación o asistencia técnica relacionado a temas de gestión empresarial o de producción durante el 2014. La región con mayor proporción de conductores que se han capacitado es Ica (37.7%) mientras que la región con la menor proporción es Tumbes (9.5%). En cuanto al tamaño empresarial, la pequeña empresa posee mayor proporción de capacitaciones recibidas que la microempresa.

Se destaca que existe un incremento en el porcentaje de los conductores de las MYPE del sector manufactura que se han capacitado puesto que se incrementó de 19% en el 2012 (EMYPE 2013) a 22% en el 2014 (ENE 2015). En cuanto a temas de gestión empresarial, el principal tema de las capacitaciones giró en torno a comercialización o marketing (el 22% del total) mientras

que el 21% abordó temas técnico productivos. Casi la totalidad de los conductores que recibieron capacitaciones aplicaron los conocimientos adquiridos. En cuanto a los conductores que no se capacitaron, la principal razón radicó en la falta de tiempo. A nivel sectorial, las empresas del sector pesca y acuicultura y del sector construcción son las que menor tiempo disponen para eventos o cursos de capacitación. Asimismo, servicios como las actividades inmobiliarias y enseñanza declararon que no necesitan estos eventos o cursos (56.7% y 56.4%, respectivamente).

Otro aspecto importante del capital humano en las empresas es el nivel educativo de los trabajadores. En promedio, el 34.8% de los trabajadores poseen educación universitaria y el 24% posee educación técnica. Al desagregar la participación promedio por educación universitaria completa e incompleta se destaca que la mayoría culminó el nivel educativo tanto en la educación universitaria como técnica (25% en el caso de la universitaria y 17.2% en el caso

de la técnica). Según tamaño de empresa, la participación de los trabajadores con educación primaria o secundaria se reduce mientras mayor sea el nivel de ventas y lo contrario sucede en cuanto a la participación de los trabajadores con post grado

En relación con el tema de capital humano en las empresas, el 42.2% de las empresas indicaron que sus trabajadores recibieron alguna capacitación en el 2014. Las regiones donde existe mayor proporción de empresas cuyos trabajadores se capacitaron alguna vez fueron Amazonas, Arequipa y Lambayeque (53.9%, 49.7% y 48.1% respectivamente), mientras que las regiones con menor proporción son Ucayali y Tumbes (13.4% y 18.5% respectivamente). Se registra diferencias por tamaño empresarial puesto que las grandes empresas capacitan a más del doble del porcentaje de sus trabajadores que lo registrado en las microempresas.

Del total de empresas con trabajadores capacitados durante el 2014, en 42.1% de ellas la capacitación fue brindada por la misma empresa o casa matriz, el 32.5% por proveedores; y el 12.7% por entidades públicas. El principal tema de las capacitaciones fue la seguridad y salud en el trabajo, ya que la participación promedio de los trabajadores capacitados en este tema fue

39% respecto del total de capacitados. De acuerdo a las empresas que no capacitaron a su personal, la principal razón que explica su elección es que consideraron que no era necesario (60%), mientras que el 15% respondió que se debe a una escasez de recursos. A nivel sectorial, el sector que más necesitó capacitar a sus trabajadores pero no pudo hacerlo fue el de las industrias manufactureras. El 42% de estas empresas manufactureras reportaron que la principal razón fue la escasez de recursos. Resalta también que el 55% de las empresas del sector minero necesitó capacitar a su personal pero no pudo hacerlo porque no encontró el tipo de capacitación requerida en el mercado.

c. Productos financieros

El sistema financiero canaliza los recursos de los agentes superavitarios de capital hacia aquellos deficitarios mediante diversos productos financieros. En ese sentido, el desarrollo de un sistema financiero se mide por la capacidad de otorgar capital a estos agentes deficitarios que tienen potencial de crecimiento. La evidencia internacional revela que el acceso al financiamiento es uno de los mayores obstáculos para el crecimiento de las empresas (Banerjee & Duflo, 2004). En el contexto internacional, el octavo pilar de competitividad Global (WEF, 2015) referido al desarrollo del mercado financiero establece comparaciones entre distintos países; según este indicador, el Perú se encuentra por debajo de países como Colombia y Chile.

De acuerdo a la información de la ENE 2015, el 37.6% de las firmas utilizó algún tipo de producto financiero en el Perú durante el 2014. Los resultados evidencian que por tamaño de empresa, solo la tercera parte de las microempresas utilizaron algún producto financiero mientras que las dos terceras partes del total de las grandes empresas lo usaron. Comparando la ENE 2015 con la EMYPE 2013, el porcentaje de MYPE de

la industria manufacturera que ha accedido a algún tipo de financiamiento ha crecido de 43.1% en el 2012 a 45.5% en el 2014. A nivel sectorial, construcción y manufactura fueron los sectores que tuvieron mayor porcentaje de empresas que accedieron a algún tipo de financiamiento (53.7% y 48% respectivamente). Además, el 56.9% de las empresas de Cajamarca utilizaron algún instrumento financiero y es la región con mayor proporción en comparación con el resto de regiones. Entre las empresas que usaron algún producto financiero, el más utilizado fue el crédito para capital de trabajo. Sin embargo, las cifras permiten constatar que existen más empresas que solicitan crédito para consumo que para inversión en activo fijo, pese a que los créditos de consumo generalmente están relacionados a tasas de interés más altas.

De acuerdo a las cifras de la ENE 2015, sólo el 33.6% de las MYPE solicitaron un crédito en el 2014. Detrás de ello está el factor de evaluación del riesgo puesto que una evaluación crediticia a los ingresos de una persona natural con o sin negocio y una evaluación crediticia a una persona

jurídica son procesos absolutamente distintos; pero claves para la correcta redistribución de la liquidez entre los factores productivos de una firma. El

problema radica no sólo en el acceso al financiamiento; sino también en el uso. Así, la problemática para la colocación eficiente de un crédito empresarial o para capital de trabajo y uno de consumo puede tener dos explicaciones: (i) Por el lado de la oferta, las entidades financieras podrían no estar realizando un correcto análisis de sus clientes, incentivados principalmente por las mayores rentas que generan los créditos de consumo; y (ii) Por el lado de la demanda, los usuarios de los créditos podrían no gestionar exitosamente el crédito adecuado a sus necesidades.

De esta forma, se hace evidente que el capital es canalizado de forma diferente a la naturaleza del crédito a través del cual fue solicitado, el acceso y el uso del financiamiento son determinantes para la competitividad del negocio. Si las empresas no utilizan de forma adecuada el financiamiento, podrían terminar pagando más por él y perjudicando su retorno. El Banco Mundial (2015) señala que mejorar el acceso al crédito a un precio eficiente puede impulsar la expansión de las empresas y la adopción de tecnología, lo cual contribuye al crecimiento de la productividad. Asimismo, otro indicador de la profundización financiera es el uso de créditos o préstamos de prestamistas o personas naturales. Al respecto, el 10.3% del total de las empresas ha utilizado crédito de prestamistas. A nivel sectorial, el 13.5% de las empresas manufactureras han accedido a este tipo de crédito. Al igual que los productos financieros analizados previamente, Cajamarca es la región en la que existe mayor proporción de empresas que ha utilizado crédito de personas naturales (20%). De acuerdo al tamaño de la empresa, se registra que las empresas más pequeñas son las que incurren en este tipo de financiamiento.

Respecto del último crédito obtenido en el año 2014, el 23.0% de estas empresas manifestaron haber tenido dificultades tales como altos intereses (16.6%), no les otorgaron el monto que solicitaron (2.5%), entre otros factores. En el caso de las MYPE, el 17.2% señaló que la principal dificultad respecto al último crédito obtenido fueron las tasas de interés; este porcentaje se reduce a 12.2% en el caso de las medianas y grandes empresas. A nivel sectorial, se destaca que las empresas del sector minería y pesca y acuicultura registraron las mayores dificultades en cuanto al último crédito obtenido. En el caso del sector minero, el 9.6% de las empresas indicó que no le otorgaron el monto que solicitó. En cuanto al sector pesca y acuicultura, el 18.7% indicó que el periodo de gracia era muy corto. A nivel regional, Ayacucho presentó la mayor proporción de empresas con al menos un problema en cuanto al último crédito accedido (20.4%), principalmente por altos intereses.

El papel que juega la infraestructura en el crecimiento económico y en la productividad de las empresas es de suma importancia (Rozas & Sánchez, 2004). La infraestructura productiva aumenta la eficiencia en el uso de los recursos físicos al facilitar el traslado de los bienes finales e intermedios así como en la reducción de los costos en la cadena de valor. En 4.4 Infraestructura productiva el contexto internacional, el segundo pilar del Reporte de Competitividad Global (WEF, 2015) referido a la infraestructura establece un puntaje al desarrollo de la infraestructura de los países. De acuerdo a este reporte, el Perú se encuentra por debajo de los países de la Alianza del Pacífico y representa el 60% del puntaje obtenido por Estados Unidos.

En el Perú, el 42% de las empresas posee vehículo propio para el transporte de insumos y/o productos. La proporción es casi la misma en el caso de las microempresas (40%), mientras que esta cifra aumenta a 59.8% en las grandes empresas. En promedio, las medianas y grandes empresas poseen 4 vehículos propios por empresa. A nivel sectorial, el que cuenta con mayor porcentaje de empresas con vehículo para el transporte de mercadería es el de pesca y acuicultura. Asimismo, el 10.3% de las empresas en el Perú cuenta con alguna mototaxi. Cabe precisar que el 11.2% de las empresas transportó sus insumos y/o productos por otras vías alternativas al transporte terrestre. La más utilizada entre estas es la vía aérea mediante la cual el 5.5% del total de empresas transporta sus bienes, seguido de los puertos marítimos (4%).

En el Perú, el 18.1% de las empresas posee una flota de vehículos muy moderna (menos de 3 años) y el porcentaje se incrementa a 79.7% si se estima a las empresas con una flota menor a 10 años. Sin embargo, solo el 73.2% de las microempresas que posee un vehículo propio tiene una flota de estas características mientras que en las medianas y grandes la proporción es 95.3%.

A nivel sectorial, el 92.1% de las empresas de la actividad de pesca y acuicultura poseen vehículos con una edad menor a 10 años. Sin embargo, solo el 10.9% del total de sus vehículos son muy modernos cifra que se encuentra por debajo del promedio e incluso de todos los sectores con excepción de las industrias manufactureras (9.8%).

El 48% de las empresas ha tenido algún problema relacionado al transporte terrestre. El principal problema experimentado por las empresas es el inadecuado estado de las vías. Las empresas del sector construcción y explotación de minas son las que más declaran haber tenido este problema en relación a otros sectores (54% y 48% respectivamente).

El servicio de energía constituye un elemento importante de la infraestructura necesaria para el adecuado desarrollo de las empresas. En términos de cobertura empresarial, la provisión de electricidad está en gran medida avanzada ya que el 99% de las empresas cuenta con energía eléctrica por red pública en el local principal. No obstante, el 54.9% presentó algún problema relacionado a este servicio. A nivel sectorial, las industrias de manufactura y de minería son las más afectadas (65.3% y 65%) debido al requerimiento de este servicio de manera óptima para el desenvolvimiento de sus actividades. Existen bastantes trabas a nivel regional, en especial, en las regiones de Loreto, Amazonas y Madre de Dios en donde el 94.3%, 92.3% y 92% de las empresas enfrentan problemas en el servicio de electricidad. A nivel regional, Madre de Dios, Cusco y Pasco

son las que poseen la mayor duración de corte de energía eléctrica. En el 2014, sólo el 3% de las empresas presentaron una solicitud para obtener una conexión nueva de energía eléctrica la cual fue atendida en 20 días en promedio.

De igual manera que el servicio de energía, el servicio de agua contribuye a desarrollar un adecuado funcionamiento de la actividad productiva. En términos de cobertura empresarial, la provisión de agua está también bastante avanzada ya que el 90% de las empresas cuenta con agua por red pública en el local principal. El 49.4% de las empresas tuvo algún problema en el

suministro de agua potable. Las brechas regionales son notorias también en tanto en Pasco, Loreto y Ucayali presentan un porcentaje significativo de empresas con problemas en este servicio (87.7%, 81.2% y 80.3% respectivamente). A diferencia del servicio de energía eléctrica, el principal problema reportado por las empresas son los cortes programados seguido de los no programados. En cuanto a la caracterización regional, sucede lo mismo que con el servicio de energía eléctrica puesto que la mayor duración de cortes se produce en las Regiones de Madre de Dios, Pasco y Cusco.

d. Prácticas de gestión empresarial de administración moderna

Los conocimientos aprendidos en gestión empresarial son aquellos que se emplean en la dirección, organización, planificación y control de las diferentes funciones de una empresa. Se considera que el desarrollo de una empresa se produce en la medida que los encargados de la gestión empresarial obtengan, renueven o actualicen su manejo de prácticas de gestión, de manera que estas prácticas sean pertinentes para el tamaño de su empresa y el giro de su actividad. La obtención de conocimiento de prácticas se logra mediante la participación del conductor de la empresa en cursos de capacitación presenciales, curso de capacitación virtual, pasantías, asesorías o tutorías. Las prácticas de gestión empresarial en el Perú, vistas como el grado de sofisticación del negocio, han estado ligeramente desfasadas en comparación con los países de la región de acuerdo al Reporte de Competitividad Global (WEF, 2015). Incluso, solo llega al 70% del valor obtenido por Estados Unidos.

Al respecto, la ENE 2015 cuenta con una amplia información sobre las principales prácticas de gestión aplicadas por las empresas peruanas, las cuales engloban temas como las compras de insumo o mercaderías, almacenes e inventarios, producción, comercialización, gestión de residuos, cadenas de frío, pago de impuestos, servicios externos, calidad de procesos, productos y certificaciones.

Toda empresa necesita adquirir recursos para la realización de sus operaciones. La gestión de compra de insumos o mercaderías constituye el conjunto de actividades a realizar por la empresa para satisfacer esa necesidad del mejor modo posible. Uno de los medios para mejorar la competitividad es producir a bajos costos y con alta calidad. Esta afirmación implica que el sistema de producción debe ser abastecido de insumos que cumplan las condiciones más ventajosas posibles. En ese sentido, durante 2014, el 57,6% de las empresas realizó la compra de

4.5.1 Compras de insumos y mercancías insumos o mercaderías a distribuidores mayoristas o minorista.

A nivel de tamaño empresarial, las microempresas son las que menos compran de forma directa al productor, ya que un 63,9% compra a

un distribuidor sea mayorista o minorista. Un comportamiento similar se encuentra en la mediana empresa (60% compra directamente a un productor). Por el contrario los estratos empresariales donde una mayor cantidad de empresas realiza compras directas al productor son las grandes y pequeñas empresas.

Cabe mencionar que a nivel sectorial, el principal sector que compra de manera directa a productores es el sector comercio. Por el contrario, el sector transporte es el que realiza en menor magnitud esta compra directa. En lo que concierne a compras a distribuidores mayoristas o minoristas, el sector construcción realiza las mayores compras ya que el 72.1% de empresas compran a los distribuidores. Por otro lado, un tema muy importante en la gestión empresarial son las interrelaciones que existen entre los conductores de las empresas y los proveedores. Por tal motivo se analizan los principales medios por los cuales se contacta a los proveedores. En ese sentido, a través de la ENE 2015, se puede mencionar que el principal medio publicitario por el

cual una empresa llegó a conocer a sus proveedores, indistintamente del tamaño empresarial y fue por referencia de conocidos. Esto es de suma importancia ya que revela que el factor de reputación y confianza que crea un proveedor tiene impacto en el desarrollo empresarial. Continuando con el tema de proveedores, las empresas peruanas no solo tienen opción al requerimiento de insumos por

parte de los proveedores nacionales sino también lo pueden hacer a proveedores extranjeros. En ese sentido, en el 2014, el 14% de empresas peruanas realizaron pedidos a proveedores internacionales. Un análisis a nivel de estrato empresarial muestra que las empresas medianas y grandes son las que realizan mayores pedidos a proveedores internacionales, mientras que solo el 9% de las microempresas realiza estos pedidos. Asimismo, los sectores comercio y manufactura son los que realizan los mayores pedidos a proveedores internacionales. Por otro lado, es relevante conocer las razones por las cuales las empresas realizan pedidos de insumos a proveedores internacionales. Esta información puede permitir a los hacedores de política conocer las limitantes que poseen las empresas al momento de adquirir bienes y/o servicios de proveedores nacionales. Se encuentran que las principales razones por las cuales las empresas realizan pedidos a proveedores internacionales son “No encontró el insumo en el mercado local”, “Precio” y “Calidad”. Esto muestra la poca oferta y diversidad de productos para atender la demanda intermedia de las empresas al interior del país, así como una baja competencia. Así también, entre las principales razones por las cuales las empresas no realizaron pedidos a proveedores internacionales se encuentra que las empresas no conocen los procedimientos de importación y el elevado costo del mismo.

e. Almacenes e inventarios

El actual entorno internacional muestra la necesidad de adoptar mejores prácticas en la gestión de compras incorporando tecnologías al proceso para maximizar el ahorro, obtener ganancias a través de la eficiencia y crear resguardos ante fraudes. En ese sentido, se puede mencionar que el 14% de las empresas realizaron compras por Internet para su empresa durante el 2014. A nivel de estrato empresarial, son las medianas y grandes empresas las que más utilizaron este medio para realizar compras. Asimismo, el 36% de las empresas que realizaron compras por Internet lo hicieron al exterior, lo que brinda indicios de que el Internet se ha convertido en un medio utilizado por empresas para generar comercio local, principalmente con el objetivo de reducir los costos de transacción (movilización y comunicación, entre otros). El almacén nos permite realizar las operaciones y actividades necesarias para suministrar los materiales o

artículos en condiciones óptimas de uso y con oportunidad, con el fin de evitar paralizaciones por falta de ellos o inmovilizaciones de capitales debido a sobre existencias (Tompkins & Smith, 1998). Los almacenes son un medio para el desarrollo y mejoramiento de la potencialidad de la empresa. En el 2014, alrededor del 50% de las empresas peruanas almacenó insumos, productos o mercaderías. Para hacer más sencillo el análisis nos referiremos a insumos, productos o mercaderías como solamente insumos. Por otro lado, cabe mencionar que el almacenamiento

de insumos tuvo una relación positiva respecto al tamaño empresarial, es decir, una microempresa almacenó alrededor del 49% de sus insumos, mientras que la pequeña, mediana y gran empresa almacenaron más del 50% de los mismos. Un análisis a nivel sectorial nos muestra que los sectores con mayor almacenaje de insumos fueron Manufactura y Comercio. Cabe precisar que la División “Fabricación de prendas de vestir”

cuenta con el mayor número de empresas que declararon tener algún tipo de almacenamiento, ya sea de insumos, productos o mercaderías.

La provisión de insumos complementarios ha sido priorizado en los últimos años por el Gobierno, debido a que incrementa la productividad de un número relevante de unidades productivas. Por ello, la conformación de parques industriales constituye una herramienta fundamental para generar mayor asociatividad entre empresas, lo que facilitaría el acceso ordenado de los productores a una zonificación comercial con bajos costos de los bienes raíces,

Conclusiones

in embargo, la importancia de la innovación radica en que es una herramienta fundamental que nos permite obtener, en la mayoría de los casos, mayores niveles de productividad. A través de la innovación es posible desarrollar nuevos procesos o mejoras en el proceso productivo, lo que trae como consecuencia incrementos en el rendimiento de la firma. Así también, Syverson (2011) evalúa recientes trabajos empíricos que abordan las causas de las diferencias de productividad a nivel de firmas. Al respecto, el autor encuentra una relación positiva entre la productividad y tres factores ligados a la innovación: tecnologías de la información, investigación y desarrollo (I+D), e innovación en productos. Syverson (2011) también menciona que la adopción de tecnologías de información reduce costos ligados a la producción y acorta los tiempos de las distintas fases del proceso productivo, lo que conlleva a un incremento en la productividad. Además, el autor explica que el crecimiento de la productividad acompaña a la expansión de la variedad de productos que ofrece una empresa, así como su mejora en la calidad de productos. Por otro lado, Loayza (2016) sostiene que la

productividad está comprendida por cuatro componentes principales: (1) la innovación; (2) la educación; (3) la eficiencia; y (4) la infraestructura física e institucional. Respecto a la innovación, el autor menciona que consiste en la creación de nuevas tecnologías, productos y procesos. Asimismo, se menciona que la economía peruana se encuentra tremendamente rezagada con respecto a los países de la región, y más aún respecto a los países desarrollados sobre el componente de innovación. Crespi & Zuñiga (2010) añaden que las aplicaciones de avances tecnológicos conducen a un uso más efectivo de

los recursos productivos. Asimismo, la transformación de nuevas ideas en soluciones económicas nuevas (nuevos productos, procesos y servicios) es la base de las ventajas competitivas sustanciales para las firmas. Respecto a la relación entre la innovación y la productividad en Perú, el Ministerio de la Producción realizó un estudio sobre la innovación en la Industria Manufacturera (Ministerio de la Producción, 2016) donde se analiza el impacto de la innovación sobre la productividad del sector manufacturero. Los resultados obtenidos en el mencionado estudio corroboran la evidencia internacional: la innovación impacta positivamente a la productividad laboral de la firma. Además, la innovación en organización o comercialización (no tecnológica) tiene mayor impacto en la productividad laboral que la innovación en productos o procesos (tecnológica). Adicionalmente, los estudios sobre varios países demuestran un círculo virtuoso entre el gasto en investigación y desarrollo (I+D), innovación, productividad y el ingreso per cápita, los cuales se refuerzan mutuamente y que conducen finalmente a tasas de crecimiento económico mayores en el largo plazo (Ministerio de la Producción, 2016). De acuerdo a la información de la Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera 2015, el 61.2% de las empresas realizaron al menos una actividad de innovación. Durante el periodo 2012-2014, el 44.3% de las empresas Innovativas (aquellas que realizan actividades de innovación) destaca que adquirió bienes de capital como actividad de innovación. Por debajo de esta actividad, destaca la capacitación para actividades de innovación (23.7%) y nuevas formas

de comercialización (22.3%), entre otras actividades. En dicha publicación del Ministerio de la Producción (2016), se utiliza la metodología de estimación desarrollada por Crépon, Duguet y Mairesse (1998), conocido como el modelo CDM (las iniciales de sus autores), para analizar la relación empírica entre la inversión en actividades de innovación, los resultados de la innovación y la productividad

en las empresas peruanas del sector manufacturero. Este enfoque se basa en un modelo multiecuacional en el cual se tiene en cuenta todo el proceso de innovación, de acuerdo a los datos de la Encuesta Nacional de la Industria Manufacturera 2015. En este modelo se consideran los determinantes de las decisiones de las empresas para adoptar iniciativas orientadas a la innovación, los resultados de esas iniciativas y sus repercusiones en la productividad. Además, en la primera etapa del modelo se encuentran variables que incrementan la probabilidad de gastos en actividades de innovación, tales como el mayor tamaño de la empresa, la vinculación activa con competidores, gremios o instituciones de capacitación, el mayor número de trabajadores calificados, la amplia experiencia en el mercado, la mayor cuota de mercado, entre otras razones. Posteriormente, la segunda etapa del modelo permite constatar que un incremento en la inversión en la innovación incrementa la probabilidad de que la firma introduzca un nuevo proceso o producto (innovación tecnológica) o una nueva forma de organización o comercialización (innovación no tecnológica). Sin embargo, este efecto es más significativo para la innovación tecnológica.

La última etapa incluye el impacto de la innovación en la productividad. Se encuentra que la innovación impacta positivamente a la productividad laboral de la firma y que la innovación no tecnológica tiene un mayor impacto en esta productividad laboral en comparación con la innovación

tecnológica (Ministerio de la Producción, 2016).

5.2 Recomendaciones

así como a servicios públicos de mejor calidad y menor precio. Además, es de suma importancia captar información acerca de los espacios donde se almacenan habitualmente los insumos de las empresas a nivel nacional, ya que esto puede mostrar señales claras acerca de la necesidad de obtener espacios más amplios que sean destinados al guardado del stock de mercadería por parte de la empresa. Durante el año 2014, los tres principales ambientes de almacenamiento de insumos fueron la propia empresa, la casa o vivienda y un almacén alquilado. Así también, se puede mencionar que todos los estratos empresariales tuvieron como principal lugar de almacenamiento la propia empresa. Asimismo, las pequeñas, medianas y grandes empresas tuvieron como segundo lugar principal de almacenamiento -un espacio alquilado-, mientras que para las microempresas fue la propia casa o vivienda del conductor de la empresa

f. Proceso de producción

Cabe resaltar que el 31,6% de empresas que almacenaron insumos manifestaron que el principal problema que tuvieron en el almacenaje fue la falta de espacio. Este resultado se mantuvo para los distintos estratos empresariales. Además, destacan otros problemas respecto a la necesidad de espacios, tales como, las condiciones del almacenaje para garantizar la calidad del producto. La productividad se define como la relación que existe entre la producción obtenida y los recursos utilizados para obtenerla. Así pues, la productividad denota el uso eficiente de recursos en la producción de diversos bienes y servicios (Prokopenko, 1989). En ese sentido, obtener información sobre el tipo de tecnología utilizada en el proceso de producción constituye una fuente importante de conocimiento para todos; pero sobre todo para los hacedores de política en la medida que permite conocer cuáles son las herramientas que utilizan predominantemente los distintos estratos empresariales, sectores económicos y regiones. Además, permite dirigir estrategias para una transición en el uso de herramientas tecnológicas a medida que se pasa de un uso intensivo de herramientas manuales a herramientas y equipos automatizados, los cuales

permiten una mayor eficiencia y productividad a nivel de las empresas. Respecto al tipo de tecnología utilizada predominante en el proceso de producción según sector económico, se observa que más del 50% de empresas del sector comercio utiliza, de manera predominante, herramientas manuales en su proceso de producción, mientras que cerca del 70% de las empresas pertenecientes al sector de minería son más intensivas en el uso de máquinas herramientas mecánicas, así también al interior de la industria manufacturera el 23% de empresas utiliza equipos semiautomatizados. Finalmente se puede mencionar que el sector transporte y almacenamiento utiliza equipos de control numérico computarizado de manera predominante en el proceso de producción

g. Comercialización

Otra determinante importante en temas de desarrollo empresarial es la inversión, sobre todo la realizada en maquinaria y equipo, debido a que esta inversión es fuente de crecimiento tanto para la empresa como para la economía en general. El camino hacia el desarrollo empresarial puede iniciarse con una mejora en el rendimiento de los procesos productivos. En ese sentido, en el 2014, más del 30% de empresas reportaron haber realizado inversiones en maquinaria y equipo. Asimismo, estas empresas manifestaron que el principal motivo por el cual realizaron inversiones en maquinaria y equipo durante el 2014 fue “Mejorar en el rendimiento del equipo productivo”, seguido del monto de inversión destinado a la “Reposición de equipos antiguos por nuevos”. La comercialización se define como el conjunto de acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y formas de trabajo para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución (Ugarte et ál. 2003). Dada esta definición, es fundamental el estudio o análisis de mercado para la promoción adecuada de los productos o servicios de las empresas a ofertar, debido a que implica analizar un conjunto de acciones frente a las distintas dinámicas del mercado. Durante el 2014, el 15% de las empresas

realizó estudios o análisis de mercado para la promoción de sus productos o servicios, este porcentaje se incrementa a medida que escalamos en los estratos empresariales, mientras que a nivel sectorial, fueron las empresas del sector manufacturero las que realizaron mayores estudios de mercado destinados a esta misma actividad. Por otro lado, el 25% de empresas realizaron actividades de promoción comercial. Este porcentaje se duplica en las empresas pertenecientes al estrato de gran empresa, mientras que las microempresas son las que realizan en menor cuantía esta actividad. En el siguiente gráfico se muestran los principales medios de promoción de productos o servicios de las empresas que realizaron actividades de promoción empresarial los cuales fueron a través de (i) Internet, (ii) el reparto de volantes, afiches u otros medios impresos y la (iii) referencia de conocidos. Pese al aumento de los canales de comunicación modernos como el Internet, se encuentra que los canales tradicionales como reparto de publicidad y la referencia sujeta a una buena reputación continúan siendo importantes para el mercado peruano

h. Contabilidad y pago de impuestos

Por otro lado, dada la actual tendencia de globalización donde se desempeñan las empresas y las crecientes transacciones realizadas vía internet, destaca que sólo el 6% de empresas realiza ventas por internet, siendo las empresas pertenecientes al sector servicios las que realizan estas actividades en un mayor porcentaje. Asimismo, más del 20% de empresas que realizaron ventas por internet lo hicieron al exterior. En un mundo globalizado, es cada vez mayor la necesidad de que los conductores de las empresas tengan conocimiento sobre el uso de la tecnología, así como un manejo eficiente de información que permita una correcta toma de decisiones para mantener su desempeño en el mercado. Para ello, la contabilidad es uno de los principales sistemas de información que permite conocer la situación económica y financiera de

la firma, el patrimonio y el potencial de la misma. En el Perú, en el 2014, más del 90% de empresas llevo registros contables a través del uso de libros o sistemas de contabilidad. Cabe mencionar que tanto a nivel de estrato empresarial como de sector económico, los libros o sistemas de contabilidad fueron los más utilizados por las empresas durante el 2014

Otro aspecto importante dentro de la contabilidad de las empresas es el monto que corresponde a los beneficios tributarios. Estos constituyen incentivos que son otorgados por el Estado hacia las empresas como una herramienta para promover el crecimiento y desarrollo empresarial; así como también persigue objetivos económicos y sociales tales como la reducción de la informalidad. El beneficio de un incentivo tributario en la inversión de las empresas es aumentar la capacidad de producción mediante la reducción del costo del capital (Roca, 2010). Por su parte, el Banco Interamericano de Desarrollo (2010) señala que una carga impositiva considerable a las empresas podría tener diversos efectos en la productividad. Uno de los posibles efectos es que podría reducir las utilidades de las empresas, y específicamente la liquidez, y esto podría llevar a reducir los incentivos que tienen las empresas para invertir en tecnologías y otros factores que favorezcan su productividad. Con datos de la ENE 2015 y el uso de un modelo probabilístico, se encuentra que el acceso de una empresa a algún tipo de beneficio tributario aumenta en 21.4% la probabilidad de que esta invierta en la capacitación de su personal. Esta cifra aumenta a 34.6% en el caso de considerar únicamente empresas manufactureras. Al considerar todos los sectores de la ENE 2015, se encuentra que el 8% de empresas gozó de beneficios tributarios durante el 2014, siendo los principales beneficios el “Régimen de recuperación anticipada del IGV” y el “Reintegro tributario”.

i. Calidad de procesos, productos y certificaciones

Otro punto que ha cobrado mayor importancia entre las empresas es el tema de las certificaciones, debido a que los productos locales ingresan cada vez con mayor frecuencia a

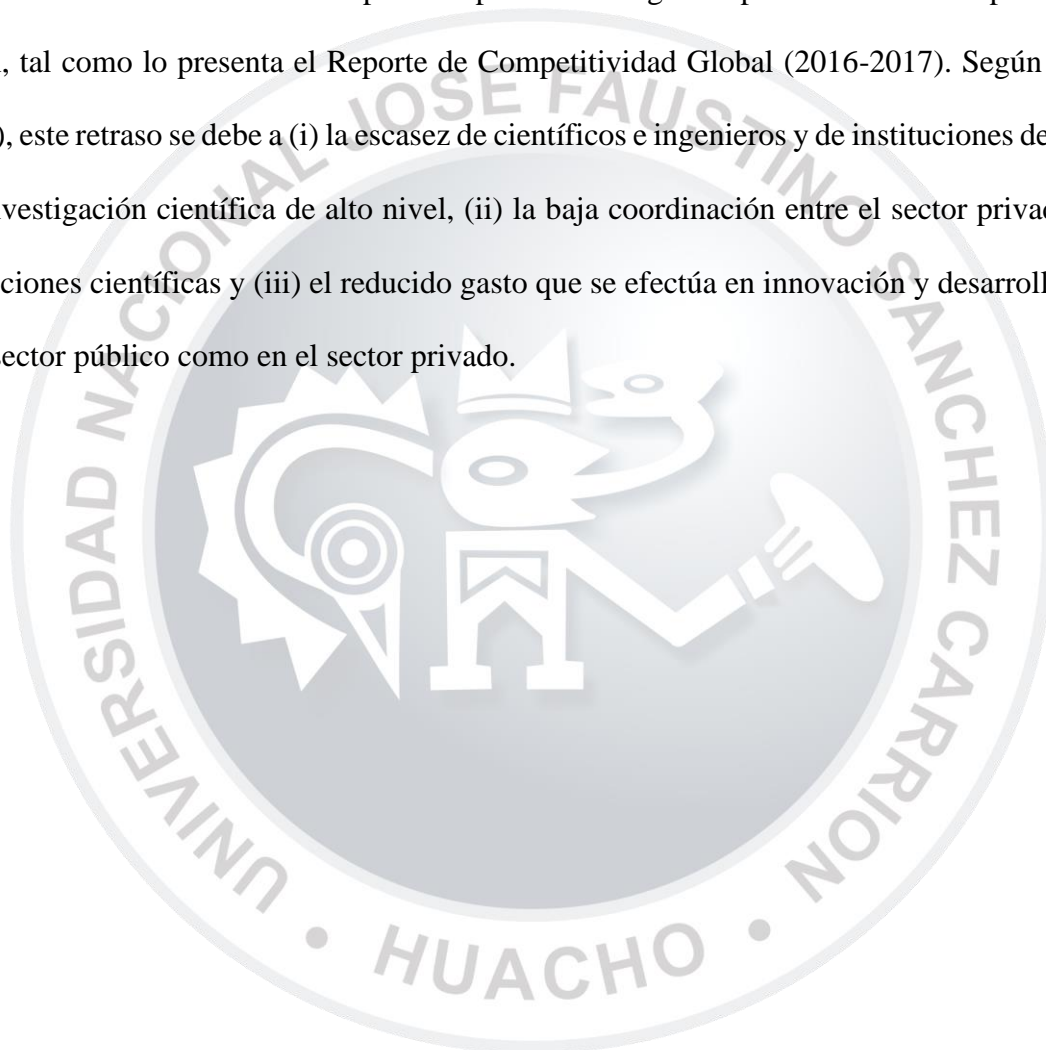
mercados más competitivos y exigentes. Ahora bien, en vista de la escasez de certificaciones en el Perú, especialmente para las MYPE, el Ministerio de la Producción cuenta con el Instituto Nacional de Calidad (INACAL) cuyo propósito es acompañar a las MYPE en la inserción hacia las cadenas globales de valor (CGV). Cabe destacar, que la importancia de las CGV radica precisamente en que permiten generar nuevos empleos, diversificar nuestras exportaciones y adquirir nuevas capacidades tecnológicas y productivas de acuerdo a los estándares internacionales (Kosacoff, López, & Pedrazzoli, 2007). En ese sentido, el INACAL facilita esta inserción a través de la creación de normas técnicas, la acreditación de laboratorios, la calibración de instrumentos de medición, la capacitación a las empresas, entre otros instrumentos. Las certificaciones para la comercialización y los distintos procesos productivos de las firmas son condiciones indispensables a medida que las empresas van internacionalizándose. En efecto, las certificaciones generan una buena reputación tanto en el mercado local como internacional, y contribuyen a que las empresas puedan ganar una cuota mayor de mercado así como acceder e insertarse a mercados internacionales. En el Perú, el 28% de medianas y grandes empresas contaba con alguna certificación en el 2014. De dichas empresas, el 43.1% contaba con procesos certificados para la “comercialización”, el 21.3% para la “producción” y el 11.4% para las “compras”, sumando así el 75.8%.

Respecto al origen de la entidad que emitió la certificación a la empresa, se observa que el 67.4% fue de origen internacional. Por su parte, con respecto a los sectores, es el sector transporte y almacenamiento el que concentra una mayor participación de empresas con certificados de procesos de origen internacional, seguido por el sector comercio y el de servicios, específicamente aquel de suministro de electricidad, gas y agua. Cabe destacar que aquellos tres sectores mencionados, representan al 60.2% de las empresas que cuentan con certificación de procesos equivalente a 2,452 empresas. Ahora, si bien las empresas del sector pesca y acuicultura representan solo el 0.5% de las empresas que cuentan con certificación de procesos, cabe destacar

que el 62.7% de esas empresas tiene certificación de origen nacional, debido a la gran participación de la pesca artesanal en el país.

j. La innovación

De acuerdo al Manual de Oslo (OECD, 2005), la innovación es definida como la introducción de alguna novedad o algo mejorado significativamente en el mercado. El desarrollo de la innovación en la economía peruana presenta rezagos respecto a los demás países de la región, tal como lo presenta el Reporte de Competitividad Global (2016-2017). Según Loayza (2016), este retraso se debe a (i) la escasez de científicos e ingenieros y de instituciones dedicadas a la investigación científica de alto nivel, (ii) la baja coordinación entre el sector privado y las instituciones científicas y (iii) el reducido gasto que se efectúa en innovación y desarrollo, tanto en el sector público como en el sector privado.



Capítulo VI

6.1 Fuentes de Bibliográficas

- □ BCRP (2014). Series Estadísticas. Recuperado el 14 de diciembre de 2013, de www.bcrp.gob.pe/estadisticas/cuadros-anales-historicos.html.

- FMI (2013). Countries. Recuperado el 13 de marzo de 2014, de <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2013/01/weodata/weoselco.aspx?g=2001&sg=All+countries>.

- Goicochea Y. y Erín S. (2011). Análisis De La Balanza Comercial Del Perú. Recuperado el 12 de febrero de 2013, de <http://clubensayos.com/imprimir/ Analisis-De-La-Balanza-Comercial/10542.html>.

- □ Leandro, G. (2002). Balanza de Pagos. Recuperado el 12 de abril de 2013, de www.auladeeconomia.com/yo.htm

- Roca, R. (2004). El Modelo de la Renta de una Economía Abierta. Recuperado el 23 de febrero de 2013, de www.geocities.com/rhoca.

- Rodríguez, D. y Winkelried, D. (2011). Tipo de Cambio. Recuperado el 10 de setiembre de 2013, de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/revista-moneda/revista-moneda-147.html>.

6.2 Fuentes Homografías

□ BCRP (2011). Nota Semanal. Recuperado el 13 de setiembre de 2013, de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/nota-semanal/guia-metodologica.html>.

□ BCRP (2014). Notas De Estudios N° 08. Recuperado el 28 de octubre de 2013, de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/notas-de-estudios.html>.

6.3 Fuentes Documentales

□ BCRP (2011). Nota Semanal. Recuperado el 13 de setiembre de 2013, de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/nota-semanal/guia-metodologica.html>.

□ BCRP (2014). Notas De Estudios N° 08. Recuperado el 28 de octubre de 2013, de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/notas-de-estudios.html>.

6.4 Fuentes Electrónicas

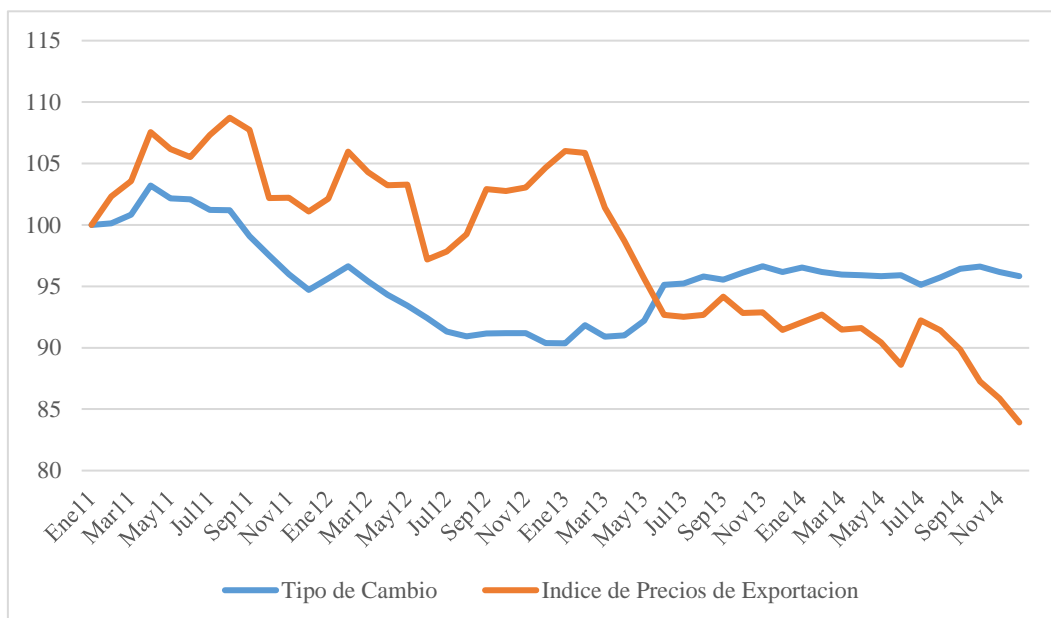
□ [1] Agénor, P., Canuto, O. y Jelenic, M. (2012), “Avoiding middle-income growth traps”, Banco Mundial.

□ Morales, H y Bustamante, R. (2009). Probando la condición de Marshall –Lerner y el efecto Curva – J: Evidencia empírica para el caso peruano. Estudios Económicos N° 16 (pp. 103, 120 – 121). Perú: Banco Central de Reserva del Perú.

□ Suárez, A. y Ordoñez, L. (2004). Evidencia empírica de la balanza de Pagos y sus determinantes en Colombia. 1970 – 2002. Investigación y Reflexión, 12(1), 49-56.

Capítulo VII

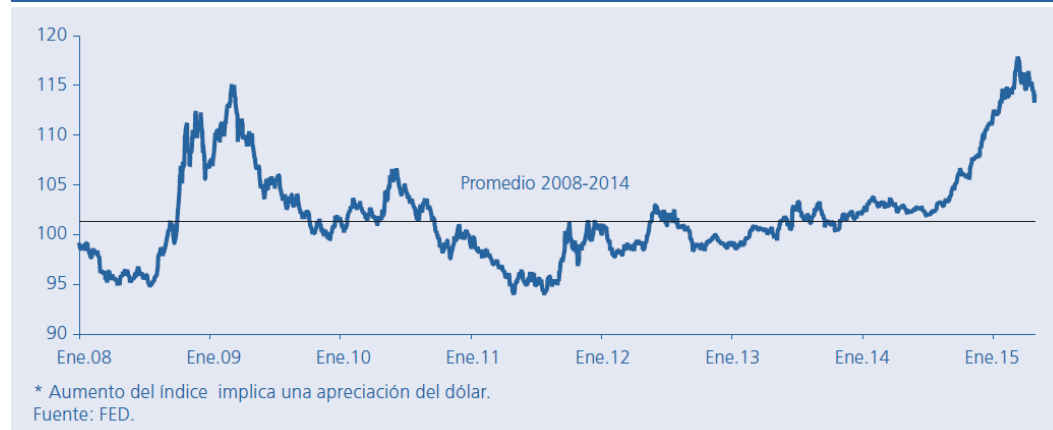
7.1 ANEXOS:



ÍNDICE CANASTA DEL DÓLAR


(Base: Ene.1997 = 100)

Gráfico 12
ÍNDICE CANASTA DEL DÓLAR*
(Base: enero 1997 = 100)



TIPO DE CAMBIO PERÚ 2011-2014

PROBLEMA	OBJETIVO	JUSTIFICACION	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES VALORACION	METODOS
<p><u>Formulación del Problema General</u> a) ¿Cuáles son los factores que afectan el desarrollo sostenido de las Mypes en estas dos últimas décadas en nuestro país y cuál es su relación con el crecimiento de la economía nacional?</p> <p><u>Problemas específicos</u> a) ¿Cuáles son los factores que afectan el desarrollo sostenido de las Mypes peruanas? b) ¿Cuáles son los determinantes que afectan la economía peruana</p>	<p><u>Objetivo General</u> a) Como objetivo general de esta investigación se ha propuesto, analizar los factores que limitaron el crecimiento económico de las micro y pequeñas empresas (MYPES) y su relación directa con el crecimiento de la economía peruana en los últimos 20 años.</p> <p><u>Objetivos Específicos</u> a) Describir cuál ha sido la evolución del crecimiento económico de las Micro y Pequeñas empresas (MYPES)</p>	<p>La justificación para realizar el presente trabajo trata sobre investigar las causas que limitaron el crecimiento de las Mypes y sus efectos en el crecimiento económico nacional dentro de la industria. Asimismo, la presente investigación es considerada relevante debido a que detalla información que podrá proporcionar a los empresarios Mypes, Estado y a todos los Stakeholders sobre los factores limitantes del crecimiento de las empresas Mypes en los últimos 20 años. Esto a su vez, impactará de manera favorable en las nuevas decisiones empresariales del sector, incrementando la posibilidad de generar competitividad en las Mypes a través de la constante innovación como factor principal e incrementando las posibilidades de obtener mayores recursos de financiamiento a través de una tarea compartida entre las empresas del sector, Estado y las entidades financieras. Para esto, se desarrolló la investigación bajo un enfoque descriptivo - explicativo, con entrevistas a profundidad entre diferentes perspectivas de la industria de manera</p>	<p><u>Hipótesis General</u> a) Las Mypes en el Perú, de manera general, tienen limitaciones para su desarrollo pero de manera directa afecta esta situación al crecimiento de la economía peruana</p> <p><u>Hipótesis Específicas</u> a. a) Los factores que limitan el desarrollo de las Mypes son solucionables en el corto mediano y largo plazo. b) Las Mypes son el motor del crecimiento económico de nuestro país junto con la gran industria.</p>	<p>microempresa, crecimiento económico, mercado, tecnología, demanda, corrupción, infraestructura.</p>	<p>El instrumento de la investigación que operacionalizará a las variables e indicadores empleará un cuestionario semiestructurado para la recopilación de los datos</p>	<p>Se aplicará una metodología de trabajo y análisis de forma cualitativa aquellos factores mal desarrollados que limitaron el crecimiento económico de la micro y pequeñas empresas (Mypes).</p>

<p>frente a los problemas del desarrollo de las Mypes en el Perú en los últimos 20 años?</p>	<p>en los últimos 20 años.</p> <p>b) Identificar cuáles son los factores que limitaron el crecimiento económico de las Micro y Pequeñas empresas (Mypes) en el Perú en los últimos 20 años.</p> <p>c) Determinar si la falta de innovación es uno de los factores que ha limitado el crecimiento económico de las Micro y pequeñas empresas (Mypes) en el Perú en los últimos 20 años.</p> <p>d) Determinar si las condiciones de acceso al crédito ha sido un factor que ha limitado el crecimiento económico de las Micro y pequeñas empresas (Mypes)</p>	<p>general y a veces específicas, el cual se usará para conocer los puntos de vista de los expertos de las instituciones y de empresas ligadas al sector textil y de confecciones, los que podrían dar respuesta al problema de investigación planteado.</p>				
--	---	--	---	--	--	--

en el Perú en los
últimos 20 años.

