



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES
DEL SECTOR TEXTIL EN EL MARCO DE LA LEY N° 28015
EN EL DISTRITO DE LA VICTORIA - AÑO 2013**

**PRESENTADA POR
JASMINE GONZALES LUQUILLAS**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

LIMA – PERÚ

2014



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR
TEXTIL EN EL MARCO DE LA LEY N° 28015 EN EL DISTRITO DE LA
VICTORIA - AÑO 2013**

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

PRESENTADA POR

JASMINE GONZALES LUQUILLAS

LIMA- PERÚ

2014



**GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR
TEXTIL EN EL MARCO DE LA LEY N° 28015 EN EL DISTRITO DE LA
VICTORIA - AÑO 2013**

Dedicatoria

A Dios por estar presente en mi vida. A mi familia y a quienes considero mis mejores amigos en esta vida, Victoria y Fabrizzio, mi madre y mi hermano, quienes con sus consejos, cariño y apoyo incondicional han logrado darme las fuerzas necesarias para que no me dé por vencida.

A una persona muy especial, Brett quien con su cariño, apoyo y orientación incondicional logró darme las fuerzas y confianza para poder culminar esta investigación.

Agradecimiento

Quiero expresar mi gratitud a mis asesores de tesis, Dr. José Antonio Paredes Soldevilla, Mg. Santiago Montenegro Canario y Mg Eduardo Alfaro Esparza, por su apoyo, confianza, disposición y dedicación durante las diferentes fases de elaboración del trabajo que aquí se presenta.

Así también agradecer a la Dra. Carmen Vargas Linares por la ayuda brindada para culminar de manera exitosa mi tesis.

TABLA DE CONTENIDO

Portada.....	i
Título.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos.....	iv
ÍNDICE.....	v
RESUMEN (español/inglés).....	viii
INTRODUCCIÓN.....	x

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

		Pág.
1.1	Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2	Formulación del problema.....	3
1.3	Objetivos de la investigación.....	3
1.4	Justificación de la investigación.....	4
1.5	Limitaciones.....	5
1.6	Viabilidad del estudio.....	5

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1	Antecedentes de la investigación.....	6
2.2	Bases teóricas.....	9
2.3	Términos técnicos.....	47
2.4	Formulación de hipótesis.....	51
2.5	Operacionalización de variables.....	52

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1	Diseño Metodológico.....	54
	3.1.1 Tipo de investigación.....	54
	3.1.2 Estrategias o procedimientos de contrastación de hipótesis....	54
3.2	Población y muestra.....	56
3.3	Técnicas de recolección de datos.....	58
	3.3.1 Descripción de los métodos, técnicas e instrumentos.....	58
	3.3.2 Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos.....	58
3.4	Técnicas para el procesamiento y análisis de la información.....	59
3.5	Aspectos éticos.....	59

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1	Resultados de la encuesta.....	60
4.2	Contrastación de hipótesis.....	94
4.3	Caso práctico.....	106

CAPÍTULO V DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	Discusión.....	112
5.2	Conclusiones.....	113
5.3	Recomendaciones.....	114

FUENTES DE INFORMACIÓN

01	Fuentes bibliográficas.....	115
02	Fuentes electrónicas.....	116

ANEXOS

01	Matriz de consistencia.....	119
02	Técnica de encuesta.....	120



RESUMEN

El objetivo general del presente trabajo de investigación fue conocer cómo influye la Ley N° 28015 en la gestión y competitividad de las Mypes del sector textil en el distrito de La Victoria, teniendo en cuenta que el punto crítico de este tipo de empresas es que no realizan una adecuada gestión empresarial, ya que sus actividades las realizan muchas veces de manera empírica.

El diseño de la investigación fue de tipo no experimental, de carácter descriptivo, cuyo diseño metodológico es el transeccional, considerado como una investigación aplicada, debido a los alcances prácticos, aplicativos, sustentados por normas e instrumentos técnicos de recopilación de información, donde se ha considerado los aportes e investigaciones de diferentes personalidades que han facilitado la asimilación del tema investigado. La población estuvo conformada por 240 empresas del sector textil del distrito de La Victoria, con un tamaño de muestra que asciende a 50 personas entre hombres y mujeres empresarios.

Los resultados del trabajo de campo mostraron que gran parte de estas empresas no tienen conocimiento acerca de la Ley N° 28015, lo que hace que su gestión sea deficiente y no les permita ser competitivos, afrontar las situaciones que podrían presentarse en cuanto a exportaciones y uso de financiamiento; tampoco cuentan con conocimiento acerca de la asociatividad empresarial, aspectos que se deben corregir a fin de contar con una buena gestión que beneficie a la empresa en todos sus campos de acción.

Palabras clave: gestión, competitividad, asociatividad, formalización, exportación.

ABSTRACT

The overall objective of this research was to determine how it influences Law No. 28015 in the management and competitiveness of MSEs in the textile sector in the district of La Victoria, taking into account that the critical point of this type of business is not made good corporate governance, as their activities are often performed empirically.

The research design was non-experimental, descriptive, whose methodological design is transactional, considered as an applied research because of the practical scope, applications, supported by standards and technical tools of information gathering, where he has considered the contributions and research of different personalities that have facilitated the assimilation of the subject investigated. The universe consisted of nine textile companies Victoria district, with a sample size that is 50 people, including businessmen and women.

The results of the field work showed that these companies do not have knowledge of the Law No. 28015 so do not do business management that can allow them to be competitive, so it can not handle situations that you may encounter in terms exports, use of funding, do not have knowledge about business partnerships; aspects that must be corrected in order to have good corporate governance in order to be competitive entrepreneurs in the textile sector.

Keywords: management, competitiveness, associativity, formalization, export.

INTRODUCCIÓN

La gestión implica un sinfín de requerimientos que necesita cumplir la empresa para lograr sus objetivos organizacionales. Aunque la gestión a simple vista parece sencilla y que cualquier persona puede hacer una correcta gestión, en el mundo real de la empresa sucede todo lo contrario, se necesita una persona (gestor) que esté completamente capacitado y sepa hacer correctamente su trabajo. De allí que la presente investigación resalta la gestión como factor determinante para que la empresa sea competitiva y tenga un posicionamiento destacado en el mercado.

Para llevar a cabo el proceso de la investigación de forma eficiente y eficaz, se distribuyó en cinco capítulos.

El primer capítulo, consideró la problemática de la investigación, la cual permitió conocer la situación real de las MYPES del sector textil; asimismo, se plantearon los problemas de la investigación, los objetivos, la justificación, las limitaciones y la viabilidad.

El segundo capítulo, desarrolló el marco teórico en el cual se consideró los antecedentes de la investigación, base teórica, definiciones conceptuales, formulación de hipótesis y operacionalización de variables.

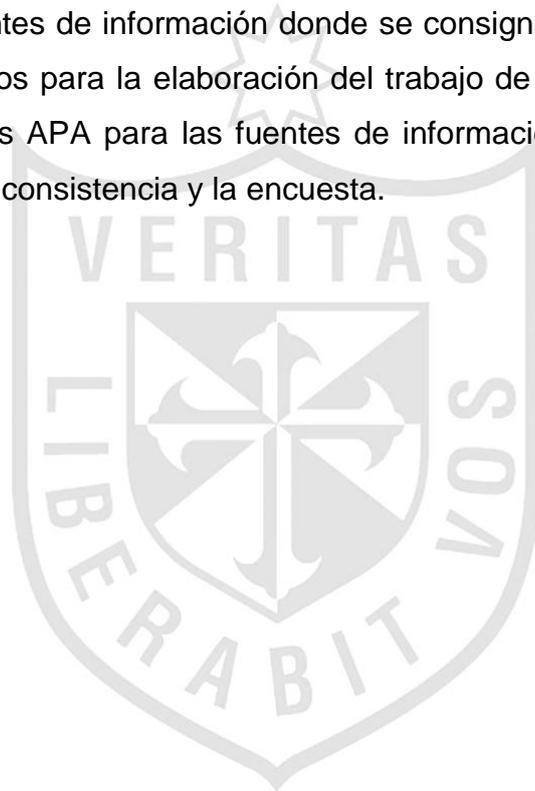
El tercer capítulo, contempla la metodología que permitió ordenar el trabajo coherentemente y que contempla el diseño metodológico, la población, muestra, técnicas de recolección de datos, técnicas para el procesamiento y análisis de la información; y por último, se plasmaron los aspectos éticos que se debe tener en cuenta.

El cuarto capítulo muestra los resultados del trabajo de campo, los cuales permitieron realizar la validación de la hipótesis de la investigación a través del contraste de hipótesis. Se complementó con un caso práctico que estuvo

orientado a dar solución al problema principal, de acuerdo a la realidad problemática y objetivos de la presente investigación.

El quinto capítulo, consideró la discusión que viene a ser la parte central de la investigación y donde se analizan cada una de las variables en estudio e interpretan los resultados y se recogió las conclusiones a las que se llegó acompañado de las recomendaciones, que corresponde a la parte final del trabajo de investigación.

Y por último, las fuentes de información donde se consignan las obras y artículos que han sido utilizados para la elaboración del trabajo de investigación, teniendo en cuenta las normas APA para las fuentes de información; y como anexos, se adjuntan la matriz de consistencia y la encuesta.



CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Las micro y pequeñas empresas (MYPES), sobre todo las pequeñas, tienen una gran importancia para el crecimiento económico y la generación de fuentes de empleo productivo, con múltiples beneficios para la economía local, la eficiencia colectiva del tejido empresarial y la sociedad en general, como se ha demostrado ampliamente en estudios conducidos en todo el mundo.

Con esta óptica, los gobiernos se han constituido en las principales instancias promotoras de programas y esfuerzos público-privados para apoyar el crecimiento de la pequeña empresa a través de diversas estrategias como servicios de desarrollo empresarial, capacitación, microcréditos y asociaciones en torno a parques industriales, entre otros. No obstante, se encontró un desbalance en cuanto a identificar, por un lado, en qué punto del “continuum” de crecimiento y bajo qué condiciones tienen éxito en el mercado las MYPES y, por otro, qué tipos de esfuerzo endógeno son necesarios para sostener el éxito empresarial en un contexto de negocios cada vez más turbulento.

Reconociendo las restricciones de recursos para el apoyo a las MYPES en las economías en desarrollo, en años recientes ha surgido un interés creciente por entender qué factores son críticos para fomentar su competitividad.

Es así que la gestión empresarial juega un rol muy importante, pues de su eficiencia, producto de la dirección, habilidades y estrategias que utilice, dependerá la obtención de buenos resultados. De allí que uno de los aspectos fundamentales en las empresas es la gestión empresarial porque busca, a través de las personas, mejorar la productividad y la competitividad de las empresas o negocios. Además, contar con las herramientas de gestión adecuadas será uno de los factores clave para alcanzar los objetivos de éxito.

En resumen, los problemas que se han podido observar es que los micros y pequeños empresarios del sector textil en el distrito de La Victoria, afrontan una serie de dificultades relacionada con la falta de experiencia en competencia

técnica y competencia gerencial. Así también, la existencia de la informalidad de las empresas, ya que no están acogidas a la ley, lo que significa que se desempeñan al margen de ella; o no están contempladas en la práctica, es decir que, si bien estas personas operan dentro del ámbito de la ley, ésta no se aplica o no se cumple; o por la falta de conocimiento en los incentivos al régimen de las MYPE, en el acceso a las fuentes de financiamiento que ofrecen las entidades financieras. Si bien es cierto las MYPES son parte de la fortaleza productiva del país, se han podido observar una serie de errores, originado muchas veces por una mala gestión en el negocio.

Otro punto importante que afecta el desarrollo de las MYPES, es que no se analizan los riesgos internos ni mucho menos los riesgos externos o de mercado por la falta de una planeación, organización, dirección, coordinación y control de los recursos de la empresa, lo cual están contempladas en la Ley n° 28015 y que en más de una oportunidad le hacen caso omiso, trayendo consigo una serie de dificultades que no permite que la empresa siga en marcha correctamente.

a. Delimitación Espacial

El ámbito donde se desarrolló la investigación son las Micro y Pequeñas Empresas de La Victoria, pertenecientes a las actividades del sector textil del emporio comercial de Gamarra.

b. Delimitación Temporal

El período de estudio corresponde a los meses de enero a diciembre del año 2013.

c. Delimitación Social

Las técnicas de recojo de información se aplicaron a los microempresarios que pertenecen al distrito de La Victoria del sector textil del emporio comercial de gamarra que fue nuestro objeto de estudio.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema principal

¿De qué manera influye la gestión empresarial en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - 2013?

1.2.2 Problemas secundarios

- a. ¿En qué medida influye la evaluación de gestión en la formalización empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - 2013?
- b. ¿De qué manera influye la planeación empresarial en el desempeño de las exportaciones de las micro y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - 2013?
- c. ¿Cómo incide la organización empresarial en la asociatividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - 2013?
- d. ¿De qué manera la política empresarial incide en el acceso al financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - 2013?

1.3 Objetivos de investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria – 2013

1.3.2 Objetivos específicos

- a. Determinar la influencia directa de la evaluación de gestión en la formalización empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - 2013.
- b. Analizar la influencia de la planeación empresarial en el desempeño de las exportaciones de las micro y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - 2013.
- c. Comprobar la incidencia de la organización empresarial en la asociatividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria – 2013.
- d. Establecer como la política empresarial incide en el acceso al financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria – 2013.

1.4 Justificación de la investigación

Justificación metodológica

En este trabajo se aplicó la metodología científica; que consistió en identificar el problema, para después de analizar las teorías, formular soluciones a través de la hipótesis; así como identificar los objetivos que orientan la investigación. Todo esto mediante la aplicación de todos los elementos metodológicos correspondientes.

Justificación teórica

Este trabajo aportó ampliación de conocimiento de los empresarios para un manejo de la gestión empresarial, lo cual le brindó un plus que permita ampliar su capacidad de competitividad, con la finalidad que las MYPES lleguen a aprovechar los beneficios que esta ley les ofrece en los diferentes aspectos; de la

misma manera poder identificar las dificultades por la cual pueda estar pasando la empresa. Asimismo, permitió identificar los distintos problemas planteados, cuyos resultados serán útiles para los empresarios ya que les ayudara a tener un desarrollo competitivo mostrando su capacidad de gestión empresarial

Justificación práctica

Este trabajo podrá ser utilizado como modelo de gestión empresarial para el desarrollo de las MYPES del sector textil.

1.5 Limitaciones de la investigación

En la presente investigación, una de las limitaciones fue que algunos de los empresarios no estuvieron dispuestos a cooperar para resolver los cuestionarios, aduciendo que no tienen tiempo o que no les interesa porque no obtendrán ningún provecho. Otra es que la mayoría de los micros, pequeños y medianos empresarios son personas con poca formación académica formal y se tuvo que explicar a detalle lo que se pretende y se espera encontrar y lo que se intentará hacer con la información obtenida.

1.6 Viabilidad del estudio

En el trabajo de investigación realizado se ha contado con la información necesaria para su desarrollo, así como con la adecuada experiencia en el área comercial; por otro lado, se ha dispuesto con los medios necesarios como materiales, tecnología entre otros y el tiempo requerido para investigar, lo que ha permitido aportar medidas correctivas oportunas que puedan servir para una mejor gestión empresarial; por lo cual, se consideró viable.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Luego de haberse realizado la revisión de la literatura existente a nivel nacional e internacional sobre el tema de investigación “Gestión empresarial y Competitividad de las MYPES del sector textil en el marco de la Ley n° 28015”, se exponen brevemente una serie de trabajos que pueden servir de base para complementar nuestra base teórica.

Zambrano, A. (2005). Tesis: La gestión financiera y el desarrollo de las MYPES en la actividad industrial textil de Lima Metropolitana-periodo 2002-2003; presentada para obtener el grado académico de Maestro en Finanzas en la Universidad Nacional Federico Villarreal. En dicho trabajo se analiza la gestión financiera y su contribución en el desarrollo de las MYPES.

Begazo, J. (1996). Tesis: La pequeña empresa de confecciones en Villa El Salvador y su competitividad; presentada para obtener el grado académico de Maestro en la Universidad Nacional Federico Villarreal. En dicho trabajo se evalúa la economía, eficiencia, efectividad, productividad y competitividad de las pequeñas empresas de confecciones, con el propósito de buscar mercados internacionales.

Hernández, M. (2005). Tesis: Decisiones financieras para el desarrollo de las empresas. Tesis presentada para obtener el grado de Maestro en Finanzas en la Universidad Autónoma de México. La autora describe un conjunto de decisiones de financiamiento, que permiten realizar las inversiones que necesitan las empresas para desarrollarse en el marco de un mercado competitivo.

Aguabarro, C. (2004). Tesis: Administración financiera competitiva con decisiones financieras efectivas. Tesis presentada para obtener el grado académico de Maestro en la Universidad Católica de Chile. El autor realiza una descripción de las decisiones financieras que permiten tener una estructura

adecuada de capital para disponer de los bienes y derechos que necesitan para cumplir con la misión institucional y de ese modo asegurar su continuidad en el mercado competitivo chileno.

Castillo, G. (2005). Tesis: Perú: Decisiones financieras efectivas para el desarrollo empresarial, en el marco de la economía social de mercado. Presentada para obtener el grado de Maestro en Finanzas en la Universidad Nacional Federico Villarreal. En el mencionado trabajo de investigación el autor describe la forma como las decisiones financieras, en la medida que sean efectivas, contribuyen al mejoramiento continuo, productividad, competitividad y desarrollo de las empresas del sector comercio, industrial y servicios, todo esto en el marco de la economía social de mercado o de libre competencia.

Mendoza, A. (2005). Tesis: Gestión financiera estratégica para la competitividad de las MYPES del sector comercio. Presentada para obtener el grado académico de Maestro en Contabilidad en la mención de Contabilidad de Gestión en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. En este trabajo, la autora presenta a la gestión efectiva de las inversiones y el financiamiento como la solución para que las empresas del sector comercio obtengan eficiencia, eficacia, economía, productividad, mejoramiento continuo y competitividad en los sub sectores en los cuales llevan a cabo sus actividades empresariales.

Ángeles, F. (2005). Tesis: El análisis financiero y su incidencia en las decisiones de las MYPES. Presentada para obtener el grado académico de Maestro en Finanzas en la Universidad Nacional Federico Villarreal. La autora analiza, sintetiza e interpreta como el análisis de la liquidez, gestión, solvencia y rentabilidad contribuye a la toma de decisiones financieras efectivas y por tanto conlleva la optimización y competitividad de las MYPES.

Rojas, R. (2005). Tesis: Los instrumentos financieros en la gestión óptima de las empresas del sector construcción. Trabajo presentado para obtener el grado académico de Maestro en Finanzas en la Universidad Nacional Federico Villarreal. Se identifica los instrumentos financieros y la forma como facilitan la

gestión óptima de los recursos humanos, materiales y financieros de las empresas del sector construcción.

Escobar, G. (2005). Tesis: La administración financiera en el logro de los planes estratégicos de las entidades educativas privadas. Trabajo presentado para obtener el grado académico de Maestro en Finanzas en la Universidad Federico Villarreal. En este trabajo la autora analiza la forma como las decisiones financieras de inversión, endeudamiento y dividendos de la administración financiera empresarial, facilita el logro de las metas, objetivos y misión contenida en los planes estratégicos de las entidades educativas privadas.

Tello, C. (2012), Tesis: El presupuesto en la gestión empresarial de una corporación privada de salud en Lima Metropolitana. Presentada para obtener el título de Contador Público en la Universidad de San Martín de Porres. En este trabajo, la autora nos describe la incidencia del presupuesto en la gestión empresarial, cuyo objetivo es monitorear los resultados de una corporación, tener un control presupuestario para un control de la rentabilidad y de la misma manera medir a la organización interna como seguridad de un control presupuestal.

Guerrero, R. (2012), Tesis: Mejoramiento de la destilación en el proceso de elaboración del pisco para la competitividad y la ecoeficiencia de las bodegas de la asociación de productores de pisco de Lunahuaná. Presentada para obtener el grado académico de Maestro en Administración con mención en gerencia estratégica de organización en la Universidad de San Martín de Porres. En este trabajo la autora analiza que la competitividad tiene influencia para el mejoramiento permitiendo identificar las principales causas que imposibilitan el mejoramiento, mostrándonos que para ser competitivos se debe conocer y aplicar conceptos teóricos, científicos y tecnológicos, así también debe conocer de las otras experiencias exitosas para que al replicarla logren una mejoría.

Casafranca, M. y Pahuachón, M. (2012), Tesis: Factores que limiten la competitividad de la producción de quinua orgánica en grano en las asociaciones de productores de los distritos de Cabana e llave en el departamento de Puno. Presentada para obtener el título profesional de Licenciado en Administración de Negocios Internacionales en la Universidad de San Martín de Porres. En este

trabajo las autoras analizan los factores que afectan la competitividad en el determinante “estrategia, estructura y rivalidad de las empresas del diamante de la competitividad de Michael Porter del proceso productivo de quinua orgánica en granos.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Gestión Empresarial

a) Definición

Es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructurar y manejar un organismo social; es la técnica de la coordinación que busca resultados de máxima eficiencia en la coordinación de las cosas y personas que integran una empresa. De esta forma, la gestión supone un conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto, concretar un proyecto o administrar una empresa u organización.

Para el **Instituto de Investigación El Pacífico (2004)**, la gestión empresarial es administrar y proporcionar servicios para el cumplimiento de las metas y objetivos, proveer información para la toma de decisiones, realizar el seguimiento y control de la recaudación de los ingresos, del manejo de las cuentas por cobrar, de las existencias, entre otros. Dentro de la gestión se incluye la planeación, organización, dirección y control.

Según **Cassini (2008)**, El concepto de gestión, por su parte, proviene del latín *gesio* y hace referencia a la acción y al efecto de gestionar o de administrar. Se trata, por lo tanto, de la concreción de diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera. La noción implica además acciones para gobernar, dirigir, ordenar, disponer u organizar.

Según **Gitman (1986)**, la gestión empresarial comprende la concreción de las políticas, mediante la aplicación de estrategias, tácticas, procesos, procedimientos, técnicas y prácticas. Una política no es un documento legal. Es un acuerdo basado en los principios o directrices de un área de actividad clave

de una organización. Una política expresa cómo va la organización sobre su trabajo y cómo lo dirige. Las buenas políticas expresan un modo justo y sensible de tratar los asuntos.

Mientras que sea posible, ninguna organización debería cambiar sus políticas a menudo. La intención es guiar el trabajo de una organización durante un tiempo razonable. Una vez que la política se convierte en práctica organizacional y ha sido aprobada por el Directorio o por la estructura del gobierno institucional, está uniendo a toda la organización.

Para **Koontz & O'Donnell (2004)**, el enfoque tradicional de la gestión empresarial, estudia la estructura de la organización y define los papeles de las personas en la misma. La contribución más importante de éste enfoque ha sido definir y analizar las tareas que son necesarias para crear y potenciar una empresa. Se crea un marco de referencia que permite a los gestores diseñar las tareas, como dividir las en otras tareas y la coordinación entre las mismas.

Para **Van Horne (1995)**, la gestión empresarial no se puede entender separada de la gestión financiera y menos de la gestión económica. Ello porque lo financiero es prácticamente el soporte que valida la lógica en lo empresarial o de negocio de las empresas en sus respectivos enclaves. Pensemos que para lograr cumplir con los objetivos sociales les será necesario garantizar la estabilidad financiera. De la misma manera la toma de decisiones concernientes meramente a la gestión financiera de una u otra forma, directa o indirectamente, a corto o a largo plazo, influye en las situaciones generales de estas empresas.

La gestión financiera es un proceso que involucra los ingresos y egresos atribuibles a la realización del manejo racional del dinero, y en consecuencia la rentabilidad (financiera) generada por él mismo. Esto nos permite definir el objetivo básico de la gestión financiera desde dos elementos. La de generar recursos o ingresos (generación de ingresos) incluyendo los aportados por los asociados. Y en segundo lugar la eficiencia y eficacia (esfuerzos y exigencias) en el control de los recursos financieros para obtener niveles de aceptables y satisfactorios en su manejo. El primer elemento recoge aspectos propios del

crecimiento de las empresas que se dilucidó a partir de la crisis financiera de inicios de los 80s, y en una segunda etapa con apertura a terceros no asociados en los 90s. Las discusiones en torno de éste tema colocó en controversia a algunos consejos de administración frente a las gerencias generales de varias de las organizaciones analizadas. Esto en el sentido de cuál era la forma más acorde y en qué mercados se debía captar y colocar recursos financieros. Con el segundo elemento no se plantearon discusiones en relación con los esfuerzos y exigencias en el manejo del dinero. Esto es indiscutible y reforzado en éste contexto por una buena gestión de administración. Hubo si puntos de vista encontrados sobre el manejo de los niveles de rentabilidad y sus incidencias en el propósito empresarial (corregir el desequilibrio del poder del mercado).

Las tasa de interés para las colocaciones de dinero en entidades asociadas y terceros versus la maximización de la utilidad en su colocación; la relación del costo del crédito versus el cumplimiento del propósito empresarial.

Asimismo, **La Roca. H. (2002)**: El proceso de gestión produce los acontecimientos como operaciones en el mundo real de las transacciones, por ello la gestión transforma el objetivo en resultado. La capacidad de gestión es un recurso estratégico para las organizaciones porque está compuesto por la dinámica del conjunto de actividades interrelacionadas entre actores, tecnología, proceso, resaltando como atributo sustantivo de la gestión: la decisión.

En definitiva, la estructura es la apoyatura de la organización para el desarrollo de la gestión mediante la fijación de funciones, áreas de negocios.

Una mala gestión empresarial deriva a una empresa a destrozarse consecuencias, que van desde el aumento de los gastos y costos no considerados o no presupuestados, hasta una disminución de oportunidades por la mala gestión.

Las malas decisiones (decisiones inadecuadas), lleva a que la empresa quede mal vista, ya que deriva al incumplimiento de obligaciones y compromisos, tanto con los proveedores como con los clientes.

Es bastante común ver de manera recurrente cómo los empresarios de la micro y pequeña empresa tienen problemas con la gestión empresarial debido a su falta de conocimientos ya que desarrollan una actividad empírica lo cual no le permite obtener resultados exitosos.

Es la actividad empresarial que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos) mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios. Una óptima gestión no busca sólo hacer las cosas mejor, lo más importante es hacer mejor las cosas correctas y en ese sentido es necesario identificar los factores que influyen en el éxito o mejor resultado de la gestión.

La entrada en el nuevo siglo y el panorama cambiante del mercado, sumado al apareamiento y desarrollo de las tecnologías de información y comunicaciones (TIC's) ha hecho que las empresas tengan que desenvolverse en un entorno cada vez más complejo. Por lo tanto deben asumir el enorme desafío de modificar su gestión para competir con éxito en el mercado.

Se puede decir entonces que la mayor parte de ellas se han visto en la necesidad de abrazar una gestión de adaptación a los cambios y a las nuevas circunstancias venideras.

Capacidades y habilidades de la función gerencial

La función gerencial implica tener capacidad para conducir personas, un don especial para ser reconocidos y seguidos por los subalternos, indudablemente para esto se requiere capacidad técnica profesional espontánea y otros aspectos directivos a como se señalan a continuación:

- Capacidad para tomar decisiones.
- Imaginación honestidad, iniciativa e inteligencia.
- Habilidad para supervisar, controlar y liderar.
- Habilidad para visualizar la actividad hacia el futuro.
- Habilidad para despertar entusiasmo.
- Habilidad para desarrollar nuevas ideas.
- Disposición para asumir responsabilidades y correr riesgos inherentes.
- Capacidad de trabajo.
- Habilidad detectar oportunidades y generar nuevos negocios.
- Capacidad de comprender a los demás y manejar conflictos.

- Imparcialidad y firmeza.
- Capacidad de adaptarse al cambio.
- Deseo de superación.
- Capacidad técnica de marketing para promocionar los productos de la empresa.
- Capacidad para el análisis y solución de problemas.
- Paciencia para escuchar.
- Capacidad para relacionarse.

Factores de competitividad que afectan la gestión

Puntos críticos y determinantes de la competitividad a diferentes niveles:

Nivel Micro:

- Capacidad de gestión.
- Estrategias empresariales.
- Gestión de innovación.
- Prácticas en el ciclo de producción.
- Capacidad de integración en redes de cooperación tecnológica.
- Logística empresarial.
- Interacción entre proveedores, productores y compradores.

Nivel Macro:

- Política de infraestructura fiscal.
- Política educacional.
- Política tecnológica.
- Política de infraestructura industrial.
- Política ambiental.
- Política regional.
- Política de comercio exterior.

Clasificación de la gestión empresarial según sus diferentes técnicas

Gestión empresarial es un término que abarca un conjunto de técnicas que se aplican a la administración de una empresa y dependiendo del tamaño de la empresa, dependerá la dificultad de la gestión del empresario o productor.

El objetivo fundamental de la gestión del empresario es mejorar la productividad, sostenibilidad y competitividad, asegurando la viabilidad de la empresa en el largo plazo.

Técnicas de gestión empresarial

Análisis Estratégico: Diagnosticar el escenario identificar los escenarios político, económico y social internacionales y nacionales más probables, analizar los agentes empresariales exógenos a la empresa.

Gestión Organizacional o Proceso Administrativo: Planificar la anticipación del quehacer futuro de la empresa y la fijación de la estrategia y las metas u objetivos a cumplir por la empresa; organizar, determinar las funciones y estructura necesarias para lograr el objetivo estableciendo la autoridad y asignado responsabilidad a las personas que tendrán a su cargo estas funciones.

Gestión de la Tecnología de Información: Aplicar los sistemas de información y comunicación intra y extra empresa a todas las áreas de la empresa, para tomar decisiones adecuadas en conjunto con el uso de internet.

Gestión Financiera: Obtener dinero y crédito al menos costo posible, así como asignar, controlar y evaluar el uso de recursos financieros de la empresa, para lograr máximos rendimientos, llevando un adecuado registro contable.

Gestión de Recursos Humanos: Buscar utilizar la fuerza de trabajo en la forma más eficiente posible preocupándose del proceso de obtención, mantención y desarrollo del personal.

Gestión de Operaciones y Logística de abastecimiento y distribución: Suministrar los bienes y servicios que irán a satisfacer necesidades de los consumidores, transformando un conjunto de materias primas, mano de obra, energía, insumos, información, entre otros. En productos finales debidamente distribuidos.

Gestión Ambiental: Contribuir a crear conciencia sobre la necesidad de aplicar en la empresa política de defensa del medio ambiente.

Pautas básicas fundamentales para una gestión adecuada:

Para lograr obtener éxito en la empresa y poder mantenerlo existen muchas fórmulas, sin embargo, existen ciertas pautas fundamentales que los empresarios, operadores de servicio o administradores deben de tomar en cuenta para gestionar adecuadamente su negocio sobre todo si nos referimos a los pequeños microempresarios, como se describe a continuación:

- Querer y cuidar a los clientes compradores.
- Encuentre a los compradores que usted quiera.
- Descubra qué quieren sus clientes compradores.
- Oriente a su cliente comprador a obtener lo que quiera.
- Entregue siempre un valor entregado.

El éxito de una gestión empresarial dependerá de muchos factores, por ejemplo, la localización, competencia, entre otros. Sin embargo el empresario puede crear su propio modelo según gestión adaptándose a sus habilidades empresariales y recursos disponibles actuales y futuros.

Por otro lado cuando el buen empresario o administrador esta creando su propio modelo de gestión deberá siempre efectuar lo siguiente:

- Planear a corto, mediano y largo plazo.
- Usar herramientas cuantitativas en la toma de decisiones.
- Reducción y control de costos.
- Generación de valor agregado.
- Prever el cambio.
- Mantener una visión amplia del negocio.

Funciones básica de la gestión

Existen cuatro funciones básicas:

- Planeación
- Organización
- Dirección

- Control

Por tanto, la capacitación en cuestión empresarial agrícola deberá fortalecer en todo momento los conceptos referidos a las 4 funciones básicas:

Planeación

Esta función contempla definir las metas de la organización, establecer una estrategia global para el logro de estas metas y desarrollar una jerarquía detallada de planes para integrar y coordinar actividades, contempla las siguientes actividades:

- Asignación de recursos.
- Programación

Organización

Es la manera de diseñar la estructura de un negocio o empresa. Incluye la determinación de las tareas a realizar, quien las debe realizar, como se agrupan las tareas, quien reporta a quien y donde se toman las decisiones.

La estructura organizacional debe diseñarse de tal manera que quede claramente definido quien tiene que hacer determinada tareas y quien es responsable de los resultados.

Dirección, conducción y liderazgo

Toda empresa, negocio, organización o institución está formada por personas, es responsabilidad de los administradores dirigir y coordinar las actividades de estas personas. La dirección consiste en motivar a los subordinados y dirigir las actividades que realizan para alcanzar los objetivos de la empresa.

Control

Una vez fijadas las metas, formulado los planes, delineados los arreglos estructurales, entrenado y motivado el personal, existe la posibilidad de que algo salga mal. Para asegurar que las cosas vayan como deben, se debe monitorear el desempeño del negocio u organización para comparar los resultados con las metas fijadas y presupuestos.

Dirigir Comprende:

- Producir: Resultados, metas, eficacia.
- Administrar: Eficiencia, funciones.
- Emprender: Crear, innovar.
- Integrar: Personas, equipos y cultura.

b) Indicadores de Gestión empresarial

Organización empresarial

A la organización empresarial corresponde al proceso de organización de los talentos (humanos, financieros y materiales) de los que dispone la empresa, para alcanzar los objetivos deseados. Son muchos los modelos de organización que podemos encontrar. Las estructuras más comunes son:

- Organización lineal
- Sistema de organización lineal con staff de asesoramiento.
- Sistema de organización lineal con comités o consejos.
- Organización funcional
- Sistema de organización funcional o departamental o de Taylor.
- Sistema de organización mixto, o sea la integral.
- Organización matricial

Uno de los aspectos de la organización es el establecimiento de departamentos, que designan un área o división en particular de una organización sobre la cual un administrador posee autoridad respecto del desempeño de actividades específicas, de acuerdo con su uso más general, los departamentos pueden ser producción, control de calidad, ventas, investigación de mercado.

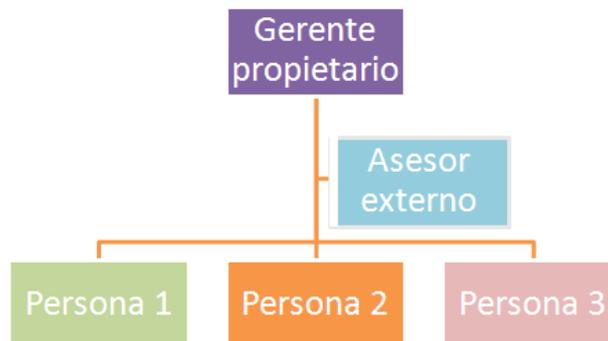
Una perspectiva histórica sobre la administración, proporciona un contexto o entorno en el cual se pueden interpretar las oportunidades y los problemas actuales. Sin embargo, el estudio de la historia no implica simplemente arreglar los acontecimientos por orden cronológico. Significa desarrollar y comprender el impacto de las fuerzas sociales sobre las organizaciones. El estudio de la historia es una forma de alcanzar un pensamiento estratégico, de ampliar la perspectiva y de mejorar las habilidades conceptuales.

Primero hay que examinar la forma en la cual las fuerzas sociales, políticas y económicas han influido en las organizaciones y en la práctica de la administración.

El modelo organizacional planteado para una micro empresa es la de una estructura simple con máximo dos niveles jerárquicos. Es decir una empresa se rige por el control individual de una persona, denominado Gerente Propietario, quien controla todas las actividades y toma las decisiones referentes al funcionamiento de la empresa.

En esta estructura se plantea la existencia de un asesor externo (legal / contable).

Y como nivel operativo cuenta con tres colaboradores que pueden hacer las funciones administrativas y de ventas.



Sus principales características son:

- La realización de las tareas es supervisada directamente por el propietario.
- El sistema de coordinación, evaluación y recompensa es altamente informal.
- La toma de decisiones se centraliza en una sola persona, por lo general el propietario de la empresa.
- Poca especialización en las tareas internas.

Evaluación de la gestión empresarial

El objetivo de la evaluación de la gestión empresarial es medir lo actuado por el responsable directo de tomar decisiones en una empresa, la eficiencia y eficacia del empresario.

Para que el sistema de control de gestión empresarial funcione eficazmente y colabore con el buen funcionamiento de la empresa, es necesario que se hayan cumplido ciertas etapas esenciales:

- Se hayan definido objetivos jerarquizados de corto y largo plazo en función de las características de la empresa y su entorno (políticas de inversión, políticas de financiación, políticas de proveedores, políticas de clientes.)
- Existan planes (planes de comercialización, características de los bienes a producir), programas y presupuestos (presupuesto económico, presupuesto financiero, de producción) que cuantifiquen los objetivos.
- Se haya establecido la estructura organizativa, con una clara definición de las atribuciones y responsabilidades.
- Exista un sistema de medición, registro y control de los resultados obtenidos que permita calcular las desviaciones y sea coherente con los objetivos y la estrategia empresarial.
- Se interpreten los datos obtenidos.

Los objetivos empresariales se convierten, por lo tanto, en uno de los parámetros que mayor relevancia toman al momento de evaluar la gestión empresarial.

Sin la existencia de esos objetivos, de una planificación estratégica global, y de objetivos particulares para cada uno de los subsistemas que conforman la estructura empresarial, no puede pensarse en un control de la gestión empresarial.

Es tarea del control de gestión empresarial, evaluar e interpretar el nivel de cumplimiento de tales objetivos, definiendo y determinando los desvíos, e identificando sus causas y consecuencias. Evaluar la gestión empresarial es examinar en forma integral la gestión de una empresa con el propósito de evaluar la eficiencia de sus resultados, teniendo en cuenta las metas y objetivos fijados,

los recursos humanos, financieros y materiales empleados, la organización de esos recursos y los controles establecidos.

Es preciso resaltar la gran importancia que tiene el análisis adecuado y oportuno del entorno, que condiciona y limita las actividades empresariales, y que debe necesariamente ser considerado al evaluar la gestión empresarial.

A partir de estas premisas, se podrá informar y asesorar sobre la realidad empresarial, interpretar los valores obtenidos, identificar las fortalezas para aprovechar las oportunidades y las debilidades originadas en el no cumplimiento de los planes estratégicos, determinando las amenazas.

Entre los parámetros para evaluar la gestión empresarial podemos citar:

- Grado de cumplimiento de los objetivos.
- Política empresarial acorde a las características de la empresa y su entorno.
- Adecuada capacidad para cumplir con el ciclo operativo.
- Asignación conveniente de fondos.
- Adecuada capacidad para generar recursos.
- Adecuada capacidad de respaldo.
- Tendencia a crecer / decrecer de la empresa (adecuada evolución financiera, patrimonial y económica).

También se deberá medir la gestión empresarial a través de indicadores cualitativos que traducen la manera como se gestiona una empresa:

- En foque de la empresa hacia la creación de valor.
- Grado de vinculación entre planeación estratégica y control.
- Existencia de una red comunicacional que transmita la cultura (principios, creencias y valores de la organización).
- Capacidad para formar criterios éticos dentro de la toma de decisiones.
- Capacidad para desarrollar redes de gestión.
- Capacidad para asumir riesgos calculados.
- Capacidad para aprender y enseñar.

- Creatividad y espíritu innovador.
- Predisposición para la acción.
- Relaciones Políticas adecuadas con el entorno.

Entre los instrumentos que sirven para la evaluación de la gestión empresarial pueden mencionarse, a título enunciativo, la contabilidad financiera, las auditorías (externas, operativas o de controles internos), el tablero de control, el análisis de ratios, informes destinados a seguir las innovaciones y estrategias de la competencia y los cambios en el entorno.

Indicadores de Eficiencia, mide el nivel de ejecución del proceso, se concentran en el cómo se hicieron las cosas y miden el rendimiento de los recursos utilizados por un proceso.

Podemos definir la eficiencia como la relación entre los recursos utilizados en un proyecto y los logros conseguidos con el mismo. Se entiende que la eficiencia se da cuando se utilizan menos recursos para lograr un mismo objetivo o cuando se logran más objetivos con los mismos o menos recursos.

En el caso de las Mypes, algunos producen directamente sus productos pero la gran mayoría tercerizan algunos servicios, lo que no permite medir con un grado de certeza la eficiencia en sus productos, se trabaja principalmente en función al costo de los productos

Indicadores de Eficacia, mide el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos, se enfocan en el qué se debe hacer, para este indicador se deben conocer y definir los requerimientos del cliente del proceso para comparar lo que entrega el proceso contra lo que él espera.

La eficacia difiere de la eficiencia en el sentido que la eficiencia hace referencia en la mejor utilización de los recursos, en tanto que la eficacia hace referencia en la capacidad para alcanzar un objetivo, aunque en el proceso no se haya hecho el mejor uso de los recursos.

Se puede dar el caso que se alcanzó la meta de construir una cierta cantidad de prendas en un semana tal como se había previsto (se es eficaz), pero para poder construir las prendas, se utilizaron más recursos de lo normal (no se es eficiente).

Productividad, es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. En realidad la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida.

Planeación empresarial

La planificación es el proceso metódico diseñado para obtener un objetivo determinado. En el sentido más universal, implica tener uno o varios objetivos a realizar junto con las acciones requeridas para concluirse exitosamente. Otras definiciones, más precisas, incluyen "La planificación es un proceso de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos". Va de lo más simple a lo complejo, dependiendo el medio a aplicarse. La acción de planear en la gestión se refiere a planes y proyectos en sus diferentes ámbitos, niveles y actitudes.

Etapas de la planeación

Dado que a veces puede tratarse de un proceso de toma de decisiones, se pueden distinguir varias etapas:

- Identificación del problema.
- Desarrollo de alternativas.
- Elección de la alternativa más conveniente.
- Ejecución del plan.

En los casos de la planeación reactiva y operativa no se hace un enfático uso en la toma de decisiones, ya que es lineal y sólo administra los procesos en curso de alguna organización o sistema. El caso de la planeación táctica, estratégica y

normativa, puede requerir los conceptos de toma de decisiones por lo complejo y amplio.

Con relación a la toma de decisiones, por ejemplo, cuando por la mañana planeamos nuestro día y elegimos qué medio de transporte utilizaremos para ir al trabajo, estamos anticipando la decisión que de no haberlo planeado igual hubiéramos tenido que tomar. Estas acciones no se limitan a la organización temporal de conductas motoras sino también a la planificación de pensamientos para realizar lo conducente. No es necesario ejecutar ninguna conducta motora y podemos evocar la información almacenada tanto en la memoria semántica como en la memoria episódica o la memoria perceptiva.

Lo anterior es un caso muy operativo, que se debe decidir en ese momento, y se hace en un tiempo inmediato, con relación a la planeación en el corto plazo, operativo, reactivo y adaptativo. De alguna manera se utiliza la planeación en la vida cotidiana, en sus diferentes expresiones, pero es muy importante distinguir las características en el entorno o medio ambiente que se desenvuelven, ya que no es lo mismo decidir por una persona que por miles de personas. Cada escenario es muy diverso; de allí la importancia de la planeación.

Política empresarial

La política empresarial es una de las vías para hacer operativa la estrategia. Suponen un compromiso de la empresa; al desplegarla a través de los niveles jerárquicos de la empresa, se refuerza el compromiso y la participación del personal.

La política empresarial suele afectar a más de un área funcional, contribuyendo a cohesionar verticalmente la organización para el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

Al igual que la estrategia, la política empresarial proporciona la orientación precisa para que los ejecutivos y mandos intermedios elaboren planes concretos de acción que permitan alcanzar los objetivos.

Cuando tenemos la calidad como uno de los objetivos estratégicos, la política de la calidad anima a los directivos funcionales a incorporar la orientación al cliente en la situación de cada unidad organizativa.

La Política de la Calidad debe ser muy simple y fácilmente comprensible para que sea comunicable y entendida sin dificultad.

La política empresarial supone un compromiso formal de la empresa con la calidad, por lo que ha de ser ampliamente difundida interna y externamente.

La política empresarial, obviamente, ha de ser adecuada para cada empresa y ajustadas a las necesidades y expectativas de sus clientes. Como contenido, es bueno que hagan referencia a:

- Un gran objetivo (satisfacción del cliente, competitividad, etc.).
- La vía o forma de conseguirlo para ganar en credibilidad (ISO, etc.).
- Los recursos necesarios (formación, participación, organización formal).
- Los clientes internos (accionistas y personal) y a sus intereses (beneficio y satisfacción).

Política empresarial y su desarrollo

La dimensión corporativa constituye el fundamento para el diseño de la política empresarial, en particular en lo que afecta a la política económica de la empresa, esto es, al desarrollo de los criterios y normas por los cuales se asignan los recursos disponibles en esa empresa.

Todos los conocimientos de la política de la empresa como ciencia, así como toda la disposición de destrezas en el aprendizaje, en el manejo de la dirección de recursos y de hombres, sirven para definir las políticas empresariales de la empresa.

Así, toda la política empresarial, como diseño de la asignación de los recursos, descansa, por tanto, en la definición de la institución, de su filosofía y de su cultura empresarial, así como en su estrategia, con el fin de poder establecer los criterios de gestión empresarial.

Por tanto, es resultado de la dimensión corporativa de la empresa, a su vez constituye la base para la definición de los criterios que permitan signar de manera coherente los recursos en las distintas funciones y áreas de la institución empresarial.

2.2.2 Competitividad

a) Base Legal

Se revisó la Constitución Política del Perú de 1993, encontrándose artículos que se relacionan con el contexto de la presente investigación.

Protección y fomento del empleo

El trabajo es un deber y un derecho. Es base del bienestar social y un medio de realización de la persona.

Derechos del trabajador

El trabajador tiene derecho a una remuneración equitativa y suficiente, que procure, para él y su familia, el bienestar material y espiritual.

El pago de la remuneración y de los beneficios sociales del trabajador tiene prioridad sobre cualquier otra obligación del empleador.

Las remuneraciones mínimas se regulan por el Estado con participación de las organizaciones representativas de los trabajadores y de los empleadores.

Rol Económico del Estado

El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad pública. El Estado brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades.

El Estado reconoce el pluralismo económico. La economía nacional se sustenta en la coexistencia de diversas formas de propiedad y de empresa.

Sólo autorizado por ley expresa, el Estado puede realizar subsidiariamente actividad empresarial, directa o indirecta, por razón de alto interés público o de manifiesta conveniencia nacional.

La actividad empresarial, pública o no pública, recibe el mismo tratamiento legal. Asimismo, se revisó la Ley General de Sociedades N° 26887, encontrándose artículos que se relaciona con el contexto de la presente investigación.

La Sociedad

Quienes constituyen la Sociedad convienen en aportar bienes o servicios para el ejercicio en común de actividades económicas.

Pluralidad de socios

La sociedad se constituye cuando menos por dos socios, que pueden ser personas naturales o jurídicas. Si la sociedad pierde la pluralidad mínima de socios y ella no se reconstituye en un plazo de seis meses, se disuelve de pleno derecho al término de ese plazo.

No es exigible pluralidad de socios cuando el único socio es el Estado o en otros casos señalados expresamente por ley.

Denominación o Razón Social

La sociedad tiene una denominación o una razón social, según corresponda a su forma societaria. En el primer caso puede utilizar, además, un nombre abreviado. No se puede adoptar una denominación completa o abreviada o una razón social igual o semejante a la de otra sociedad preexistente, salvo cuando se demuestre legitimidad para ello.

Esta prohibición no tiene en cuenta la forma social. No se puede adoptar una denominación completa o abreviada o una razón social que contenga nombres de organismos o instituciones públicas o signos distintivos protegidos por derechos de propiedad industrial o elementos protegidos por derechos de autor, salvo que se demuestre estar legitimado para ello.

El Registro no inscribe a la sociedad que adopta una denominación completa o abreviada o una razón social igual a la de otra sociedad preexistente. En los demás casos previstos en los párrafos anteriores los afectados tienen derecho a demandar la modificación de la denominación o razón social por el proceso

sumarísimo ante el juez del domicilio de la sociedad que haya infringido la prohibición.

La razón social puede conservar el nombre del socio separado o fallecido, si el socio separado o los sucesores del socio fallecido consienten en ello. En este último caso, la razón social debe indicar esta circunstancia. Los que no perteneciendo a la sociedad consienten la inclusión de su nombre en la razón social quedan sujetos a responsabilidad solidaria, sin perjuicio de la responsabilidad penal si a ello hubiere lugar.

De la misma manera se revisó la **LEY N° 28015: LEY DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (Promulgada el 3 de Julio del 2003)**

En el año 2003 se publicó la Ley N° 28015, Ley de Formalización y Promoción de la Micro y Pequeña Empresa. Esta norma estuvo vigente hasta el 30 de setiembre de 2008. A partir del 01 de octubre de 2008 entro en vigencia el Decreto Legislativo N° 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y de acceso al empleo decente. Esta norma y sus modificaciones (recopiladas en el Decreto Supremo 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) son las que se encontraban vigentes, y que han sido modificadas por la Ley N° 30056.

La presente ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones y su contribución a la recaudación tributaria.

Características MYPE

Las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

- a) El numero total de trabajadores:
 - La microempresa abarca de uno (1) hasta 10 trabajadores inclusive
 - La pequeña empresa abarca de uno (1) hasta 50 trabajadores inclusive

b) Niveles de ventas anuales:

- La microempresa hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias - UIT
- La pequeña empresas partir de monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.
- Las entidades públicas y privadas uniformizan sus criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

LEY N° 30056: LEY QUE MODIFICA DIVERSAS LEYES PARA FACILITAR LA INVERSIÓN, IMPULSAR EL DESARROLLO PRODUCTIVO Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL (Publicada el 2 de julio de 2013)

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 (MIMYPE). 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”.

La exposición de motivos de la norma indica que el Perú requiere mantener una alta tasa de crecimiento durante los próximos 15 años, elevando productividad y competitividad de manera que se pueda contrarrestar la caída de los precios de los minerales.

Igualmente explica que el crecimiento de la productividad representa un gran reto que se hace evidente, por ejemplo, en el nivel latinoamericano donde nos encontramos por debajo de países como Colombia, México y Chile.

En ese sentido, explica la exposición de motivos que era necesario dictar normas con la finalidad de facilitar el incremento de la productividad; indicando que se ha detectado que las barreras burocráticas generan costos para la empresas y en

general para la economía, ya que no sólo implican el mayor costo por el cumplimiento del trámite sino también el costo de oportunidad perdido porque la empresa evita destinar recursos para sus fines sociales o comerciales, se contrae la inversión y se reduce el tráfico comercial.

Tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIMYPE), estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción; incentivando la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados internos y externos y otras políticas que impulsen el emprendimiento y permitan la mejora de la organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas unidades económicas.

Características de las micro, pequeñas y medianas empresas

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.

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de la Producción cada dos (2) años.

Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

Cambios que trae esta Ley a los micros y pequeñas empresas

- Se cambian los criterios de clasificación para las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la siguiente manera:

Cuadro N° 1: Clasificación de las MYPES

	Ley MYPE DS N° 007-2008 TR		Ley N° 30056	
	VENTAS ANUALES	TRABAJADORES	Venta anuales	Trabajadores
Microempresa	hasta 150 UIT	1 A 10	hasta 150 UIT	No hay limites
Pequeña Empresa	hasta 1700 UIT	1 A 100	mas de 150 UIT y hasta 1700 UIT	No hay limites
Mediana Empresa			mas DE 1700 UIT y hasta 2300 UIT	No hay limites

Fuente: Ministerio del trabajo

Elaboración propia

- Las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (EIRL) pueden acogerse al Nuevo RUS “Decreto Legislativo 937, Ley del Nuevo Régimen Único Simplificado” siempre que cumplan los requisitos establecidos por dicha norma.
- Se transferirá la administración del Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) pasando del Ministerio de Trabajo (MINTRA) a la SUNAT.

Amnistías y ampliaciones que nos muestra la presente Ley

- 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. La norma establece que durante 3 ejercicios, contados desde su inscripción en el REMYPE administrado por la SUNAT, esta no aplicará las sanciones previstas en los numerales 1, 3, 5 y 7 del artículo 176 y el numeral 9 del artículo 174 del TUO del Código Tributario, D.S. N°135-99-EF, cometidas a partir de su inscripción, siempre que la microempresa cumpla con subsanar la infracción, de corresponder, dentro del plazo que fije la SUNAT en la

comunicación que notifique para tal efecto, sin perjuicio de la aplicación del régimen de gradualidad que corresponde a dichas infracciones.

- 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.

DECRETO LEGISLATIVO Nº 1086: DECRETO LEGISLATIVO QUE APRUEBA LA LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACIÓN Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE (28 de Junio del 2008)

El presente Decreto Legislativo publicado el 28 de junio del 2008 tiene por objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para la ampliación del mercado interno y externo de éstas, en el marco del proceso de promoción del empleo, inclusión social y formalización de la economía, para el acceso progresivo al empleo en condiciones de dignidad y suficiencia.

Modificación del artículo 3º de la Ley Nº 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa

Modifíquese el artículo 3º de la Ley Nº 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, el cual queda redactado de la siguiente forma:

“Características de las MYPE (art 3º):

Las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas cada dos (2) años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido período.

Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar

coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.”

DECRETO SUPREMO Nº 009-2003-TR: REGLAMENTO DE LA LEY Nº 28015 LEY DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.

El presente Reglamento contiene las disposiciones aplicables a la promoción y formalización de las MYPE, en concordancia con la Ley y de acuerdo con el artículo 59° de la Constitución Política del Perú.

DECRETO SUPREMO Nº 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, Ley MYPE.

La presente Ley tiene por objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para la ampliación del mercado interno y externo de éstas, en el marco del proceso de promoción del empleo, inclusión social y formalización de la economía, para el acceso progresivo al empleo en condiciones de dignidad y suficiencia.

DECRETO SUPREMO Nº 008-2008-TR: Reglamento del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente - Reglamento de la Ley MYPE

El presente reglamento contiene las disposiciones aplicables a la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, en concordancia con la Ley y de conformidad con el artículo 59° de la Constitución Política del Perú.

b) Definición

La competitividad es uno de los conceptos más asiduamente estudiados y al mismo tiempo más controvertidos en ámbitos de investigación académica, empresariales, gubernamentales y medios de difusión. Como señaló Hall, (1987), “la competitividad despierta un interés floreciente en grupos variopintos: los políticos pretenden mejorarla, los legisladores debaten sobre ella, los editores

publican sobre ella, los consultores viven de implantarla, y los economistas intentan explicarla y medirla.”

Si bien para **Arriaga, Conde y Estrada (1996)**, el término competitividad nació ligado al ámbito microeconómico de la empresa, muy frecuentemente se utiliza no referido a la realidad empresarial, sino al comportamiento comparado de una economía nacional en su conjunto, o de sus industrias y sectores.

Para **Fernández (1995)**, este hecho es debido a que “mejorar el conocimiento sobre el comportamiento de las empresas nunca ha sido prioridad de los economistas”. La consecuencia directa es que cuando se han tenido que identificar las bases de la competitividad, se ha dirigido la atención hacia niveles superiores, como los países y regiones, o las industrias.

La competitividad se define como la capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúan. Se entiende por ventaja comparativa aquella habilidad, recurso, conocimiento, atributos, entre otros., de que dispone una empresa, de la que carecen sus competidores y que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a estos”.

La competitividad depende especialmente de la calidad del producto y del nivel de precios. Estos dos factores en principio estarán relacionados con la productividad, la innovación y la inflación diferencial entre países. Existen otros factores que se supone tienen un efecto indirecto sobre la competitividad como la cualidad innovativa del mismo, la calidad del servicio o la imagen corporativa del productor.

La Asociación Española de Contabilidad y Administración (AECA, 2010) define competitividad como la capacidad de una organización para obtener y mantener sistemáticamente unas ventajas comparativas que le permiten alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico en que actúa.

La Organización para la Competitividad y Desarrollo Económico (OECD, 2010) la define como el grado en que bajo condiciones de libre mercado, un país puede producir bienes y servicios, que superen el examen de la competencia internacional, y que permite mantener el crecimiento sostenido de la renta nacional.

Afirmaba **Porter M. (1980)**, que la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. Para hablar de competitividad, continúa Porter, habría que irse a la empresa, y al sector, e identificar cuáles son los factores que determinan que las empresas generen valor añadido y que ese valor se venda en el mercado, y si realmente esos factores son sostenibles en el mediano y largo plazo.

Según **Galán y Vecino (1997)** Es posible apreciar cierto consenso entre los investigadores al señalar que la competitividad de la empresa está determinada por tres tipos de factores o fuentes: los relativos al país donde la empresa se ubica (efecto país o efecto territorio), los derivados del sector al que pertenece (efecto sector o efecto industria) y los que tienen su origen en la propia empresa.

De acuerdo a lo que menciona **Martínez (2010)**, dentro de su artículo, “Un Modelo Causal de Competitividad Empresarial, demostrando la validación de la competitividad por medio de los recursos internos de la empresa para lograr una ventaja competitiva, dando mayor validez a mi modelo propuesto para hacer eficiente los recursos y alcanzar las metas de la Empresa.

Porter M. (1995) afirma que la capacidad de las empresas para competir depende de las circunstancias locales y las estrategias de la empresa.

Sin embargo depende de las empresas el aprovechar o no esta oportunidad creando un entorno donde alcancen una ventaja competitiva internacional.

Dunning (1995), señala que un completo entendimiento de las ventajas competitivas de las empresas y las ventajas estructurales de los países, son determinantes para la creación de este entorno, sus efectos en la globalización y los mercados.

Para alcanzar el objetivo las empresas necesitan adoptar las siguientes estrategias:

- Sensibilización para generar ventajas mutuas, fundamentada en redes de conocimiento que faciliten la proyección hacia el exterior.
- Estimular el intercambio de información y conocimientos entre administraciones que contribuyan a incrementar la Competitividad.
- Fortalecer las economías de las empresas a través de los recursos humanos, cada vez más especializados.

Porter M. (2009), en su artículo “Cómo las Fuerzas Competitivas le dan forma a la Estrategia”, esa ventaja tiene que ver en lo fundamental con el valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores y que exceda al costo de esa empresa por crearlo.

Se puede considerar la competitividad empresarial en un doble aspecto; como competitividad interna y como competitividad externa. La competitividad interna está referida a la competencia de la empresa consigo misma a partir de la comparación de su eficiencia en el tiempo y de la eficiencia de sus estructuras internas (productivas y de servicios.)

Este tipo de análisis resulta esencial para encontrar reservas internas de eficiencia pero por lo general se le confiere menos importancia que al análisis competitivo externo, el cual expresa el concepto más debatido, divulgado y analizado universalmente.

Teoría de la ventaja competitiva

La ventaja competitiva de Porter M. (1995), menciona los tipos básicos:

Liderazgo por costos:

- Lograr el Liderazgo por costo significa que una firma se establece como el productor de más bajo costo en su industria.
- Un líder de costos debe lograr paridad, o por lo menos proximidad, en bases a diferenciación, aun cuando confía en el liderazgo de costos para consolidar su ventaja competitiva.
- Si más de una compañía intenta alcanzar el Liderazgo por costos al mismo tiempo, este es generalmente desastroso.

Diferenciación:

- Lograr diferenciación significa que una firma intenta ser única en su industria en algunas dimensiones que son apreciadas extensamente por los compradores.
- Las áreas de la diferenciación pueden ser: producto, distribución, ventas, comercialización, servicio, imagen, etc.

Enfoque

- Lograr el enfoque significa que una firma fijó ser la mejor en un segmento o grupo de segmentos
- Dos variantes: Enfoque por costos y Enfoque por diferenciación

El concepto de la ventaja competitiva de la empresa es una característica esencial que le permite a la empresa generar una posición para poder competir.

Estrategia Competitiva

El mundo vive un proceso de cambio acelerado y de competitividad global en una economía cada vez más liberal, marco que hace necesario un cambio total de enfoque en la gestión de las organizaciones.

En esta etapa de cambios, las empresas buscan elevar índices de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad, lo que está obligando que los gerentes adopten modelos de administración participativa, tomando como base central al elemento humano, desarrollando el trabajo en equipo, para alcanzar la competitividad y responder de manera idónea la creciente demanda de productos de óptima calidad y de servicios a todo nivel, cada vez más eficiente, rápido y de mejor calidad.

Las cinco fuerzas que moldean la competencia de un sector

Comprender las fuerzas competitivas, así como sus causas subyacentes, revela los orígenes de la rentabilidad actual de una industria al tiempo que ofrece un marco para anticipar e influenciar la competencia (y la rentabilidad) a lo largo del tiempo.

Una estructura saludable de su sector debería ser tan importante para un estrategia como la posición de su empresa. Comprender la estructura de un sector también es clave para un posicionamiento estratégico eficaz.

Como veremos, defender a la empresa de las fuerzas competitivas y moldearlas para su propio beneficio es crucial para la estrategia. (Ver fig. 1)



Fig.1: Las cinco fuerzas de Porter

Las fuerzas que le dan forma a la competencia

La configuración de las cinco fuerzas competitivas varía según el sector.

La fuerza competitiva o las fuerzas competitivas más fuertes determinan la rentabilidad de un sector y se transforman en los elementos más importantes de la elaboración de la estrategia.

La fuerza más relevante, sin embargo, no siempre es obvia.

Amenaza de entrada:

Los nuevos entrantes en un sector introducen nuevas capacidades y un deseo de adquirir participación de mercado, lo que ejerce presión sobre los precios, costos y la tasa de inversión necesaria para competir. Los nuevos competidores pueden apalancar capacidades existentes y flujos de caja para remecer a la competencia sobre todo cuando se diversifican desde otros mercados.

La amenaza de nuevos entrantes, por lo tanto, pone límites a la rentabilidad potencial de un sector.

Cuando la amenaza es alta, los actores establecidos deben mantener los precios bajos o incrementar la inversión para desalentar a los nuevos competidores. En el sector minorista de café especializado, por ejemplo, las barreras de entrada son relativamente bajas, por lo cual Starbucks debe invertir agresivamente en modernizar sus tiendas y ofertas de menú.

La amenaza de nuevos entrantes en un sector depende de la altura de las barreras de entrada ya existentes y de la reacción que los nuevos competidores pueden esperar de los actores establecidos.

Si las barreras de entrada son bajas y los recién llegados esperan pocas represalias de parte de los actores establecidos, la amenaza de nuevos entrantes es alta y la rentabilidad del sector es moderada. Es la amenaza de que entren, no la entrada misma en caso de que ocurra, lo que mantiene baja la rentabilidad.

Competencia y valor:

Las fuerzas competitivas revelan los impulsores de la competencia en un sector. El estratega de una empresa que entiende que la competencia existe mucho más allá de los rivales existentes, será capaz de detectar amenazas competitivas más generales y estará mejor preparado para abordarlas.

Al mismo tiempo, pensar de forma exhaustiva acerca de la estructura de un sector puede revelar oportunidades: diferencias en clientes, proveedores, sustitutos, posibles entrantes, y rivales que pueden transformarse en la base para

estrategias claras que brindan un desempeño superior. En un mundo donde la competencia es más abierta y el cambio es más implacable, es más importante que nunca pensar estructuralmente acerca de la competencia.

Entender la estructura de un sector es tan importante para los inversionistas como para los ejecutivos. Las cinco fuerzas competitivas revelan si un sector es verdaderamente atractivo, y ayudan a los inversionistas a anticipar cambios positivos o negativos en la estructura de un sector antes de que se hagan evidentes. Las cinco fuerzas diferencian los problemas de corto plazo de los cambios estructurales y permiten a los inversionistas sacar ventaja del pesimismo u optimismo infundados.

Aquellas empresas cuyas estrategias tienen el potencial de transformar un sector se hacen mucho más visibles. Este pensamiento más profundo acerca de la competencia es una forma más poderosa de lograr un genuino éxito en las inversiones que las proyecciones financieras y la extrapolación de tendencias que dominan los análisis de inversiones en la actualidad.

El significado de la competitividad y oportunidades Internacionalización para las MYPES.

Mientras más competitivo sea un país, mejor nivel de vida para todos sus ciudadanos. Por eso, el gran reto para todos los países es cómo mejorar permanentemente en la carrera por la competitividad.

Las circunstancias macroeconómicas, políticas, jurídicas y sociales que sostienen a una economía en crecimiento, como es el caso del Perú, contribuyen a una economía saludable.

Si aspiramos a lograr desarrollo económico que se traduzca en bienestar y calidad de vida para los ciudadanos, estas circunstancias a las que hacemos referencia son una condición necesaria pero no suficiente. Se requiere generación de riqueza a través de la continua mejora de la competitividad, en los ámbitos de la vida nacional, empresarial e individual.

A nivel institucional/empresarial, se define la competitividad como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve. Estas ventajas están definidas por sus recursos y su habilidad para obtener rendimientos mayores a los de sus competidores.

Como señala Porter, el concepto de competitividad conlleva al concepto de “excelencia”, que implica eficiencia y eficacia por parte de la organización.

En este sentido, se considera una empresa competitiva a la que es capaz de ofrecer continuamente productos y servicios con atributos valorados por sus clientes. Los mercados cambian, las exigencias de los consumidores también cambian y, por eso, es clave que la empresa se adapte permanentemente a estos cambios, a fin de mantener o mejorar sus niveles de competitividad.

A nivel de los individuos, igualmente es aplicable el concepto de competitividad, pues el ser competitivo significa tener características particulares como valores, formación, capacidades gerenciales y otros, que posibilitan que algunos sean escogidos entre muchas opciones, en el mercado laboral, académico, entre otros.

Indicadores de competitividad

Exportaciones

La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un Estado o bloque económico. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. La complejidad de las diversas legislaciones y las condiciones especiales de estas operaciones pueden presentarse, además, se pueden dar toda una serie de fenómenos fiscales.

Características

Cuando una empresa decide ingresar a otro país lo puede hacer de diferentes maneras. Existen tres factores que determinan el modo de ingreso de la empresa en otro país: las ventajas de propiedad de la empresa, las ventajas de ubicación del mercado y las ventajas de internalización. Las ventajas de propiedad se refieren a los activos fijos de la empresa, a su experiencia internacional y su capacidad para desarrollar productos innovadores. Las ventajas de ubicación del mercado se refieren al tamaño y potencial de crecimiento del mercado. Por último, las ventajas de internalización se refieren a las habilidades que posee la empresa para alcanzar sus metas por méritos propios, es decir, sin ceder licencias a otras compañías. La elección de ingresar a mercados extranjeros también puede darse como resultado de un objetivo de la empresa.

Exporta fácil

Es un mecanismo promotor de exportaciones diseñado principalmente para el micro y pequeño empresario, mediante el cual podrá acceder a mercados internacionales.

Esto ha sido posible gracias a la participación interinstitucional de la Superintendencia de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), Servicios postales del Perú (SERPOST), Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU), Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), MI EMPRESA, Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), Ministerio de Relaciones Exteriores(MRE), Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI), Ministerio de Trabajo y Promoción Social (MTPS), Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y Consejo Nacional de Competitividad (CNC).

Para tal fin la SUNAT ha simplificado sus procesos de trámite aduanero, permitiendo la exportación de sus mercancías desde la comodidad de su hogar, oficina o cabina de Internet, de una forma simple, económica y segura.

Beneficios

Le brinda los siguientes beneficios:

- Exportar desde cualquier punto de nuestro país.
- Colocar sus productos en otros países (PROMPERU).

- Un trámite aduanero: gratuito, ágil y sencillo.
- Reducción de tarifas y tiempos de llegada (SERPOST).
- Participación en ferias internacionales (PROMPERU).
- Asesoría en exportaciones (PROMPERU).
- Formalización y manejo de gestión de empresas (MI EMPRESA).

Exporta Fácil es un servicio que contribuye con los Micro y Pequeños Empresarios permitiéndole tener nuevas oportunidades de negocio.

Acceso al financiamiento

El acceso a financiamiento es fundamental para el crecimiento económico sostenible y el desarrollo social. Las micro, pequeñas y medianas empresas son capaces de aprovechar mayores oportunidades empresariales sólo cuando existe la disponibilidad de productos y servicios financieros diseñados de acuerdo a sus necesidades.

Para acceder a un financiamiento los pasos que a seguir son los siguientes:

- Identificar la necesidad de financiamiento (ya sea para inversión en capital de trabajo, capital fijo, crédito hipotecario, crédito vehicular, etc.). Cuando lo sepa, encontrar el producto más adecuado para el negocio será mucho más fácil.
- Dentro de los Productos Financieros existe una relación de instituciones especializadas en brindar créditos para la micro y pequeña empresa como son bancos, financieras, Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, Cajas Rurales de Ahorro y Crédito, EDMYPES, así como los respectivos productos que ofrecen.
- Obtenida esta información se podrá conocer el monto de la cuota a pagar (si se eligió pagos mensuales, trimestrales, semestrales, etc.) y la Tasa de Costo Efectiva Anual del crédito, que indica cuál es el costo real de la deuda.

Asociatividad empresarial

La asociatividad empresarial es un mecanismo de cooperación que se presenta como una de las posibles alternativas de la MYPE, para afrontar y sacar provecho de la evolución de un entorno cada vez más competitivo y globalizado.

Hoy día, el desafío clave de las empresas para ser competitivas es seguir avanzando en la cadena de valor y especializarse cada vez más en actividades de uso intensivo de conocimientos y de valor agregado.

Su debilidad estructural, tanto a nivel de su capital como a nivel de sus recursos humanos, les obliga a ponerse en red para compartir entre ellas capacidades y competencias externalizadas, en materia de vigilancia, de coordinación de actividades y de explotación de esta vigilancia, en materia de ingeniería de proyectos colaborativos, o bien aún de medios para innovar y conquistar nuevos mercados. Muchos elementos que las MYPES, a nivel individual, no pueden acceder o desarrollar de manera eficiente.

La situación económica actual ofrece a los clústeres de empresas, una oportunidad considerable: a través de un pilotaje estratégico adecuado, se vuelven verdaderos 'integradores', al servicio de las MYPES, en mercados de índole mundial.

Igualmente, el plan estratégico de un clúster de empresas debe estar por encima de la suma de los planes estratégicos de cada uno de sus miembros.

Si un clúster quiere salir en el escenario mundial, deberá primero organizar una cadena de valor con alto potencial de innovación y desempeñar un verdadero papel de 'integrador y de mercadotecnia'. Hoy en día, ningún jefe de empresa, que tiene una actividad que busca la competencia en mercados internacionales, puede ignorar esta nueva dimensión de la gestión empresarial. Ningún clúster, digno de este nombre, puede descuidar el benchmark internacional y la alianza con varias redes, o lo que se llama el interclustering.

Formalización.

Actualmente, cuando los micros y pequeños empresarios (MYPES) hablan de formalización, piensan que es un tema relacionado al pago de impuestos, la cual muchas veces les puede generar cierto malestar y preocupación. La formalización implica muchos aspectos que siempre es bueno tenerlos en cuenta para la adecuada administración de la empresa.

Este concepto implica en el quehacer diario de las actividades de los MYPES realizar lo siguiente:

- Formalización tributaria

Cuando una empresa desea iniciar su formalización debe primero pensar como se va a constituir, como persona natural con negocio o como persona jurídica, es la primera pregunta que se debe realizar el empresario. Hay que recordar que tener un negocio o una actividad empresarial genera rentas de tercera categoría y como tal se debe hacer la inscripción en SUNAT para obtener el número de Registro Único de Contribuyente (RUC).

Si el empresario desea constituirse como persona natural solo debe presentar su Documento Nacional de Identidad (DNI) y un recibo de agua o luz para inscribir su negocio y obtener el RUC, de lo contrario si desea constituirse como persona jurídica, debe tramitar la minuta y la escritura pública de la empresa e inscribirla en registros públicos, para después solicitar el número de RUC en SUNAT.

La diferencia entre el tipo de constitución del negocio es por el lado de la separación de los bienes personales y de la empresa, que en el caso de una persona jurídica se dejan claramente establecidos. Además el empresario debe saber en que tipo de régimen tributario va a estar su negocio, el cual puede escoger entre el Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS), el Régimen Especial de Renta (RER) y el Régimen General (RG), pero hay que conocer las limitaciones que tiene cada uno de ellos, es por eso que antes de iniciar el proceso de formalización el empresario se debe informar.

- Formalización Laboral

Es necesario que se defina también en la empresa el número de trabajadores con los cuáles la empresa va a suscribir un contrato laboral, estos contratos deben ser elaborados de acuerdo a las características de cada tipo de trabajador, además los registros deben de ser legalizados por el Ministerio de Trabajo, al cual los empresarios deben de acudir para solicitar información. Hay que tener en cuenta que existen ciertos incentivos laborales para aquellos MYPES que se encuentran suscritos en el registro nacional de la micro y pequeña empresa (REMYPE) y pueden acogerse a los beneficios que ofrece la ley de MYPES. Toda MYPE debe de inscribirse al REMYPE para que pueda

acreditarse como tal y pueda ser reconocida ante diferentes instancias. Se recomienda que al menos el dueño o el que dirige la empresa figure en planilla.

- Formalización Municipal

La empresa debe de cumplir con todas las normativas exigidas por instituciones tales como la municipalidad, INDECI, DIGESA, etc., para el pago de arbitrios, licencias, u otras certificaciones exigidas de acuerdo al tipo de negocio que se tiene. También tener en cuenta las exigencias de las normas de seguridad que se deben de seguir en cada negocio, todo esto es necesario para poder evitar sanciones y multas mas adelante.

Es conveniente que la MYPE se encuentre formalizada para poder obtener ciertas ventajas que se pueden reflejar en beneficios que la misma empresa puede obtener, por ejemplo:

La formalización tributaria, implica que al tener que cuantificar tus ventas para poder determinar el pago del Impuesto General a la Ventas (IGV) o del impuesto a la renta (IR), si te encuentras en el RER o el RG, te permitirá ordenar tus actividades de compra para poder exigir la documentación respectiva y poder utilizar el crédito fiscal para deducir el IGV. Además existiría un registro de tus actividades comerciales, pudiendo SUNAT cruzar esta información entre tus diferentes proveedores. Esto permitiría ordenar las cuentas en la empresa y permite planificarte en los pagos que debes de realizar por el tema de impuestos.

Además, la formalización tributaria permite tener un registro de las actividades comerciales que tiene y de los ingresos que está obteniendo para posteriormente solicitar algún tipo de financiamiento a instituciones financieras a tasas de interés más bajas que si fuera una MYPE informal.

La formalización laboral permite gozar de los beneficios sociales que tiene derecho todo trabajador e incluso el mismo dueño de la empresa, lo que incluye a sus hijos y esposa que pueden beneficiarse de este seguro social y de gozar de una pensión de jubilación. Además los trabajadores se sentirían mas

identificados y se lograría una mayor producción y eficiencia si el trabajador cuenta con todos sus beneficios y derechos laborales.

Se busca mucho trabajar el tema de empatía entre los trabajadores y el empresario.

La formalización municipal permite actuar de acuerdo a las normas establecidas para evitar ciertas contingencias a futuro que pueden hacer que el negocio tenga que asumir sanciones que perjudique sus actividades.

Se puede afirmar que una empresa para poder crecer de manera sostenida y seguir ampliando su mercado es necesario que realice sus actividades dentro del campo de la formalidad lo que le garantiza que sus operaciones comerciales se realicen de manera transparente y al amparo de las normas establecidas en nuestro país.

2.3 Términos Técnicos

Asociatividad Empresarial: Es un mecanismo de cooperación que se presenta como una de las posibles alternativas de la MYPE, para afrontar y sacar provecho de la evolución de un entorno cada vez más competitivo y globalizado.

Financiamiento: Es el acto de dotar de dinero y de crédito a una empresa, organización o individuo, es decir, conseguir recursos y medios de pago para destinarlos a la adquisición de bienes y servicios, necesarios para el desarrollo de las actividades económicas.

Comercialización: Es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta).

Exportaciones: La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un TERRITORIO ADUANERO hacia OTRO TERRITORIO ADUANERO.

Competitividad: Se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijado un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor

precio fijada una cierta calidad, es decir, la optimización de la satisfacción o el precio fijados algunos factores.

Sociedad: La sociedad es el conjunto de individuos que comparten una cultura, y que se relacionan interactuando entre sí, cooperativamente, para formar un grupo o una comunidad.

Rentabilidad: La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.

Finanzas: Son las actividades relacionadas para el intercambio de distintos bienes de capital entre individuos, empresas, o Estados y con la incertidumbre y el riesgo que estas actividades conllevan.

Informalidad: Es el conjunto de actividades económicas desarrolladas por los trabajadores y las unidades económicas que, tanto en la legislación como en la práctica, están insuficientemente contempladas por sistemas formales o no lo están en absoluto.

Formalización: Es el parámetro de diseño según el cual se establecen comportamientos estándar dentro de la organización. El comportamiento se puede formalizar según el puesto de trabajo (en el caso de producción rígida).

Organización: Es un sistema de actividades conscientemente coordinadas formado por dos o más personas; la cooperación entre ellas es esencial para la existencia de la organización. Una organización sólo existe cuando hay personas capaces de comunicarse y que están dispuestas a actuar conjuntamente para obtener un objetivo común.

Estrategia empresarial: La estrategia empresarial, a veces también llamada gestión estratégica de empresas, es la búsqueda deliberada de un plan de acción

que desarrolle la ventaja competitiva de una empresa y la acentúe, de forma que ésta logre crecer y expandir su mercado reduciendo la competencia.

Dirección: Es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente o delegando dicha autoridad, y se vigila de manera simultánea que se cumplan en la forma adecuada todas las órdenes emitidas.

Administración: La Administración es la gestión que desarrolla el talento humano para facilitar las tareas de un grupo de trabajadores dentro de una organización. Con el objetivo de cumplir las metas generales, tanto institucionales como personales, regularmente va de la mano con la aplicación de técnicas y principios del proceso administrativo, donde este toma un papel preponderante en su desarrollo óptimo y eficaz dentro de las organizaciones, lo que genera certidumbre en el accionar de las personas y en la aplicación de los diferentes recursos.

Políticas: El término proviene de la palabra griega *polis*, cuyo significado hace alusión a las ciudades griegas que formaba los estados donde el gobierno era parcialmente democrático.

Es una actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos. También puede definirse como una manera de ejercer el poder con la intención de resolver o minimizar el choque entre los intereses encontrados que se producen dentro de una sociedad.

Control: Es un mecanismo preventivo y correctivo adoptado por la administración de una dependencia o entidad que permite la oportuna detección y corrección de desviaciones, ineficiencias o incongruencias en el curso de la formulación, instrumentación, ejecución y evaluación de las acciones, con el propósito de procurar el cumplimiento de la normatividad que las rige, y las estrategias, políticas, objetivos, metas y asignación de recursos.

Gestión: Hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera.

La noción de gestión, por lo tanto, se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. La gestión es también la dirección o administración de una compañía o de un negocio.

Empresa: Es una entidad económica de carácter pública o privada, que está integrada por recursos humanos, financieros, materiales y técnico-administrativos, se dedica a la producción de bienes y/o servicios para satisfacción de necesidades humanas, y puede buscar o no lucro.

Microfinanzas: Son préstamos que se dirigen a personas o a grupos con pocos medios económicos y que normalmente están excluidos del sistema financiero tradicional, y también define los negocios que crecieron alrededor de estas actividades.

Tasa de interés: Es el pago estipulado, por encima del valor depositado, que un inversionista debe recibir, por una unidad de tiempo determinando, del deudor, a raíz de haber utilizado su dinero durante ese tiempo. Con frecuencia se le llama "el precio del dinero" en el mercado financiero, ya que refleja cuánto paga un deudor a un acreedor por usar su dinero durante un periodo.

Riesgo: Se define como la combinación de la probabilidad de que se produzca un evento y sus consecuencias negativas. Los factores que lo componen son la amenaza y la vulnerabilidad.

Negocio: El término negocio deriva de las palabras latinas *nec* y *otium*, es decir, lo que no es ocio. Es una ocupación lucrativa que cuando tiene un cierto volumen, estabilidad y organización se denomina empresa. También es la consecuencia de la correcta administración de los recursos con un resultado económicamente positivo para las partes; es importante señalar que no solamente puede ser dinero sino relaciones de poder.

Empleo: Es el trabajo realizado en virtud de un contrato formal o de hecho, individual o colectivo, por el que se recibe una remuneración o salario. Al trabajador contratado se le denomina empleado y a la persona contratante empleador.

2.4 Formulación de Hipótesis

Hipótesis principal

Si la Gestión Empresarial adopta estrategias empresariales agresivas que le permita mantenerse en el mercado local, entonces mantendrá y mejorará la competitividad de la Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley 28015 en el distrito de La Victoria – 2013

Hipótesis secundarias

- a. Si se determina una aplicación adecuada de los factores que favorecen la evaluación de Gestión Empresarial, entonces influyen en la Formalización empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria - 2013
- b. Si se realiza adecuadamente la planeación empresarial en Micro y Pequeñas Empresas del sector textil, entonces habrá un mayor nivel de exportaciones en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria – 2013.
- c. Si se cuenta con una sólida organización empresarial, entonces se tendrá una empresa asociada formalmente en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria - 2013
- d. Si se considera en el Plan de Negocios políticas empresariales con visión de futuro, entonces incidirá favorablemente el acceso al financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria- 2013

2.5 Operacionalización de variables

2.5.1 Variable Independiente

X: Gestión Empresarial.

Definición conceptual	Barrios, O. (2008) Es el proceso mediante el cual el directivo o equipo directivo determinan las acciones a seguir según los objetivos institucionales, necesidades detectadas, cambios deseados, nuevas acciones solicitadas, implementación de cambios de mandos o necesarios y la forman como se realizan estas acciones y los resultados que se lograrán	
Definición Operacional	X ₁ : Evaluación de la gestión	1.1 Planificación de la gestión
		1.2. Herramienta de gestión
		1.3. Tipología del sistema de gestión
		1.4 Beneficio de la gestión
	X ₂ : Planeación empresarial	2.1. Ventaja de la planeación
		2.2. Tipo de planeación
		2.3 Etapa de la planeación
		2.4 Principio de la planeación
	X ₃ : Organización empresarial	3.1 Principio de la Organización.
		3.2. Tipo de jerarquía
		3.3 Tipo de estructura organizacional
		3.4 Ventaja del proceso de organización
	X ₄ : Política empresarial	4.1. Tipo de política
		4.2. Sistema organizacional
		4.3 Cultura organizacional
		4.4 Beneficio de la política empresarial
Escala valorativa	- Nominal.	

2.5.2 Variable Dependiente

Y: Competitividad de la MYPES

Definición conceptual	Romero, F. (2008) define a la competitividad como la capacidad de competir y salir victorioso.	
Definición operacional	Y1: Formalización empresarial	1.1. Pasos de la formalización
		1.2. Ventaja de la formalización
		1.3 Requisitos de inscripción al REMYPE
		1.4 Limitaciones de la informalidad
	Y2: Exportaciones	2.1. Mecanismo de exportación
		2.2. Estrategia de desarrollo de mercado
		2.3 Ventaja de la exportación
		2.4 Modalidad de exportación
	Y3: Asociatividad empresarial.	3.1. Modelo de asociatividad
		3.2. Causa del fracaso de asociaciones
		3.3 Factor clave para el éxito
		3.4 Beneficio de la asociatividad
	Y4: Acceso al financiamiento	4.1. Fuente de financiamiento
		4.2. Tipo de financiamiento
		4.3 Requisito de acceso al financiamiento
		4.4 Beneficio del financiamiento
Escala valorativa	- Nominal.	

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

Es una investigación no experimental, de carácter descriptivo, cuyo diseño metodológico es el transeccional.

3.1.1 Tipo de investigación

De acuerdo a la naturaleza del estudio, reúne las condiciones metodológicas suficientes para ser considerada una investigación aplicada.

La investigación utilizó el enfoque cuantitativo-deductivo, de corte transversal y de tipo descriptivo.

- **Cuantitativo**, porque midió y evaluó la Gestión empresarial y la competitividad de las MYPES del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria para lo cual se hizo uso de los procedimientos estadísticos descriptivos.
- **Deductivo**, porque se plantearon las hipótesis que fueron probadas mediante encuestas realizadas en el trabajo de campo.
- **Descriptivo**, porque se describieron las principales características de las variables indicadas en el presente estudio.

3.1.2 Estrategias o procedimientos de contrastación de hipótesis

Para contrastar las hipótesis se utilizó la prueba estadística Chi Cuadrado, que se aplica en variables de tipo cualitativo o nominal, teniendo en cuenta los siguientes pasos o procedimientos:

- a) Formular la hipótesis nula H_0
- b) Formular la hipótesis alternante H_a
- c) Establecer el nivel de significación (α) que es la probabilidad de rechazar la hipótesis nula siendo verdadera, el rango de variación del nivel de significación es $5\% \leq \alpha \leq 10\%$, y está asociada al valor de la Tabla Chi-Cuadrado que determina el punto crítico (χ^2_t), el valor de la distribución es

χ_t^2 $(k-1), (r-1)$ gl. se ubica en la Tabla Chi-Cuadrado; si χ_c^2 es $\geq \chi_t^2$ se rechazará la hipótesis nula.

d) Calcular la prueba estadística:

$$\chi_c^2 = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

Donde:

o_i = Valor observado en las encuestas

e_i = Valor esperado, obtenido teniendo como base el valor observado χ_c^2

χ_c^2 = Valor del estadístico calculado con datos de la muestra

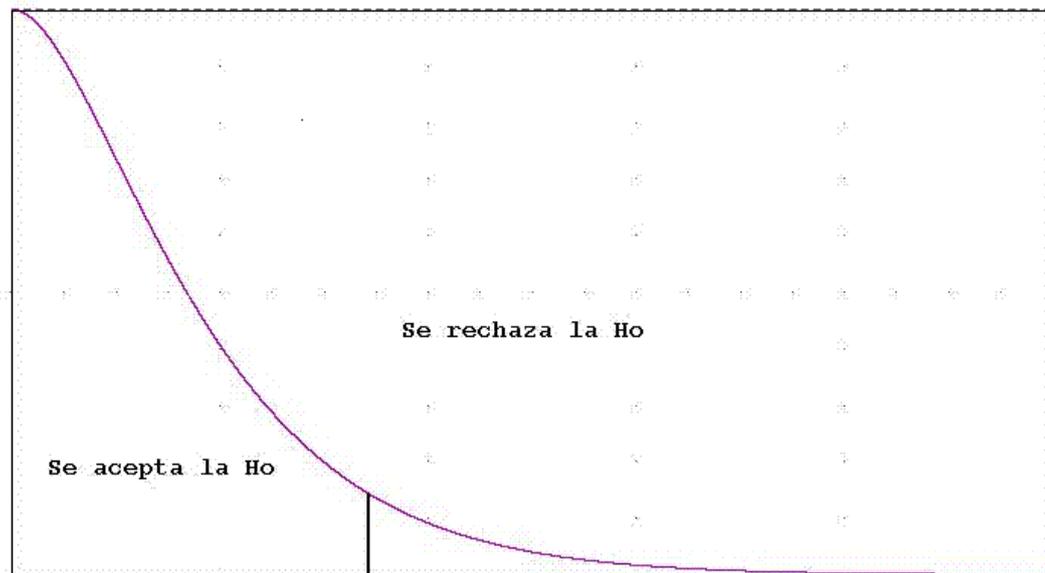
χ_t^2 = Valor del estadístico obtenido en la Tabla Chi-Cuadrado.

K = filas, r = columnas, gl = grados de libertad

e) Toma de decisiones

Para la toma de decisiones se debe tener en cuenta el resultado de la prueba estadística χ_c^2 y el valor de significación (α)

Se debe comparar los valores de la prueba con los valores de la tabla.



3.2. Población y muestra

3.2.1 Población (N)

La población estuvo conformada por las empresas textiles ubicadas en las galerías y locales comerciales del Emporio Comercial de Gamarra, de las cuales se tomaron de cada galería aquellas que tienen mayor actividad económica y que comprende una población estimada en 240 personas entre hombres y mujeres, para lo cual se detalla en el cuadro adjunto:

Cuadro N° 2: Distribución de la población

N°	Galerías	MYPES – Tiendas	Población
1	Guizado	6	24
2	San Miguel	5	20
3	Sta. Lucía	7	22
4	Azul	5	26
5	Centro comercial Gamarra	4	18
6	Yuyi	7	25
7	Industriales	6	21
8	La torre de Gamarra	8	23
9	El Rey	6	25
10	Otros	10	36
Total		64	240

Fuente: Municipalidad de La Victoria

Elaboración: Propia

3.2.2 Muestra (n).

Para determinar el tamaño de muestra se utilizó la fórmula para técnicas de encuesta para poblaciones conocidas que se detalla a continuación:

$$n = \frac{z^2(p)(q)N}{\mathcal{E}^2(N-1) + z^2(p)(q)}$$

Siendo:

z: Es el valor asociado a un nivel de confianza, ubicado en la Tabla Normal Estándar, cuyo rango de variación está entre $(90\% \leq \text{confianza} \leq 99\%)$

Para una probabilidad del 90% de confianza; el valor asociado a la tabla normal estándar de $z = 1.64$.

p: Proporción de profesionales varones que trabajan en las áreas de administración, finanzas y contabilidad; que para el presente estudio representa un valor de $(p = 0.4)$, es decir el 40% son hombres.

q: Proporción de profesionales mujeres varones que trabajan en las áreas de administración, finanzas y contabilidad; y para el presente estudio representa un valor de $(q = 0.6)$, es decir el 60% son mujeres.

ε : Es el máximo error permisible que existe en todo trabajo de investigación el rango de variación del margen de errores es: $(1\% \leq \varepsilon \leq 10\%)$.

Para el presente trabajo se considera un error del 5% $(\varepsilon = 0.1)$

n: Tamaño óptimo de la muestra.

Reemplazando valores tenemos:

$$n = [(1.64^2) (0.4*0.6) (240)] / [(0.1*0.1) (239) + (1.64^2) (0.6*0.4)]$$

$$n = 154.92/3.03$$

$n = 50$ que es la muestra ideal.

Con la muestra indica se debe obtener el factor de distribución muestral (fdm)

$$(fdm) = \frac{n}{N} = \frac{50}{240} = 0.208, \text{ con la finalidad de obtener la distribución de la muestra}$$

por áreas de trabajo, de la siguiente manera:

Cuadro N° 3: Distribución de la muestra (n)

N°	Galerías	MYPES – Tiendas	Población	Muestra
1	Guizado	6	24	5
2	San Miguel	5	20	4
3	Sta Lucía	7	22	5
4	Azul	5	26	5
5	Centro comercial Gamarra	4	18	4
6	Yuyi	7	25	5
7	Industriales	6	21	4
8	La torre de Gamarra	8	23	5
9	El Rey	6	25	5
10	Otros	10	36	7
Total		64	240	50

Fuente: Municipalidad de La Victoria

Elaboración: Propia

3.3. Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Descripción de los métodos, técnicas e instrumentos

Los métodos de investigación que se emplearon en el proceso de investigación son: El método deductivo porque parte de una premisa general para obtener las conclusiones de un caso particular. Pone el énfasis en la teoría, modelos teóricos, la explicación y abstracción antes de recoger datos empíricos, asimismo, el método estadístico, de análisis – síntesis, entre otros, que conforme con el desarrollo de la investigación se den indistintamente.

Con respecto a las técnicas de investigación, se aplicó la encuesta, caracterizada por su amplia utilidad en la investigación social por excelencia, debido a su utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad de los datos que se obtiene mediante el cuestionario como instrumento de investigación.

3.3.2 Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos.

Para comprobar la validez de los instrumentos a utilizar se solicitó la opinión de expertos, quienes evaluaron la pertinencia de las preguntas que lo conforman.

Asimismo, para comprobar su confiabilidad, se aplicó una encuesta piloto, para comprobar la calidad de la información y obtener resultados óptimos.

3.4. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

Se utilizó la estadística descriptiva como técnica para el análisis de datos, diseñando tablas de frecuencias absolutas y porcentuales para mostrar las respuestas de los sujetos haciendo uso del programa estadístico SPSS (Statistical Package for Social Sciences), Versión 21, del modelo de correlación de Pearson y nivel de confianza del 95% mediante la prueba estadística no paramétrica Chi-Cuadrado.

Asimismo para el análisis de los resultados se utilizó las tablas e indicadores obtenidos del Software SPSS mediante la prueba no paramétrica Chi- Cuadrado.

3.5. Aspectos éticos

En la elaboración de la tesis, se ha dado cumplimiento a la Ética Profesional, desde el punto de vista especulativo con principios fundamentales de moral individual y social; y el punto de vista práctico a través de normas y reglas de conducta para satisfacer el bien común, con juicio de valor que se atribuye a las cosas por su fin existencial y a las personas por su naturaleza racional, enmarcadas en el Código de Ética de los miembros de los Colegios de Contadores Públicos del país, dando observancia obligatoria a los siguientes principios fundamentales:

- Integridad.
- Objetividad.
- Competencia profesional y debido cuidado.
- Confidencialidad.
- Comportamiento profesional.

En general, la elaboración de la tesis se ha llevado a cabo prevaleciendo los valores éticos, como proceso integral, organizado, coherente, secuencial, y racional en la búsqueda de nuevos conocimientos con el propósito de encontrar la verdad o falsedad de conjeturas y coadyuvar al desarrollo de la ciencia contable.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1 Resultados de la encuesta

En este capítulo se presentan los resultados, producto de las encuestas realizadas a empresarios que trabajan en el sector textil del Emporio de Gamarra.

GESTIÓN EMPRESARIAL

Evaluación de la gestión empresarial

1. ¿Qué le ha permitido a la empresa la planificación de la gestión empresarial?

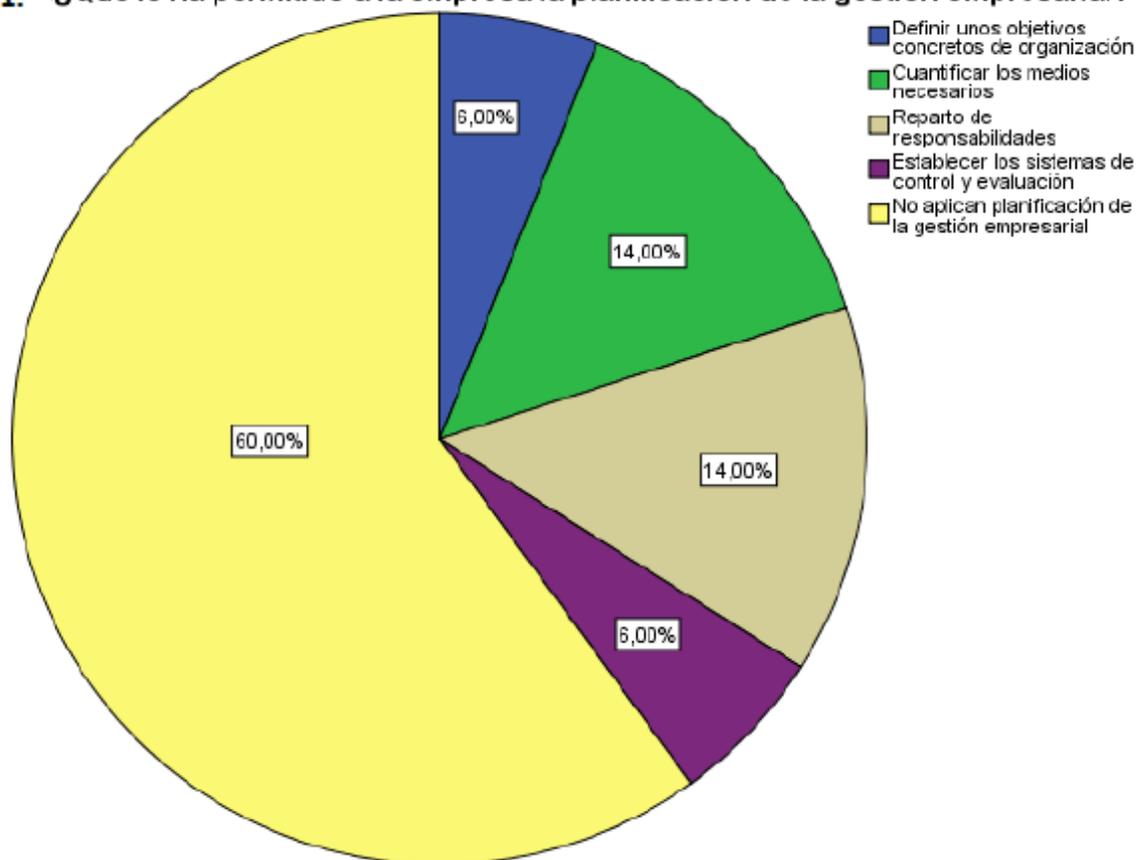


FIGURA N° 1: Planificación de la gestión

Interpretación:

El 60% de los encuestados respondieron que no aplican planificación de la gestión empresarial. El 14% cuantificar los medios necesarios. El 14% reparto de

responsabilidades. El 6% definir unos objetivos concretos de organización y el 6% establecer los sistemas de control y gestión.

Según los resultados mostrados no aplican planificación de la gestión por lo cual no les ha permitido lograr ninguna de las alternativas mencionadas, si ellos aplicaran planificación de la gestión empresarial le hubiera permitido definir unos objetivos concretos de organización o establecer los sistemas de control y gestión, lo cual serían los más resaltantes producto de realizar una planificación de la gestión entre otras opciones.

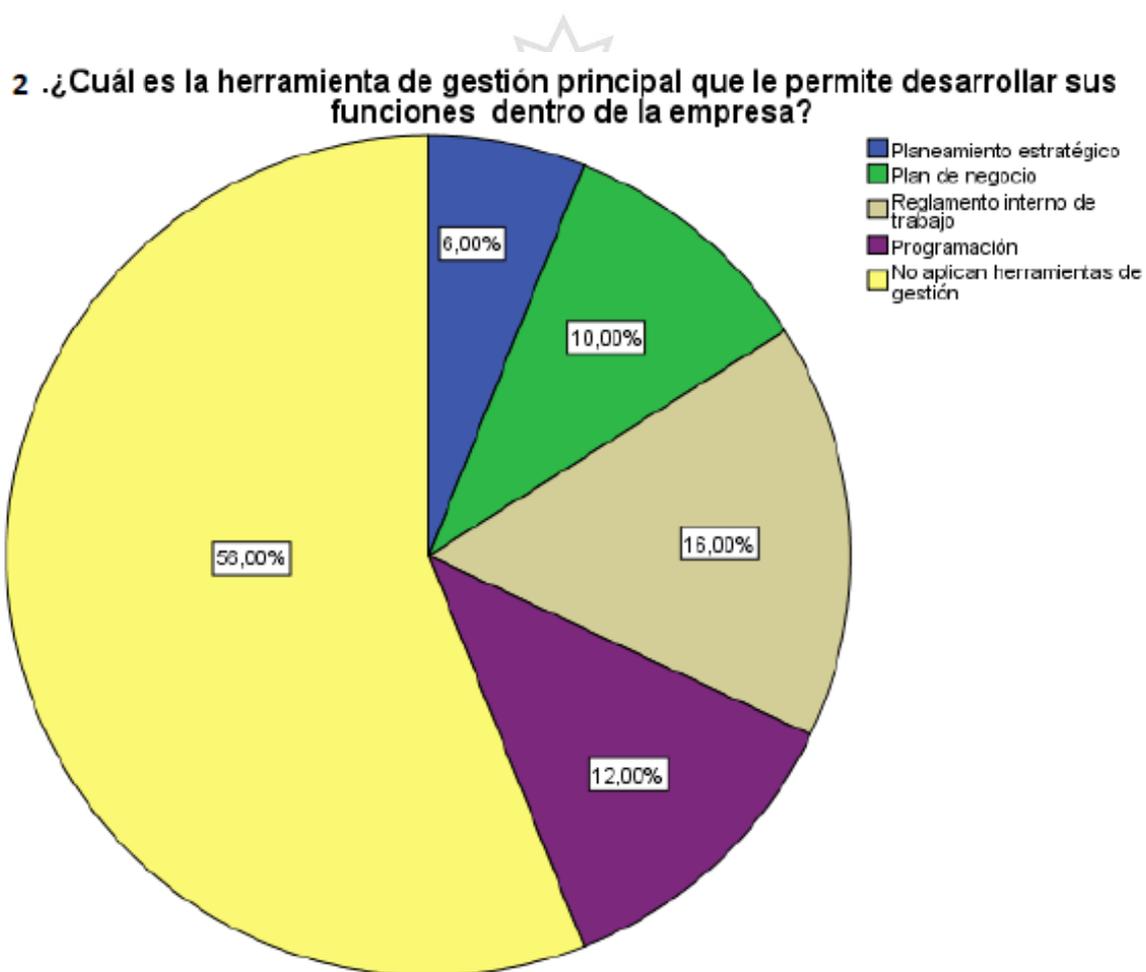


FIGURA N° 2: Herramientas de gestión

Interpretación:

El 56% de los encuestados respondieron que no aplican herramientas de gestión. El 16% reglamento interno de trabajo. El 12% programación. El 10% plan de negocio y 6% planeamiento estratégico.

La gran mayoría no aplica herramientas de gestión, y ello en algún momento le va a traer problemas por lo cual ellos podrían utilizar la herramienta de planeamiento estratégico, que les va a permitir reflejar la estrategia a utilizar y el comportamiento que debe tomar la organización para alcanzar las aspiraciones que se plasmaron.

3. ¿Cuáles son las tipologías del sistema de control de gestión que aplica la empresa?

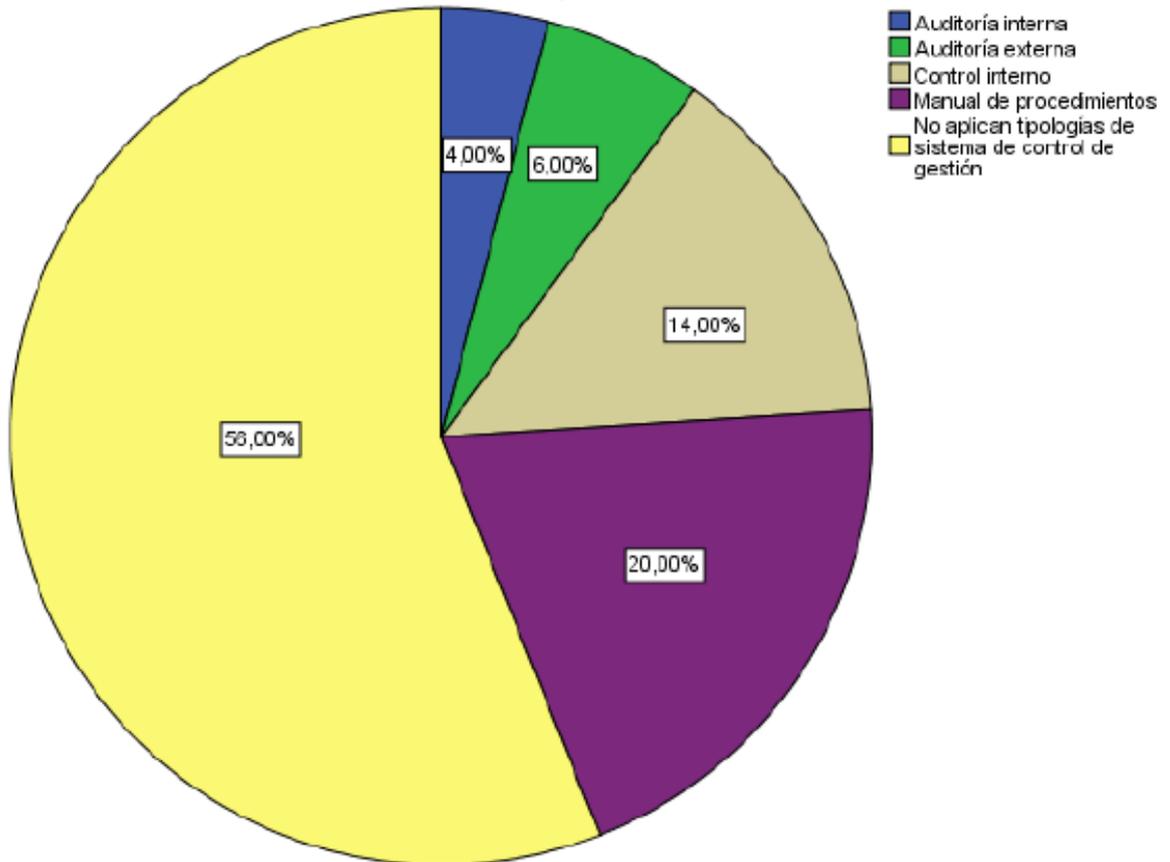


FIGURA N° 3: Tipología del sistema de gestión

Interpretación:

El 56% de los encuestados respondieron que no aplican tipologías del sistema de control de gestión. El 20% manual de procedimientos. El 14% control interno. El 6% auditoría externa y el 4% auditoría interna.

Los microempresarios no aplican tipologías del sistema de control de gestión, lo cual no podrían inclinarse hacia una de las mencionadas, por lo que se debe hacer un hincapié en el control interno y auditoría interna debido a que todas las operaciones a realizar deben ser controladas, ya sea mediante un control interno o una auditoría interna, ya que una auditoría externa está fuera de sus expectativas monetarias, solo así podrán evaluar como está su gestión, y poder tomar las medidas correctivas si así fuera el caso.

4. ¿Cuál es el beneficio que le ha otorgado a la empresa aplicar como mecanismo de trabajo la gestión empresarial?

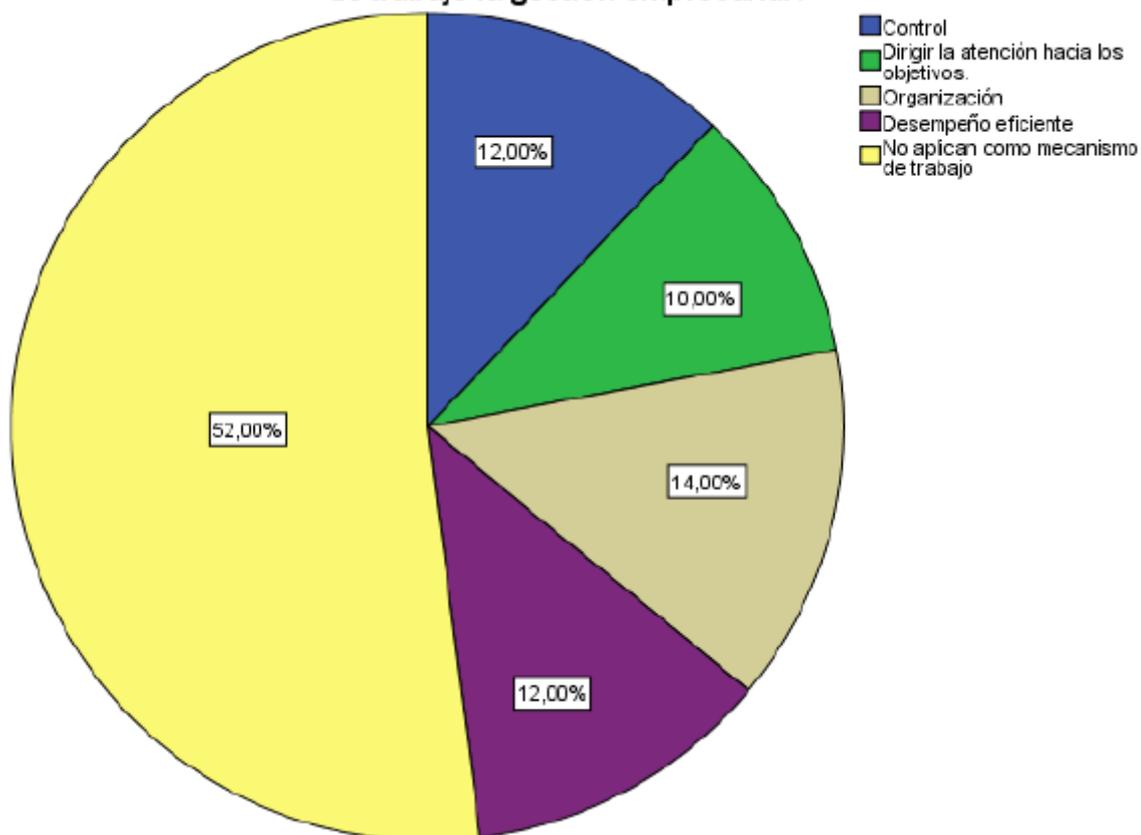


FIGURA N° 4: Beneficios de la gestión

Interpretación:

El 52% de los encuestados respondieron que no aplican como mecanismo de trabajo. El 14% organización. El 12% control. El 12% desempeño eficiente y el 10% dirigir la atención hacia los objetivos.

Si dichos microempresarios habrían optado por un mecanismo de gestión empresarial este le hubiera otorgado como mayor beneficio el control y la atención hacia los objetivos planteados inicialmente, logrando una estabilidad de gestión en el trabajo a realizar.

Planeación empresarial



5. ¿Cuál es la ventaja que le ha brindado la planeación en el proceso de la actividad empresarial?

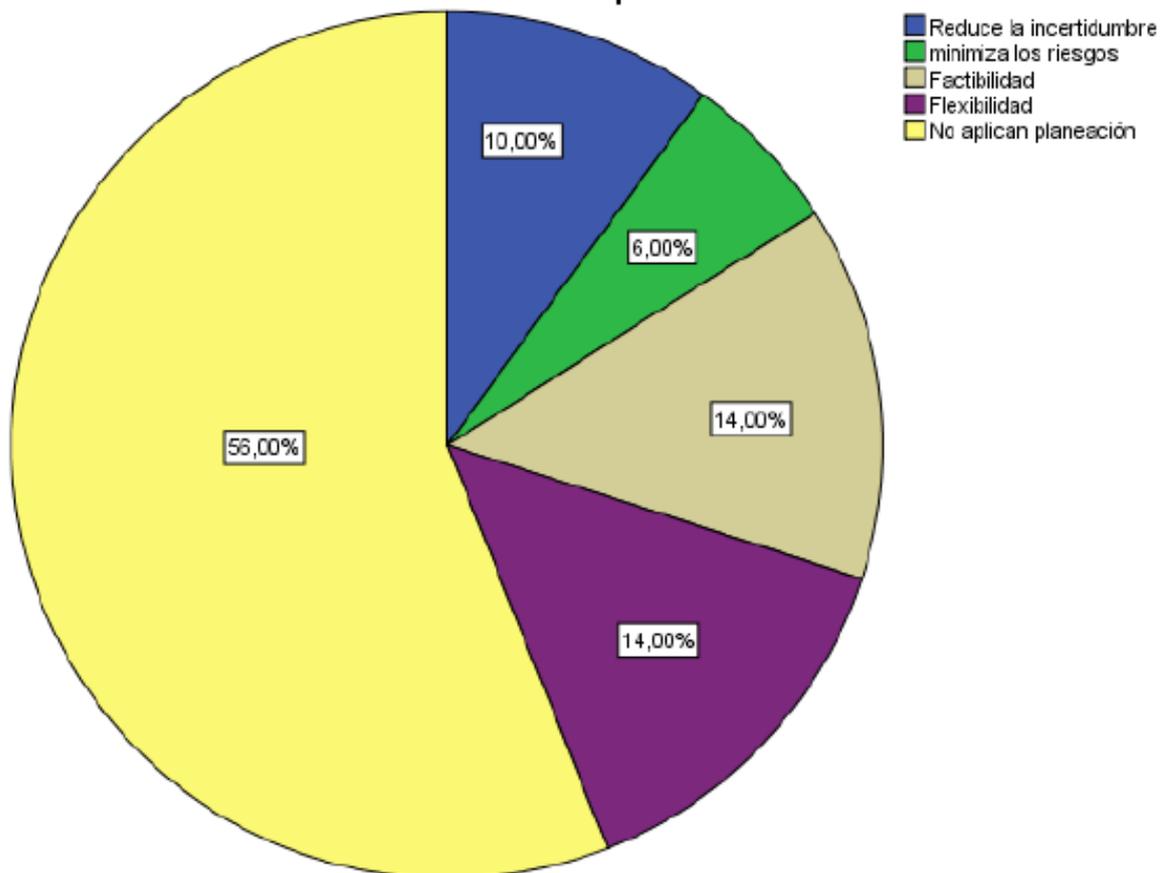


FIGURA N° 5: Ventaja de la planeación

Interpretación:

El 56% de los encuestados respondieron que no aplican planeación. El 14% flexibilidad. El 14% factibilidad. El 10% reduce la incertidumbre y el 6% minimiza los riesgos.

Manifiestan que no aplican planeación por lo cual no obtienen ninguna ventaja, sin embargo si aplicaran planeación podrían obtener las ventajas mencionadas ,como es la más resaltante minimizar riesgos y reducir incertidumbre, es decir le va a permitir que tenga los menores riesgos posibles en las actividades a realizar ya que van a tomarse con mayor precisión, así también la incertidumbre de que algo va ir bien o no va a ser más precisa no van a estar con la duda si lo ejecutado traerá inconvenientes o no.

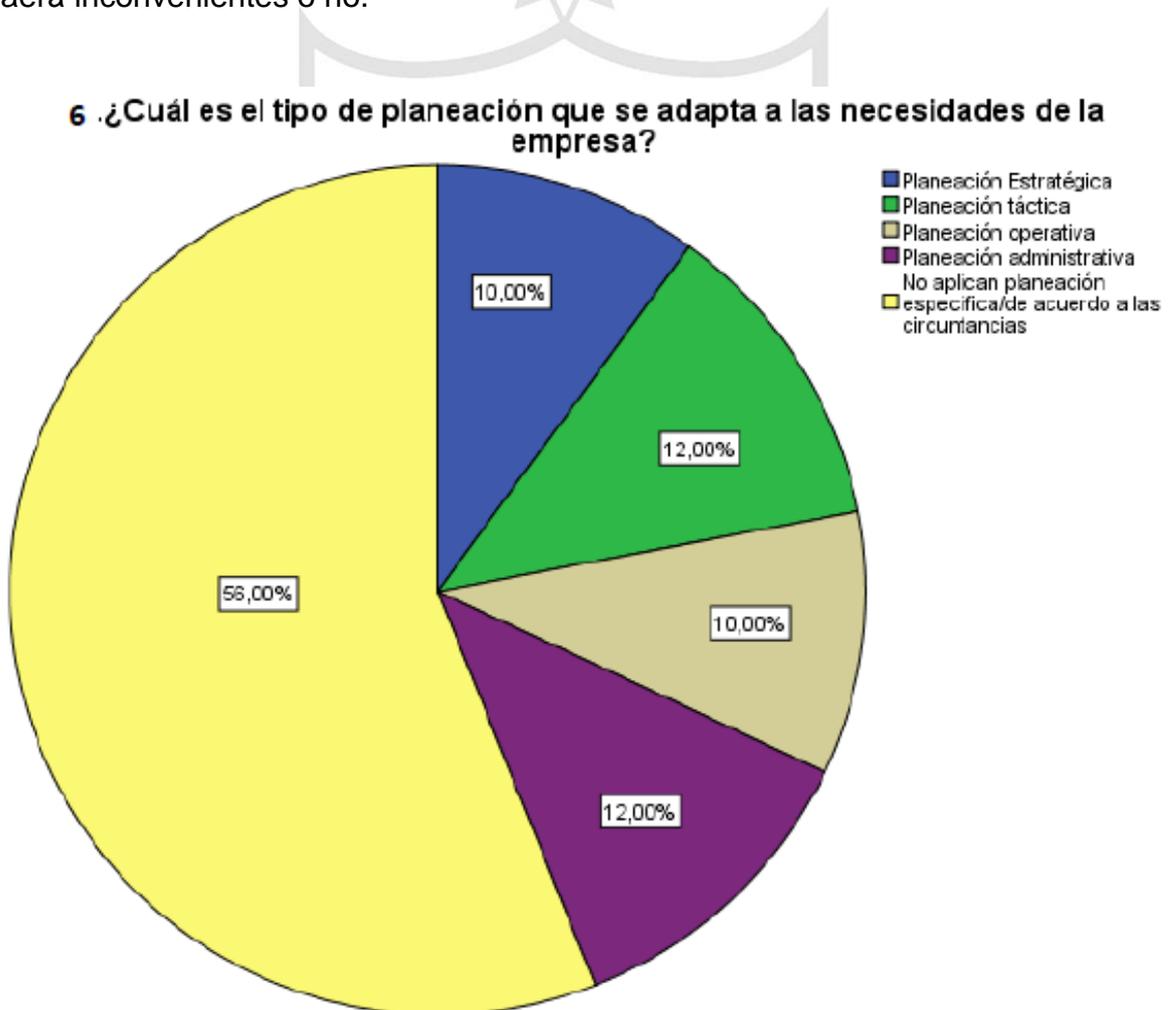


FIGURA N° 6: Tipos de planeación

Interpretación:

El 56% no aplican planeamiento específico/de acuerdo a las circunstancias. El 12% planeación táctica. El 12% planeación administrativa. El 10% planeación estratégica. El 10% planeación operativa.

El hecho de que actúen de acuerdo a las circunstancias no le permite tener un plan para defender la situación que se haya suscitado, por lo cual el tipo de planeación que se adapta mejor a las necesidades de la empresa sería la planeación estratégica, porque especifica las líneas de actuación para conseguir los objetivos que se proponga cada microempresario

7 ¿Cuál es la etapa de planeación que tuvo mayor influencia en el proceso de la toma de decisiones?

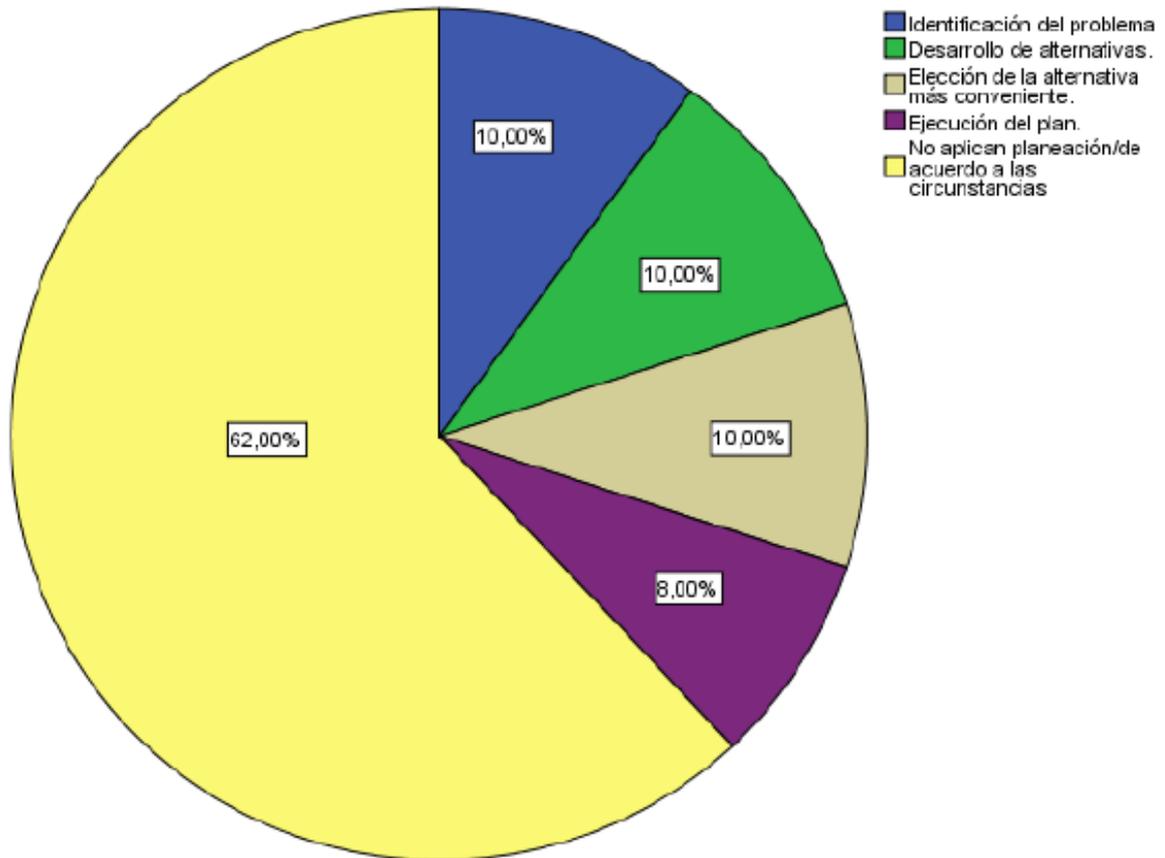


FIGURA N° 7: Etapas de la planeación

Interpretación:

El 62% de los encuestado respondieron que no aplican planeación/ de acuerdo a las circunstancias. El 10% identificación del problema. El 10% desarrollo de alternativas. El 10% elección de la alternativas más conveniente y el 8% ejecución del plan, así también en la ejecución

Si bien es cierto la gran mayoría figura que la planeación no tiene influencia en el proceso de la toma de decisiones es debido a que no realizan una planeación, pero si aplicarían planeación realmente tendría influencia en la etapa de elección de la alternativa más conveniente para la solución del dilema y en la ejecución del plan, ya que este debe ser el apropiado en función a la toma de decisiones.

8. ¿Cuál es el principio de planeación empresarial que aplica la empresa en el desarrollo de sus actividades?

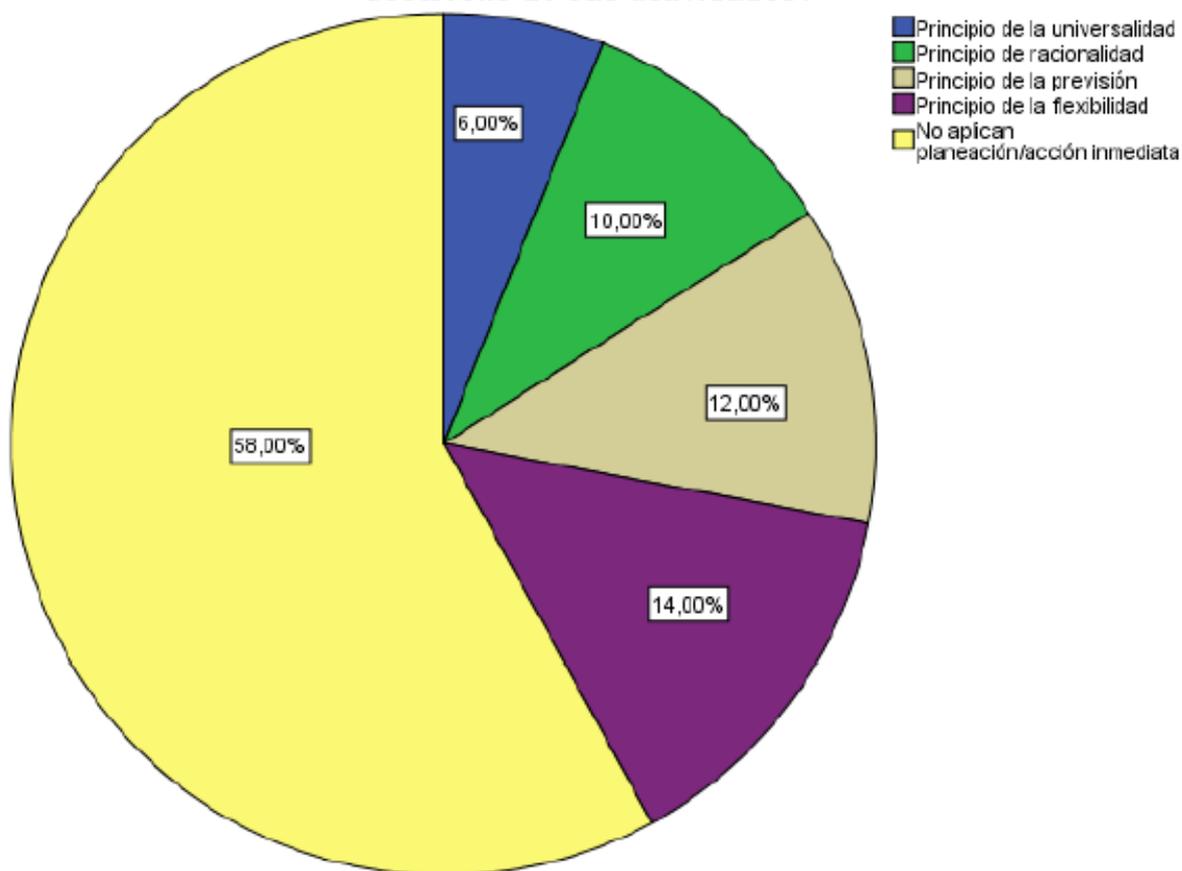


FIGURA N° 8: Principios de la planeación

Interpretación:

El 58% de los encuestados respondieron que no aplican planeación/acción inmediata. El 14% principio de flexibilidad. El 12% principio de previsión. El 10% principio de racionalidad. El 6% principio de universalidad.

Si bien es cierto la mayoría no aplica planeación, solo actúan en el momento que se presenta un inconveniente, lo más adecuado sería que apliquen el principio de flexibilidad debido a que los planes deben caracterizarse por ser flexibles y no ser estructuras rígidas, se caracterizan por ser susceptibles al cambio respondiendo a imprevistos y circunstancias de carácter exógeno que puedan presentarse. Debido a que es imposible conocer lo que sucederá después de formulado un plan, por ello deberán tener personal creativo e innovador que puedan hacer cambios en los planes cuando ello sea necesario.

Organización empresarial

9. ¿Cuáles son los principios organizacionales que rigen el desarrollo de las actividades de la empresa?

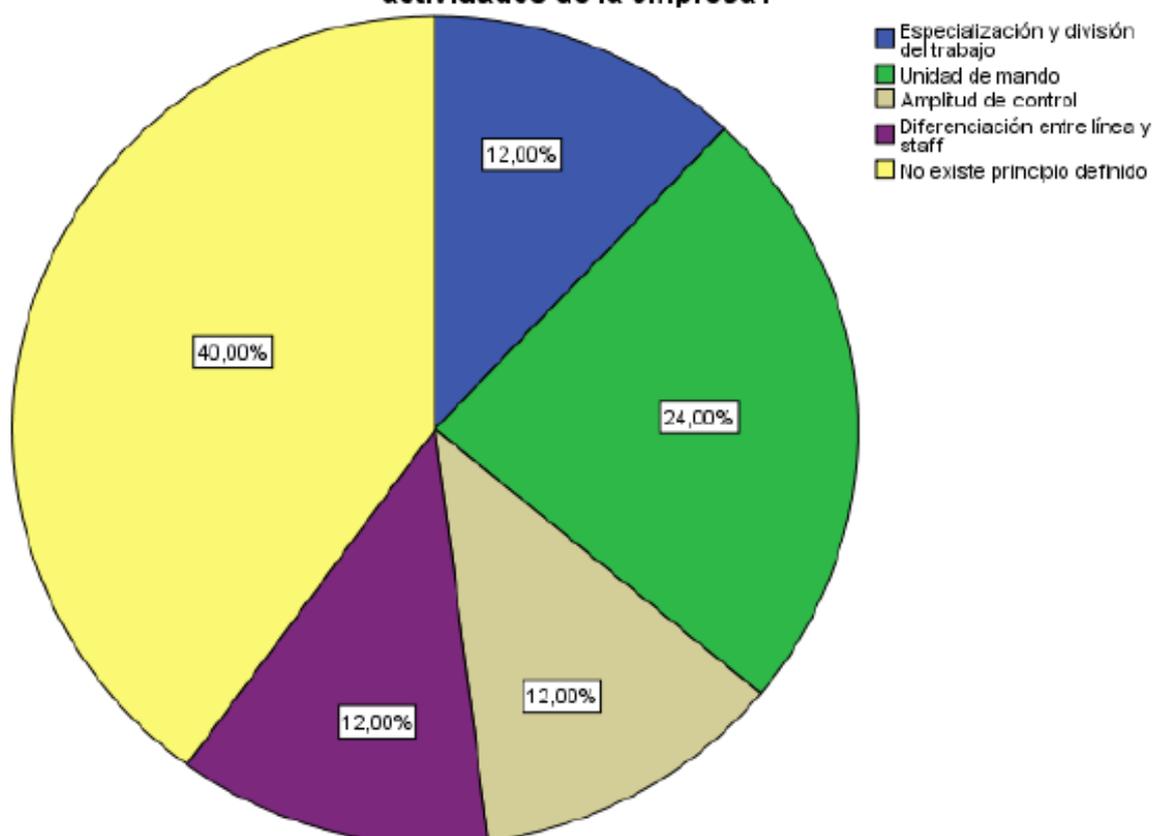


FIGURA N° 9: Principio organizacional

Interpretación:

El 40% de los encuestados mostró que no existe un principio definido que rige el desarrollo de las actividades de la empresa. El 24% unidad de mando. El 12% especialización y división de trabajo. El 12% amplitud de control. El 12% diferenciación entre línea y staff.

Según los resultado mostrados figura que la mayoría de los microempresarios no cuenta con principios organizacionales lo que no le permite en su totalidad el desarrollo de manera correcta en las actividades de la empresa, por lo que deberían regirse bajo un principio organizacional, como es el de especialización y división de trabajo que le va a permitir no solo organizarse sino también ordenar las actividades de su personal según la especialidad y requerimiento.

10. ¿Cuál es el tipo de jerarquía con que cuenta la empresa que le garantiza el incremento y mejora de la producción?

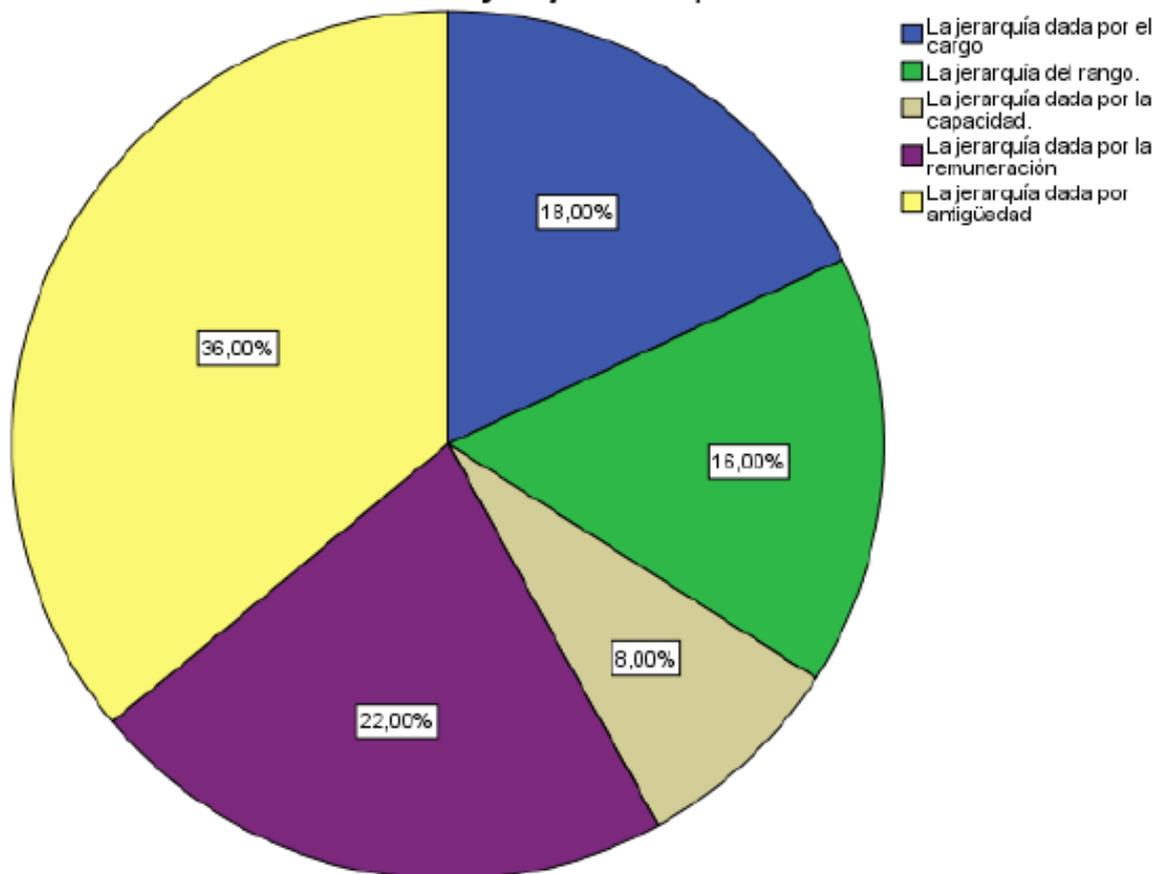


FIGURA N° 10: Tipos de jerarquía

Interpretación:

El 36% de los encuestados mostró que el tipo de jerarquía con el que cuenta la empresa es la jerarquía dada por la antigüedad. El 22% señaló la jerarquía dada por la remuneración. El 18% la jerarquía dada por el cargo. El 16% la jerarquía del rango y 8% jerarquía dada por capacidad.

Se comprende que la mayoría de microempresarios consideran que la jerarquía dada por la antigüedad es la más conveniente debido a que su personal antiguo maneja el movimiento de la empresa, sin embargo la jerarquía dada por capacidad le traería mayores beneficios debido a que tendría al personal indicado y capacitado de acuerdo a las actividades de la empresa y así ganaría mayor tiempo utilizando al personal idóneo para la producción en las prendas de vestir y para los cargos que se fuesen a desarrollar e implementar dentro de la empresa.

11. ¿Cuál es la estructura organizacional que ha adoptado la empresa que contribuye a una mejor división del trabajo?

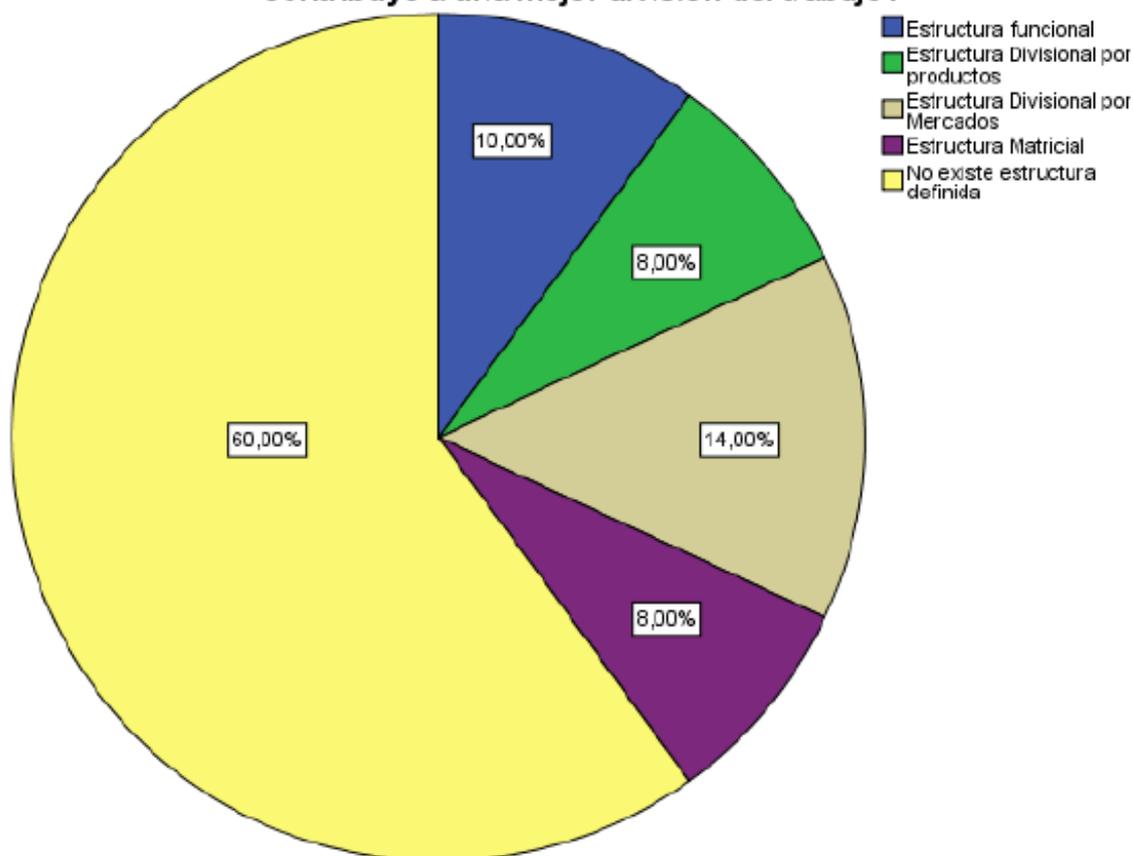


FIGURA N° 11: Tipo de estructura organizacional

Interpretación:

El 60% de los encuestados respondió que no existe una estructura definida. El 14% estructura divisional por mercados. El 10% estructura funcional. El 8% estructura divisional por productos y el 8% estructura matricial.

En el resultado obtenido se puede visualizar que los microempresarios no tienen una estructura organizacional definida, lo cual no les va a permitir hacer una correcta división de trabajo, por lo que deberían adoptar un tipo de estructura que les permita mejorar, ésta podría ser la estructura matricial debido a que se organiza por dos criterios: funciones y productos, esta estructura se utiliza con frecuencia a través de equipos de colaboradores que llevan a cabo el trabajo, con el fin de aprovechar los puntos fuertes y así compensar las debilidades.

12. El proceso de organización, ¿Qué ventajas le ha permitido alcanzar a la empresa?

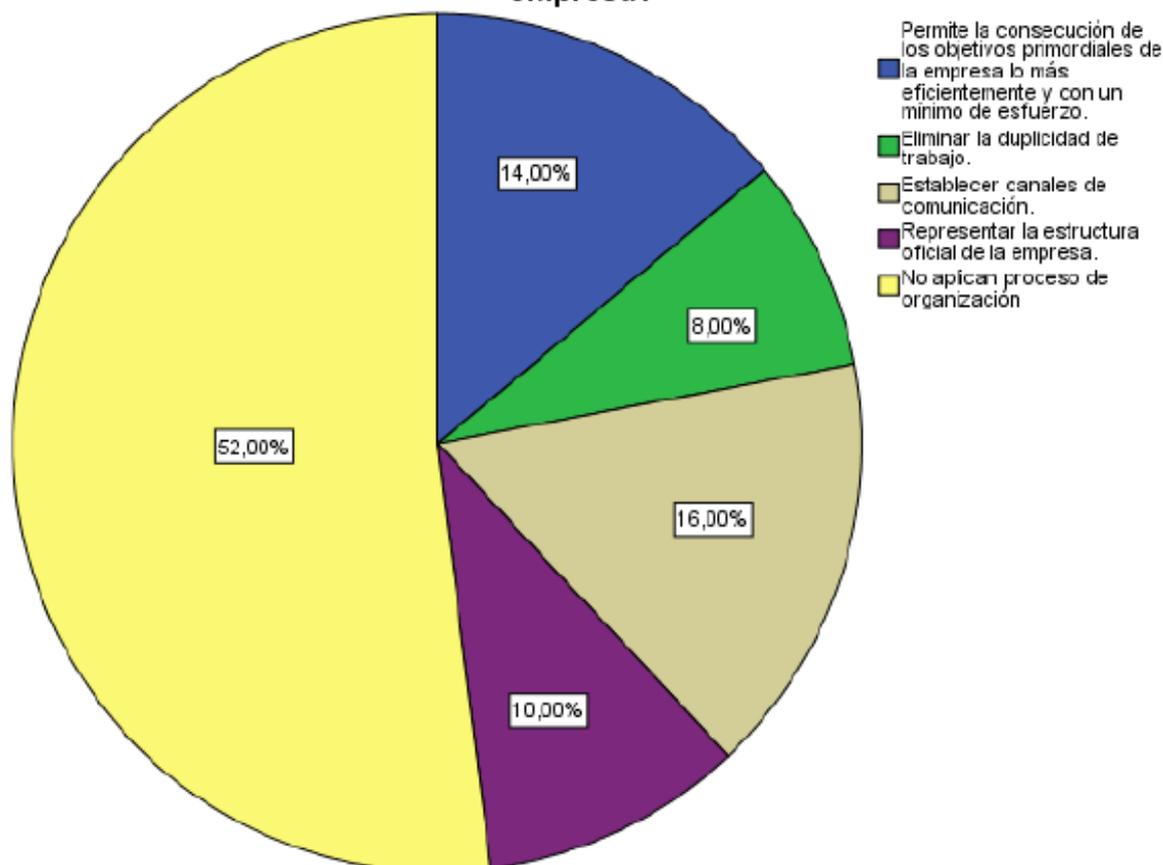


FIGURA N° 12: Ventajas del proceso de organización

Interpretación:

El 52% de los encuestados respondieron no aplican proceso de organización. El 16% establecer canales de comunicación. El 14% permite la consecución de los objetivos primordiales de la empresa lo más eficientemente y con un mínimo de esfuerzo. El 10% representar la estructura oficial de la empresa y el 8% eliminar la duplicidad de trabajo.

Se logra comprender no han aplicado un proceso de organización por lo tanto no han obtenido ventaja alguna, si los microempresarios aplicaran un proceso de organización en el desarrollo de las actividades las principales ventajas que podrían obtener sería, la consecución de los objetivos primordiales de la empresa lo más eficientemente y con un mínimo de esfuerzo, así también eliminar la duplicidad de trabajo y ese tiempo empleado aplicarlo en otras operaciones que lo requieran.

Política empresarial

13. ¿Cuál es el tipo de política empresarial con el cual trabaja la empresa?

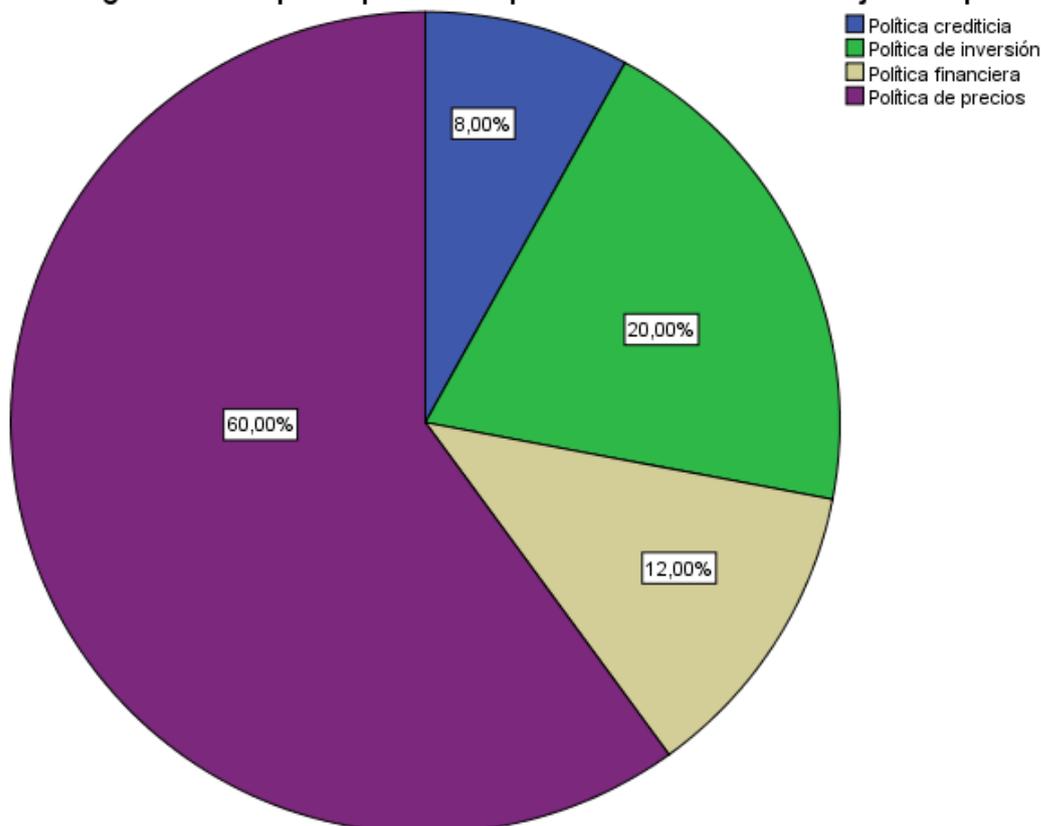


FIGURA N° 13: Tipo de política

Interpretación:

El 60% de los encuestados respondieron política de precios. El 20% política de inversión. El 12% política financiera. El 8% política crediticia.

El tipo de política con el cual trabajan las microempresas es la política de precios, solo se limita a decidir dónde quiere posicionar su oferta de mercado, y lo más adecuado sería tener una política financiera debido a que le va a señalar los instrumentos adecuados para controlar los ingresos y administrarlos

14.¿Cuál es el componente preponderante en el sistema organizacional a la cual se rige a la empresa?

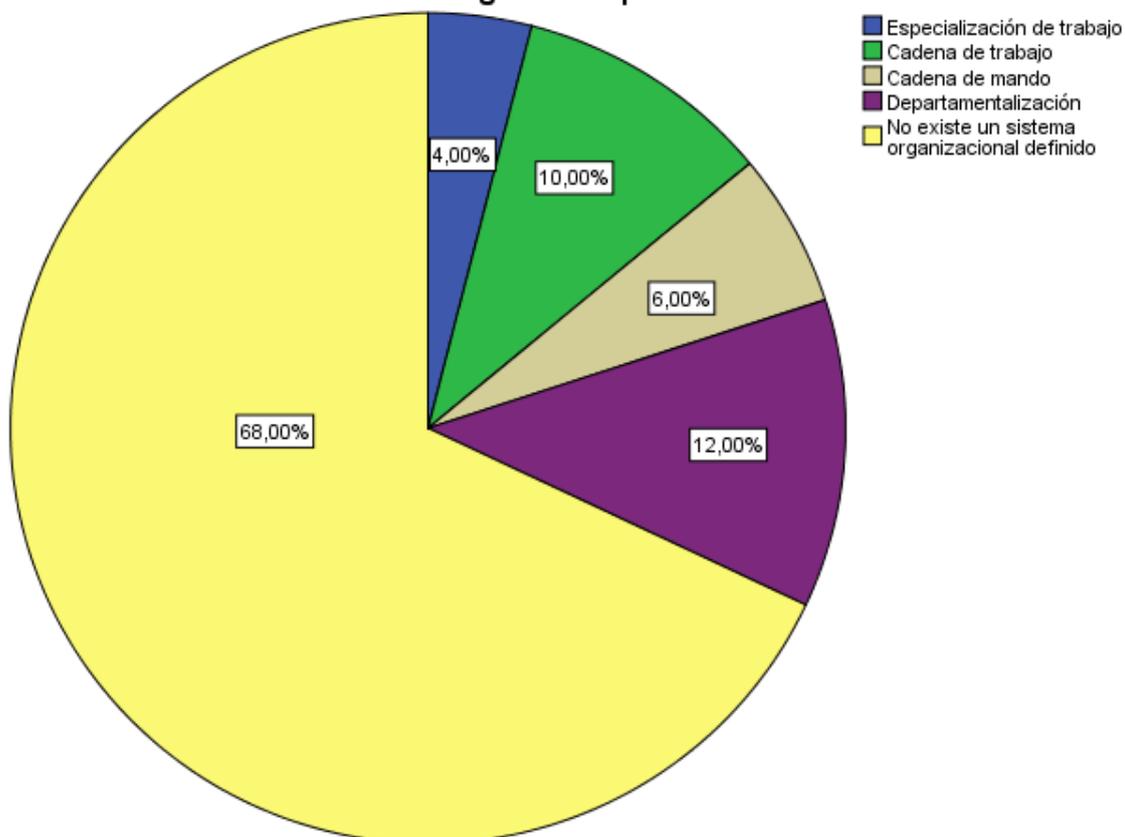


FIGURA N° 14: Sistema organizacional

Interpretación:

El 68% de los encuestados respondieron no existe un sistema organizacional definido. El 12% departamentalización. El 10% cadena de trabajo. El 6% cadena de mando y el 4% especialización de trabajo.

Por lo mismo que los microempresarios responden que no existe un sistema organizacional no distinguen un componente preponderante en el sistema organizacional, sin embargo la especialización de trabajo le brindaría fraccionar un trabajo en tareas, de tal forma que cada persona sea responsable y encargada de un conjunto limitado de tareas. Esto ayuda a aumentar la productividad ya que ninguna persona es físicamente capaz de realizar todas las actividades que lleva a cabo una empresa.

Además tanta especialización del trabajo hace que los trabajadores mejoran sus destrezas y se vuelvan expertos en sus funciones.

15. ¿Qué situación favorable le ha proporcionado la cultura organizacional a la empresa?

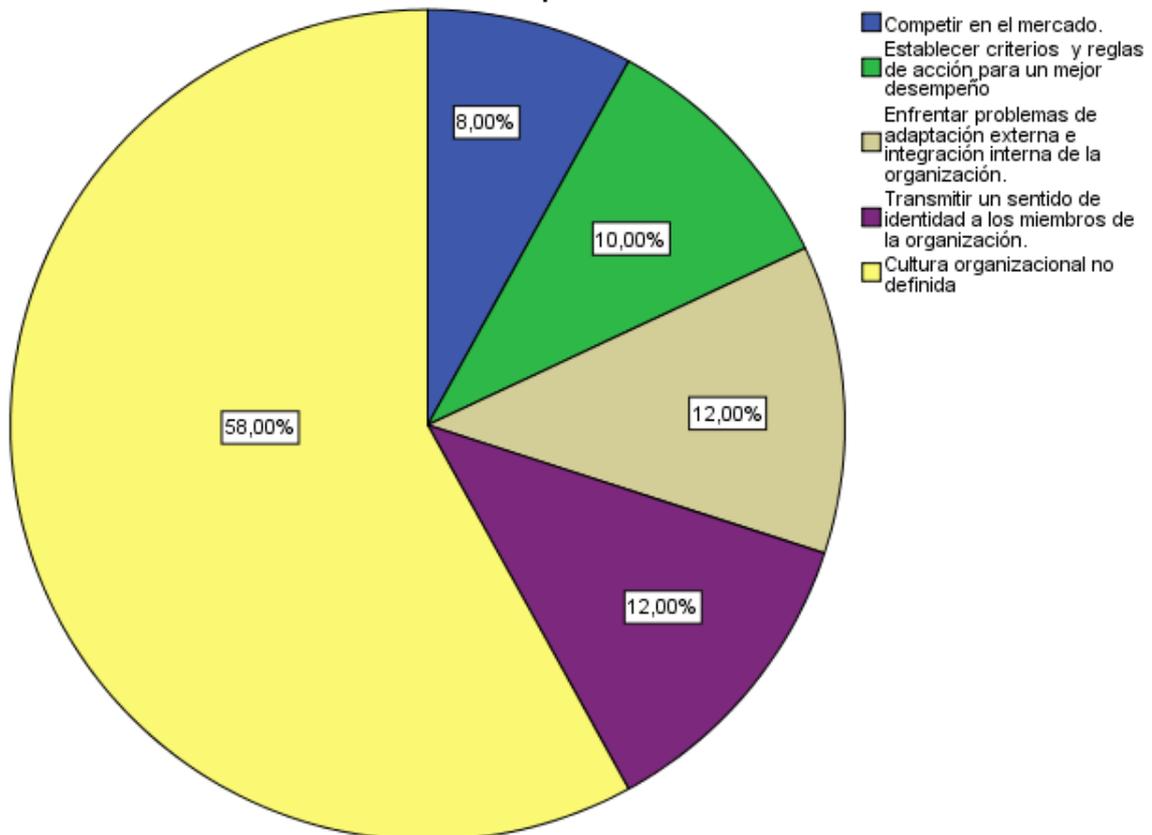


FIGURA N° 15: Cultura organizacional

Interpretación:

El 58% de los encuestados respondieron cultura organizacional no definida. El 12% transmitir un sentido de identidad a los miembros de la organización. El 12% enfrentar problemas de adaptación externa e integración interna de la organización. El 10% establecer criterios y reglas de acción para un mejor desempeño y el 8% competir en el mercado.

La mayoría de los microempresarios no le proporciona ninguna situación favorable, debido a que no tienen una cultura organizacional definida, sin embargo si aplicaran cultura organizacional lo más favorable sería que le permitiría competir en el mercado y obtener mayores oportunidades de negocio.

16. ¿Cuál es el beneficio que la política empresarial ha generado en bien de la empresa?

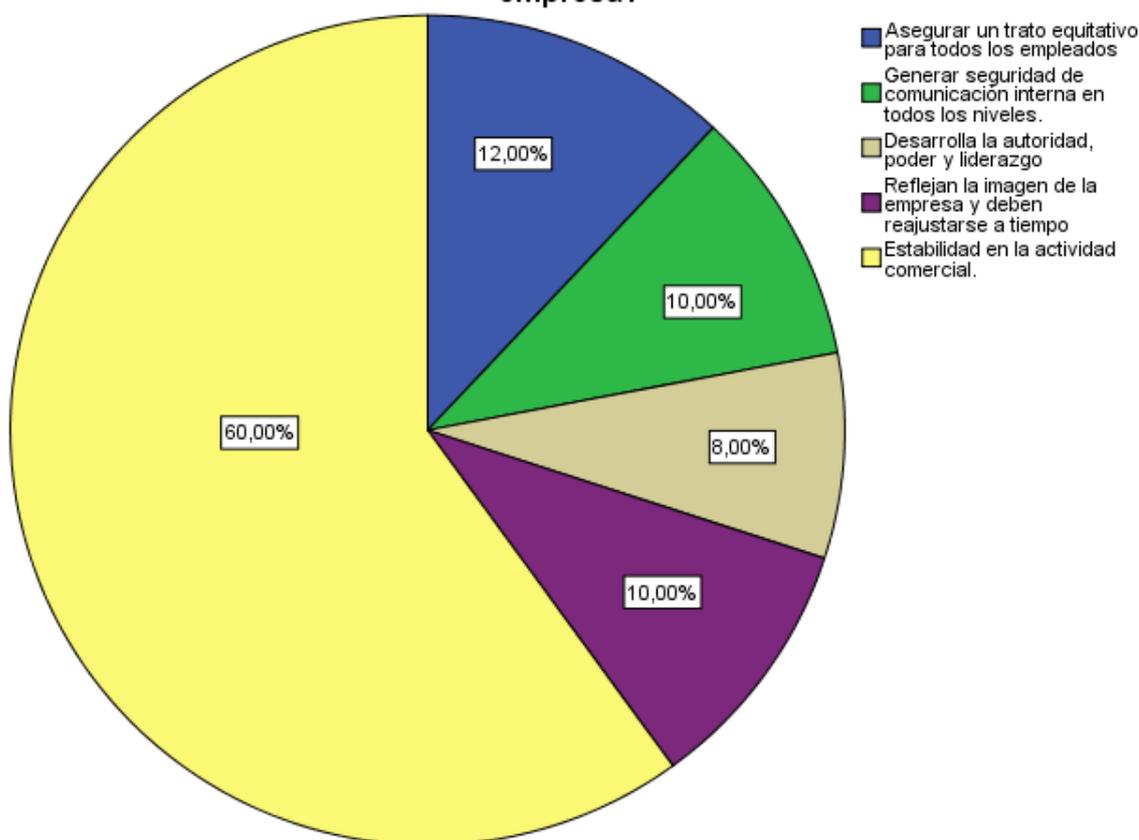
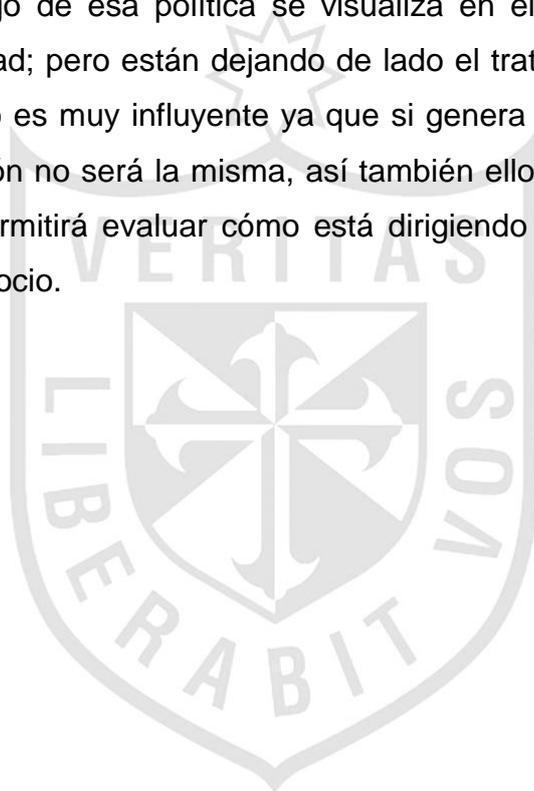


FIGURA N° 16: Beneficio de la política empresarial

Interpretación:

El 60% de los encuestados respondieron estabilidad en la actividad comercial. El 12% asegurar un trato equitativo para todos los empleados. El 10% generar seguridad de comunicación interna en todos los niveles. El 10% reflejan la imagen de la empresa y deben reajustarse a tiempo y el 8% desarrolla la autoridad, poder y liderazgo.

Según los microempresarios mencionan que el beneficio obtenido es la estabilidad en la actividad económica, debido a que la mayoría se rige a política de precios y el reflejo de esa política se visualiza en el beneficio obtenido en función a la estabilidad; pero están dejando de lado el trato equitativo para todos los empleados y esto es muy influyente ya que si genera una incomodidad en el trabajador su rendición no será la misma, así también ello refleja la imagen de la empresa y ello le permitirá evaluar cómo está dirigiendo y llevando a cabo sus actividades en el negocio.



COMPETITIVIDAD

Formalización

17. ¿Cuál de los pasos de la formalización considera que le tomo mayor inversión de tiempo?

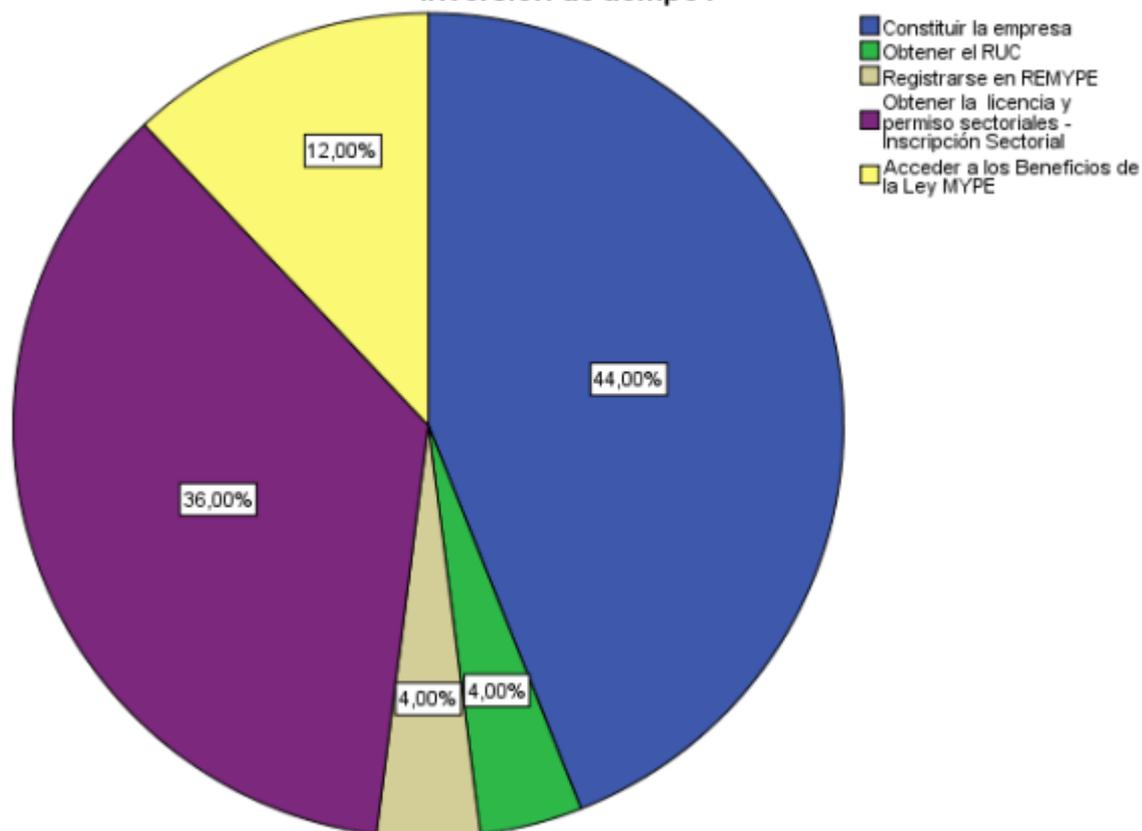


FIGURA N° 17: Pasos de la formalización

Interpretación:

El 44% de los encuestados respondieron constituir la empresa. El 36% obtener la licencia y permisos sectoriales-inscripción sectorial. El 12% acceder a los beneficios de la Ley MYPE. El 4% registrarse en REMYPE y el 4% obtener ruc.

La mayoría de los empresarios afirman que el paso para la formalización que le tomo mayor inversión de tiempo sería constituir la empresa, por los diversos documentos y tramites a realizar por parte de los empresarios.

Muchas veces usan de pretexto el tiempo incurriendo en un trámite y no llegan a culminarlo por cual en algunas ocasiones siguen trabajando como informales.

18 . ¿Cuál considera que es la principal ventaja que proporciona la formalización a la empresa?

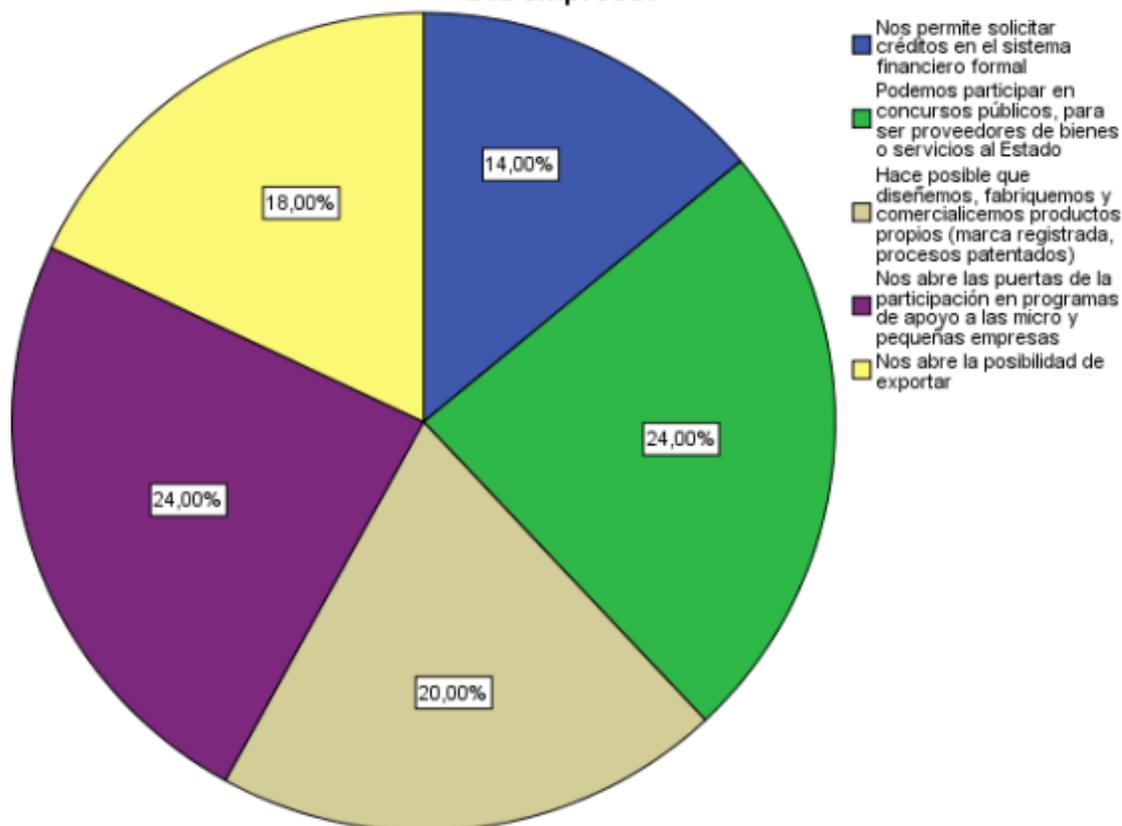


FIGURA N° 18: Ventaja de la formalización

Interpretación:

El 24% de los encuestados respondieron que abre las puertas de la participación en programas de apoyo a micro y pequeña empresa. El 24% podemos participar en concursos públicos. El 20% hace posible diseñar, fabricar y comercializar productos propios. El 18% abre la posibilidad a exportar y 14% nos permite solicitar créditos en el sistema financiero.

Se concluye que en su mayoría considera que puede participar en concursos públicos y abre las puertas de la participación en programas de apoyo a micro y pequeña empresa, lo cual muchos de ellos aún no han tenido acceso no solo por el hecho de la formalización sino también por falta de conocimiento.

Muchos de los microempresarios tienen ciertos conocimientos sobre las ventajas que podría otorgarles la formalización pero aún tienen una idea parametrizada

en función a ello, y piensan que podrían verse perjudicados y no beneficiados, y no se atreven a experimentar esa situación que los va a llevar a lograr lo que se propongan para incrementar su capacidad de gestión y lograr ser competitivos en el mercado.

Aún existe una serie de inconvenientes en cierto grupo debido a que no se concientizan y tampoco tienen un conocimiento claro de la formalización y de los beneficios que podrían traer a su negocio.

19. ¿Qué requisito considera que tiene menor nivel de relevancia para la inscripción al REMYPE?

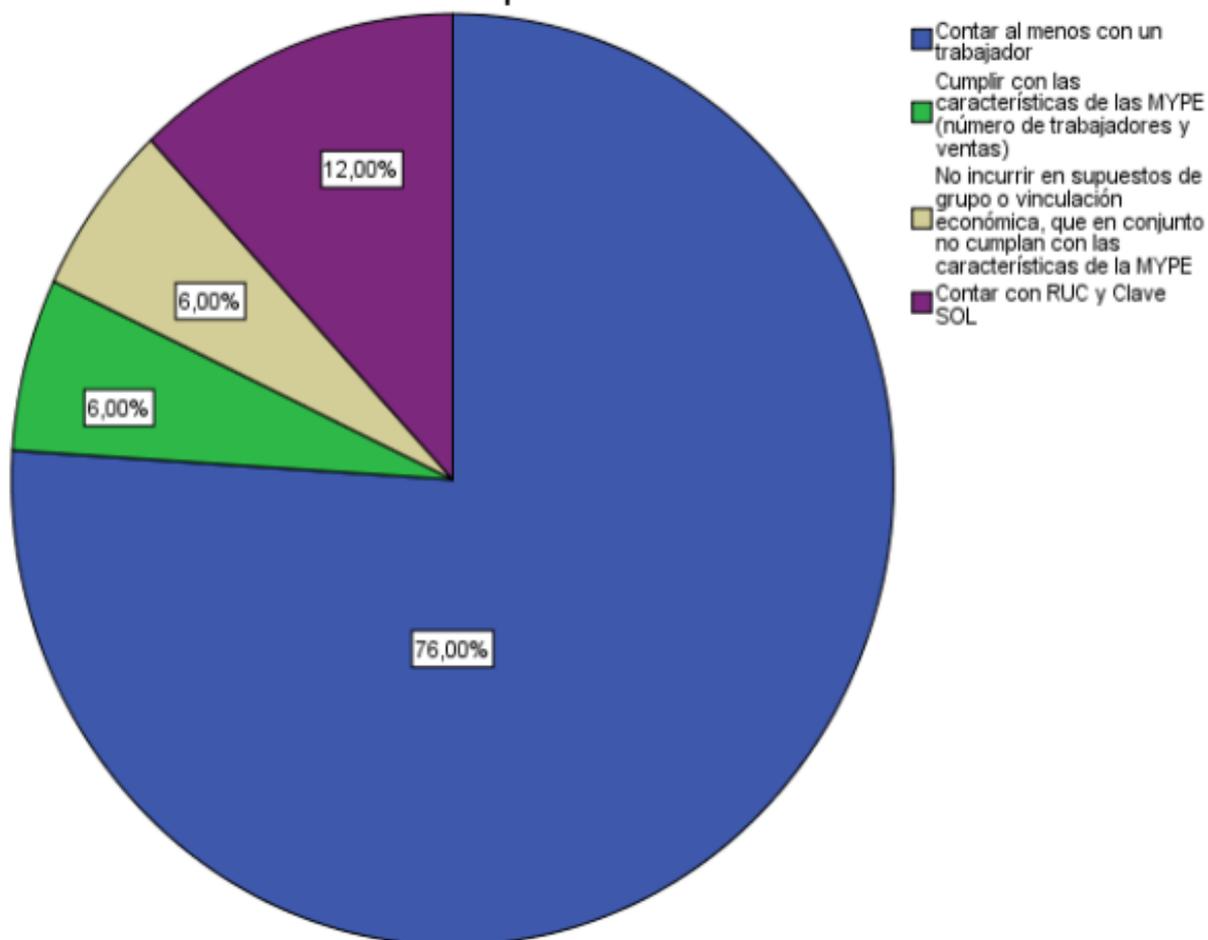


FIGURA N° 19: Requisitos de inscripción al REMYPE

Interpretación:

El 76% de los encuestados respondieron contar con al menos un trabajador. El 12% Contar con RUC y Clave SOL. El 6% no incurrir en supuestos de grupo o vinculación económica y el 6% cumplir con las características de una MYPE.

Se concluye según las respuestas obtenidas por los empresarios encuestados que el requisito que tiene menor relevancia sería contar al menos con un colaborador debido a que las empresas cuentan con más de uno y esto no le imposibilita su inscripción al REMYPE lo cual no tiene mucha relevancia, así también contar con ruc y clave sol debido a que toda empresa que se formaliza cuenta con ello.

20. ¿Cuál de las limitaciones que trae consigo la informalidad considera que ocasiona mayor perjuicio en desarrollo de las actividades?

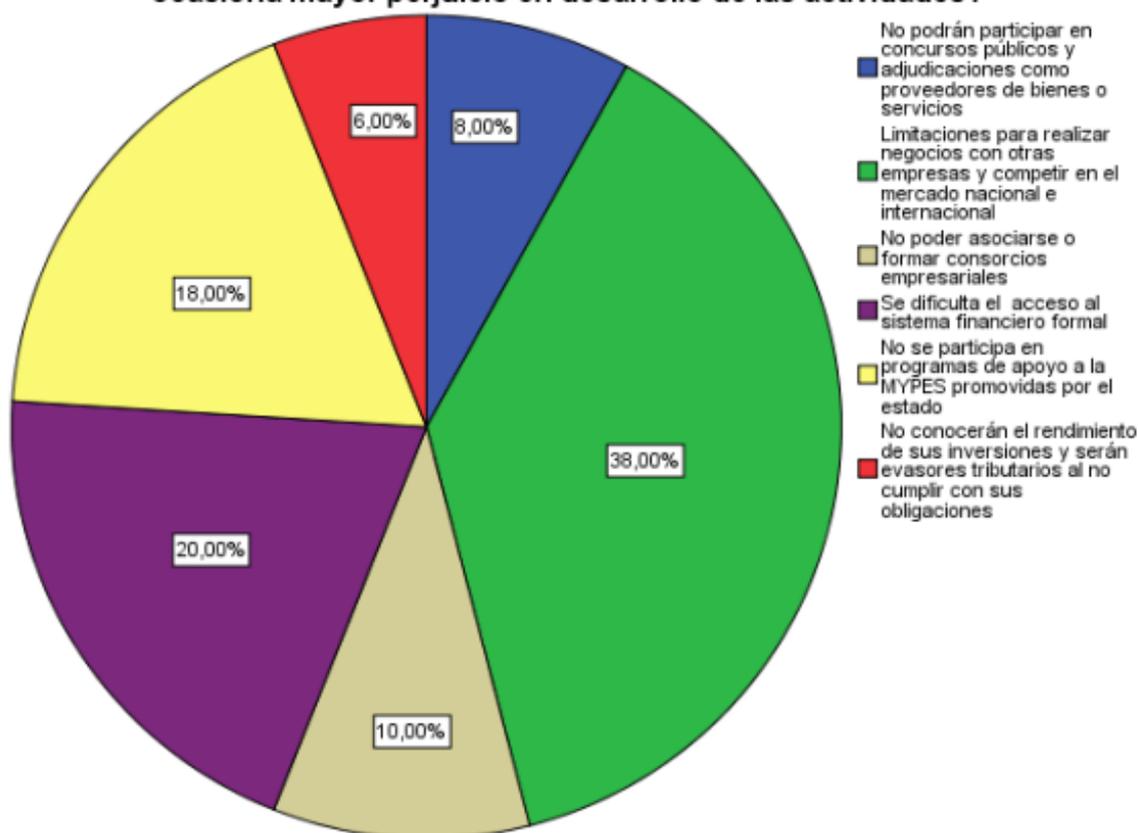


FIGURA N° 20: Limitaciones de la informalidad

Interpretación:

El 38% de los encuestados respondieron limitaciones para realizar negocios con otras empresas y competir en el mercado nacional e internacional. El 20% se dificulta el acceso al sistema financiero formal. El 18% No se participa en programas de apoyo a la MYPES promovidas por el estado respondieron. El 10% no poder asociarse o formar consorcios empresariales. El 8% no podrán participar en concursos públicos y adjudicaciones como proveedores de bienes o servicios y el 6% no conocerán el rendimiento de sus inversiones a través de la evaluación de sus resultados contables y serán evasores tributarios al no cumplir con sus obligaciones.

Se concluye que el principal perjuicio es realizar negocios con otras empresas y competir en el mercado nacional e internacional, ya que no le permite que su negocio crezca y pueda expandirse, tienen conocimiento de ello pero aun así un grupo de microempresarios sigue siendo informal.

Exportaciones

21. ¿Cuál es el mecanismo de exportación con el cual trabaja la empresa?

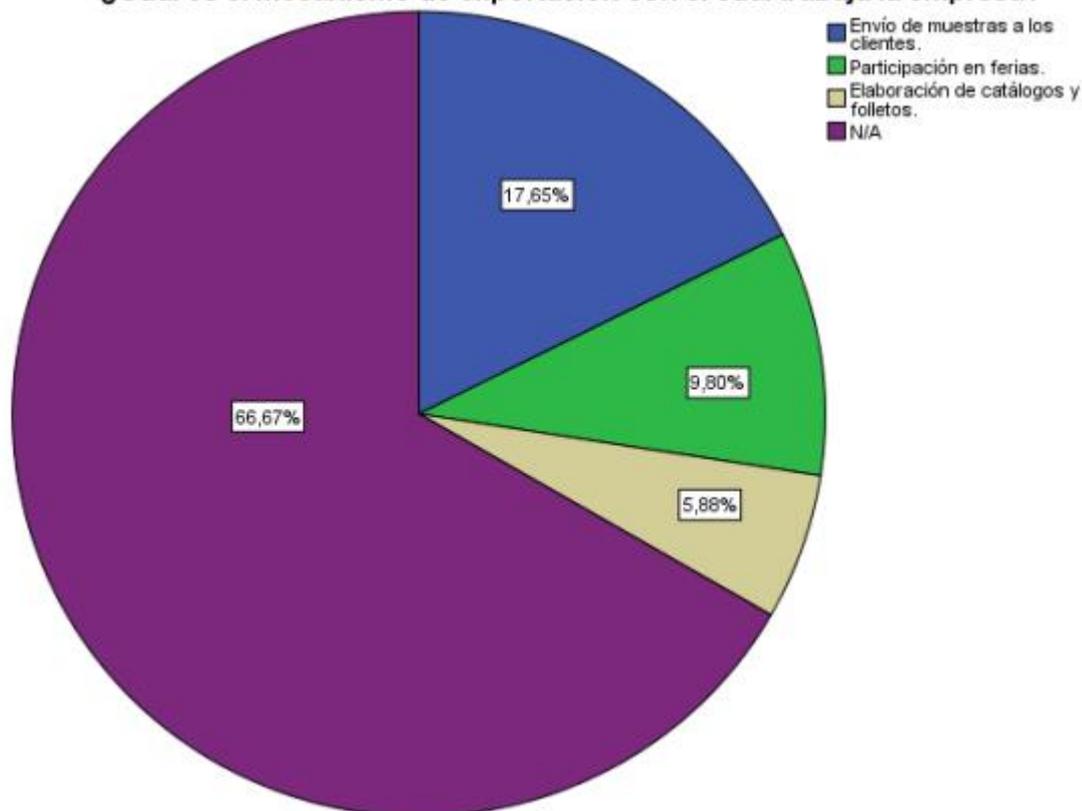


FIGURA N° 21: Mecanismo de exportación

Interpretación:

El 66.67% de los encuestados respondieron ninguna a las anteriores. El 17.65% envió de muestras a los clientes. El 9.8% participación en ferias y el 5.88% elaboración de catálogos y folletos.

El mayor porcentaje está conformado por ninguna de las anteriores alternativas, este resultado es preocupante ya que se muestra que los microempresarios no exportan, y aquellos que exportan corren el riesgo de enviar muestras a clientes, lo cual puede generar un gasto adicional, ya que dicha muestra puede que no convenza al cliente y no le hagan el pedido, lo más apropiado sería que aquel grupo que exporta opte por la elaboración de catálogo y así evitaría correr riesgo

22. ¿Cuáles la estrategia de desarrollo de mercado que permite el crecimiento empresarial?

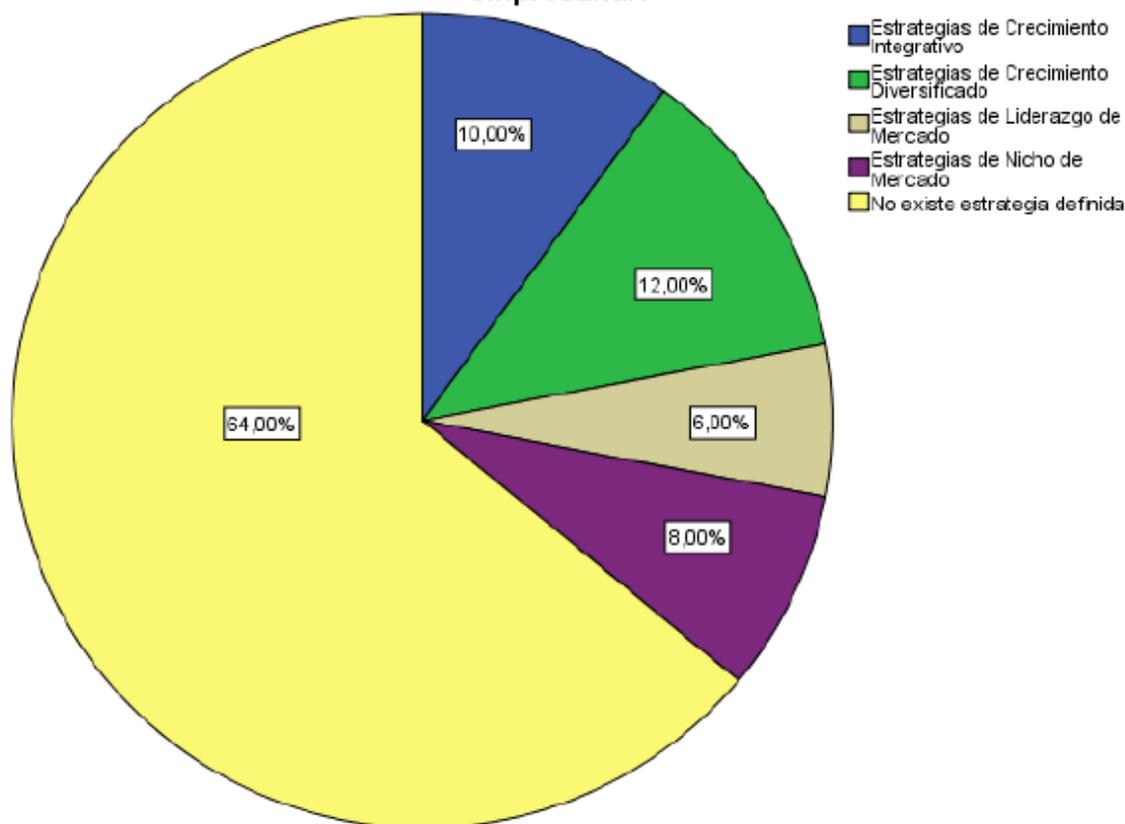


FIGURA N° 22: Estrategia de desarrollo de mercado

Interpretación:

El 64% de los encuestados respondieron que no existe estrategia. El 12% estrategia de crecimiento diversificado. El 10% estrategia de crecimiento integrativo. El 12% estrategia de nicho de mercado y el 6% estrategia de liderazgo de mercado.

La gran mayoría de microempresarios no han obtenido crecimiento empresarial debido a que no aplican ninguna estrategia de mercado, perdiendo la oportunidad de expansión de su negocio; siendo la estrategia de liderazgo de mercado quien le proporcione que dominen en su mercado con productos superiores, eficacia competitiva, o ambas cosas. Una vez que el negocio logra el liderazgo en el mercado tiene dos opciones estratégicas para seguir creciendo: estrategia cooperativa o estrategia competitiva.

23. ¿Qué ventaja ha proporcionado ingresar a mercados extranjeros mediante la exportación?

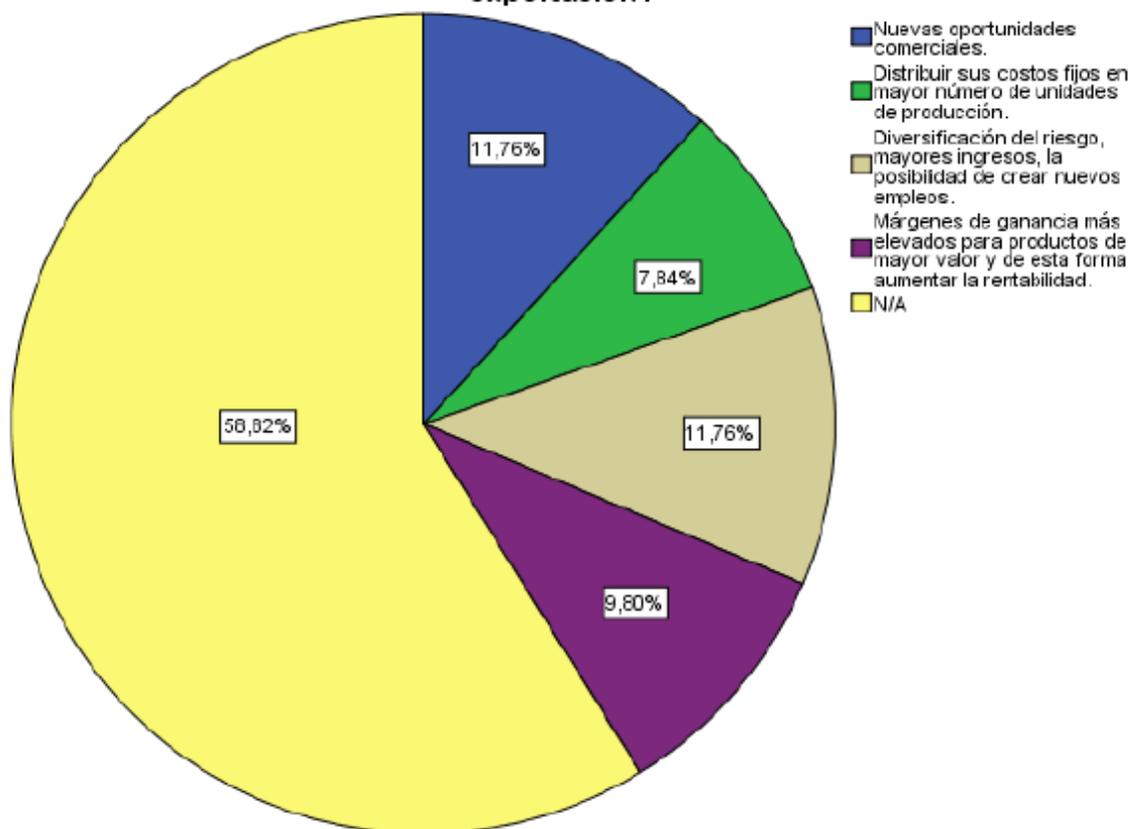


FIGURA N° 23: Ventajas de la exportación

Interpretación:

El 58.82% de los encuestados respondieron ninguna a las anteriores. El 11.76% nuevas oportunidades comerciales. El 11.76% diversificación del riesgo, mayores ingresos, la posibilidad de crear nuevos empleos. El 9.80% márgenes de ganancia más elevados para productos de mayor valor y de esta forma aumentar la rentabilidad.

La gran mayoría no ha obtenido ventaja, debido a que no aplican mecanismos de exportación, sin embargo si ellos realizaran exportación la mayor ventaja obtenida sería nuevas oportunidades comerciales y así le abriría nuevas puertas en el mercado extranjero.

24. ¿Cuál es la modalidad de exportación que se adecua a la empresa para llevar sus productos a mercado extranjero?

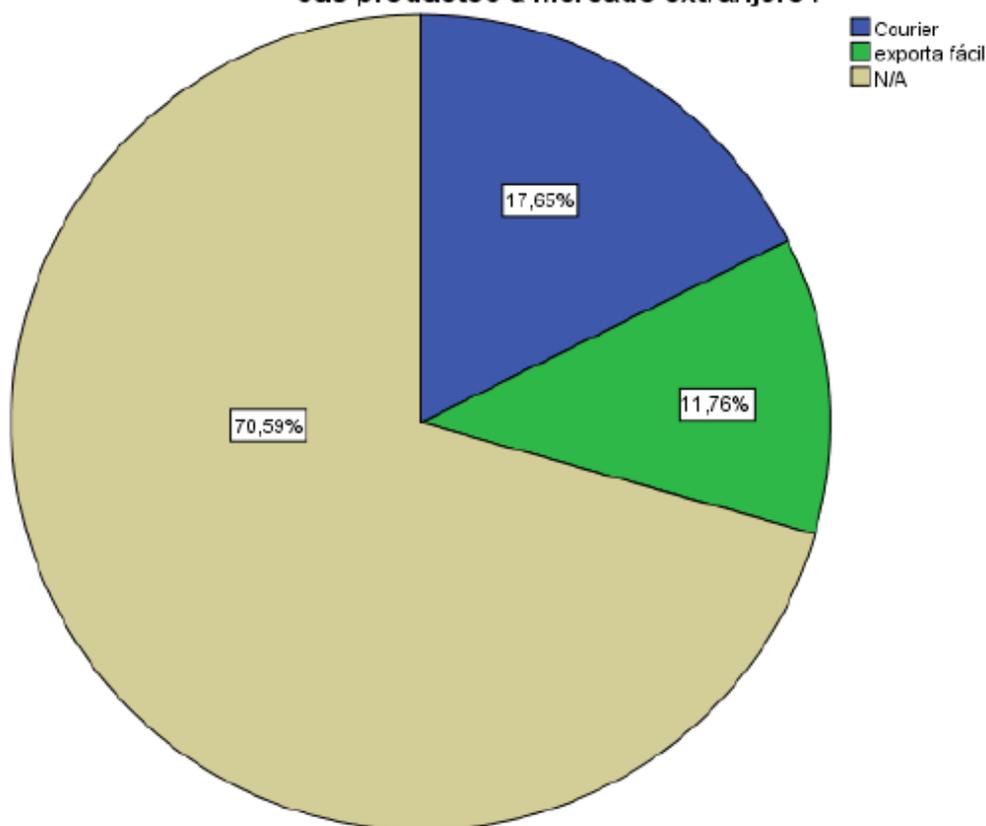


FIGURA N° 24: Modalidad de exportación

Interpretación:

El 70.59% de los encuestados no trabajan con ninguna modalidad de exportación.

El 17.65% Courier y el 11.76% exporta fácil.

Debido a que la mayoría de empresarios no exporta se concluye que no adopta ninguna modalidad de exportación y eso es debido a que temen a correr riesgo con su mercadería, que no le lleguen a pagar por los productos entregados y aquellos y a que desconocen muchos aspectos de la exportación, y muchos de ellos prefieren que el cliente extranjero venga al país.

Lo ideal serian que sus productos salgan al extranjero, y para ello el exporta fácil es muy útil, y muy pocos conocen de ello.

Asociatividad empresarial.

25. ¿Cuál es el modelo de asociatividad que fomenta un mayor desarrollo de las actividades de la empresa?

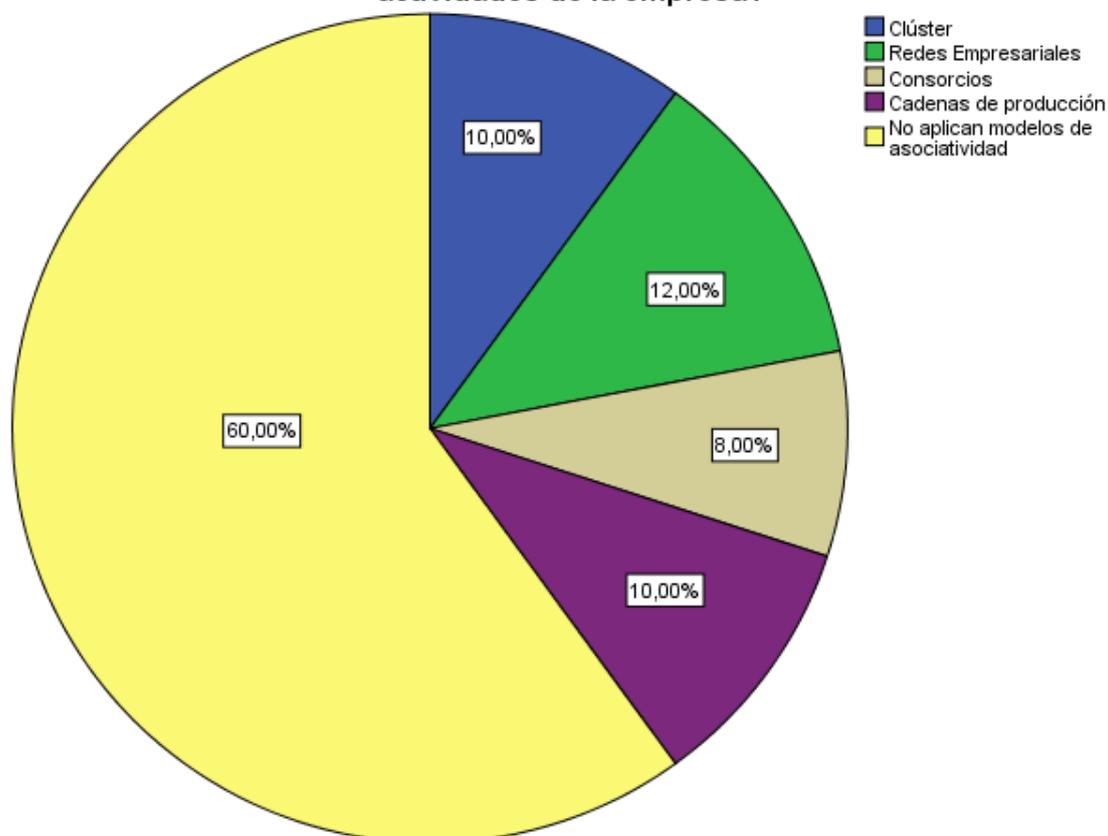


FIGURA N° 25: Modelo de asociatividad

Interpretación:

El 60% no aplican modelos de asociatividad. El 12% redes empresariales. El 10% clúster. El 10% cadenas de producción y 8% consorcios.

Según los resultados obtenidos se logra observar que no aplican modelo de asociatividad lo cual no les va a permitir un desarrollo de las actividades de la empresa, por cual tener un modelo de asociatividad como es redes empresariales, el cual demuestra que el éxito de los negocios “no depende de lo que conoces” sino “a quien conoces”, ya que es el resultado de la combinación de muchos factores, por ello concluyen que este modelo fomenta el desarrollo de sus actividades permitiendo crecer su negocio.

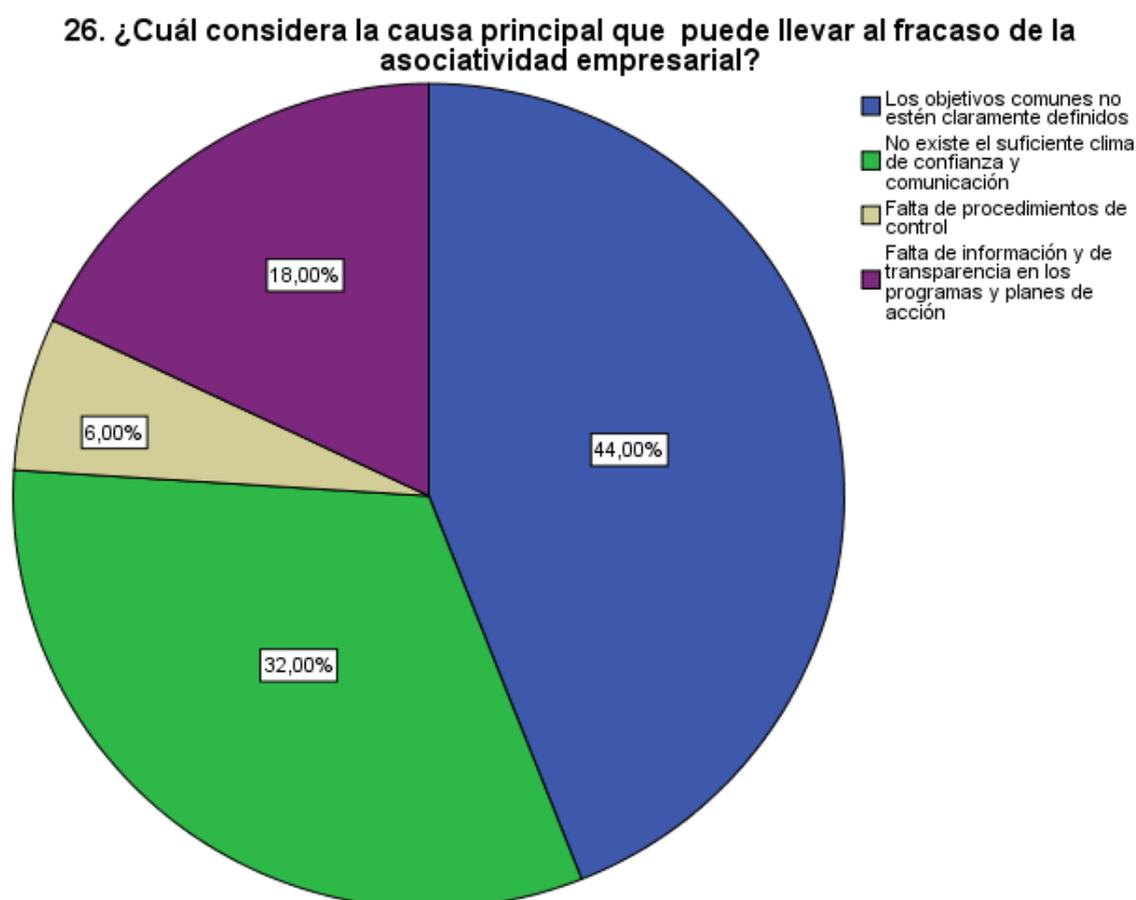


FIGURA N° 26: Causa del fracaso de asociaciones

Interpretación:

En 44% de los encuestados respondieron los objetivos comunes no están claramente definidos. El 32% no existe el suficiente clima de confianza y comunicación. El 18% falta de información y de transparencia en los programas y planes de acción y el 6% falta de procedimientos de control.

Se puede concluir del resultado con mayor porcentaje que es el de los objetivos comunes no están claramente definidos, ya que al no tenerlo claro puede perjudicar a la empresa trabajando de manera diferente con objetivos que llevan a otros propósitos fuera de lo establecido inicialmente, y es por ese temor que no quieren asociarse pero si toman en cuenta las causas del fracaso podrían prevenir y generar mayor ingresos, uniendo capacidades y crear grandes oportunidades de negocio.

27. ¿Cuál considera que es el factor clave para el éxito en una asociatividad empresarial que permita enfrentar los retos de la apertura de los mercados?

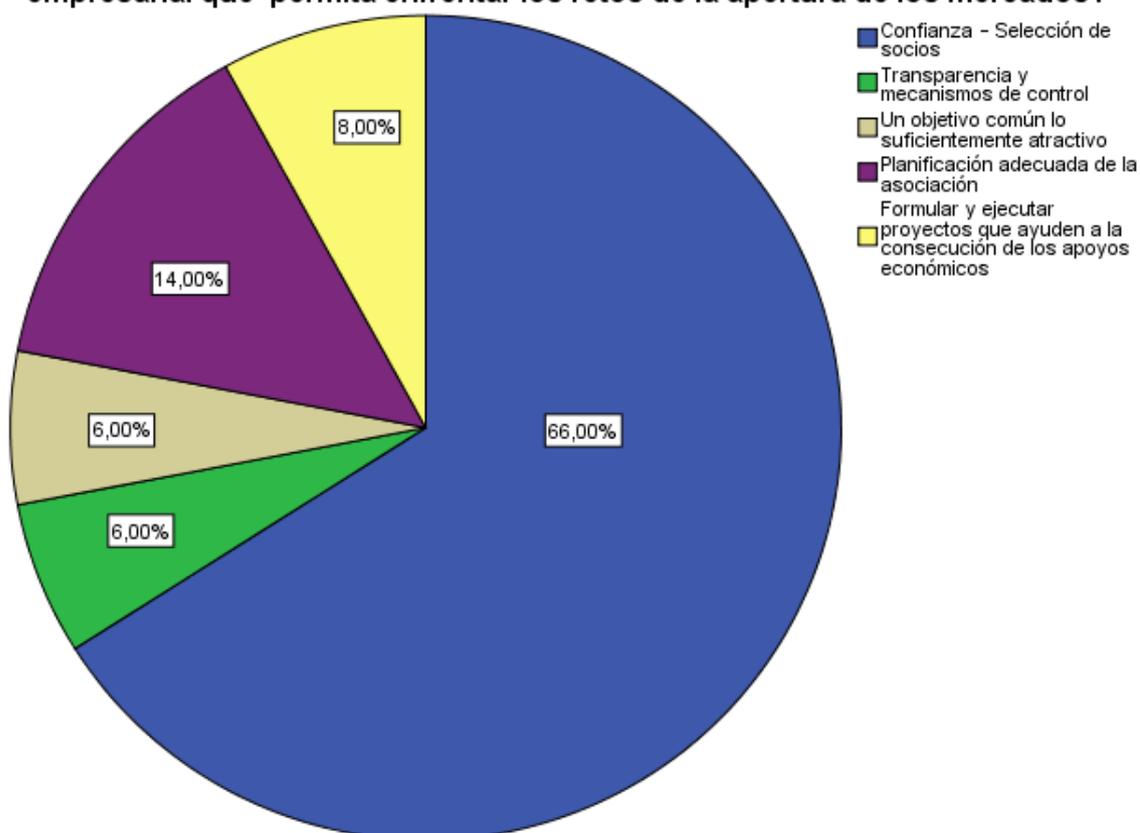


FIGURA N° 27: Factores claves para el éxito

Interpretación:

El 66% de los encuestados respondieron confianza-selección de socios. El 14% planificación adecuada de la asociación. El 8% formular y ejecutar proyectos que ayuden a la consecución de los apoyos económicos. El 6% un objetivo común lo suficientemente atractivo y el 6% transparencia y mecanismos de control.

Se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que la clave del éxito en una asociatividad es confianza-selección de socios, este es de suma importancia ya que es la persona a la cual vas a confiar el patrimonio, por ello debe ser una persona de confianza, pero olvidan la planificación adecuada de la asociación el cual es sumamente importante.

28.¿Qué beneficio considera que brinda la asociatividad empresarial en el acceso a nuevos mercados?

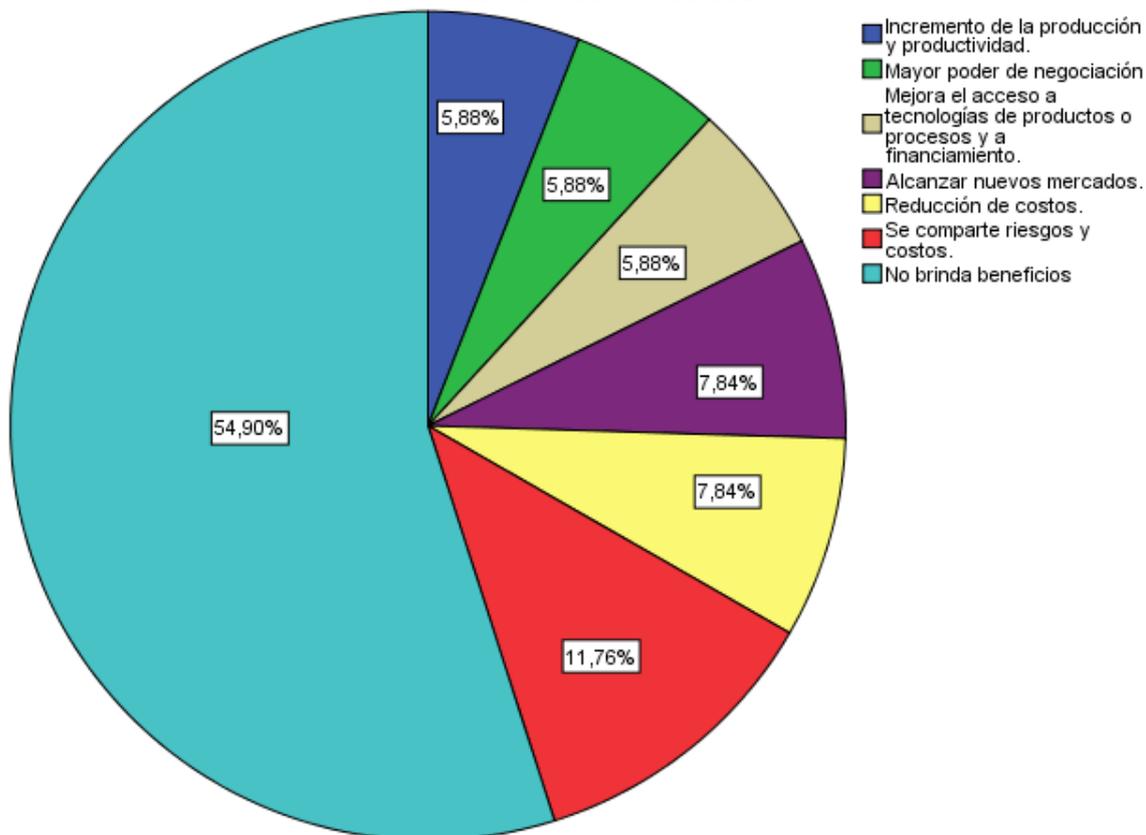


FIGURA N° 28: Beneficio de la asociatividad

Interpretación:

El 54.90% de los encuestados respondieron no brinda beneficios. El 11.76% se comparte riesgos y costos. El 7.84% reducción de costos. El 7.84% alcanzar

nuevos mercados. El 5.88% incremento de la producción y productividad. El 5.88% mayor poder de negociación y 5.88% mejora el acceso a tecnologías de productos o procesos y a financiamiento.

No consideran que le brinda ningún beneficio por eso no se asocian, pero el hecho de asociarse les va a permitir entrar a nuevos mercados debido a que sus posibilidades van a incrementarse, ya que no solo unirán capital, sino también conocimientos y tecnología lo que le va a permitir avanzar con facilidad en el rubro donde se desenvuelven.

Acceso al financiamiento



29. ¿Según la necesidad de la empresa a qué fuente de financiamiento tuvo acceso?

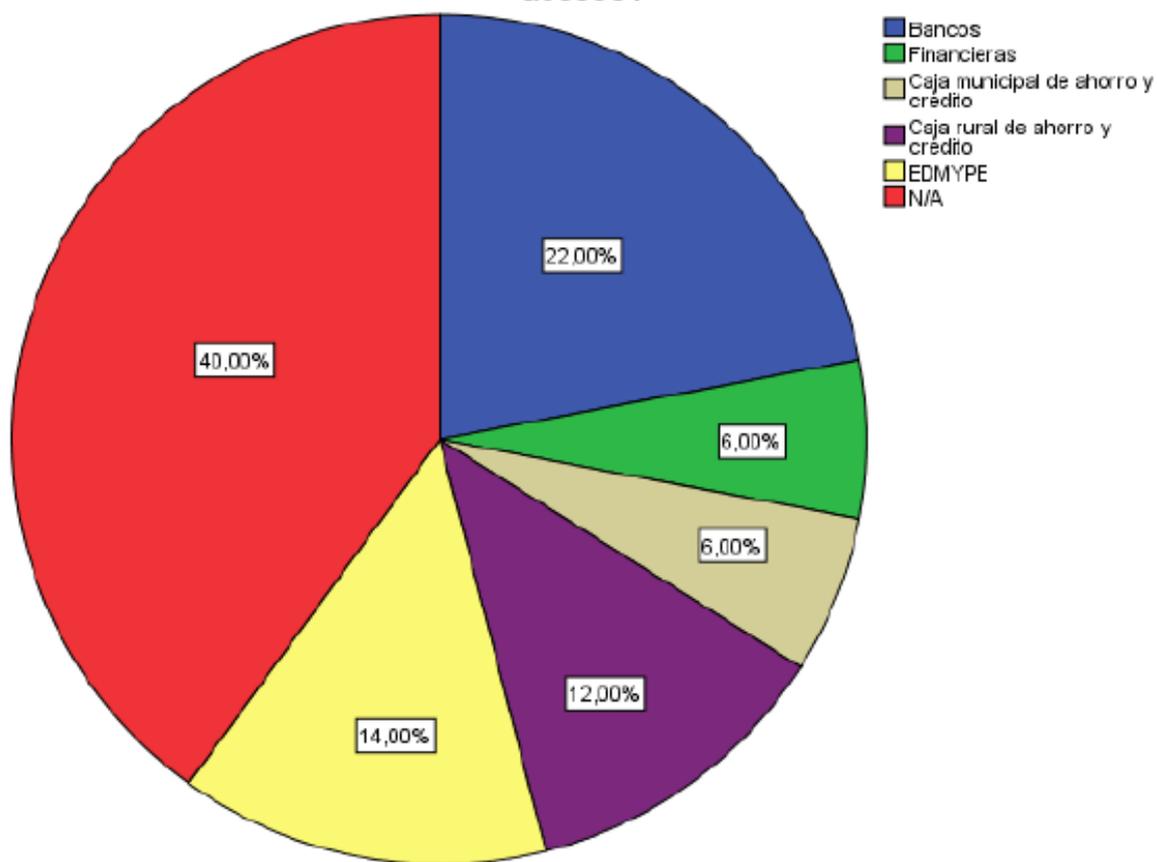


FIGURA N° 29: Fuente de financiamiento

Interpretación:

El 40% de los encuestados respondieron que no tuvo acceso de ninguna fuente de financiamiento. El 22% bancos. El 14% EDPYME. El 12% caja municipal de ahorro y crédito. El 6% caja municipal de ahorro y crédito y el 6% financieras.

Se logra entender que el mayor porcentaje está conformado por aquellos que no tuvieron acceso a fuente de financiamiento, y esto se da debido a que piden una serie de requisitos que en algunos casos le dificulta el acceso; así también el encarecimiento de las tasas de interés.

Tuvieron la necesidad de acceder a un financiamiento para invertir en su negocio pero no lograron obtenerlo debido a que recién inician y no tienen un comportamiento crediticio, lo cual los lleva a optar por otro tipo de préstamos provenientes de personas naturales con liquidez, pero con ciertas dificultades, lo ideal sería tener las facilidades por las entidades financieras

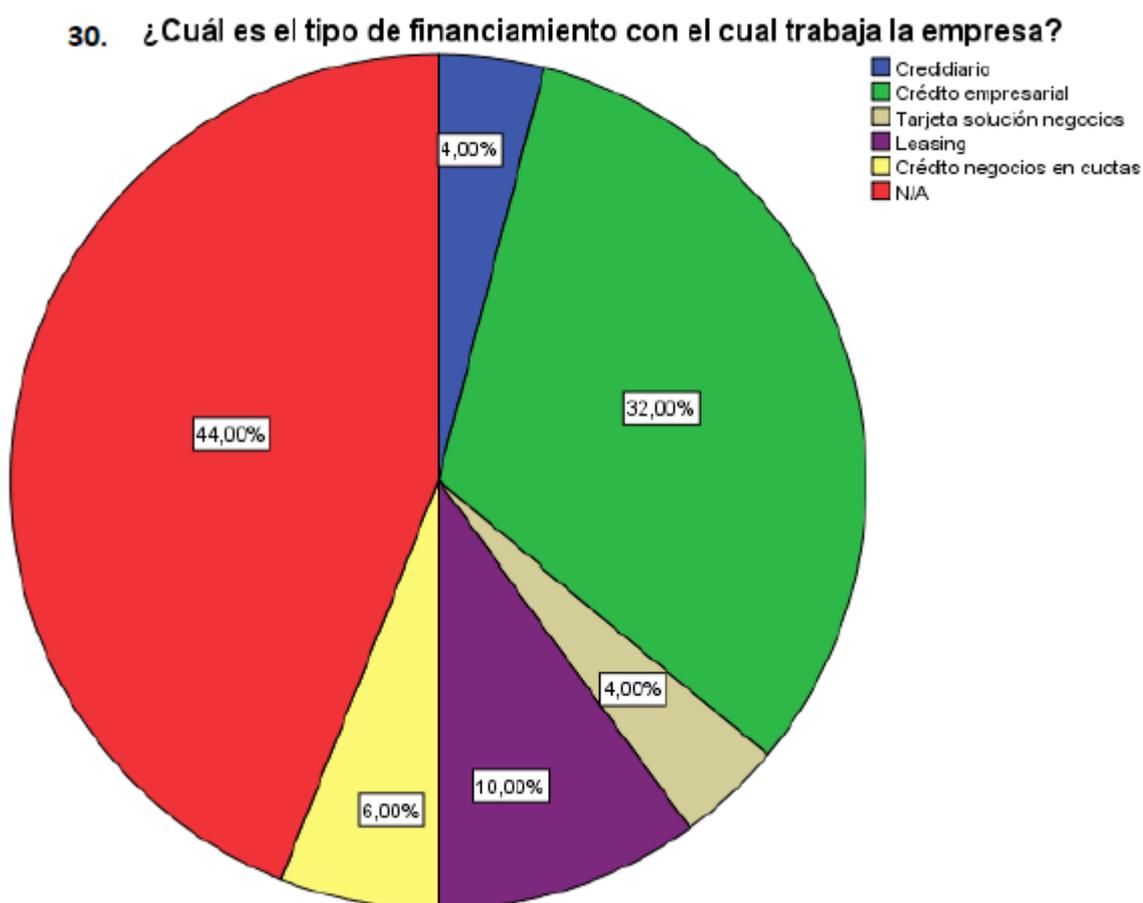


FIGURA N° 30: Tipos de financiamiento

Interpretación:

El 44% de los encuestados no trabajan con ningún tipo de financiamiento. El 32% crédito empresarial. El 10% leasing. El 6% crédito negocio en cuotas. El 4% credi diario y el 4% tarjeta solución negocios.

Como reflejan los resultados se logra entender que la mayoría no trabaja con las fuentes de financiamiento mencionadas lo cual informan que le es muy difícil acceder un crédito por los diversos requisitos que solicita cada entidad.

Aquellos que llegan acceder a un crédito, como es el más común crédito empresarial, son aquellos que tienen un historial y buen comportamiento en el sistema financiero, o aquellos que ya tienen tiempo en el mercado.

Así también para obtener acceso al financiamiento la empresa debe tener un respaldo y ese respaldo tiene que ser la gestión empresarial, por lo cual es un tema que los micro y pequeños empresarios deben tomar en cuenta.

31. ¿Cuál es considerado el requisito más limitante al momento de acceder a un financiamiento?

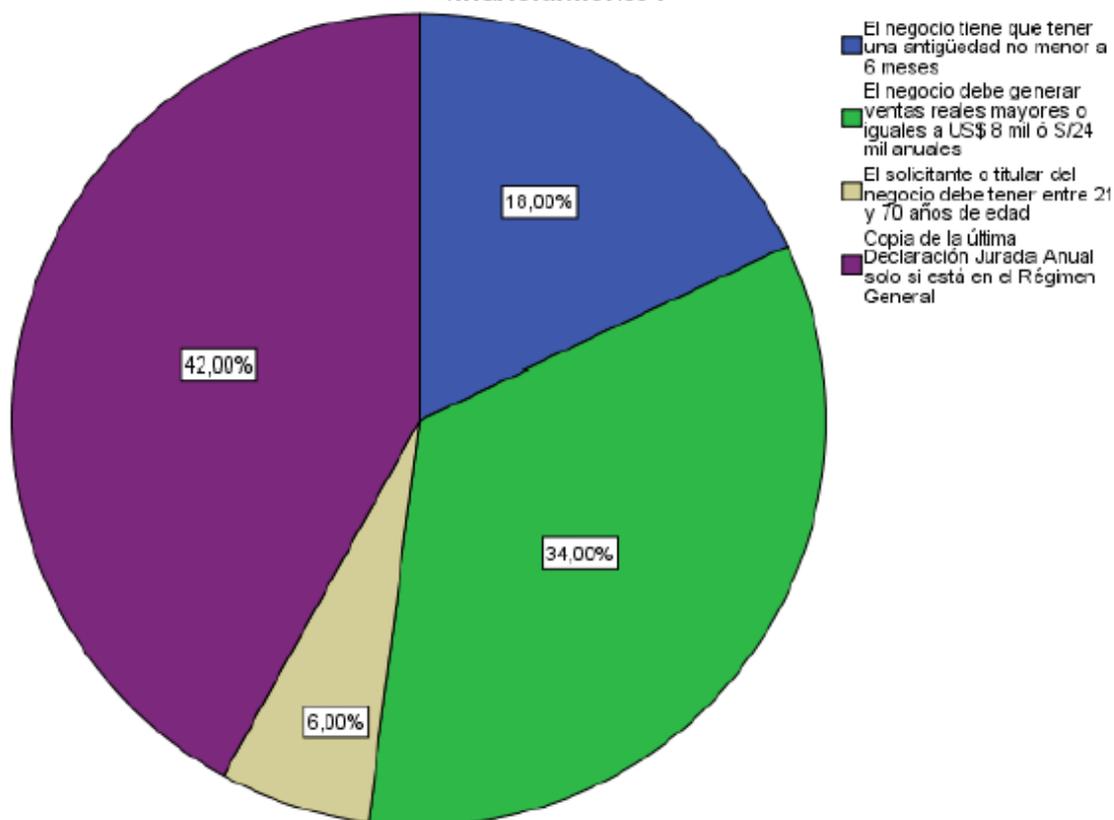
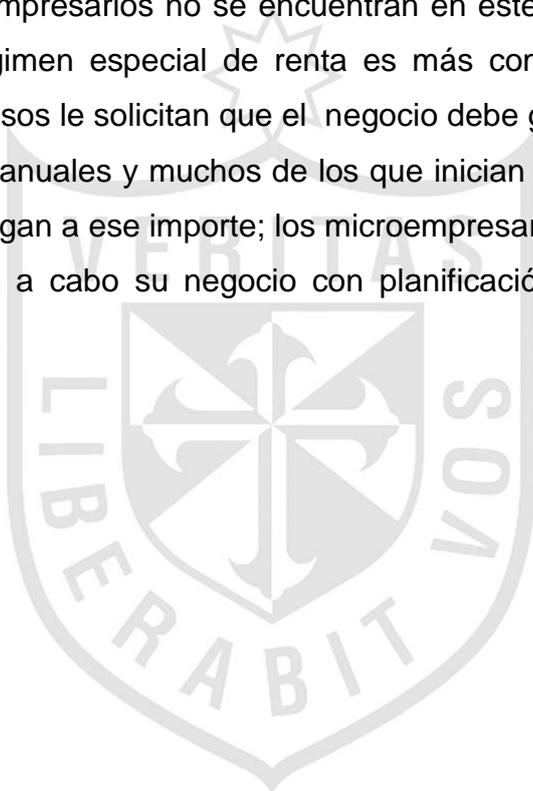


FIGURA N° 31: Requisito de acceso al financiamiento

Interpretación:

El 42% de los encuestados respondieron copia de la última Declaración Jurada Anual solo si está en el Régimen General. El 34% el negocio debe generar ventas reales mayores o iguales a US\$ 8 MIL ó S/. 24 mil anuales. El 18% el negocio tiene que tener una antigüedad no menor a 6 meses y el 6% el solicitante o titular del negocio debe tener entre 21 y 70 años de edad.

Se concluye que la mayor parte de los empresarios afirma que el requisito más limitante es el de la Declaración Jurada Anual solo si está en el Régimen General, y muchos de estos empresarios no se encuentran en este régimen, y cuando se encuentran en el régimen especial de renta es más complicado acceder a un préstamo, en otros casos le solicitan que el negocio debe generar ventas reales o mayores a S/. 24 mil anuales y muchos de los que inician su negocio y requieren de un préstamo no llegan a ese importe; los microempresarios se olvidarían de los limitantes si llevarían a cabo su negocio con planificación, política empresarial adecuada entre otros.



32. ¿Cuál es principal beneficio que le ha otorgado acceder a un financiamiento?

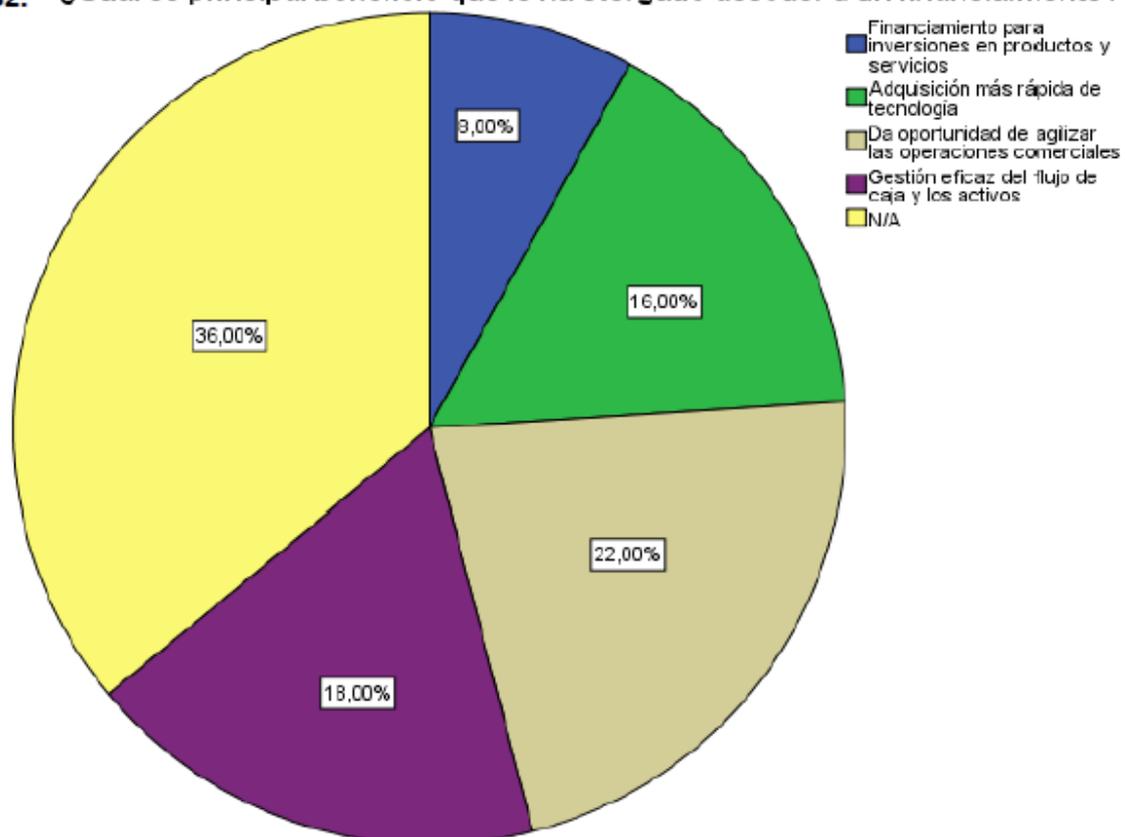


FIGURA N° 32: Beneficio del financiamiento

Interpretación:

El 36% no accedió a ningún beneficio otorgado por un financiamiento. El 22% da oportunidad de agilizar las operaciones comerciales. El 18% gestión eficaz del flujo de caja y los activos. El 16% adquisición más rápida de tecnología y el 8% financiamiento para inversiones en productos y servicios.

De los resultados obtenidos se concluye que la mayoría no ha tenido acceso a un financiamiento por lo que no ha logrado tener un beneficio, sin embargo unos de los beneficios más resaltantes si hubieran accedido a un financiamiento sería el de agilizar operaciones comerciales y adquisición rápida de tecnología.

4.2 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Para contrastar las hipótesis se ha usado la prueba no paramétrica de Ji Cuadrado, para lo cual se ha procesado en el software estadístico SPSS, versión 21, teniendo en cuenta los pasos o procedimientos siguientes:

4.2.1 Primera Hipótesis

Si se determina una aplicación adecuada de los factores que favorecen la evaluación de Gestión Empresarial, entonces influyen en la Formalización empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria – 2013.

a. Hipótesis nula (H₀).

Si se determina una aplicación adecuada de los factores que favorecen la evaluación de Gestión Empresarial, entonces **NO** influyen en la Formalización empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria – 2013

b. Hipótesis alternante (H₁).

Si se determina una aplicación adecuada de los factores que favorecen la evaluación de Gestión Empresarial, entonces **SI** influyen en la Formalización empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria – 2013.

c. Nivel de significación (α)

Para el caso del problema se ha considerado un nivel de significación de: α= 5%, cuyo valor paramétrico es $X^2_{t(k-1), (r-1) gl.} = X^2_{12gl} = 16.92$

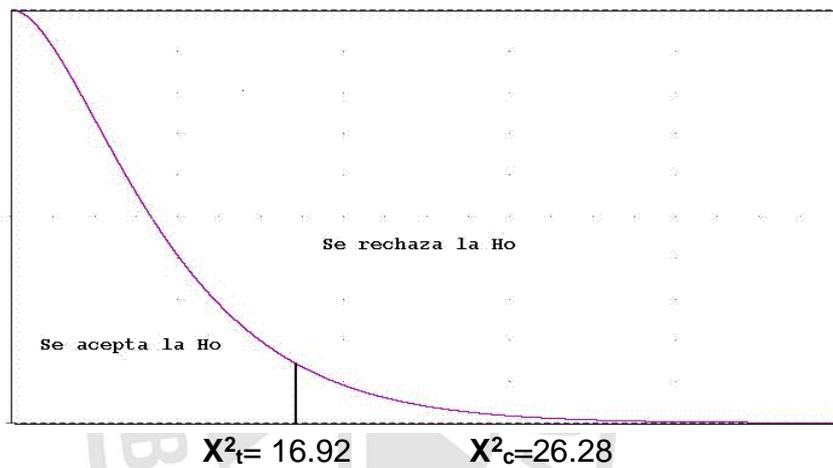
d. Se calculó la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$X^2_c = \sum (o_i - e_i)^2 / e_i = 26.28$$

Donde:

- oi** = Valor observado, producto de las encuestas.
- ei** = Valor esperado o valor teórico que se obtiene en base a los valores observados.
- X²_c** = Valor del estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el Software Estadístico SPSS, y se debe comparar con los valores asociados al nivel de significación que se indica en la Tabla de Contingencia N° 01.

e. Toma de decisiones



Interpretación:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que “Si se determina una aplicación adecuada de los factores que favorecen la evaluación de Gestión Empresarial, entonces **SI** influyen en la Formalización empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria – 2013”, lo cual ha sido probado mediante la Prueba No Paramétrica usando el software SPSS versión 21, para lo cual se adjunta las evidencias, consistente en la tabla de contingencia N° 1 y el resultado de la prueba estadística Chi cuadrado.

Tabla de contingencia 01

5. ¿Qué le ha permitido a la empresa la planificación de la gestión empresarial? * 29. ¿Cuál de los pasos de la formalización considera que le tomo mayor inversión de tiempo?

Variable		29. ¿Cuál de los pasos de la formalización considera que le tomo mayor inversión de tiempo?					Total
		Constituir la empresa	Obtener el RUC	Registrarse en REMYPE	Obtener la licencia y permiso sectoriales - Inscripción Sectorial	Acceder a los Beneficios de la Ley MYPE	
5. ¿Qué le ha permitido a la empresa la planificación de la gestión empresarial?	Definir unos objetivos concretos de organización	2	0	2	4	2	10
	Cuantificar los medios necesarios	2	0	2	1	0	5
	Reparto de responsabilidades	5	0	0	2	1	8
	Establecer los sistemas de control y evaluación	2	2	0	1	0	5
	No aplican planeación de la gestión empresarial	10	2	2	4	4	22
	Total	21	4	6	12	7	50

Pruebas de chi-cuadrado

Estadísticos	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	26,289 ^a	12	.010
Razón de verosimilitudes	24.858	12	.016
Asociación lineal por lineal	6.264	1	.012
N de casos válidos	50		

4.2.2 Segunda Hipótesis

Si se realiza adecuadamente la planeación empresarial en Micro y Pequeñas Empresas del sector textil, entonces habrá un mayor nivel de exportaciones en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria – 2013.

a. Hipótesis nula (H₀).

Si se realiza adecuadamente la planeación empresarial en Micro y Pequeñas Empresas del sector textil, entonces **NO** habrá un mayor nivel de exportaciones en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria – 2013.

b. Hipótesis alternante (H₁).

Si se realiza adecuadamente la planeación empresarial en Micro y Pequeñas Empresas del sector textil, entonces **SI** habrá un mayor nivel de exportaciones en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria – 2013.

c. Nivel de significación (α)

Para el caso del problema se ha considerado un nivel de significación de: $\alpha = 5\%$, cuyo valor paramétrico es $\chi^2_{t(k-1), (r-1) gl.} = \chi^2_{9 gl.} = 16.92$

d. Se calculó la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$\chi^2_c = \sum (o_i - e_i)^2 / e_i = 24.085$$

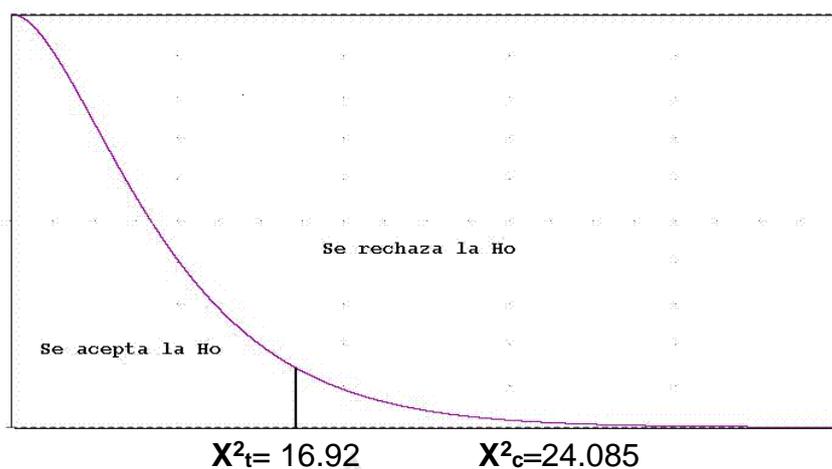
Donde:

o_i = Valor observado, producto de las encuestas.

e_i = Valor esperado o valor teórico que se obtiene en base a los valores observados.

χ²_c = Valor del estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el Software Estadístico SPSS, y se debe comparar con los valores asociados al nivel de significación que se indica en la Tabla de Contingencia N° 02.

e. Toma de decisiones



Interpretación:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que “Si se realiza adecuadamente la planeación empresarial en Micro y Pequeñas Empresas del sector textil, entonces **SI** habrá un mayor nivel de exportaciones en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria - 2013” , lo cual ha sido probado mediante la Prueba No Paramétrica usando el software SPSS versión 21, para lo cual se adjunta las evidencias, consistente en la tabla de contingencia N° 2 y el resultado de la prueba estadística Chi cuadrado.

Tabla de contingencia 02

9. ¿Cuál es la ventaja que le ha brindado la planeación en el proceso de la actividad empresarial? * 18. ¿Cuáles son las estrategias de desarrollo de mercado que permite el crecimiento empresarial?

Variable		18. ¿Cuáles son las estrategias de desarrollo de mercado que permite el crecimiento empresarial?					Total
		Estrategias de Crecimiento Integrativo	Estrategias de Crecimiento Diversificado	Estrategias de Liderazgo de Mercado	Estrategias de Nicho de Mercado	No existe estrategia definida	
9. ¿Cuál es la ventaja que le ha brindado la planeación en el proceso de la actividad empresarial?	Reduce la incertidumbre	1	0	0	0	3	4
	Minimiza los riesgos	0	0	0	1	2	3
	Factibilidad	1	0	0	1	5	7
	Flexibilidad	1	1	1	2	4	9
	No aplican planeación	3	3	2	3	16	27
	Total	6	4	3	7	30	50

Pruebas de chi-cuadrado

Estadísticos	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,085 ^a	9	0.004
Razón de verosimilitudes	26.581	9	0.002
Asociación lineal por lineal	1.336	1	0.248
N de casos válidos	50		

4.2.3 Tercera Hipótesis

Si se cuenta con una sólida organización empresarial, entonces se tendrá una empresa asociada formalmente en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria – 2013.

a. Hipótesis nula (H_0).

Si se cuenta con una sólida organización empresarial, entonces **NO** se tendrá una empresa asociada formalmente en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria – 2013.

b. Hipótesis alternante (H_1).

Si se cuenta con una sólida organización empresarial, entonces **SI** se tendrá una empresa asociada formalmente en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria – 2013.

c. Nivel de significación (α)

Para el caso del problema se ha considerado un nivel de significación de: $\alpha = 5\%$, cuyo valor paramétrico es $X^2_{t(k-1), (r-1) gl.} = X^2_{9gl} = 16.92$

d. Se calculó la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$X^2_c = \sum (o_i - e_i)^2 / e_i = 22.361$$

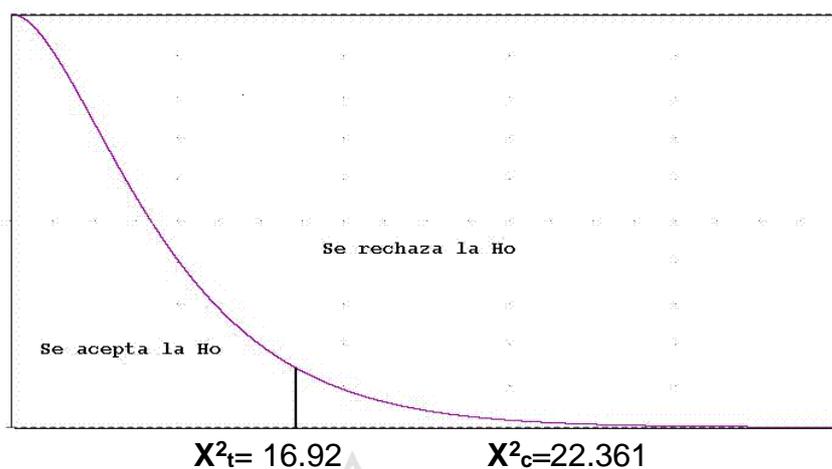
Donde:

o_i = Valor observado, producto de las encuestas.

e_i = Valor esperado o valor teórico que se obtiene en base a los valores observados.

X^2_c = Valor del estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el Software Estadístico SPSS, y se debe comparar con los valores asociados al nivel de significación que se indica en la Tabla de Contingencia N° 03.

e. Toma de decisiones



Interpretación:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que “Si se cuenta con una sólida organización empresarial, entonces **SI** se tendrá una empresa asociada formalmente en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria - 2013” , lo cual ha sido probado mediante la Prueba No Paramétrica usando el software SPSS versión 21, para lo cual se adjunta las evidencias, consistente en la tabla de contingencia N° 3 y el resultado de la prueba estadística Chi cuadrado.

Tabla de contingencia 03

2. ¿Cuál es el tipo de jerarquía con que cuenta la empresa que le garantiza el incremento y mejora de la producción? * 26. ¿Cuál considera la causa principal que puede llevar al fracaso de la asociatividad empresarial?

Variable		26. ¿Cuál considera la causa principal que puede llevar al fracaso de la asociatividad empresarial?				Total
		Los objetivos comunes no estén claramente definidos	No existe el suficiente clima de confianza y comunicación	Falta de procedimientos de control	Falta de información y de transparencia en los programas y planes de acción	
2. ¿Cuál es el tipo de jerarquía con que cuenta la empresa que le garantiza el incremento y la mejora de producción?	La jerarquía dada por el cargo	4	2	2	2	10
	La jerarquía del rango	3	1	0	1	5
	La jerarquía dada por la capacidad.	2	1	0	0	3
	La jerarquía dada por la remuneración	6	2	0	2	10
	La jerarquía por antigüedad	10	9	2	1	22
	Total	25	15	4	6	50

Pruebas de chi-cuadrado

Estadísticos	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22,361	9	.008
Razón de verosimilitudes	22.885	9	.006
Asociación lineal por lineal	11.538	1	.001
N de casos válidos	50		

4.2.4 Cuarta Hipótesis

Si consideramos en el Plan de Negocios, políticas empresariales con visión de futuro, entonces incidirá favorablemente el acceso al financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria- 2013.

a. **Hipótesis nula (H₀).**

Si consideramos en el Plan de Negocios, políticas empresariales con visión de futuro, entonces **NO** incidirá favorablemente el acceso al financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria- 2013.

b. **Hipótesis alternante (H₁).**

Si consideramos en el Plan de Negocios, políticas empresariales con visión de futuro, entonces **SI** incidirá favorablemente el acceso al financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria- 2013.

c. **Nivel de significación (α)**

Para el caso del problema se ha considerado un nivel de significación de: $\alpha = 5\%$, cuyo valor paramétrico es $X^2_{t(k-1), (r-1) gl.} = X^2_{9gl} = 16.92$

d. **Se calculó la prueba estadística con la fórmula siguiente:**

$$X^2_c = \sum (o_i - e_i)^2 / e_i = 25.208$$

Donde:

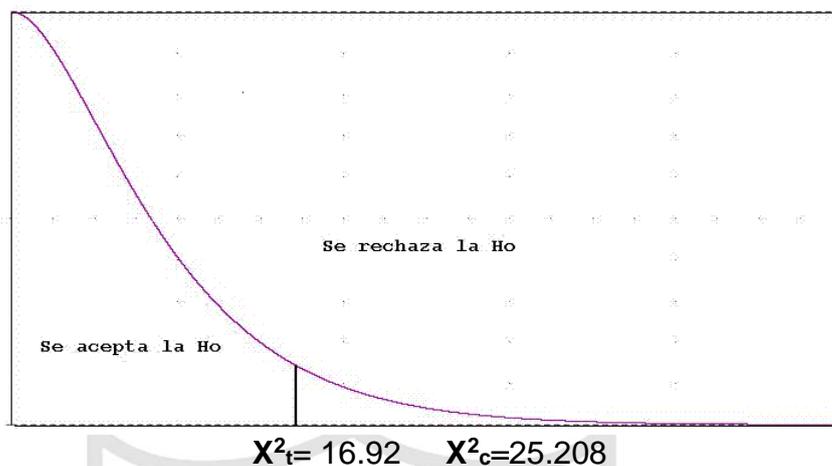
o_i = Valor observado, producto de las encuestas.

e_i = Valor esperado o valor teórico que se obtiene en base a los valores observados.

X²_c = Valor del estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el Software Estadístico SPSS, y se debe comparar con los valores

asociados al nivel de significación que se indica en la Tabla de Contingencia N° 04.

e. Toma de decisiones



Interpretación:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que "Si consideramos en el Plan de Negocios, políticas empresariales con visión de futuro, entonces **SI** incidirá favorablemente el acceso al financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria- 2013." , lo cual ha sido probado mediante la Prueba No Paramétrica usando el software SPSS versión 21, para lo cual se adjunta las evidencias, consistente en la tabla de contingencia N° 4 y el resultado de la prueba estadística Chi cuadrado.

Tabla de contingencia 04

13. ¿Cuál es el tipo de política empresarial con el cual trabaja la empresa? * 23. ¿Cuál es considerado el requisito más limitante al momento de acceder a un financiamiento?

Variable		23. ¿Cuál es considerado el requisito más limitante al momento de acceder a un financiamiento?				Total
		El negocio tiene que tener una antigüedad no menor a 6 meses	El negocio debe generar ventas reales mayores o iguales a US\$ 8 mil ó S/24 mil anuales	El solicitante o titular del negocio debe tener entre 21 y 70 años de edad	Copia de la última Declaración Jurada Anual solo si está en el Régimen General	
13. ¿Cuál es el tipo de política empresarial con el cual trabaja la empresa?	Política crediticia	0	1	1	4	6
	Política de inversión	2	0	1	8	11
	Política financiera	4	7	0	4	15
	Política de precios	5	10	3	0	18
	Total	11	18	5	16	50

Pruebas de chi-cuadrado

Estadísticos	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	25,208 ^a	9	.003
Razón de verosimilitudes	35.324	9	.000
Asociación lineal por lineal	14.738	1	.000
N de casos válidos	50		

4.3 CASO PRÁCTICO

Creaciones NAYSHA

Es una empresa dedicada a la comercialización de prendas de vestir, ubicada en el Emporio de Gamarra del distrito de La Victoria.

Realiza operaciones desde el año 2007, con ventas anuales de hasta S/.304,000.00.

Su capacidad de producción es de 6 000 unidades de prendas de vestir, lo que le permite atender a una determinada cantidad de clientes.

El estado de situación financiera del año 2013 es el siguiente:



CREACIONES NAYSHA

Estados de Situación Financiera

Al 31 de diciembre de 2013

(Expresado en nuevos soles)

ACTIVO

Activo corriente

Efectivo y
equivalente de
efectivo 18,800

Cuentas por cobrar 2,830

Cuentas por cobrar
diversas 1,800

Inventarios 11,800

**Total activo
corriente** 35,230

Activo no corriente

Inmueble
maquinaria y
equipo neto 9,000

**Total activo no
corriente** 9,000

Total Activo 44,230

PASIVO

Pasivo corriente

Tributos por pagar 600

**Total pasivo
corriente** 600

PATRIMONIO

Capital 10,800

Resultados
acumulados 19,540

Resultados del
ejercicio 13,290

Total patrimonio 43,630

**Total Pasivo +
Patrimonio** 44,230

CREACIONES NAYSHA

Estado de Resultados

Por el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2013
(Expresado en Nuevos soles)

Ventas	304,000	100%
Costo de Ventas	-249,280	82%
Utilidad Bruta	54,720	18%
Ingresos		
Ingresos diversos	0	0
Egresos		
Sueldos	9,600	
Publicidad	3,000	
Mantenimiento	480	
Depreciación	2,250	
Alquileres	21,900	
Otros	4,200	
	41,430	
Resultado del ejercicio	13,290	4%

Creaciones JHIRE

Es una empresa también dedicada a la comercialización de prendas de vestir en el Emporio de Gamarra, ubicada en el distrito de La Victoria.

Realiza operaciones desde el año 2010, tiene ventas anuales de S/.297,250.00, su capacidad de producción es de 5 000 unidades de prendas de vestir, lo que le permite atender a una cantidad manejable de clientes.

A pesar de contar con clientes definidos, no cuenta con capacidad adquisitiva para poder atenderlos, lo que hace que pierda la oportunidad de crecer empresarialmente.

El estado de situación financiera del año 2013 es el siguiente:

CREACIONES JHIRE

Estados de Situación Financiera

Al 31 de diciembre de 2013

(Expresado en nuevos soles)

ACTIVO		PASIVO	
Activo corriente		Pasivo corriente	
Efectivo y equivalente de efectivo	13,826	Tributos por pagar	600
Cuentas por cobrar	3,200	Cuentas por pagar	2,500
Cuentas por cobrar diversas	2,100	Total pasivo corriente	3,100
Inventarios	10,200		
Total activo corriente	29,326		
Activo no corriente		PATRIMONIO	
Inmueble maquinaria y equipo neto	11,375	Capital	10,000
Total activo no corriente	11,375	Resultados acumulados	18,100
		Resultados del ejercicio	9,501
		Total patrimonio	37,601
Total Activo	40,701	Total Pasivo + Patrimonio	40,701

CREACIONES JHIRE

Estado de Resultados

Por el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2013
(Expresado en Nuevos soles)

Ventas	297,250	100%
Costo de Ventas	-252,663	85%
Utilidad Bruta	44,588	15%
Ingresos		
Ingresos diversos	0	0
Egresos		
Sueldos	9,000	
Publicidad	1,440	
Mantenimiento	600	
Depreciación	1,153	
Alquileres	20,494	
Otros	2,400	
	35,087	
Resultado del ejercicio	9,501	3%

La empresa Zahid Zarua de Brasil solicita a Creaciones JHIRE 10,000 prendas de vestir, pedido que le es imposible atender por falta de capacidad financiera.

Creaciones JHIRE acude a una entidad financiera con la finalidad de solicitar un préstamo para poder atender este pedido, pero solo le aprueban un préstamo menor al solicitado por no contar con un respaldo financiero, viéndose en la necesidad de asociarse con la empresa NAYSHA que tiene el mismo rubro a fin de lograr sus expectativas.

Como hemos podido observar, los estados financieros de las empresas NAYSHA y JHIRE, llegan a un monto de ventas de S/.304,000.00 y S/.297,250.00, obteniendo como resultado del ejercicio S/.13,290.00 y S/.9,500.50 respectivamente.

EN CONCLUSIÓN: Cada una de las empresas cuenta con diferentes ventajas debido a la cantidad de años de experiencia: NAYSHA cuenta con 6 años de experiencia y JHIRE con 3 años. Estas empresas deciden asociarse para lograr sus metas: producir y exportar las 10,000 prendas de vestir solicitadas por la empresa Zahid Zarua de Brasil.

Asociarse les permitirá utilizar con mayor eficiencia el programa “exporta fácil”, beneficiándolos en la reducción de tarifas, tiempos de llegada del producto, trámite aduanero (este es gratuito, ágil y sencillo), y la oportunidad de participar en ferias internacionales para vender su producto y tener nuevas oportunidades de negocio.



CAPÍTULO V DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 DISCUSIÓN

En el análisis y estudio de nuestras variables se puede observar la relación que guarda la gestión empresarial y competitividad de las MYPES, debido a que para ser competitivos se debe realizar una correcta gestión empresarial la cual abarca una serie de actividades que deben seguir los microempresarios, los mismos que se encuentran mencionados en la Ley N° 28015.

La gestión empresarial permite que los microempresarios puedan darle un valor agregado a su negocio mediante una correcta planificación, un control de su gestión, brindándole también herramientas de crecimiento y fomento del negocio como son la exportación, acceso al financiamiento, asociatividad empresarial que les permite ser más competitivo en el mercado del sector textil del Emporio de Gamarra en el distrito de La Victoria donde desarrollan sus actividades; así también fomentar la formalización de los microempresarios mediante los beneficios que otorga el Estado mediante la Ley mencionada, que muchas veces no son captadas en su totalidad por los dueños del negocio y perdiendo la oportunidad de expandirse y crecer formalmente.

Así mismo la competitividad juega un rol muy importante dentro de la gestión ya que es una forma de evaluación de como se está llevando a cabo el negocio, si es competitivo en el mercado puede concluir que está realizando una correcta gestión empresarial debido a que puede hacer uso de todos los beneficios otorgados por la Ley N° 28015 que lo hacen competitivo frente a los negocios del mismo rubro.

5.2 CONCLUSIONES

Culminados y analizados los resultados del trabajo de campo, se llegó a las siguientes conclusiones:

- a. El mayor porcentaje de las empresas de este rubro no cuenta con una adecuada aplicación de los factores como tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e innovación lo que no favorece la evaluación de la gestión empresarial.
- b. La gran mayoría de las empresas cuenta con un deficiente o inexistente planeamiento empresarial lo que hace que influya negativamente en el mercado local y extranjero.
- c. Un gran número de empresas no cuenta con una organización empresarial, lo que les lleva a dejar de lado oportunidades de atender grandes pedidos, desaprovechando la posibilidad de asociarse con otras empresas en el marco de la Ley N° 28015.
- d. La mayoría de las empresas no cuenta con una apropiada política empresarial, imposibilitando acceder a un financiamiento a través de las diversas entidades financieras.

5.3 RECOMENDACIONES

Al concluir el presente trabajo se arriban a las siguientes recomendaciones:

- a. Hacer uso de la tecnología, logística y todos los factores de gestión empresarial con la finalidad de formalizarse y ser competitivas en el mercado del sector textil del Emporio de Gamarra ubicado en el distrito de La Victoria.
- b. Elaborar un buen planeamiento empresarial con la finalidad de tener de manera clara y definida sus metas y objetivos, lo que va a permitir crecer aprovechando las oportunidades del mercado, como la exportación de sus productos a los países cercanos como Brasil, Ecuador, Argentina y Colombia.
- c. Contar con una sólida organización empresarial de tal manera que puedan alcanzar su potencial de crecimiento, siendo una de las acciones más importantes a realizar la asociación con otras empresas aprovechando los beneficios otorgados por la Ley N° 28015
- d. Los microempresarios deben adoptar adecuadas políticas crediticias, de inversión, financieras o de precios, lo que les permitirá acceder a un financiamiento a través de las diversas entidades financieras y así aprovechar los beneficios otorgados por la Ley N° 28015.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Fuentes Bibliográficas

- Cleri, C. (2007). *El Libro de las MYPES*. Buenos Aires, Argentina, Ediciones Granicas.
- Flores, J. (2005). *MYPES Administración y gestión*. Lima, Perú, Centro de especialización en Contabilidad y Finanzas.
- Gitman J. (1986). *Fundamentos de Administración Financiera.*, México DF, Editorial Harper & Row Latinoamericana.
- Kohler, E. (1995). *Diccionario para Contadores*, México, DF, Editorial Limusa S.A.
- Koontz y O'Donnell (1990). *Un análisis de sistemas y contingencias de las funciones administrativas*, México, Editorial Ingramex S.A.
- La Roca A. Héctor (2002). *Que es la Administración*. México, Editorial McGraw-hill.
- Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. España, Edición Deusto.
- Reyes, A. (2004). *Administración de empresas*. México, DF, Editorial Limusa.
- Rubio, P. (2006). *Introducción a la gestión empresarial*. Edición Eumed, España.

Fuentes Electrónicas

- Constitución Política del Perú
<http://www.congreso.gob.pe/ntley/Imagenes/Constitu/Cons1993.pdf>
- Ley General de Sociedades – Ley N° 26887
<http://www.congreso.gob.pe/ntley/Imagenes/Leyes/26887.pdf>
- Ley de Promoción y Formalización de la Micro Y Pequeña Empresa - Ley N° 28015
http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf
- Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial - Ley n° 30056
<http://www.congreso.gob.pe/ntley/Imagenes/Leyes/30056.pdf>
- Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña empresa y del acceso al empleo decente - Decreto Legislativo N° 1086
<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/MYPES/normas/dl-1086.pdf>
- Reglamento de La Ley N° 28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa - Decreto Supremo N° 009-2003-TR
<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/MYPES/normas/ds009-2003.pdf>
- 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, Ley MYPE - Decreto Supremo N° 007-2008-TR
<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/MYPES/normas/ds007-2008.pdf>
- Diario Gestión
<http://gestion.pe/economia/comexperu-microempresas-representan-983-empresas-formales-peru-2073740>
- RPP Noticias

http://www.rpp.com.pe/2013-08-15-microempresas-representan-el-98-3-de-firmas-formales-en-peru-noticia_622453.html

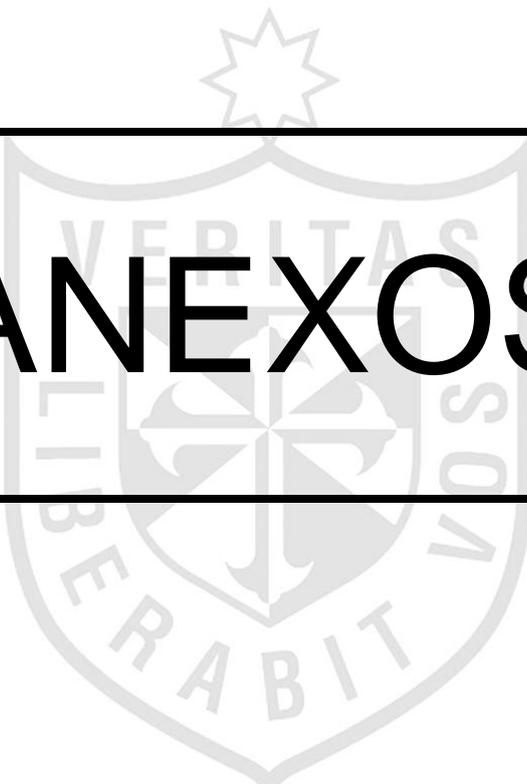
- Diario Oficial El Peruano

<http://www.elperuano.com.pe/edicion/noticia-mas-170000-MYPES-se-formalizaran-2014-7751.aspx>

- Diario El Comercio

<http://elcomercio.pe/economia/1472192/noticia-gladys-triveno-critico-que-se-cobren-tasas-interes-hasta-112>





ANEXOS

ANEXO 01: GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR TEXTIL EN EL MARCO DE LA LEY N° 28015 EN EL DISTRITO DE LA VICTORIA - AÑO 2013

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGIA
<p>1. Problema principal ¿De qué manera influye la Gestión Empresarial en la Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - 2013?</p> <p>2. Problemas secundario</p> <p>a. ¿En qué medida influye la evaluación de Gestión en la Formalización Empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria- 2013?</p> <p>b. ¿De qué manera influye la planeación empresarial en el desempeño de las Exportaciones de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - 2013?</p> <p>c. ¿Cómo incide la organización empresarial en la asociatividad empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - 2013?</p> <p>d. ¿De qué manera la política empresarial incide en el acceso al financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - 2013?</p>	<p>1. Objetivo principal Determinar la influencia de la Gestión Empresarial en la Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - 2013?</p> <p>2. Objetivos secundarios</p> <p>a. Determinar la influencia directa de la evaluación de Gestión en la Formalización Empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - 2013.</p> <p>b. Analizar la influencia de la planeación empresarial en el desempeño de las Exportaciones de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria – 2013.</p> <p>c. Comprobar la incidencia de la organización empresarial en la asociatividad empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria – 2013</p> <p>d. Establecer como la política empresarial incide en el acceso al financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria – 2013</p>	<p>1.Hipótesis principal Si la Gestión Empresarial adopta estrategias empresariales agresivas que le permita mantenerse en el mercado local, entonces mantendrá y mejorará la competitividad de la Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley 28015 en el distrito de La Victoria – 2013</p> <p>2. Hipótesis secundarias</p> <p>a. Si se determina una aplicación adecuada de los factores que favorecen la evaluación de Gestión Empresarial, entonces influyen en la Formalización empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria - 2013</p> <p>b. Si se realiza adecuadamente la planeación empresarial en Micro y Pequeñas Empresas del sector textil, entonces habrá un mayor nivel de exportaciones en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria – 2013.</p> <p>c. Si se cuenta con una sólida organización empresarial, entonces se tendrá una empresa asociada formalmente en el Marco de la Ley 28015, en el distrito de La Victoria - 2013</p> <p>d. Si se considera en el Plan de Negocios políticas empresariales con visión de futuro, entonces incidirá favorablemente el acceso al financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria- 2013</p>	<p>1. Variable independiente X:GESTION EMPRESARIAL X1 Evaluación de la gestión X2 Planeación empresarial X3 Organización empresarial X4 Política empresarial</p> <p>2. Variable dependiente Y: COMPETITIVIDAD Y1 Formalización empresarial Y2 Exportaciones Y3 Asociatividad empresarial Y4 Acceso al financiamiento</p>	<p>1. Diseño Metodológico No experimental- Transversal correlacional.</p> <p>2. Tipo Investigación Aplicada</p> <p>3.Nivel Descriptivo</p> <p>4. Procedimiento de contrastación Distribución Chi cuadrado</p> <p>5.Población La población que conformará la investigación estará delimitada por 240 empresarios MYPE del sector textil empadronados a nivel del distrito de La Victoria, según el Centro de Desarrollo empresarial de la Municipalidad de La Victoria en el 2013.</p> <p>6. Muestra Conformado por 50 personas entre damas y caballeros dedicados al sector textil.</p> <p>7. Técnicas de recolección de datos Técnica: La encuesta.</p> <p>8. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información Statistical Package for the Social Sciences, conocido por sus siglas SPSS, edición IBM® SPSS® Statistics 21.</p>

ANEXO Nº 2
ENCUESTA

La presente técnica tiene por finalidad recabar información importante para el estudio **“LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR TEXTIL EN EL MARCO DE LA LEY Nº 28015 EN EL DISTRITO DE LA VICTORIA – 2013.**

Al respecto se le solicita a usted, que con relación a las preguntas que a continuación se le presentan, se sirva responder en forma admisible, en vista que será de mucha importancia para la investigación que se vienen llevando a cabo. Esta técnica es anónima, se le agradecerá su participación.

VARIABLE GESTIÓN EMPRESARIAL	
Indicador: Evaluación de la gestión empresarial	
1	<p>¿Qué le ha permitido a la empresa la planificación de la gestión empresarial?</p> <p>a. Definir unos objetivos concretos de organización</p> <p>b. Cuantificar los medios necesarios</p> <p>c. Reparto de responsabilidades</p> <p>d. Establecer los sistemas de control y evaluación</p> <p>e. No aplican planificación de la gestión empresarial</p>
2	<p>¿Cuál es la herramienta de gestión principal que le permite desarrollar sus funciones dentro de la empresa?</p> <p>a. Planeamiento estratégico</p> <p>b. Plan de negocio</p> <p>c. Reglamento interno de trabajo</p> <p>d. Programación</p> <p>e. No aplican herramientas de gestión</p>
3	<p>¿Cuáles son las tipologías del sistema de control de gestión que aplica la empresa?</p> <p>a. Auditoría interna</p> <p>b. Auditoría externa</p> <p>c. Control interno</p> <p>d. Manual de procedimientos</p> <p>e. No aplican tipologías de sistema de control de gestión</p>

4	<p>¿Cuál es el beneficio que le ha otorgado a la empresa aplicar como mecanismo de trabajo la gestión empresarial?</p> <ol style="list-style-type: none"> Control Dirigir la atención hacia los objetivos. Organización Desempeño eficiente No aplican como mecanismo de trabajo
<p>Indicador: Planeación empresarial</p>	
5	<p>¿Cuál es la ventaja que le ha brindado la planeación en el proceso de la actividad empresarial?</p> <ol style="list-style-type: none"> Reduce la incertidumbre minimiza los riesgos Factibilidad Flexibilidad No aplican planeación
6	<p>¿Cuál es el tipo de planeación que se adapta a las necesidades de la empresa?</p> <ol style="list-style-type: none"> Planeación Estratégica Planeación táctica Planeación operativa Planeación administrativa No aplican planeación/de acuerdo a las circunstancias
7	<p>¿Cuál es la etapa de planeación que tuvo mayor influencia en el proceso de la toma de decisiones?</p> <ol style="list-style-type: none"> Identificación del problema Desarrollo de alternativas. Elección de la alternativa más conveniente. Ejecución del plan. No aplican planeación/de acuerdo a las circunstancias
8	<p>¿Cuál es el principio de planeación empresarial que aplica la empresa en el desarrollo de sus actividades?</p> <ol style="list-style-type: none"> Principio de la universalidad Principio de racionalidad

	<ul style="list-style-type: none"> c. Principio de la previsión d. Principio de la flexibilidad e. No aplican planeación/acción inmediata
Indicador: Organización Empresarial	
9	<p>¿Cuáles son los principios organizacionales que rigen el desarrollo de las actividades de la empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Especialización y división del trabajo b. Unidad de mando c. Amplitud de control d. Diferenciación entre línea y staff e. No existe principio definido
10	<p>¿Cuál es el tipo de jerarquía con que cuenta la empresa que le garantiza el incremento y mejora de la producción?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. La jerarquía dada por el cargo. b. La jerarquía del rango. c. La jerarquía dada por la capacidad. d. La jerarquía dada por la remuneración e. La jerarquía dada por antigüedad
11	<p>¿Cuál es la estructura organizacional que ha adoptado la empresa que contribuye a una mejor división del trabajo?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Estructura funcional b. Estructura Divisional por productos c. Estructura Divisional por Mercados d. Estructura Matricial e. No existe estructura definida
12	<p>El proceso de organización, ¿Qué ventajas le ha permitido alcanzar a la empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Permite la consecución de los objetivos primordiales de la empresa lo más eficientemente y con un mínimo de esfuerzo. b. Eliminar la duplicidad de trabajo. c. Establecer canales de comunicación. d. Representar la estructura oficial de la empresa. e. No aplican proceso de organización

Indicador: Política empresarial	
13	<p>¿Cuál es el tipo de política empresarial con el cual trabaja la empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Política crediticia b. Política de inversión c. Política financiera d. Política de precios
14	<p>¿Cuál es el componente preponderante en el sistema organizacional a la cual se rige a la empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Especialización de trabajo b. Cadena de trabajo c. Cadena de mando d. Departamentalización e. No existe un sistema organizacional definido
15	<p>¿Qué situación favorable le ha proporcionado la cultura organizacional a la empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Competir en el mercado. b. Establecer criterios y reglas de acción para un mejor desempeño. c. Enfrentar problemas de adaptación externa e integración interna de la organización. d. Transmitir un sentido de identidad a los miembros de la organización. e. Cultura organizacional no definida
16	<p>¿Cuál es el beneficio que la política empresarial ha generado en bien de la empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Asegurar un trato equitativo para todos los empleados. b. Generar seguridad de comunicación interna en todos los niveles. c. Desarrolla la autoridad, poder y liderazgo. d. Reflejan la imagen de la empresa y deben reajustarse a tiempo. e. Estabilidad en la actividad comercial.
VARIABLE COMPETITIVIDAD DE LA MYPES	
Indicador: Formalización empresarial	
17	<p>¿Cuál de los pasos de la formalización considera que le tomo mayor inversión de tiempo?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Constituir la empresa.

	<ul style="list-style-type: none"> b. Obtener el RUC. c. Registrarse en REMYPE. d. Obtener la licencia y permiso sectoriales - Inscripción Sectorial. e. Acceder a los Beneficios de la Ley MYPE
18	<p>¿Cuál considera que es la principal ventaja que proporciona la formalización a la empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Nos permite solicitar créditos en el sistema financiero formal. b. Podemos participar en concursos públicos, para ser proveedores de bienes o servicios al Estado. c. Hace posible que diseñemos, fabriquemos y comercialicemos productos propios (marca registrada, procesos patentados), apostando por la calidad y, por ende incrementando los precios de venta. d. Nos abre las puertas de la participación en programas de apoyo a las micro y pequeñas empresas. e. Nos abre la posibilidad de exportar.
19	<p>¿Qué requisito considera que tiene menor nivel de relevancia para la inscripción al REMYPE?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Contar al menos con un trabajador. En el caso de las MYPE constituidas por persona natural o EIRL, el encargado no cuenta como trabajador. b. Cumplir con las características de las MYPE (número de trabajadores y ventas). Se considera el promedio de trabajadores de los 12 últimos meses calendarios. c. No incurrir en supuestos de grupo o vinculación económica, que en conjunto no cumplan con las características de la MYPE. Por ejemplo, ser una MYPE que conforma un grupo empresarial más grande, con evidentes conexiones de gestión. d. Contar con RUC y Clave SOL.
20	<p>¿Cuál de las limitaciones que trae consigo la informalidad considera que ocasiona mayor perjuicio en desarrollo de las actividades?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. No podrán participar en concursos públicos y adjudicaciones como proveedores de bienes o servicios. b. Limitaciones para realizar negocios con otras empresas y competir en el mercado nacional e internacional. c. No poder asociarse o formar consorcios empresariales. d. Se dificulta el acceso al sistema financiero formal. e. No se participa en programas de apoyo a la MYPES promovidas por el estado. f. No conocerán el rendimiento de sus inversiones a través de la evaluación de sus resultados contables y serán evasores tributarios al

	no cumplir con sus obligaciones.
Indicador: Exportaciones	
21	<p>¿Cuál es el mecanismo de exportación con el cual trabaja la empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Envío de muestras a los clientes. b. Participación en ferias. c. Rueda de negocios y misiones comerciales de vendedores y compradores. d. Elaboración de catálogos y folletos. e. N/A
22	<p>¿Cuáles la estrategia de desarrollo de mercado que permite el crecimiento empresarial?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Estrategias de Crecimiento Integrativo b. Estrategias de Crecimiento Diversificado c. Estrategias de Liderazgo de Mercado d. Estrategias de Nicho de Mercado e. No existe estrategia definida
23	<p>¿Qué ventaja ha proporcionado ingresar a mercados extranjeros mediante la exportación?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Nuevas oportunidades comerciales. b. Distribuir sus costos fijos en mayor número de unidades de producción. c. Diversificación del riesgo, mayores ingresos, la posibilidad de crear nuevos empleos. d. Márgenes de ganancia más elevados para productos de mayor valor y de esta forma aumentar la rentabilidad. e. N/A
24	<p>¿Cuál es la modalidad de exportación que se adecua a la empresa para llevar sus productos a mercado extranjero?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Courier b. exporta fácil c. N/A
Indicador: Asociatividad empresarial.	
25	<p>¿Cuál es el modelo de asociatividad que fomenta un mayor desarrollo de las actividades de la empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Clúster

	<ul style="list-style-type: none"> b. Redes Empresariales c. Consorcios d. Cadenas de producción e. No aplican modelos de asociatividad
26	<p>¿Cuál considera la causa principal que puede llevar al fracaso de la asociatividad empresarial?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Los objetivos comunes no estén claramente definidos. b. No existe el suficiente clima de confianza y comunicación. c. Falta de procedimientos de control. d. Falta de información y de transparencia en los programas y planes de acción.
27	<p>¿Cuál considera que es el factor clave para el éxito en una asociatividad empresarial que permita enfrentar los retos de la apertura de los mercados?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Confianza – Selección de socios b. Transparencia y mecanismos de control c. Un objetivo común lo suficientemente atractivo d. Planificación adecuada de la asociación. e. Formular y ejecutar proyectos que ayuden a la consecución de los apoyos económicos.
28	<p>¿Qué beneficio considera que brinda la asociatividad empresarial en el acceso a nuevos mercados?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Incremento de la producción y productividad. b. Mayor poder de negociación. c. Mejora el acceso a tecnologías de productos o procesos y a financiamiento. d. Alcanzar nuevos mercados. e. Reducción de costos. f. Se comparte riesgos y costos. g. No brinda beneficios
Indicador: Acceso al financiamiento	
29	<p>¿Según la necesidad de la empresa a qué fuente de financiamiento tuvo acceso?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Bancos b. Financieras c. Caja municipal de ahorro y crédito d. Caja rural de ahorro y crédito

	<p>e. EDMYPE</p> <p>f. N/A</p>
30	<p>¿Cuál es el tipo de financiamiento con el cual trabaja la empresa?</p> <p>a. Credi diario</p> <p>b. Crédito empresarial</p> <p>c. Tarjeta solución negocios</p> <p>d. Leasing</p> <p>e. Crédito negocios en cuotas</p> <p>f. N/A</p>
31	<p>¿Cuál es considerado el requisito más limitante al momento de acceder a un financiamiento?</p> <p>a. El negocio tiene que tener una antigüedad no menor a 6 meses.</p> <p>b. El negocio debe generar ventas reales mayores o iguales a US\$ 8 mil ó S/24 mil anuales, lo que será determinado en la evaluación.</p> <p>c. El solicitante o titular del negocio debe tener entre 21 y 70 años de edad (Clientes entre 21 y 24 años necesariamente presentar fiador, el cual puede ser por ingresos o patrimonio).</p> <p>d. Copia de la última Declaración Jurada Anual solo si está en el Régimen General</p>
32	<p>¿Cuál es principal beneficio que le ha otorgado acceder a un financiamiento?</p> <p>a. Financiamiento para inversiones en productos y servicios.</p> <p>b. Adquisición más rápida de tecnología.</p> <p>c. Da oportunidad de agilizar las operaciones comerciales.</p> <p>d. Gestión eficaz del flujo de caja y los activos</p> <p>e. N/A</p>