

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN
FACULTAD DE ECONOMÍA
E.A.P. ECONOMIA



TESIS

=====

**“FACTORES QUE INCIDEN EN EL CRECIMIENTO DE LAS
MICROEMPRESAS DEL SECTOR TERCIARIO 2010 -2015 DE LA
CIUDAD DE HUANUCO”**

=====

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
ECONOMISTA**

TESISTAS

MARIA ELENA ROJAS MENDOZA

ALEX MIJAELE JARA ZEVALLOS

CELIA JACINTO ANDRÉS

ASESOR

MG. ISIDRO TEODOLFO ENCISO GUTIÉRREZ

HUÁNUCO – PERÚ
2017

DEDICATORIA:

Este trabajo está dedicado a nuestros padres porque cumplieron un papel fundamental en nuestra formación profesional, ya que con su amor y paciencia lograron empujarnos a seguir avanzando para cumplir nuestras metas.

A nuestros maestros, por impartir sus conocimientos con vocación y servicio.

AGRADECIMIENTO:

A la institución que nos formó y nos dio las capacidades necesarias para ser profesionales competitivos en nuestro contexto; a los docentes que con sus sabios consejos supieron guiarnos y de manera especial a nuestro asesor Mg. Isidro Teodolfo Enciso Gutiérrez por su dedicación y guía en la realización de la presente investigación.

RESUMEN

El presente trabajo titulado: “FACTORES QUE INCIDEN EN EL CRECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR TERCIARIO 2010 -2015; DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO”, fundamentalmente busca conocer que factores utilizan las microempresas o si utilizan herramientas administrativas para poder realizar sus actividades diarias. El éxito de las empresas influye de manera positiva en el crecimiento económico y en la competitividad de una determinada región, por ello es necesario identificar los factores que inciden en el éxito de las microempresas de la ciudad de Huánuco. En la mayoría de las microempresas conocen funciones o se aplican formas o herramientas administrativas como planeación, organización, de personal, dirección, control y otras, que de una u otra forma estas son aplicadas por el microempresario muchas veces es el mismo propietario, algunos estudiados o simplemente utilizan un sistema empírico de administrar. En este estudio se permitió determinar, factores que inciden en el éxito de las microempresas tales como, las relaciones con los clientes, la motivación del propietario y la gestión del conocimiento y gerencia publica así mismo de una forma indirecta la aplicación del modelo del diamante de competitividad de Porter, constituyéndose en un referente importante para la búsqueda de alternativas que contribuyan al crecimiento y fortalecimiento de las microempresas en la ciudad Huánuco.

SUMMARY

This paper entitled: "FACTORS THAT INCIDER IN THE GROWTH OF MICROENTERPRISES OF THE TERTIARY SECTOR 2010 -2015; OF THE CITY OF HUÁNUCO ", basically seeks to know what factors are used by micro-enterprises or if they use administrative tools to carry out their daily activities. The success of companies has a positive influence on the economic growth and competitiveness of a given region, so it is necessary to identify the factors that influence the success of micro-enterprises in the city of Huánuco. In most micro-enterprises, functions or administrative tools or tools such as planning, organization, personnel, management, control and others are applied, which in one way or another are applied by the micro entrepreneur, often the same owner, some studied Or simply use an empirical system of management. In this study it was possible to determine factors that influence the success of microenterprises such as customer relations, owner motivation and knowledge management and public management, as well as indirectly the application of the diamond model Competitiveness of Porter, becoming an important reference for the search of alternatives that contribute to the growth and strengthening of microenterprises in the city Huánuco.

INTRODUCCIÓN

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo en estos momentos, el Perú expone los mejores indicadores macroeconómicos, una economía sólida, mayores exportaciones, negociaciones de acuerdos comerciales con Estados Unidos y otras naciones desarrolladas, entre otras. Este optimismo y ánimo de la economía se traslada al consumo privado, dado que la población está demandando mayores bienes para consumo. Este dinamismo económico favorecería un mayor desarrollo de las micro y pequeñas empresas, pero debiera darse las medidas para poder lograr esto. Por tanto, es necesario conocer su funcionamiento como piezas fundamentales en la economía peruana. Mucho se ha discutido de la importancia de las microempresas en la actividad económica del Perú, tanto a nivel de generación de empleo, tipo de trabajos que generan, así como las actividades económicas que desarrollan y su aporte a la economía; sin embargo, son muy pocos los trabajos que han realizado una caracterización, diferenciando distintos tipos de microempresas, dada la heterogeneidad en su producción, en la calificación de su personal, el acceso al crédito, entre otras cosas. Una estrategia de apoyo a las microempresas debe partir de un claro concepto de qué es la microempresa, a fin de diseñar políticas adecuadas al sector, ya que no hay planes articulados para los distintos tipos de microempresas. Muchas veces, las políticas de

apoyo a las microempresas, así como a las pequeñas empresas, van desde la capacitación de cómo iniciar su empresa, así como estrategias de financiamiento, además de apoyo para vender sus productos en el extranjero, entre otras; pero dada la heterogeneidad de Microempresas, las políticas o planes que se apliquen debieran ser diferenciadas para ellas. Por eso, es necesario conocer realmente cómo funcionan, el tipo de gestión, nivel de ingresos y las características de sus trabajadores.

De otro lado se puede observar que existe un número considerable de microempresas que desde un punto de vista positivo todas tienen aspiraciones a ser mejores y desean superar los obstáculos que se le presenten, esta investigación pretende dar a conocer a los microempresarios que les servirá como una guía a seguir por la misma importancia de las microempresas en la economía del país y en nuestra ciudad.

ÍNDICE

	Pág.
1. CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.2.1. PROBLEMA GENERAL	5
1.2.2. PROBLEMA ESPECÍFICO	5
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	6
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA	6
1.5. HIPÓTESIS, VARIABLES, INDICADORES Y DEFINICIÓN OPERACIONAL	8
1.5.1. HIPÓTESIS DE TRABAJO	8
1.5.2. VARIABLES	8
1.5.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	9
2. CAPÍTULO II : MARCO TEÓRICO	10
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	10
2.2. BASES TEÓRICAS	13
2.2.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA Y MICRO EMPRESA	13

2.2.2. EL ENTORNO DE UNA PEQUEÑA Y MICRO EMPRESA	15
2.2.3. ELEMENTOS DEL ENTORNO DE ACCIÓN DIRECTA DE UNA MYPES	20
2.2.4. ELEMENTOS DEL ENTORNO DE ACCIÓN DIRECTA	28
2.2.5. PANORAMA E IMPORTANCIA DE LA PEQUEÑA Y MICRO EMPRESA	31
2.2.6. MARCO LEGAL	33
2.2.6.1. ANTECEDENTES	34
2.2.6.2. MARCO LEGAL ACTUAL	36
2.2.7. CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO EMPRESA	37
2.2.8. ESCASO ACCESO AL CRÉDITO	38
2.2.9. CARACTERIZACIÓN DE LA MICRO EMPRESA	43
2.2.10. DIAMANTE DE MICHAEL PORTER	49
2.2.11. COMPONENTES DEL DIAMANTE DE MICHAEL PORTER	51
2.3. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	
3. CAPÍTULO III : ASPECTOS METODOLÓGICOS	53
3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	53
3.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	53
3.1.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	54

3.2. MÉTODOS Y DISEÑOS DE LA INVESTIGACIÓN	54
3.2.1. MÉTODOS	54
3.2.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	55
3.3. PROCESO DE MUESTREO	56
3.3.1. POBLACIÓN	56
3.3.2. MUESTRA	56
3.3.3. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA	57
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA VALIDACIÓN DE LAS HIPÓTESIS Y LA RECOPIACIÓN DE LOS DATOS	58
3.4.1. TÉCNICAS	58
3.4.2. INSTRUMENTOS	58
3.5. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	58
4. CAPÍTULO IV : RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	59
4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	59
4.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	99
CONCLUSIONES	107
RECOMENDACIONES	109
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	111
ANEXOS	112

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según Prom Perú el sector servicios en el Perú genera empleo para el 65% de la Población Económicamente Activa (PEA), creció entre el 2002 y 2015 a una tasa promedio de 6.2% constituyéndose en la tercera actividad de mayor crecimiento detrás de construcción (9.8%) y comercio (6.7%). Además en años difíciles para la economía peruana como el 2009 (crisis financiera internacional) y 2014 (desaceleración económica), el sector servicios mantuvo un crecimiento importante de 3,6 y 4,9% respectivamente.

Dentro de las empresas del sector servicios, están las pequeñas y microempresas (Mypes) en el Perú tienen importantes repercusiones económicas y sociales para el proceso de desarrollo nacional. En efecto, constituyen más del 98% de todas las empresas existentes en

el país, crea empleo alrededor del 65% de la Población Económicamente Activa (PEA) y genera riqueza en más de 45% del Producto Bruto Interno (PBI). En ese sentido, las Mypes se constituyen en la mejor alternativa para hacer frente al desempleo nacional, especialmente en el sector juvenil.

En los últimos cinco años, el Perú ha avanzado en forma significativa en la promoción de nuevas iniciativas empresariales, en apoyar el crecimiento de empresas existentes con alto potencial y en fomentar la cultura emprendedora de los peruanos. Las acciones llevadas a cabo por el Ministerio de la Producción (PRODUCE), el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), el Ministerio de Trabajo (MINTRA), el Programa de Ciencia y Tecnología (FENCyT), el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC), la Corporación Andina de Fomento (CAF), la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), la Asociación de Incubadoras de Empresas (PERUINCUBA), los centros de emprendimiento e innovación como EMPRENDE UP, las aceleradoras de empresas como WAYRA, SYSA Cultura Emprendedora, las microfinancieras, los medios de comunicación orientados a promover el ecosistema emprendedor peruano, entre otras organizaciones, han contribuido de manera significativa con el nacimiento y desarrollo de empresas con alto potencial de crecimiento

y el fortalecimiento del ecosistema emprendedor peruano.

Este entorno económico positivo, así como un mayor número de empresas que inician actividades por el deseo de aprovechar las oportunidades, debería tener un efecto positivo en el sector empresarial y un impacto económico aún más favorable.

Para identificar a las empresas con alto potencial de crecimiento es importante conocer al equipo emprendedor. Recordemos que el emprendedor o empresario, es el eje central del proceso emprendedor. Estos emprendedores suelen estar altamente motivados, están orientados a la acción, están obsesionados por identificar oportunidades de negocio, tienen mucha pasión, coraje e iniciativa y son conscientes de sus fortalezas y debilidades. Además, poseen un profundo conocimiento de la industria y del mercado al que están ingresando, tienen acceso a una importante y sólida red de contactos, cuentan con los recursos humanos, materiales, financieros, tecnológicos necesarios para el rápido crecimiento de la empresa, y tienen la capacidad gerencial para transformar una idea de negocio en una empresa exitosa.

De otro lado las empresas deben enfocarse en incluir en sus modelos administrativos estrategias de productividad, calidad total, ventajas competitivas, cadena de valor e innovación, que estén enfocadas al alcance diario de la competitividad. Estos factores o

estrategias ayudan a medir que tan competitiva puede ser una organización o empresa frente a un mercado nacional e internacional. Las empresas tienen que estar en constante cambio para enfrentar el mundo de la globalización y determinar qué tan competitiva o no puede ser en el mercado.

El objetivo principal de la competitividad es crear ventajas comparativas que permitan sostener y mejorar la posición que tenga la empresa en el entorno socioeconómico al que pertenezca y enfatizar en ellas en el momento de crear y ejecutar iniciativas de negocios.

El mercado actualmente es altamente competitivo, por este motivo hay que detenerse a observar las variaciones que actualmente está teniendo en cuanto a las variaciones de los competidores y por ende crear nuevas estrategias competitivas para lograr una mejor estabilidad al mostrar una imagen más sólida y actualizada.

Según un informe de la Cámara de Comercio de Huánuco, en el departamento existen **17,673 Micro y Pequeñas Empresas (Mypes)**, debidamente constituidas y que generan el 78% de empleo en la población. Huánuco, a nivel nacional, representa el 1.9% de la economía y gran parte está basada a las Mypes. Así mismo determina que lo que corresponde al área urbana es un total de 6,673 microempresas del sector servicios.

El Sector Servicios, es el segundo sector en importancia, pues aporta el 21.5% al PBI Regional, representado por la actividad comercial, servicios privados y gubernamentales, constituyendo el principal núcleo comercial, centralizado en la capital departamental y por ende mayor ofertante de servicios de salud, educativos, financieros y comunicaciones.

A lo anterior planteado nos permite hacernos las siguientes interrogantes:

1.2. FORMULACIÓN DE PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cuáles son los factores que inciden en el crecimiento de las microempresas del sector terciario 2010 -2015; de la ciudad de Huánuco?

1.2.2. PROBLEMA ESPECÍFICO

- ¿Cuáles son los aportes y programas enfocados hacia las microempresas del sector terciario 2010 -2015 de la ciudad de Huánuco?
- ¿Cuál es el nivel de competitividad de las microempresas del sector terciario en el 2010 -2015 de la ciudad de Huánuco, teniendo en cuenta el diamante de Porter?

- ¿Cuál es el perfil del microempresario del sector terciario 2010 - 2015 de la ciudad de Huánuco?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar cuáles son los factores que inciden en crecimiento de las microempresas del sector terciario 2010 – 2015 en la ciudad de Huánuco.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los aportes y programas enfocados a fortalecer las microempresas del sector terciario 2010 – 2015 de la ciudad de Huánuco.
- Realizar un análisis de competitividad de las microempresas del sector terciario en 2010 - 2015 de la ciudad de Huánuco, teniendo en cuenta el diamante de Porter.
- Describir el perfil del microempresario del sector terciario en el 2010 -2015 de la ciudad de Huánuco.

1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La presente investigación nos permitirá conocer y entender a aquellos cambios económicos importantes y duraderos, previsibles e imprevisibles, positivos o negativos- que se dan en la economía, gracias a las acciones de las empresas que generan en la economía.

Para medir el impacto económico de una empresa, debemos hacer referencia no solo al resultado estrictamente económico, sino además a su efecto o repercusión en las personas, en la economía, en la sociedad y en el ambiente.

Por ello, medir el impacto “exclusivamente económico” de una actividad empresarial, no es suficiente para valorar el rol de una empresa.

Hoy, las empresas son evaluadas, más que por su impacto “netamente económico”, por su capacidad de atender una necesidad, dar importantes saltos en la calidad de vida de las personas, generar oportunidades de empleo de calidad, desarrollar la innovación, la ciencia y la tecnología.

De acuerdo a lo planteado anteriormente esta investigación nos permitirá además a la comunidad huanuqueña y a los microempresarios conocer cuáles son los factores que inciden en el crecimiento de las microempresas del sector terciario será un nuevo referente para auto cuestionarse como empresarios, comprendiendo que las microempresas se han convertido en un factor fundamental en la economía peruana además tener una visión distinta con respecto a la microempresa y el perfil de estas para poder generar una propuesta que permita ayudar a todos los microempresarios actuales y a quienes deseen incursionar en este tipo de empresas.

1.5. HIPÓTESIS, VARIABLES, INDICADORES Y DEFINICIÓN OPERACIONAL

1.5.1. Hipótesis de Trabajo

H^T = Los principales factores que influyen en el crecimiento de las microempresas del sector terciario durante los años 2010-2015 en la ciudad de Huánuco y que desarrollan su capacidad productiva y competitiva son la relación con los clientes, la Gestión del conocimiento, la Capacidad gerencial y Motivación del propietario.

1.5.2. Variables

Variable Independiente

- Factores crecimiento

Variable Dependiente

- Capacidad competitiva

1.5.3. Operacionalización de variables

CONCEPTUALIZACIÓN	DEFINICIÓN	INDICADORES	FUENTES	INSTRUMENTOS
<p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Capacidad competitiva</p>	<p>En el ámbito de la economía, la competitividad se refiere a la capacidad que tiene una persona, empresa o país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus otros competidores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cobertura de mercados. - Microempresas 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas - Cámara de Comercio 	<ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje de concordancia (variables categóricas). - Validez del criterio predictiva o coeficiente de kappa.
<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Factores de Crecimiento</p>	<p>Se considera como el proceso de mejora de una empresa que la impulsa a alcanzar determinadas cotas de éxito</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Relación con los clientes -Capacidad de Gestión -Capacidad gerencial -Motivación del propietario 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> -Coeficiente de correlación de Intraclase

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Según el autor Deymor Beyter Centty Villafuerte en su libro “Antecedentes del Sector Mype” nos dice que en nuestro país las Mypes, han adquirido en el tiempo; una mayor importancia; debido a que de las 3 millones 229 mil 197 empresas; señaladas por Fernando Villarán (2008); 3 millones 217 mil 479 o el 99.64%, son MYPES; las cuales absorben el 62.1% de la PEA nacional estimada para el mismo año.

De otro lado, según algunos datos presentados por el Ministerio de Trabajo y Promoción Social, la informalidad en el sector de las micro y pequeñas empresas (Mypes), representa el 74.26% del total de Mypes, sumado a ello, está el hecho de que según datos del Comité de la Pequeña Industria de la Sociedad Nacional de Industria; en nuestro país, cada año se crean 300 mil pequeñas y microempresas (Mypes),

pero paralelamente a este hecho desaparecen 200 mil Mypes al año; es decir existe un crecimiento del sector de 100 mil empresas aproximadamente.

Según la información estadística revisada, nos presenta un sector poco institucionalizado, en donde aún se tiene que invertir muchos esfuerzos y recursos públicos para lograr un desarrollo sostenible, de estas unidades económicas de pequeña escala.

En la absorción de la PEA (Población Económicamente Activa), las Mypes absorbieron en el año 1999, aproximadamente al 42.23% de la PEA Regional (Centty, 2008), mientras que en el año 2002, ellas dieron empleo o mejor dicho subempleo, al 45.82% de la PEA a nivel regional (Centty, 2008). Finalmente el presente estudio determinó que para el presente año 2011, el tamaño promedio de trabajadores de las Mypes, es de 3.62 trabajadores, y siendo 111 mil 191 Mypes estimadas para el mismo año.

❖ **En otro estudio realizado por Haydeé Albújar, Luis Janampa, Renato Odar y María del Carmen Osorio en la Serie Gerencia para el Desarrollo**

La economía peruana las Mypes son las mayores generadoras de empleo, además de contribuir con un alto porcentaje del PBI. Sin embargo, también es uno de los sectores con menos apoyo concreto y decidido por parte del gobierno.

Así lo constata esta obra al identificar que prácticamente no existe un sistema nacional de capacitación dirigido a la mejora de la competitividad de la micro y pequeña empresa en el medio plazo, como sí lo tienen otros países latinoamericanos Chile, Brasil y México, de cuyas experiencias se ha podido identificar que, básicamente, se debe contar con cuatro subsistemas: Regulatorio; de representación, apoyo y promoción; de proveedores de servicios de capacitación o desarrollo empresarial; y de financiamiento.

Según el análisis legal y funcional de las instituciones relacionadas con la Mype y entrevistas a expertos de estas instituciones, los autores diagnostican el estado en que se encuentra el aparato institucional y las políticas de promoción y apoyo a la Mype peruana. Se proponen para resolver el problema un sistema nacional de capacitación mediante un modelo de acciones y estrategias que articule eficientemente a todos los actores involucrados con la Mype, en el que exista un organismo regulador que establezca las bases, marque la pauta y fije las normas para que la oferta de capacitación llegue adecuadamente a los demandantes, los micro y pequeños empresarios

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Conceptualización de la Pequeña y Micro Empresa

Las Pequeñas y Micro Empresas han sido definidas de varias maneras, pues no hay unidad de criterio con respecto a su conceptualización y las definiciones que se adoptan varían según sea el tipo de enfoque.

La discusión sobre definiciones teóricas y operativas de micro y pequeña empresa ha estado asociada a la discusión de la década de los setenta sobre el sector informal. Aunque sin consenso al respecto, las diversas definiciones operativas han estado referidas principalmente a la actividad económica, volumen de ventas, valor de capital, número de trabajadores o valor del producto.

Otros toman como referencia el criterio económico–tecnológico (Pequeña Empresa precaria de subsistencia, pequeña empresa productiva más consolidada y orientada hacia el mercado formal o la pequeña unidad productiva con alta tecnología).

Por otro lado, también existe el criterio de utilizar la densidad de capital para definir los diferentes tamaños de la pequeña y microempresa. La densidad de capital relaciona el valor de los

activos fijos con el número de trabajadores del establecimiento.

A continuación se detalla los diferentes conceptos de acuerdo a diversas instituciones y organismos:

❖ **La Organización Internacional del Trabajo**

La OIT, en su informe sobre Fomento de las Pequeñas y Medianas Empresas, presentando en la 72ava. Reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo, realizada en Ginebra en 1986, definió de manera amplia a las Pequeñas y Medianas Empresas pues considera como tales, tanto a empresas modernas, con no más de 50 trabajadores, como empresas familiares en la cual laboran tres o cuatro de sus miembros así como sus cooperativas, industrias domésticas, microempresas y hasta inclusive a los trabajadores autónomos del sector no estructurado de la economía (informales).

❖ **La Unión Europea**

La Unión Europea considera como variable básica para definir si una empresa pertenece a la Micro, Pequeña o Mediana empresa el número de empleados, estableciendo como límite superior la cantidad de 500 trabajadores, sin perjuicio de aplicar umbrales intermedios de hasta 250 y 50.

El fundamento de esta elección está en la propia capacidad para lograr estrategias de innovación, exportación y formación de personal, en tanto que para el desarrollo de actividades de Investigación y Desarrollo el límite mínimo estimado es de 200.

❖ **La organización para la cooperación y desarrollo económico**

La OCDE clasifica a las microempresas como aquellas con menos de 20 empleados, se califican de pequeñas las comprendidas entre 20 y 100 trabajadores, identificándose como medianas las que totalicen entre 100 a 500 trabajadores.

❖ **La Comisión Económica para América Latina**

La CEPAL define a la micro empresa como unidad productora con menos de 10 personas ocupadas incluyendo al propietario, Sus familiares y sus trabajadores tanto permanentes como eventuales.

2.2.2. El entorno de una Pequeña y Micro Empresa

Las experiencias internacionales muestran que en las primeras fases de crecimiento económico, las Pequeñas y Micro Empresas cumplen un rol fundamental; pues con su aporte ya sea produciendo

y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo.

Es así, que en el crecimiento económico de países con alto nivel de desarrollo de Asia, como Japón, Corea del Sur y Taiwán o Europeos, como Alemania, Italia e Inglaterra; estas unidades de pequeña escala han desempeñado un papel protagónico.

En el Perú, al igual que la mayoría de países de Latinoamérica, también se ha observado en los últimos años un importante incremento del número de pequeñas y micro empresas (Mypes).

En todos los departamentos se puede observar cómo estas unidades productivas participan dinámicamente en la actividad económica ofertando y demandando bienes y servicios y contribuyendo con su presencia a la libre formación de precios en los mercados.

Este incremento en el número de pequeñas y microempresas se produjo debido principalmente a los siguientes factores:

a) Reformas económicas

La fuerte crisis económica experimentada en nuestro país desde la década pasada, obligó a realizar cambios estructurales de gran magnitud, tanto en los aspectos económicos, políticos como

sociales; desencadenando un alto crecimiento del nivel de desempleo.

b) Reducción del aparato estatal

Las reformas implantadas en nuestro país, las cuales incluyeron la reducción del aparato estatal, produjo que una importante cantidad de empleados estatales tuvieran que pasar al lado de los desempleados, agudizando la problemática social que de por sí generaron las reformas económicas.

Es el sector de las pequeñas y micro empresas el que contribuyó a amortiguar eventuales problemas sociales al dirigirse los trabajadores despedidos de empresas públicas y privadas a crear sus propias unidades productivas.

En los últimos años se observa un fuerte interés de los demás sectores y en especial del gobierno al sector de la pequeña y micro empresa, habiéndose dado disposiciones que buscan por un lado fomentar el empleo a través de la creación de nuevas Mypes y por otro lado enrumbarlas dentro del aspecto formal.

c) Las MYPES como generadoras de empleo

La confirmación de la Pequeña y Micro Empresa como una de las fuentes más importantes en la generación de empleo, es un hecho reconocido tanto en el ámbito nacional como internacional.

Al finalizar la década de los ochenta, eran dos las fuentes generadoras de empleo hasta ese momento en Latinoamérica: las grandes empresas privadas, que captaban mano de obra barata, y las empresas públicas, que vía inversión estatal generaban puestos de trabajo, pero entraron en crisis, perdiendo la importancia que mostraron en los últimos treinta años como fuentes generadoras de empleo.

Además, el advenimiento de la revolución en la tecnología, en las comunicaciones, así como el abaratamiento y reducción de los equipos de informática, la globalización de los negocios y las pérdidas que ocasionaban al Estado mantener empresas inoperantes con escaso margen de inversión y reposición, trajo como consecuencia que la Pequeña y Micro Empresa, tanto a escala nacional, regional y mundial, surgiese como una alternativa viable para la generación de puestos de trabajo.

Las Mypes constituyen un instrumento eficaz de generación de empleo en el Perú; y se sustenta, en lo siguiente:

- ❖ Ocupado a nivel nacional ("Perfil del Trabajador de la Pequeña y Micro Empresa, 1997" - INEI), donde el 85.1% de los trabajadores se ubican en el área geográfica urbana, mientras que Lima Metropolitana registra al 37.2% de los mismos.

En la microempresa se concentra el 95% de los trabajadores y el restante 5% lo hace en la pequeña empresa.

Si se toma como referencia los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares -ENAHO- realizada por el INEI desde el año 1995 en adelante y utilizado en la obtención de los resultados antes mencionados, se debe indicar que el personal ocupado de la Pequeña y Micro Empresa a nivel urbano muestra en los últimos años una evolución creciente (en todos los casos mayor al crecimiento de la población ocupada).

Este crecimiento está claramente explicado por la concentración urbana y la consecuente participación de las Mypes en la actividad económica, además de la etapa de crecimiento económico que vivió el país dentro del período 1995 -1998, el cual registró en promedio un crecimiento de 4.2%.

A fin de visualizar mejor la importancia de las Mypes en la generación de empleo, se puede mencionar algunos aspectos importantes:

- ❖ De acuerdo a la Encuesta Nacional de Variación Mensual del Empleo (MTPS-INEI), se evidencia una caída del empleo en empresas de más de 100 trabajadores, es decir parte de empresas medianas y las grandes, en Lima Metropolitana, teniendo como base 100 el año 1990 a 78 en 1999.

- ❖ A nivel del Lima Metropolitana y el Resto del Perú Urbano, el 70% y 78% respectivamente, de puestos de trabajo existentes en el sector privado han sido generados por las Mypes en 1997. (Boletín Económico Laboral - MTPS, Año 3, N° 11 - Enero 1999).
- ❖ Con respecto a las unidades empresariales, la microempresa representa el 96.1%, la pequeña empresa el 3.3% y la mediana y gran empresa el 0.6%, MITINCI/GTZ - "Las PYME en el Perú, Conceptos y Cifras".
- ❖ La evolución del empleo privado en Lima Metropolitana en las Mypes, teniendo como base 100 en 1990 se incrementó a 150 en 1997. (MTPS Encuesta de Hogares 1990-1995 y Convenio MTPS-INEI, ENAHO 1996- 1997).

La dinámica que ha experimentado su crecimiento así como su participación en la actividad económica, han suscitado inquietud por tomar mayor conocimiento sobre sus características, la cuantificación de su magnitud y la determinación de su impacto en la economía.

2.2.3. Elementos del entorno de acción directa de una MYPES

Una mediana, pequeña y microempresa, que está dispuesta a desarrollarse en el ambiente competitivo empresarial, debe saber que actúa en un ambiente dinámico y cambiante, donde factores de diversa índole ejercen influencia que debe ser tomada en cuenta a

la hora de diseñar su creación o al momento de definir las estrategias que pretendan mantenerla con vida empresarial.

Estos factores ejercen presión en forma directa e indirecta. Los elementos que se tratarán a continuación serán los de acción directa, elementos del ambiente más próximo a la empresa y cuyos comportamientos afectan su funcionamiento.

Los elementos que conforman este entorno son:

a) Competidores

La competencia se puede manifestar de forma directa o indirecta; es decir, los competidores son aquellas empresas que ofrecen productos/ servicios capaces de satisfacer las mismas necesidades de nuestro consumidor (competidores directos) y aquellas que pueden suplir éstas necesidades con diferentes productos/ servicios, llamados productos sustitutos (competidores indirectos).

b) Clientes

Son los consumidores y usuarios de los productos/servicios de la empresa; la acción directa se manifiesta en el intercambio de dinero por lo que una empresa ofrece. Clientes se pueden considerar no sólo a individuos sino también a instituciones y empresas que compran o pueden ser inducidas a comprar un producto.

c) Proveedores

Se les considera a aquellos grupos de personas o empresas que suministran los recursos que una empresa necesita para operar, tanto en sus procesos administrativos como productivos. Los proveedores lo abastecerán de materias primas, componentes, productos semielaborados y terminados y servicios; la selección de un proveedor dependerá de los precios bajos de sus productos/servicios y de la mejor calidad de éstos, así como del tiempo de demora de las entregas.

d) Gobierno

El enfoque político-económico de un país denota influencia o efecto en las empresas, pues impone controles, limitaciones o restricciones a las actividades de las mismas, reglas para su constitución, conducción y funcionamiento.

La política arancelaria influye en los productos que podrán ser importados y una estrategia promocional de la industria nacional hará que el consumo de los productos nacionales sufra un incremento, y por ende la producción de la empresa también presentará un aumento considerable siempre y cuando esta política se mantenga en el tiempo.

e) Instituciones financieras

Esta parte del entorno está conformada por los bancos, financieras y todas aquellas instituciones que suministren fondos para la empresa. Las actividades que una empresa ejerce se llevarán a cabo a razón de los recursos disponibles y necesarios, y entre éstos, fundamental es el: dinero.

El financiamiento interno o externo, es vital para la continuidad de las operaciones de la empresa, puesto que es una necesidad obtener fondos de determinadas fuentes para realizar inversiones, sea una empresa ingresante en el mercado como una ya establecida y que tenga necesidades de financiamiento para su expansión, suplir sus necesidades de liquidez y/o poder cumplir con sus deudas y obligaciones.

f) Grupos de interés especial

Son aquellos grupos de personas y organizaciones que ejercen presión en el comportamiento y funcionamiento de la empresa, puesto que su estructura se establece para supervisar, contradecir, verificar, criticar y hasta observar el cumplimiento de las reglas por parte de la empresa.

La organización de grupos que apoyan o facilitan el desenvolvimiento de una empresa también conforman este conjunto, muchos de los cuales mantienen relaciones directas y facilitan recursos

monetarios y de información relevante para todos los tipos de Mypes.

Entre algunas, como ejemplo, tenemos:

- Cámara de Comercio del Perú
- Cámara Hispana de Comercio
- Cámara de Comercio Internacional
- Centro de Servicios Internacionales
- Consultores
- Asociaciones empresariales
- AID: Agencia Internacional de Desarrollo
- BID: Banco Interamericano de Desarrollo
- OIT: Organización Internacional del Trabajo
- OEA: Organización de Estados Americanos
- Banco Mundial
- ONUDI: Organización de las Naciones Unidas y Desarrollo Industrial
- CEE: Comunidad Económica Europea
- Banco Central Americano de Integración Económica
- CEPAL: Comisión Económica para América Latina
- ONG's que trabajan con Medianas y Pequeñas Empresas en el Perú
- Prompyme
- MITINCI

g) Las ONGs

Son instituciones privadas que proveen algunos bienes públicos no provistos por los gobiernos¹. La experiencia muestra que las ONGs pueden ser no corruptas, y parte de ellas centran su trabajo en los pobres a través de programas orientados a la iniciativa privada y a los negocios. Ellas son explícitas en su intento por mejorar el bienestar de su grupo objetivo a través de programas de crédito. En el caso de las ONGs que apoyan y se constituyen por lo tanto en un grupo de interés especial para las Medianas y Pequeñas Empresas, destaca el caso de la Asociación Benéfica Prisma, la cual es un organismo no gubernamental que tiene como misión velar por el desarrollo las regiones más necesitadas y tratar de mejorar su nivel de vida. Ofrece programas de micro-créditos en zonas rurales con mayor preferencia a los grupos y a la participación de la mujer en éstos. Programas de apoyo al desarrollo agrícola en las regiones del país dando micro-créditos y brindando estrategias de marketing y apoyo en la elaboración de productos, brindar asistencia técnica a los agricultores con mínimos recursos.

Otro caso es el Grupo de Análisis para el desarrollo-GRAPE, el cual es un centro de investigación privado y especializado en temas económicos, ambientales y sociales con el

¹ SCHMIDT Y ZEITINGER, 1996

fin de contribuir al desarrollo nacional y de Latinoamérica.

Alguno de los servicios que ofrece son: elaboración de publicaciones en donde manifiestan enfoques y herramientas que deben ser consideradas para el desarrollo de las Mypes. Dentro de su finalidad abarca también la creación de investigadores potenciales en el uso de nuevas oportunidades. Además de las publicaciones realiza seminarios, cursos, centros de discusión en los cuales participan empresarios, instituciones, etc.

En cuanto a la participación del Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales (MITINCI), éste contempla el Programa de Apoyo a la Mediana, Pequeña y Microempresa. La promoción de la mediana, pequeña y micro industria es una prioridad del gobierno y constituye en la actualidad tanto un mecanismo para asegurar su ingreso al mercado y el desarrollo de un tejido industrial peruano más sólido. La mediana, pequeña y microempresa representa el 99% de las unidades económicas en el sector industrial. Por ello, el MITINCI cuenta con programas de apoyo como forma de impulsar una política de fomento al desarrollo de la competitividad de este importante sector. El MITINCI, con el apoyo de la Unión Europea, cuenta con una línea de crédito de US\$ 9'425,625 denominada

Fondo de Desarrollo de la Microempresa (FONDEMI) que tiene como finalidad posibilitar el acceso al crédito a los pequeños y microempresarios a través de más de 34 intermediarios financieros no tradicionales como Cámaras de Comercio, Cajas Municipales, EDPYMES y Organismos No Gubernamentales de Desarrollo. El programa de crédito se desarrolla en Lima y Callao, Arequipa, Chiclayo, Tacna, Huancayo, Trujillo y Puno. Un 75% de los créditos están orientados al sector productivo y el saldo restante a comercio y servicios. Un 80% de los créditos se orienta a las necesidades de capital de trabajo de las Mypes y el 20% a activos fijos².

Otro organismo de suma importancia dentro de los Grupos de Interés Especial es La Comisión de Promoción de la Pequeña y Microempresa (PROMPYME), que actúa como instancia de promoción, coordinación y concertación de las acciones sectoriales que contribuyan a la ampliación y dinamización de los mercados de las Mypes. La finalidad de PROMPYME es reforzar la actividad de promoción del estado a través de un programa de desarrollo empresarial que contribuya a la ampliación y dinamización de los mercados en que actúan las PYMES. La misión de PROMPYME es servir de enlace facilitar el encuentro comercial entre la demanda y la oferta de bienes y servicios de las PYMES.

² Datos publicados en la página web del MITINCI; www.mitinci.gob.pe

2.2.4. Elementos del entorno de acción indirecta

Está constituido por las condiciones y factores externos que influyen de modo general en el clima donde se desenvuelven las organizaciones sin presentar una relación causa-efecto con el funcionamiento de su empresa.

❖ Variables Sociales

Las variables sociales afectan directamente el comportamiento de las personas en una comunidad e indirectamente a las empresas que compiten en el mercado. Éstas se dividen en tres categorías: Factores demográficos, estilos de vida y los valores sociales.

Actualmente se vive un proceso de reconstrucción nacional en el que las pequeñas y microempresas tienen un destacado papel a partir de la oferta productiva, en la medida que las economías domésticas y las unidades económicas familiares tienden a realizar sus propias actividades productivas y comerciales.

❖ Variables Económicas

Se entiende que las condiciones económicas de un país intervienen en la estructura de los mercados, variando los comportamientos de los factores de producción, alterando las condiciones de la demanda y de la oferta.

La economía peruana es una economía dependiente que responde a comportamientos externos; la deuda internacional, lo desbalanceada de nuestra balanza comercial y la dependencia a precios internacionales de factores como los energéticos, en los cuales nuestra capacidad de negociación es nula.

Es fundamental que el Estado dicte políticas francas en lo económico, estables y con resultados predecibles para que los empresarios puedan definir escenarios futuros respecto al comportamiento económico y se adelante a probables cambios estructurales o cíclicos que influencien el comportamiento del mercado.

❖ **Variables Políticas**

Los procesos políticos, normados por rango constitucional, definen la estructura del funcionamiento del país en cuanto al Estado y a la sociedad civil. Definir un marco y estabilizarlo, es fundamental para la competitividad de un país y para la prosperidad de los agentes económicos del mismo.

En el caso peruano, esta variable actúa de manera significativa, pues dentro del contexto nacional el Estado como ente regulador, promotor y normativo debe de ser considerado como un agente protagónico en el desarrollo empresarial del país.

Las pequeñas y microempresas en el país están reguladas por la Ley N° 27268, promulgada el 26 de Mayo de 2000 y publicada el 27 de Mayo de ese mismo año, en la cual el rol del Estado Peruano se manifiesta como ente normativo definiendo políticas para la creación y desarrollo de las Mypes en el Perú. Esta ley deja en claro que el Estado incentiva el desarrollo de las PYMES impulsando la inversión privada, el acceso al mercado interno como externo, y lo hace además con el apoyo de entidades y organismos internacionales y nacionales dedicados al apoyo de las Mypes.

La promoción de las Mypes se lleva a cabo a través de la capacitación, la asistencia técnica, la investigación y desarrollo, la innovación tecnológica, el financiamiento, la comercialización y la información.

❖ **Variables Tecnológicas**

La innovación en el desarrollo de los procesos, en la manera de gestionar una empresa, en la manera de relacionarse con el entorno, en la forma de vender, comprar y obtener información marca ahora la diferencia entre una empresa y otra.

La importancia de las variables tecnológicas decidirá en un tiempo no muy largo la vigencia o la desaparición de una empresa del mercado.

2.2.5. Panorama e importancia de la Pequeña y Micro Empresa

En Latinoamérica más del 60% de la Población económicamente activa (PEA), desempeña actividades ligadas al sistema informal y a la microempresa. En el Perú tenemos que el 78% de la PEA desempeña estas actividades.

Por lo tanto, la Pequeña y Microempresa ha cobrado en la actualidad, suma importancia en la estructura productiva y económica del país, tanto en número de empresas como en el nivel de empleo, habiendo desarrollado en los últimos años una presencia mayoritaria, pasando a constituir en algunas zonas del interior del país, el único estrato productivo existente sobre el cual gira la actividad económica. La contribución de este sector a la generación de empleo se realiza básicamente mediante la creación de unidades productivas y en menor grado por el volumen de contratación de mano de obra, en cada una de ellas.

Fernando Villarán, estudioso e investigador de las Mypes en el Perú, sostiene que “La pequeña empresa es una realidad muy importante en el Perú: representa el 99% de todas las empresas, da empleo a más del 75% de la población económicamente activa y genera aproximadamente, el 40% del PBI. Estos porcentajes son los más altos en América Latina y, posiblemente en el mundo”³.

³ (Fernando Villarán, Pequeña empresa: retos y posibilidades - Seminario en el Congreso de la República 13/04/9).

Según los censos nacionales de población y vivienda, representan el 98.7% de las unidades productivas y de servicios a nivel nacional y contribuye con el 42% al Producto Bruto Interno – PBI. Asimismo se sabe que el 77.9% de la población ocupada del país labora en empresas que tienen no más de 20 trabajadores y de este total el 74.8% corresponden a empresas de 1 a 10 personas y el 3.1% a empresas de 11 a 20 personas. Estas estadísticas destacan que una alta proporción de la fuerza de trabajo es de tipo independiente y las Pequeñas y Microempresas representan la mayor cantidad de establecimientos productivos existentes en el país.

Las potencialidades de las MYPES como generadora de empleo, así como, su capacidad de adaptación a los cambios, la convierten en una alternativa hacia el desarrollo sostenido de nuestro país y de América Latina. Por lo tanto, las Mypes en el Perú constituyen un segmento muy importante dentro de la política social y económica trazada por el gobierno.

El estado actúa como un ente promotor con la cooperación de entidades privadas nacionales e internacionales, ya que es obligación del mismo mantener una actuación predominante y constante para que la masa emergente y desempleada del país sea actor principal del desarrollo nacional.

Aunque existen algunos factores que influyen en su creación y desarrollo, por ejemplo en el mercado laboral, a una Mypes le es dificultoso reclutar trabajadores capacitados porque las preferencias de éstos están dirigidas a empresas más grandes en donde tienen más oportunidad para capacitarse y desarrollarse; las oportunidades que tienen estas empresas en la compra y venta de bienes, es complicado, visto que compran y venden poco, el acceso a financiamiento (emisión de acciones y bonos, acceso a créditos bancarios de corto y largo plazo) es limitado y las tasas de interés muy altas ya que el volumen de negociaciones es pequeño y su riesgo de incumplimiento es muy alto; no es fácil obtener información real, oportuna y precisa, además no han logrado aún economías de escala lo que dificulta lograr mayor eficiencia y eficacia.

2.2.6. Marco Legal

A continuación se tratara de hacer una breve descripción, en cuanto a materia legal, sobre las normas que han regulado las actividades de las Mypes a lo largo de los años, para llegar a la actual norma que rige su comportamiento.

2.2.6.1. Antecedentes

Una gran mayoría de países cuenta con una legislación específica para la promoción de la Pequeña empresa, recibiendo un tratamiento preferencial en relación a otros estratos empresariales por su importancia en la actividad económica.

En el Perú, es a partir de los 70, en que el estado empieza a legislar con fines promocionales sobre este sector, al establecerse sus regímenes especiales de fomento que fijan sus límites y otorgan incentivos para su desarrollo.

❖ Decreto Ley N° 21435

El primer régimen especial de promoción a este sector se promulgó en 1976 con el Decreto Ley N° 21435 “Ley de la Pequeña Empresa del Sector Privado”. Esta Norma define a la Pequeña Empresa en función de los montos vendidos anuales, con la finalidad de acogerse a un Sistema Tributario preferencial y otros incentivos para su desarrollo.

❖ Decreto Ley N° 21621

En ese mismo año, y con el fin de agilizar la formación de la Pequeña Empresa se expide el Decreto Ley N° 21621, que crea la figura jurídica de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) para diferenciar el patrimonio de la persona natural del de la persona jurídica, a fin de promocionar la constitución y operación de la Pequeña Empresa.

❖ Decreto Ley N° 23189

En Julio de 1980 se promulga el Decreto Ley 23189 mediante el cual se establece que la Pequeña Empresa debe desarrollar su actividad como Empresa Unipersonal o como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, así mismo que su propietario debe participar en el proceso de producción, prestación de servicios o comercialización de bienes. Y además tener como máximo diez (10) trabajadores, en el caso se realice la actividad de producción y servicios y de cinco (5), cuando el giro sea comercialización.

❖ Ley N° 23407

En Mayo de 1982, se promulga la Ley 23407 “Ley General de Industrias”, en la cual determina que las ventas anuales de una Pequeña Empresa Industrial no deben exceder de 720 sueldos mínimos vitales (SMV) de la Provincia de Lima.

❖ Ley 24062, Ley de la Pequeña Empresa Industrial

En Enero de 1985 se publica esta ley, la cual tiene como objetivos promover y fomentar la actividad de la pequeña empresa industrial, ampliar su cobertura fortaleciendo su estabilidad económica y jurídica, con el apoyo de organismos públicos y privados especializados. Comprende a las pequeñas empresas industriales que desarrollan actividades consideradas como industrias manufactureras en la Gran División 3 de la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) revisión 2 de las Naciones Unidas. Esta definición fue complementada por la ley 25322 (11/06/1991), que estableció el criterio adicional que las ventas anuales de las empresas al cierre del

ejercicio del año anterior no fueran superiores a 1,100 unidades impositivas tributarias (UIT) promedio anual.

❖ **Decreto Legislativo N° 705, Ley de Promoción de Microempresas y Pequeñas Empresas**

El 8 de Noviembre de 1991 se publica el Decreto Legislativo N° 705; define como Microempresa o Pequeña empresa aquella empresa que opere una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción, o de comercialización de bienes, o prestación de servicios.

Esta norma exigía para la calificación de Microempresa que el o los propietarios trabajen en ella, que el número total de trabajadores y empleados no exceda de 10 personas y que el valor anual de las ventas no exceda de 12 UIT. Para la calificación como Pequeña Empresa exigía que el número total de trabajadores y empleados no exceda de 20 personas y que el valor anual de ventas no exceda las 25 UIT.

2.2.6.2. Marco legal actual

El 27 de Mayo del 2000 se publicó la Ley N° 27268, Ley General de la Pequeña y Microempresa que derogó el Decreto Legislativo N° 705, Ley de Promoción de Microempresas y Pequeñas Empresas; que tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción y el desarrollo de las Pequeñas y Microempresas, normando políticas de alcance general y la creación de instrumentos de promoción,

formalización y para la consolidación de las ya existentes, dentro de una economía social de mercado.

Define a la Micro y Pequeña Empresa como aquella unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios.

Esta ley , de igual modo que la ley ya derogada, exige para la calificación de Microempresa que el número total de trabajadores no exceda de 10 personas y para la Pequeña Empresa que se trate de 10, pero no exceda a 40 personas, habiéndose suprimido la referencia al monto de ventas anuales como requisito concurrente.

2.2.7. Características de la Pequeña y Micro Empresa.

Según el Instituto de Investigación S.N.I Las Pequeñas y Microempresas en el Perú poseen las siguientes características:

- ❖ Son generadoras de empleo (más de 300 mil cada año).
Existen alrededor de 3.1 millones de Mypes: 1.7 millones de Mypes urbanas y el 1.4 millones de Mypes rurales.
- ❖ Dan ocupación al 75% de la Población Económicamente Activa (5.6 millones de trabajadores) y además contribuyen con un alto porcentaje en el PBI nacional (entre 50% y 42%).

- ❖ Requieren poca inversión por unidad de empleo generado:
 - En la mediana industria se requiere, en promedio, una inversión de S/. 25,000 nuevos soles para generar un puesto de trabajo.
 - En la pequeña empresa, ésta inversión está por debajo de la mitad de lo mencionado anteriormente.
 - En la micro empresa se requiere de S/. 4,000 nuevos soles aproximadamente, que es el costo de un activo (máquinas de coser, tejer, de zapatos, remalladora, etc), para generar un empleo directo y otros indirectos.

2.2.8. Escaso acceso al Crédito, debido principalmente a las siguientes razones:

Las Mypes son consideradas como de muy alto riesgo, pues en su mayoría no poseen el nivel y tipo de garantías exigidas. Además de contar con una insuficiente documentación contable-financiera. Las instituciones financieras no han desarrollado una tecnología adecuada para su atención.

❖ Cualitativamente, el sector presenta los siguientes rasgos fundamentales:

- a) Es un sector joven con más del 50% de empresarios jóvenes y listos a adaptarse flexiblemente al mercado, sin sobrecargos,

mínimos sobrecostos y dispuestos a sacrificios extremos, porque entienden que no tiene nada más que perder y muchísimo por ganar.

- b) El sector Mypes no es un grupo homogéneo, son muchas las diferencias que existen entre las diversas unidades que conforman este sector. Existe una amplia heterogeneidad relativa a los niveles de desarrollo de los mercados urbanos, y esta heterogeneidad es la clave en la flexibilidad estructural para atender las diversas demandas mundiales.
- c) Una constante de la empresa en el Perú es el alto índice de informalidad, lo que impide acceder a los créditos del sector financiero internacional. El 82% de las unidades productivas en el Perú son informales. Es decir, en su gran mayoría carecen de licencia de autorización, R.U.C., no emiten documento de ventas, ni lo reciben, y los que tienen estos documentos declaran sus impuestos por debajo de lo que perciben realmente. Esta informalidad ocurre por la incapacidad del Aparato Legal del Estado para adaptarse a la realidad social.
- d) En cuanto a la situación socio-económica, la mayoría de las personas del sector Mypes pertenecen a niveles socio económicos bajos. El ingreso aportado por la unidad productiva

representa el principal o único ingreso familiar. Se caracterizan por estar conformadas principalmente por grupos familiares donde las relaciones laborales no se rigen por acuerdos contractuales.

- e) Otros rasgos fundamentales del sector lo constituyen: el carácter no localizado de la actividad, apenas el 10% realiza su actividad en taller y 28% realiza su actividad en vivienda. Los activos suelen ser de las personas naturales que la conforman y no de las empresas. Utilizan tecnología tradicional con pocos insumos importados. Requieren menos habilidad técnica y su sistema de distribución es simple porque sirven a mercados reducidos, etc.
- f) El sector presenta una gran capacidad de gestión y desarrollo de recursos para la producción, pese a que siendo el 98% de las unidades productivas del país y que apenas reciben el 1% del volumen financiero de la banca formal, los empresarios de las Micro y Pequeñas Empresas se han iniciado con ahorros propios en más del 50%.
- g) Pero tienen una escasa capacidad empresarial y por lo tanto una cultura empresarial incipiente. El 70% de las PYMES que inician sus actividades desaparecen en el primer año de operación. Debido principalmente al incipiente desarrollo tecnológico, a las máquinas y equipos obsoletos, resultando una

baja productividad.

h) A diferencia de la grande y mediana empresa la micro y pequeña empresa es multifuncional y cuenta con estrategias flexibles de mercados, por ello su reconversión a partir de la experiencia de las empresas manufactureras es solamente un problema de promoción de mercados y capacitación técnica gestionalista, potenciamiento tecnológico y financiero.

- Se observa que las Mypes urbanas se concentran en los sectores de: comercio, servicios, transporte, e industria.

CUADRO N° 1

PARTICIPACIÓN DE LAS MYPES POR ACTIVIDAD ECONÓMICA:

ACTIVIDAD ECONÓMICA	MYPES ESTIMADA N°	%	PYMES CONTRIBUYENTES N°	%
AGROPECUARIA	1'380,000	45	42,746	3
MANUFACTURA	255,000	8	125,688	10
COMERCIAL	1'120,000	36	534,556	44
SERVICIOS	345,000	11	519,199	43
TOTAL	3'100,000	100	1'222,189	100

Fuente : COFIDE y SUNAT (No incluye sectores Pesca y Explotación de canteras).

- El 44.5% son agropecuarias, 36.1% comerciales, 11.1% de servicio, 8.2% Manufactureras.
- En el rubro de Agropecuarios; alimentos: Concentra el 93.4% de los establecimientos, representan el 16.8% del total de empresas y producen artículos de molinería, panificación, y

alimentos diversos, generando un valor que representa apenas 13.7% del total de producción, utiliza un alto porcentaje de insumos nacionales a excepción de la industria panificadora y se concentra mayormente en Lima Metropolitana.

- En el rubro de Comerciales; Textiles y Confecciones: Concentra un 83% de los establecimientos y produce tejidos de punto y prendas de vestir. Ambas en conjunto representan el 11.6% del valor agregado de toda la pequeña industria.
- En Manufactura; productos Metálicos: Reúne el 92.9% de los establecimientos y tiene presencia significativa en la fabricación de cuchillería, herramientas manuales y artículos de ferretería, fabricación de muebles y accesorios, etc. Todo ello se refleja en una generación de valor agregado equivalente al 39% respecto a su agrupación empleando a su vez el 55.1% de los recursos humanos ocupados en ella. La fabricación de ferretería y productos metálicos utiliza de manera preferente materias primas nacionales, y el resto importada.

2.2.9. Caracterización de la Micro y Pequeña Empresa

En la actualidad no existen datos oficiales actualizados de la representatividad de la Pequeña y Micro Empresa en el país. Los datos con los que se cuenta, son sobre la base del procesamiento de información de 390 mil empresas y establecimientos censados en el III Censo Nacional Económico ejecutado en los años 1993 y 1994.

❖ Características de los establecimientos

a) Características Generales

Los resultados del III Censo Nacional Económico permiten apreciar la presencia mayoritaria de la micro y pequeña empresa en la actividad económica del país; tal apreciación, es resultado de reagrupar la información obtenida en el III CENEC, en función de los estratos definidos por el Decreto Legislativo N° 705, que era el que normaba en ese entonces la actividad de la PYME en el Perú, para la Microempresa (establecimientos con 1 a 10 trabajadores) y Pequeña Empresa (establecimientos con 11 a 20 trabajadores).

Así, se observa que de los 236 mil establecimientos informantes al III CENEC, el 97,9% (231 mil) califican por su tamaño, como micro y pequeña empresa. Dentro de este conjunto, los establecimientos con menos de cinco trabajadores representan el

90,5% y aquellos con 21 a más trabajadores, que podrían ser calificados como de la mediana y gran empresa, constituyen sólo 2,1%, en tanto que la Pequeña Empresa constituye también el 2.1%.

b) Distribución Geográfica de los Establecimientos En el departamento de Lima, se concentra el 35, 8% de los establecimientos de la micro y pequeña empresa. En el resto del país, tienen una participación menor, destacando Arequipa (7,8%), Junín (6,6%), La Libertad (5,0%), Piura (4,6%), Lambayeque (4,5%) y Puno (4,4%), que son departamentos del interior del país con mayor presencia de Artesanos y Comerciantes Minoristas. La mayoría de estos establecimientos cuentan con menos de 5 personas ocupadas, en Lima se observa una participación del 86,4%; en Arequipa, La Libertad, Piura y Lambayeque es de 94,0%; en Junín 96.8%, mientras que en el departamento de Puno logra el 98,6%.

c) Organización Jurídica

El 88.7% establecimientos de la micro y pequeña empresa están organizados individualmente. La modalidad más utilizada para la formación de un pequeño negocio es la denominada “Persona Natural”, y en menor grado, la Empresa Unipersonal y la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.

d) Actividad Económica

En lo concerniente a la Actividad Económica que desarrolla, la micro y pequeña empresa participa en el proceso productivo nacional realizando un conjunto de actividades heterogéneas. Sin embargo, destacan por su presencia, los pequeños establecimientos de la actividad terciaria por requerir de bajo nivel de inversión y su facilidad para adaptarse a cambios de giro. Es así, que el comercio y los servicios destacan como las actividades más importantes desarrolladas por los establecimientos de la micro y pequeña empresa.

Tal como se aprecia en el Anexo 3, destaca la agricultura y ganadería que capta el 20,0% del total de personas ocupadas del sector, en la Micro Empresa participa con un 20,3%, mientras que en la Pequeña Empresa su participación es del 13,5%, en consecuencia la agricultura y ganadería se convierte en la actividad que genera más puestos de trabajo en este sector, dada las características de su propiedad y su forma de producción. Asimismo, tiene singular importancia, el rubro otros, que lo conforman actividades como: Prendas de Vestir; Mantenimiento y Reparación de Vehículos Automotores; Fabricación de Muebles de Venta en Puestos de Mercado; Hospitales, Consultorios, Laboratorios; Confecciones de

Madera; Panaderías; Extracción de Minerales; Reparación de Enseres Domésticos; Pesca y Afines; Fabricación de Calzado; Actividades de Impresión; entre los más importantes; al respecto este rubro concentra al 35,5% del total del personal ocupado de la Mypes.

De otro lado, en la Micro Empresa sobresale también la Venta Ambulatoria con el 10,4%, la venta en Almacenes Especializados con 7,6%, así como la Actividad Restaurantes, Bares y Cantinas que representa el 6,7% del total del Personal Ocupado. En la Pequeña Empresa en cambio destacan las actividades de Construcción con un 8,8%, Enseñanza con un 7,8 además de la Venta de Alimentos Agropecuarios al por mayor con un 7,3%, estos resultados comprueban la singular importancia que representan las actividades comerciales y de servicios en la generación de empleo en la Mype.

❖ **Personal Ocupado**

Según los resultados expandidos de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHG 1997), tal como se aprecia en el Anexo 4, el 75,9% del total de personas ocupadas en el país labora en establecimientos de la Pequeña y Micro Empresa, de este total, la Micro y Pequeña Empresa representan el 95,0% y 5,0%, respectivamente.

El 85,1% de los trabajadores están agrupados en el ámbito urbano y el 14,9% en el ámbito rural, mientras que en Lima Metropolitana se registra al 37,2% de los trabajadores. En tanto que el 24,1% se encontró trabajando en el estrato Resto, que comprende a las personas que trabajan en la gran empresa, en la Administración Pública, y en organismos no públicos.

Del total de personas ocupadas en el país, se observa que el 61,1% de los informantes labora en establecimientos pertenecientes al estrato de menos de cinco personas. El 11,0% lo hace en establecimientos de cinco a diez personas, y el 3,8% trabaja en establecimientos pertenecientes al estrato de once a veinte personas.

Cabe indicar, que habiéndose incrementado en estos últimos años el número de personas desocupadas como consecuencia de una serie de ajustes macroeconómicos y de reestructuración estatal y empresarial, así como problemas de orden social, es que emergieron las actividades comerciales y de servicios en pequeña escala como una alternativa a la generación de ingresos en las ciudades, por el bajo costo de la inversión que requerían, ya que muchas veces se basan en el ingenio y la capacidad de trabajo de las personas.

❖ **Grupos de Edad**

Según los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares 1997 (ENAHO 97), tal como se observa en el Anexo 8, el 48,5% del total de la población ocupada tiene entre 25 y 44 años de edad, el 25,0% entre 14 y 24 años, el 14,3% entre 45 y 54 años, y el 12,1% entre 55 y más años de edad, lo que demuestra que la población ocupada en el país es mayormente joven y está concentrada en el grupo de 14 a 44 años (73,5%).

Según sexo, del total de trabajadores de la PYME a nivel nacional, el 55,2% son hombres y el 44,8% mujeres, del total de hombres el 93,8% se concentra en la Micro Empresa, al igual que el 96,4% de las mujeres, mientras que en la Pequeña Empresa se concentra el 6,2% de los hombres y el 3,6% de las mujeres. Según los Resultados de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) del II Trimestre de 1998 y III Trimestre de 1999 que ejecuta el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el área urbana del país existen dos millones 500 mil mujeres empleadas en la Pequeña y Micro Empresa (Mypes), en tanto que siete de cada diez comerciantes pertenecen al sexo femenino. Según ambas investigaciones, el 50% de las mujeres ocupadas en las Mypes, se dedican a actividades de comercio al por menor y a la venta ambulancia

2.2.10 Diamante de Michael Porter

El diamante de Michael Porter es un sistema mutuamente autorreforzante, ya que el efecto de un determinante depende del estado de los otros. El diamante es un sistema en el que el papel de sus componentes puede contemplarse por separado, porque como se mencionó anteriormente se encuentran todos interrelacionados entre sí, y el desarrollo o actuación de uno siempre va a beneficiar o a afectar a los otros. El marco en el que se gestan las ventajas competitivas consta de cuatro atributos: Condiciones de los factores: Condiciones de la demanda: Empresas relacionadas horizontal y verticalmente y la Estructura y rivalidad de las industrias.³ Todos estos atributos conforman un sistema, al cual Porter denominó "Diamante". Dos variables auxiliares complementan el marco del análisis: el gobierno y los hechos fortuitos o causales.

Las características de los determinantes o componentes del diamante determinan las industrias o los segmentos industriales en los que una nación tiene las mejores oportunidades para alcanzar el éxito internacional. Las ventajas, en todos los determinantes o componentes del diamante, son necesarias para alcanzar y mantener dicho éxito. Sin embargo, gozar de condiciones favorables en cada atributo no es algo indispensable para poder conseguir ventajas competitivas en una industria.

³ Michael Porter, La Ventaja Competitiva de las Naciones. (Buenos Aires: Editorial Vergara, 1991)

Los atributos del Diamante se refuerzan a sí mismos y constituyen un sistema dinámico. El efecto de uno de los atributos a menudo depende de la situación de los demás. El sistema es movido principalmente por dos elementos, la competencia interna y la concentración geográfica. La competencia interna promueve la innovación constante en el resto de los atributos; la concentración o proximidad geográfica, magnifica o acelera la interacción de los cuatro diferentes atributos. Mientras más local sea la competencia, más intensa será. Y entre más intensa, mejor para el conjunto de la economía.

El diamante de Porter genera un entorno fértil para la creación de empresas competitivas y promueve la agrupación en cluster de empresas globalmente competitivas. Adicionalmente, se genera un efecto en cascada hacia industrias relacionadas ya sea vertical u horizontalmente, con una tendencia a concentrarse geográficamente.

Esto hace que el nivel de la competencia se incremente, se agilicen los flujos de información y acelere la dinámica del sistema. Otros dos elementos afectan también la configuración del Diamante a Nivel Nacional y el nivel de ventaja competitiva: la intervención del gobierno y los fenómenos fortuitos.

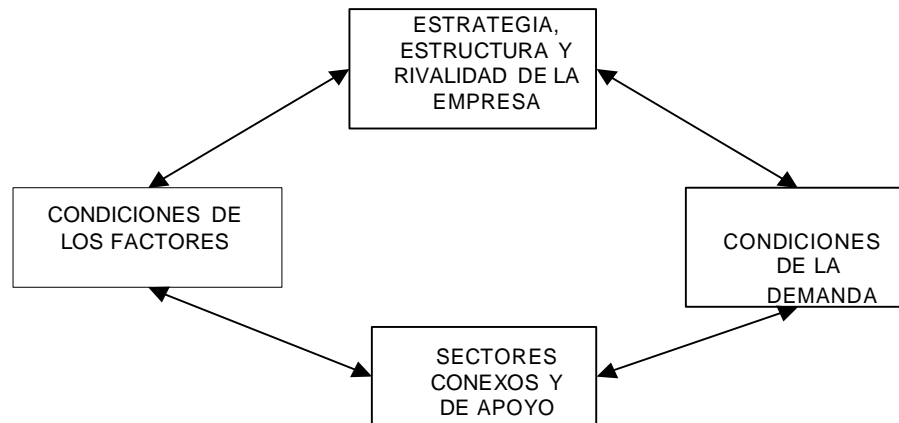
Una nación generalmente alcanza el éxito en un sector en particular gracias a los cuatro componentes que conforman el Diamante de Michael Porter los cuales determinan el entorno en que han de competir las empresas locales que fomentan o entorpecen la creación de la ventaja competitiva.

2.2.11. Componentes del Diamante de Michael Porter

Los determinantes, individualmente o agrupados en un sistema, crean el contexto en el que nacen y compiten las empresas de una nación: la disponibilidad de recursos y técnicas necesarias para la ventaja competitiva en un sector; la información que determina las oportunidades que se detectan y las orientaciones con que se despliegan los recursos y las técnicas; las metas que persiguen los propietarios, directores y empleados que están interesados en la competencia o que la llevan a cabo y, lo que es todavía más importante, las presiones a que se ven sometidas las empresas para invertir e innovar.

Según Michael Porter cuatro son los componentes o determinantes de la ventaja competitiva que conforman el diamante, los cuales se ilustran en la gráfica a continuación:

Figura 1 Los determinantes de la Ventaja Competitiva



Fuente: Michael Porter. La Ventaja Competitiva de las Naciones.

1. Condiciones de los factores. La posición de la nación en lo que concierne a mano de obra especializada o infraestructura necesaria para competir en un sector dado.
2. Condiciones de la demanda. La naturaleza de la demanda interior de los productos o servicios del sector.
3. Sectores afines y de apoyo. La presencia o ausencia en la nación de sectores proveedores y sectores afines que sean internacionalmente competitivos.
4. Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa. Las condiciones vigentes en la nación respecto a cómo se crean, organizan y gestionan las compañías, así como la naturaleza de la rivalidad doméstica.

CAPITULO III

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1. Tipo y Nivel de la Investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

En esta investigación se realizará un estudio de tipo exploratorio, ya que el problema planteado no ha sido investigado concretamente, este tipo de investigación permitirá establecer un contacto con el objeto de estudio, que nos permitirá conocer los factores que inciden en el crecimiento de las microempresas del sector terciario, y nos dará una visión general a fin de identificarlos y dar respuestas a las preguntas planteadas en esta investigación.

3.1.2. Nivel de Investigación

Según la naturaleza del estudio de la investigación, por su nivel de las características es un estudio descriptivo y explicativo porque busca realizar la caracterización del microempresario huanuqueño, identificar los programas, aportes actuales tendientes a fortalecer la microempresa, finalmente realizar un análisis de competitividad de las microempresas del sector terciario con base en el diamante de la competitividad de Porter, todo ello nos que permitirá conocer los factores que inciden en el crecimiento de las microempresas del sector terciario.

3.2. Métodos Y diseños de la Investigación

3.2.1. Métodos

Los métodos que se utilizaron en la investigación fueron: Análisis, deductivo, estadístico descriptivo.

Análisis: Consiste en la separación de las partes de un todo a fin de estudiar las por separado así como examinar las relaciones entre ellas, como es los factores de que inciden en el crecimiento de las microempresas del sector terciario en Huánuco.

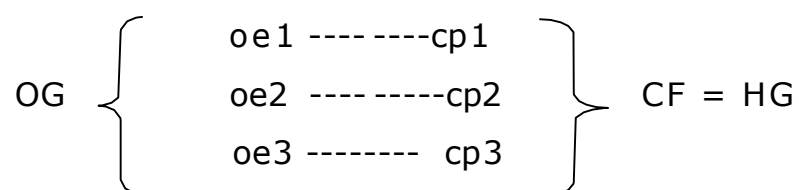
La deducción es un procedimiento que se apoya en las aseveraciones y generalizaciones a partir de las cuales se realizan demostraciones o

inferencias particulares o una forma de razonamiento, mediante el cual se pasa de un conocimiento general a otro de menor nivel de generalidad.

La estadística descriptiva nos permitió organizar y clasificar los indicadores cuantitativos obtenidos en la medición, revelándose a través de ellos las propiedades, relaciones y tendencias los factores que inciden en el crecimiento de las microempresas del sector terciario, que en muchas ocasiones no se percibieron de manera inmediata. Las formas de presentar y de organizar la información es, mediante tablas de distribución de frecuencias y gráficos

3.2.2. Diseño de la Investigación

Para el diseño de la investigación, se empleó el de una investigación por objetivos conforme al esquema siguiente:



DONDE:

- OG= Objetivo General
- oe= Objetivo específico
- cp= Conclusión Parcial
- CF= Conclusión Final
- HG= Hipótesis General

3.3. PROCESO DE MUESTREO

3.3.1. Población:

Lo integran las microempresas de la ciudad de Huánuco de la zona urbana, que tengan su Ruc actualizado, para lo cual se tiene en cuenta el último balance económico y su inscripción en la Cámara de Comercio de Huánuco, donde determina que el total de microempresas corresponde a 6,673 del sector servicios.

3.3.2. Muestra

Para la muestra se utilizó el método de muestreo Probabilístico, el cual permitió que todos los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados para formar parte de la muestra, y el tipo de muestreo probabilístico escogido es el muestreo aleatorio simple con población finita para definir el tamaño de la muestra.

Las Microempresas seleccionadas de manera aleatoria de la base de datos suministrada por la Cámara de Comercio del sector terciario, son empresas con un tamaño no superior a 10 trabajadores y localizadas en la ciudad de Huánuco.

3.3.3. Determinación de la Muestra

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

N = Total de la población

Z = 1.96 (la seguridad es del 95%)

p = probabilidad de ocurrencia (50%)

q = probabilidad de no ocurrencia (1-p)

e = margen de error (se toma un 5%)

Reemplazando en la fórmula

Se obtiene:

$$n = 363$$

Tamaño Óptimo de Muestra

Para evitar los sesgos de selección de la muestra se tomó un Tamaño de Muestra optima siendo el de **78** Microempresas, cifra que representa al porcentaje de 21.5 % monto que aporta el sector servicios al PBI Regional. El tamaño óptimo de la muestra determina el grado de confianza en los resultados a demostrar.

3.4. Técnicas e Instrumentos para la Validación de las Hipótesis y la Recopilación de los Datos

3.4.1. Técnicas

Las principales técnicas que se utilizan en la investigación:

- Entrevista
- Encuesta
- Análisis documental

3.4.2. Instrumentos

Los principales instrumentos que fue aplicado:

- Guía de entrevista
- Cuestionario
- Guía de análisis documental

3.5. Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de los datos

Los resultados se presentan en tablas y gráficos, que son analizados con la aplicación de la estadística descriptiva. Para el procesamiento de los datos se utilizaron las herramientas informáticas como: Ms Excel y se le realizó homogenización de la información suministrada a través del programa SPSS.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Después de recolectar la información a través de la técnicas de encuesta y entrevista estructurada y una encuesta, apoyada en un cuestionario conformado por veinticinco ítems de tipo abanico, es decir las respuestas consistieron en una serie de alternativas, entre las cuales el encuestado escogió la que creyó conveniente; se procedió a la interpretación y análisis de cada uno de los ítems, para dar cumplimiento al desarrollo de los objetivos diseñados por la presente investigación. Por lo tanto, se procedió a representar de manera general, en forma gráfica y computarizada, el análisis porcentual de los resultados obtenidos.

En este capítulo, se mostrará el análisis realizado de los datos obtenidos a través de las encuestas a los 78 microempresarios de la muestra, teniendo en cuenta el problema planteado, los objetivos propuestos, con los cuales se mostrará el análisis e interpretación de los resultados obtenidos presentando con cuadros y gráficos para mostrar de manera más clara la información.

A continuación se describen los resultados de cada uno de los componentes del cuestionario el cual se dividirá en cuatro partes para una mejor explicación:

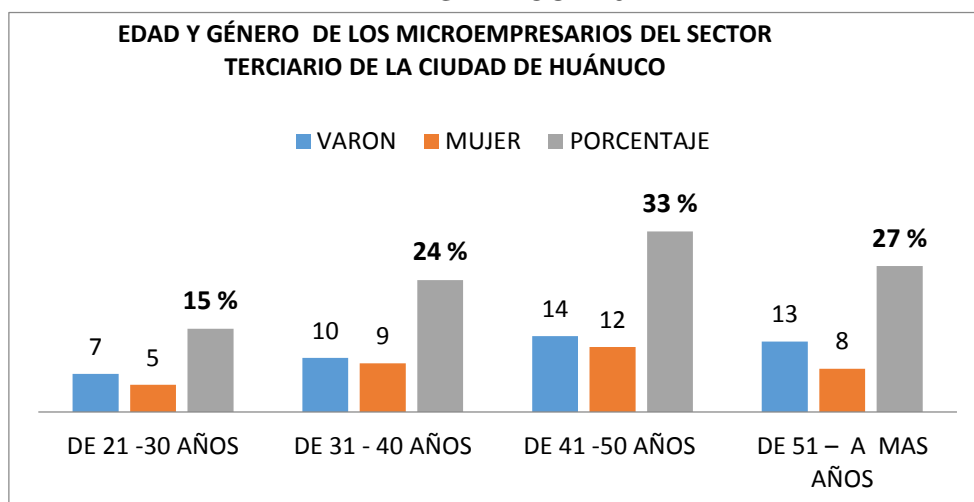
A. CARACTERIZACION DEL MICROEMPRESARIO DEL SECTOR TERCIARIO DE LA CIUDAD DE HUANUCO PERIODO 2010 – 2015.

CUADRO N° 02**EDAD Y GÉNERO DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR
TERCIARIO DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO**

RANGO DE EDAD	GENERO		TOTAL	PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES		
DE 21 -30 AÑOS	7	5	12	15.38
DE 31 - 40 AÑOS	10	9	19	24.35
DE 41 -50 AÑOS	14	12	26	33.33
DE 51 - A + AÑOS	13	8	21	26.92
TOTAL	44	34	78	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N°01



FUENTE: CUADRO N°01
ELABORACION: PROPIA

INTERPRETACIÓN:

En la presente grafica se interpreta que la mayor parte de las personas encuestadas son de sexo masculino; pero es importante resaltar que en la actualidad existen mujeres emprendedoras que dirigen una microempresa, representando el 43% del total de encuestados.

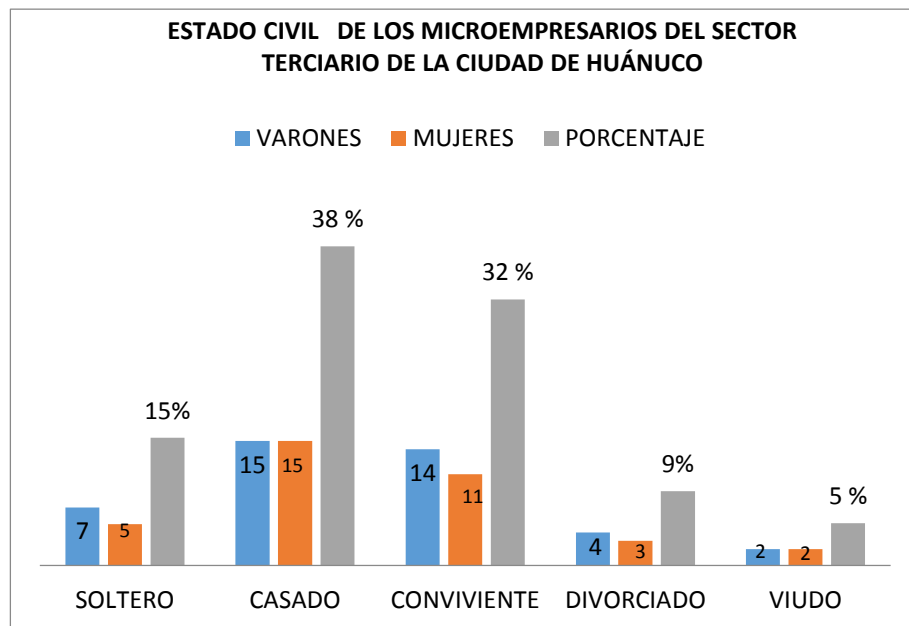
Del mismo modo se puede apreciar que en nuestro medio las personas a corta edad están incursionando en los negocios puesto que el 15% son empresarios en el rango de 21 a 30 años. También se observa que la más alta concentración de empresarios se encuentra entre las edades de 41 a 50 años; sin embargo también se aprecia que de 51 a más años existe un 27% de la muestra.

CUADRO N° 03
ESTADO CIVIL DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR
TERCIARIO
DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO

	GENERO		TOTAL	PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES		
SOLTERO	7	5	12	15.38
CASADO	15	15	30	38.46
CONVIVIENTE	14	11	25	32.05
DIVORCIADO	4	3	7	8.97
VIUDO	2	2	4	5.12
TOTAL	42	36	78	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
 ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N°02



FUENTE: CUADRO N°02
 ELABORACION: PROPIA

INTERPRETACIÓN

Observando los resultados del presente cuadro sobre el estado civil de los microempresarios vemos que el 38% son casados, seguido por el estado civil conviviente con un 32%. El estado civil casado, implica estabilidad emocional y esto genera tranquilidad en la empresa, los empresarios valoran mucho el apoyo y soporte que le puede dar la esposa y los hijos al momento de tomar decisiones importantes.

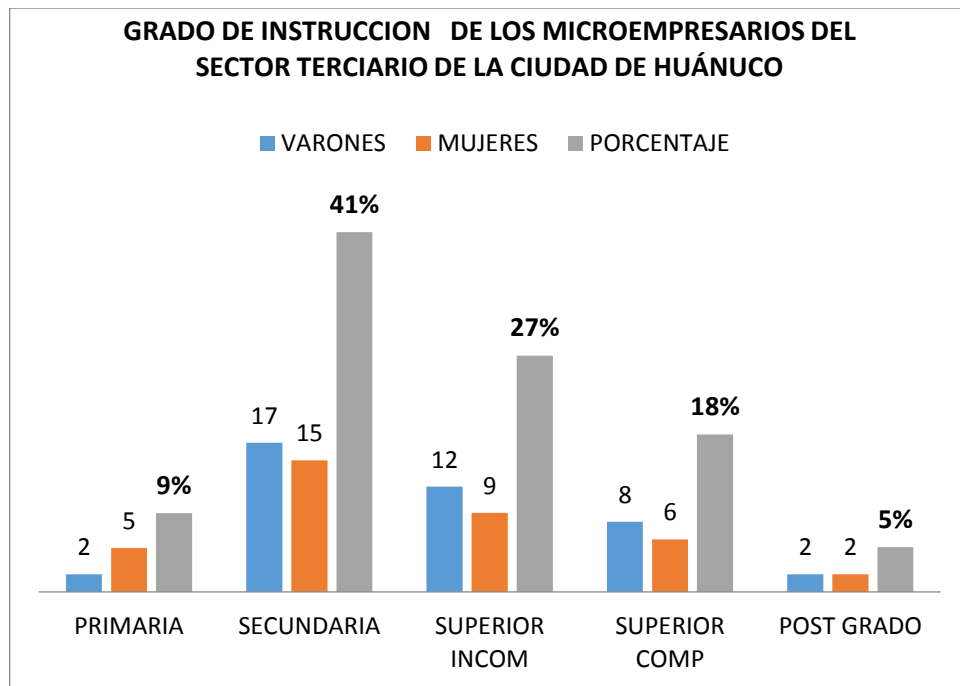
CUADRO N° 04

GRADO DE INSTRUCCION DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR TERCIARIO DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO

GRADO DE INSTRUCCIÓN	GENERO		TOTAL	PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES		
PRIMARIA	2	5	7	8.97
SECUNDARIA	17	15	32	41.02
SUPERIOR INCOM	12	9	21	26.92
SUPERIOR COMP	8	6	14	17.94
POST GRADO	2	2	4	5.12
TOTAL	41	37	78	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N°03



FUENTE: CUADRO N°03
ELABORACION: PROPIA

INTERPRETACIÓN:

El presente grafico nos muestran datos muy interesantes desde el punto de vista cultural, vemos que el 41% de los encuestados tiene secundaria completa, seguido de superior incompleta con un 27%.

Por último, tan solo un 18% de los empresarios tiene superior completa y solo 5% cuenta con algún tipo de especialización. Es necesario señalar que el hecho de que esta mano de obra esté especializada, permite cierta ventaja comparativa con relación a la mano de obra no calificada, pues, la mano de obra calificada,

muchas veces busca una constante capacitación, es abierta a la innovación, y tiene una curva de aprendizaje mayor, lo que redonda en la competitividad de la unidad económica.

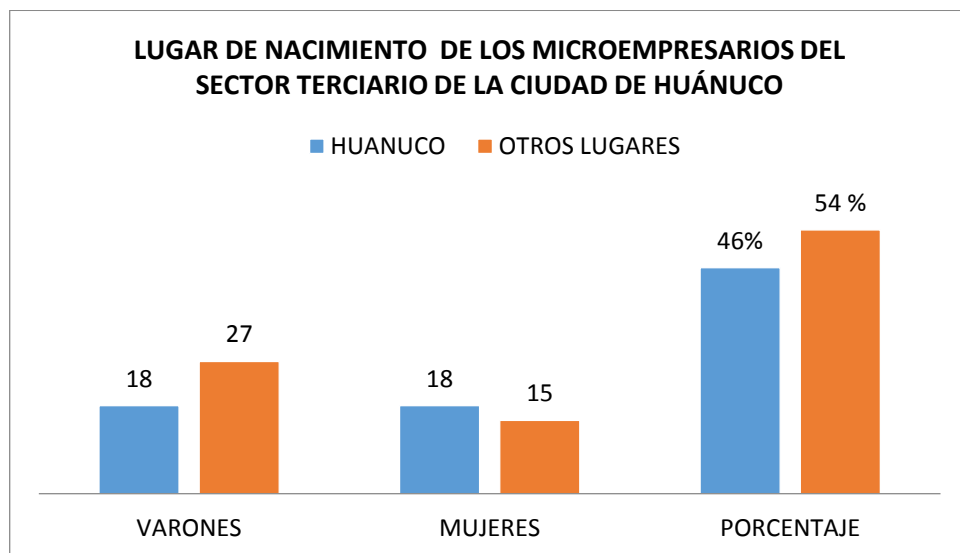
CUADRO N° 05

LUGAR DE NACIMIENTO DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR Terciario DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO

LUGAR DE NACIMIENTO	GENERO		TOTAL	PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES		
HUANUCO	18	18	36	46.15
OTROS LUGARES	27	15	42	53.84
TOTAL	45	33	78	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 04



FUENTE: CUADRO N°04
ELABORACION: PROPIA

INTERPRETACION:

En el grafico se observa que un 54% de los microempresarios de nuestra ciudad son migrantes de diversas ciudades del país, frente a un 46% de microempresarios huanuqueños, esto se explica que los migrantes llegaron a nuestra ciudad por motivos de estudios y se asentaron en nuestra ciudad al no culminar sus estudios por diversos motivos.

También se observa hay una mayor frecuencia de varones que para asegurarse de su inserción laboral conformaron su empresa fuese compatible con sus funciones productividad. También existe un porcentaje importante de mujeres empresarias cabezas de familia que genera ingresos por cuenta propia en diversas actividades.

La mujer empresaria genera además de su propio puesto de trabajo y puestos adicionales.

CUADRO N° 06

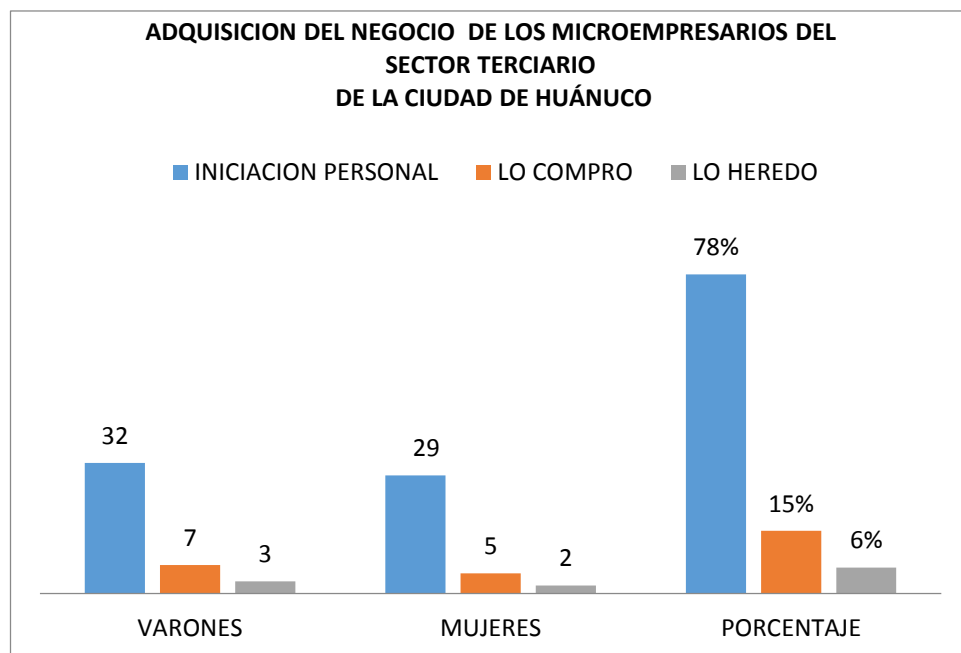
ADQUISICION DEL NEGOCIO DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR

TERCIARIO DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO

ADQUISICION DEL NEGOCIO	GENERO		PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
INICIACION PERSONAL	32	29	78.20
LO COMPRO	7	5	15.38
LO HEREDO	3	2	6.41
TOTAL	42	36	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 05



FUENTE: CUADRO N°05
ELABORACION: PROPIA

INTERPRETACION:

Se destaca que la mayoría de los microempresarios iniciaron el negocio, es decir el 78% de los encuestados lo hicieron por iniciación personal, con una proporción similar entre hombres y mujeres, el 15% de los encuestados compró el negocio y uno solo 6% de los encuestados lo heredó, tal como se muestra la gráfica anterior

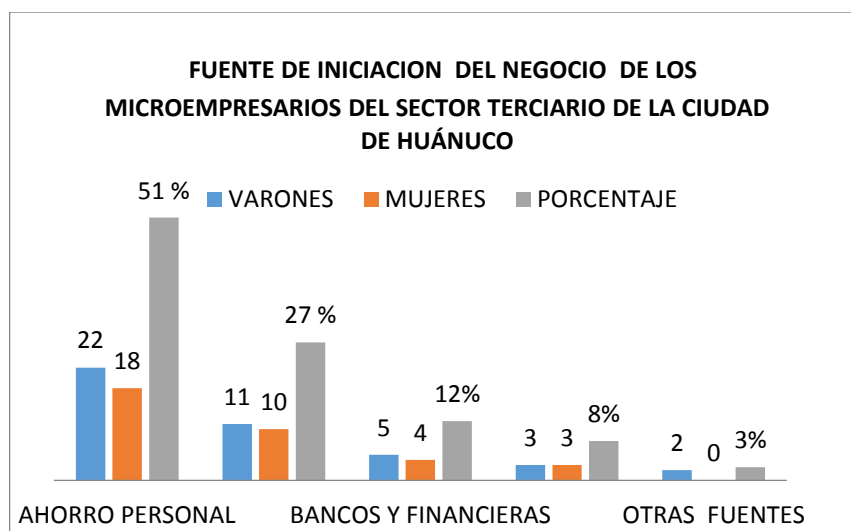
CUADRO N° 07

FUENTE DE INICIACION DEL NEGOCIO DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR TERCIARIO DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO

FUENTE DE INICIACION DEL NEGOCIO	GENERO		PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
AHORRO PERSONAL	22	18	51.28
AHORRO FAMILIAR	11	10	26.92
BANCOS Y FINANCIERAS	5	4	11.53
PRESTAMISTAS	3	3	7.69
OTRAS FUENTES	2	0	2.56
TOTAL	43	35	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N°06



FUENTE: CUADRO N°06
ELABORACION: PROPIA

INTERPRETACION:

Con respecto a esta pregunta de la encuesta, el ahorro personal fue la fuente que utilizó la mayoría de los microempresarios al iniciar su negocio, con un 51% con relación a las demás fuentes propuestas.

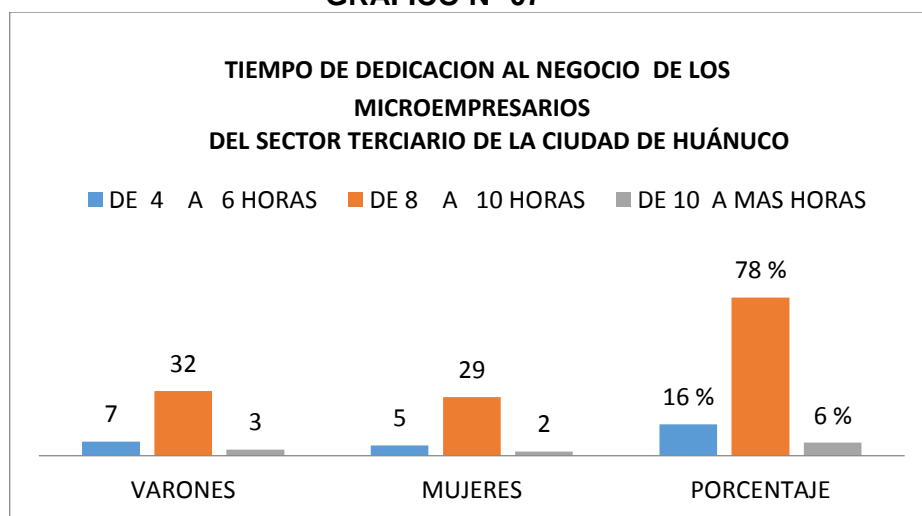
CUADRO N° 08

TIEMPO DE DEDICACION AL NEGOCIO DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR TERCIARIO DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO

DEDICACION AL NEGOCIO	GENERO		PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
DE 4 A 6 HORAS	7	5	15.55
DE 8 A 10 HORAS	32	29	78.20
DE 10 A MAS HORAS	3	2	6.40
TOTAL	42	36	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 07



FUENTE: CUADRO N°07
ELABORACION: PROPIA

INTERPRETACION:

En relación con esta pregunta, se puede observar que la mayoría de los microempresarios dedican entre 8 y 10 horas al día a su negocio, correspondiendo en promedio al 78% de los microempresarios encuestados.

Cuando una persona crea una empresa, lo que busca en definitiva es triunfar en su negocio, una empresa que le deje para vivir, y vivir lo mejor posible; si el negocio da para ello, entonces probablemente si pensará en crecer y desarrollarse, por ello las horas dedicadas son muy importantes para la búsqueda de generación de ingresos por parte de personas o familias.

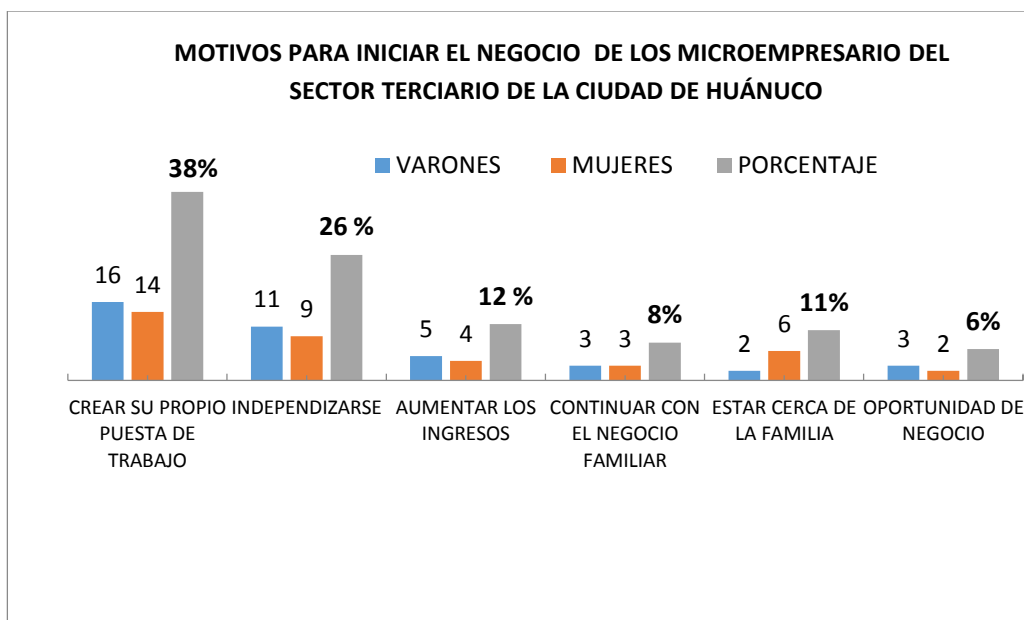
CUADRO N° 09

MOTIVOS PARA INICIAR EL NEGOCIO DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR TERCIARIO DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO

MOTIVACION PARA INICIO DEL NEGOCIO	GENERO		PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
CREAR SU PROPIO PUESTO DE TRABAJO	16	14	38.46
INDEPENDIZARSE	11	9	25.64
AUMENTAR LOS INGRESOS	5	4	11.53
CONTINUAR CON EL NEGOCIO FAMILIAR	3	3	7.69
ESTAR CERCA DE LA FAMILIA	2	6	10.25
OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	3	2	6.41
TOTAL	40	38	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 08



FUENTE: CUADRO N°08
ELABORACION: PROPIA

INTERPRETACION:

Se puede deducir que el 38% buscaron crear su propio puesto de trabajo, seguido por independizarse 26%, que antes de iniciar su actividad económica actual eran empleados, y el motivo de salir adelante y desarrollarse fue la idea de independizarse o establecerse en un lugar geográfico del gusto, seguido por el interés de aumentar sus ingresos y salir del desempleo. Dentro de las actividades que realizaban los microempresarios antes de iniciar el negocio se encuentran, las de ama de casa, empleos temporales, comerciantes en otro tipo de actividad, estudiantes, vendedor ambulante, y otros.

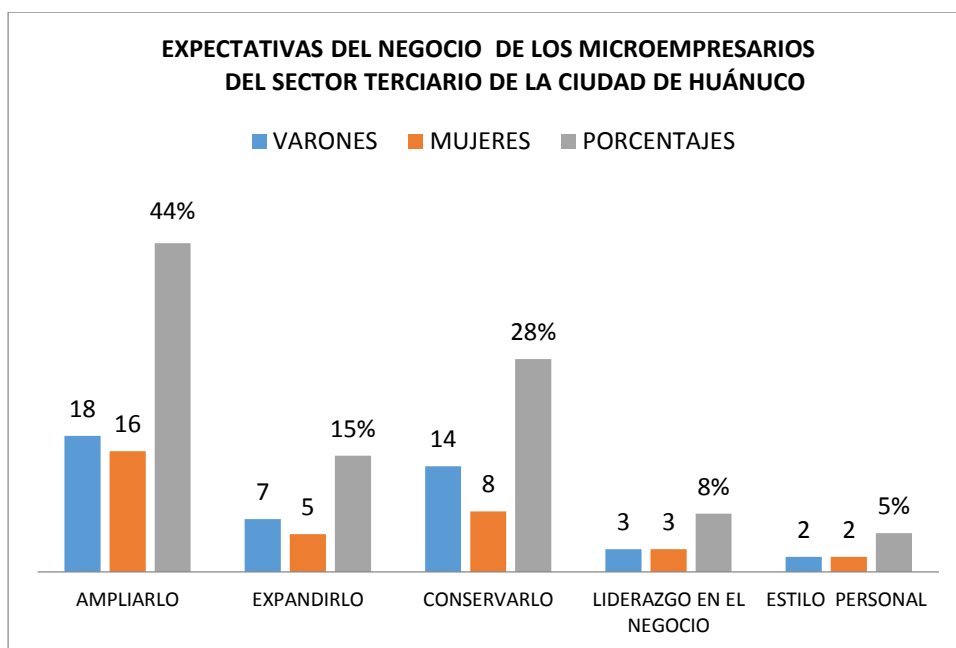
CUADRO N° 10

EXPECTATIVAS DEL NEGOCIO DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR TERCIARIO DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO

EXPECTATIVAS DEL NEGOCIO	GENERO		PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
AMPLIARLO	18	16	43.58
EXPANDIRLO	7	5	15.38
CONSERVARLO	14	8	28.2
LIDERAZGO EN EL NEGOCIO	3	3	7.69
ESTILO PERSONAL	2	2	5.12
TOTAL	44	34	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 09



FUENTE: CUADRO N°09
ELABORACION: PROPIA

INTERPRETACION:

Frecuentemente, fundador o creador de una empresa puede llegar a sentir pasión por la misma, ya que es su creación, lo que se manifiesta en la dedicación y compromiso que le brinda, por lo que trata de **ampliarlo** tanto en el área como en volumen y las encuestas arrojaron su mayor deseo con un 44%. En el sentido de **conservarlo**, 28 %, lo manifiestan por el “sentido de pertenencia” lo que podría ser considerada una ventaja competitiva de la empresa, y el rango de edad que más busca conservarlo es de 55 a más años.

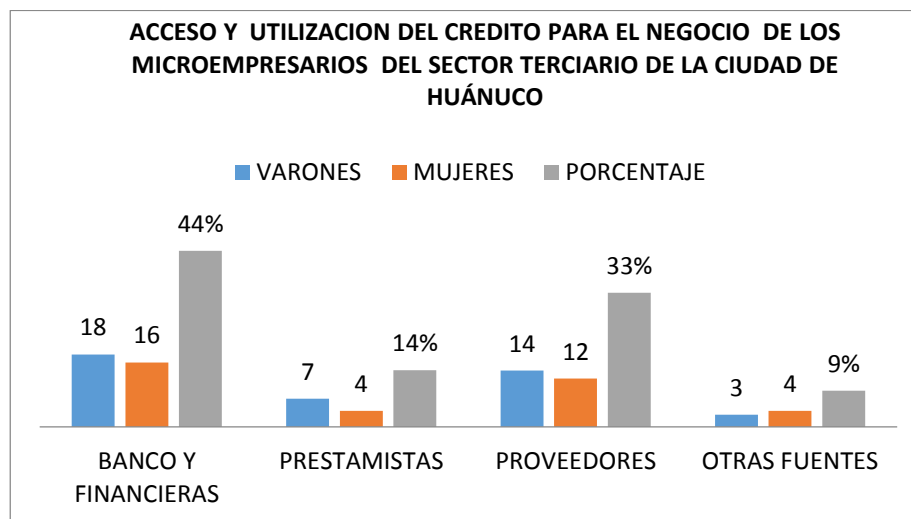
CUADRO N° 11

ACCESO Y UTILIZACION DEL CREDITO PARA EL NEGOCIO DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR TERCIARIO DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO

UTILIZACION DEL CREDITO	GENERO		PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
BANCO Y FINANCIERAS	18	16	43.78
PRESTAMISTAS	7	4	14.1
PROVEEDORES	14	12	33.33
OTRAS FUENTES	3	4	8.97
TOTAL	42	36	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 10



FUENTE: CUADRO N°10
ELABORACION: PROPIA

INTERPRETACION:

Los encuestados manifestaron que existe dificultad para el acceso a servicios financieros van desde la falta de información adecuada, falta de canales y tecnologías apropiadas de comunicación y solo un 44% tuvieron ese acceso, seguido por los proveedores con un 33% quienes son canales que proveen recursos materiales que pueden ser: materias primas, equipos y otros.

En el Perú existen unos dos millones de microempresarios o emprendedores que no tienen acceso al sistema financiero lo que reduce su competitividad, indicaron expertos del sector.

B. FORTALECIMIENTO DEL MICROEMPRESARIO DE LA CIUDAD DE HUANUCO PERIODO 2010 – 2015.

En este ítem se trata de conocer si el Microempresario conoce a se ha capacitado en diferentes temas como: técnicas de marketing, incremento de habilidades personales en relaciones y negociación, aspectos legales y fiscales, plan de negocios y manejo de nuevas tecnologías de la información.

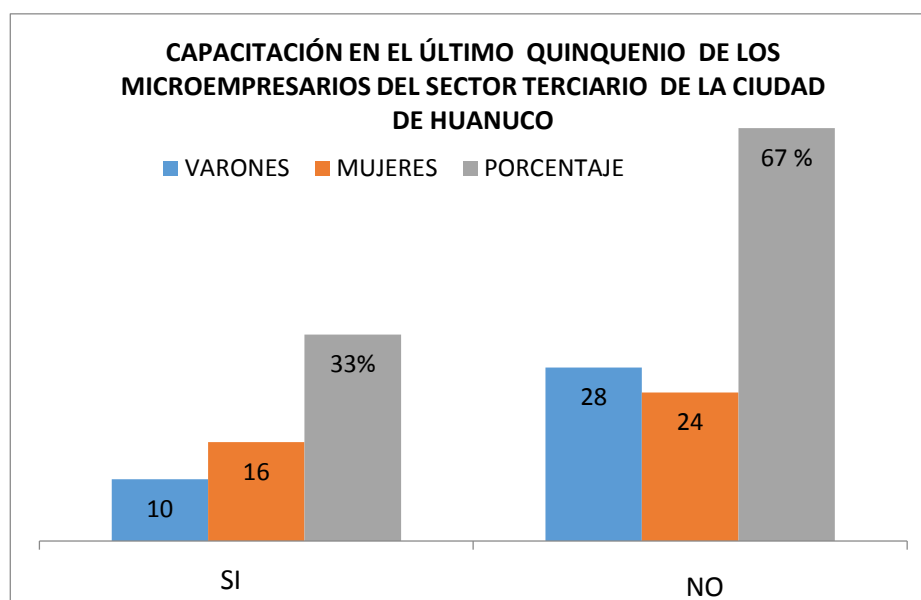
CUADRO N° 12

CAPACITACIÓN EN EL ÚLTIMO QUINQUENIO DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR TERCIARIO DE LA CIUDAD DE HUANUCO

CAPACITACION	GENERO		PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
SI	10	16	33.33
NO	28	24	66.66
TOTAL	38	40	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 11



FUENTE: CUADRO N°11
ELABORACION: PROPIO

INTERPRETACIÓN:

En el cuadro y grafico anterior se puede observar que la mayor parte de las personas encuestadas nunca han recibido capacitación con un 67 %, en los temas relacionados e indicados anteriormente, indicando la justificación del caso dos factores

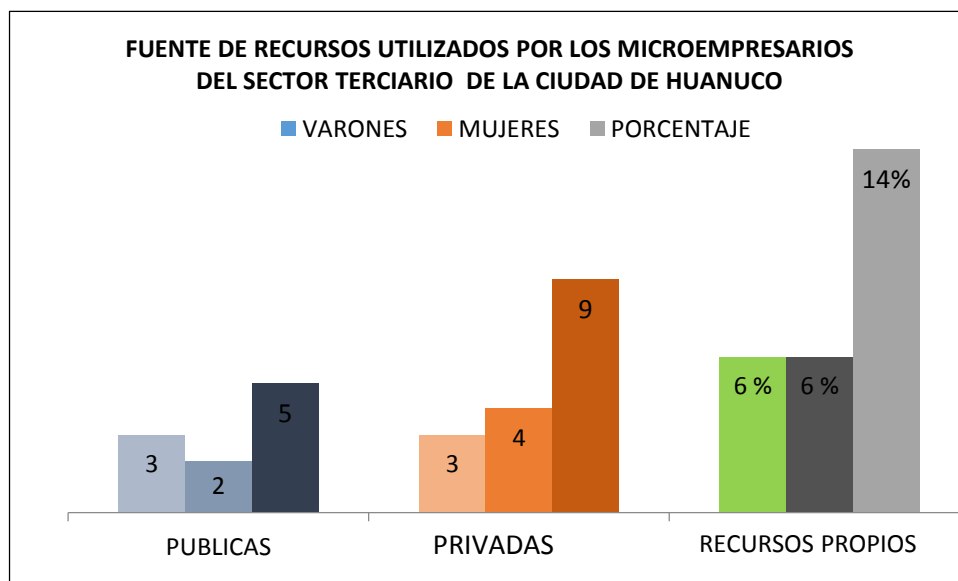
sobresalientes que son: falta de tiempo o que no saben a dónde dirigirse para poder recibirlos.

**CUADRO N° 13
FUENTE DE RECURSOS UTILIZADOS POR LOS
MICROEMPRESARIOS
DEL SECTOR TERCIARIO DE LA CIUDAD DE HUANUCO PARA
CAPACITARSE**

RECURSOS	VARONES	MUJERES	TOTAL
PUBLICAS	3	3	6
PRIVADAS	2	4	6
RECURSOS PROPIOS	5	9	14
TOTAL	10	16	26

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 12



FUENTE: CUADRO N°12
ELABORACION: PROPIA

INTERPRETACIÓN:

En esta pregunta, nos permitió indagar si los microempresarios se han capacitado en el último quinquenio en temas relacionados con la actividad de su negocio, así como la fuente de recurso utilizada para este fin, los que así lo hicieron fueron en una mínima participación como se observa en cuadro n° 12.

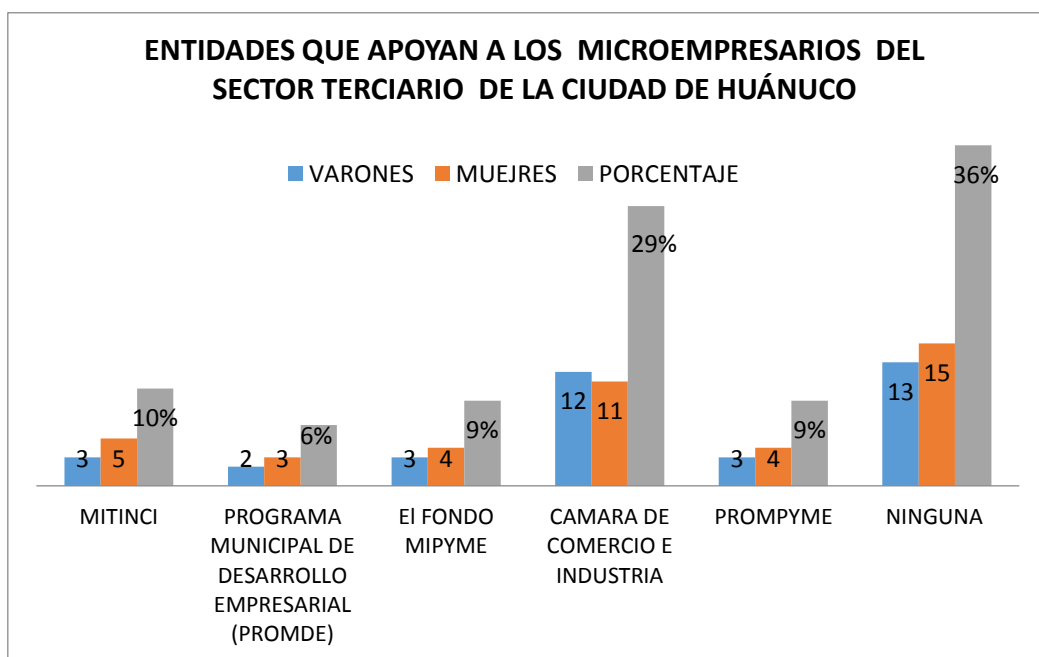
CUADRO N° 14

ENTIDADES QUE APOYAN A LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR TERCIARIO DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO

ENTIDADES QUE APOYAN A LA MICROEMPRESA			PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
MITINCI	3	5	10.26
PROGRAMA MUNICIPAL DE DESARROLLO EMPRESARIAL (PROMDE)	2	3	6.43
EI FONDO MIPYME	3	4	8.97
CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA	12	11	29.48
PROMPYME	3	4	8.97
NINGUNA	13	15	35.89
TOTAL	36	42	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 13



FUENTE: CUADRO N°13
ELABORACION: PROPIA

INTERPRETACIÓN:

De las 19 entidades locales, nacionales identificadas solo 5 fueron señaladas por los encuestados, con respecto a los programas y servicios de apoyo a los microempresarios de las diferentes instituciones identificados dentro de la investigación, siendo el más reconocido la Cámara de Comercio Huánuco sin considerar la señalización “ninguna”.

Por lo que las entidades involucradas deben de conocer la realidad que caracteriza al micro y pequeño empresario, las políticas deben estar dirigidas a lograr indicadores de impacto y poder cuantificar cuántas de estas mypes que existen actualmente tienen capacidad y oportunidad de seguir creciendo de manera sostenida.

C. FACTORES DE CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS

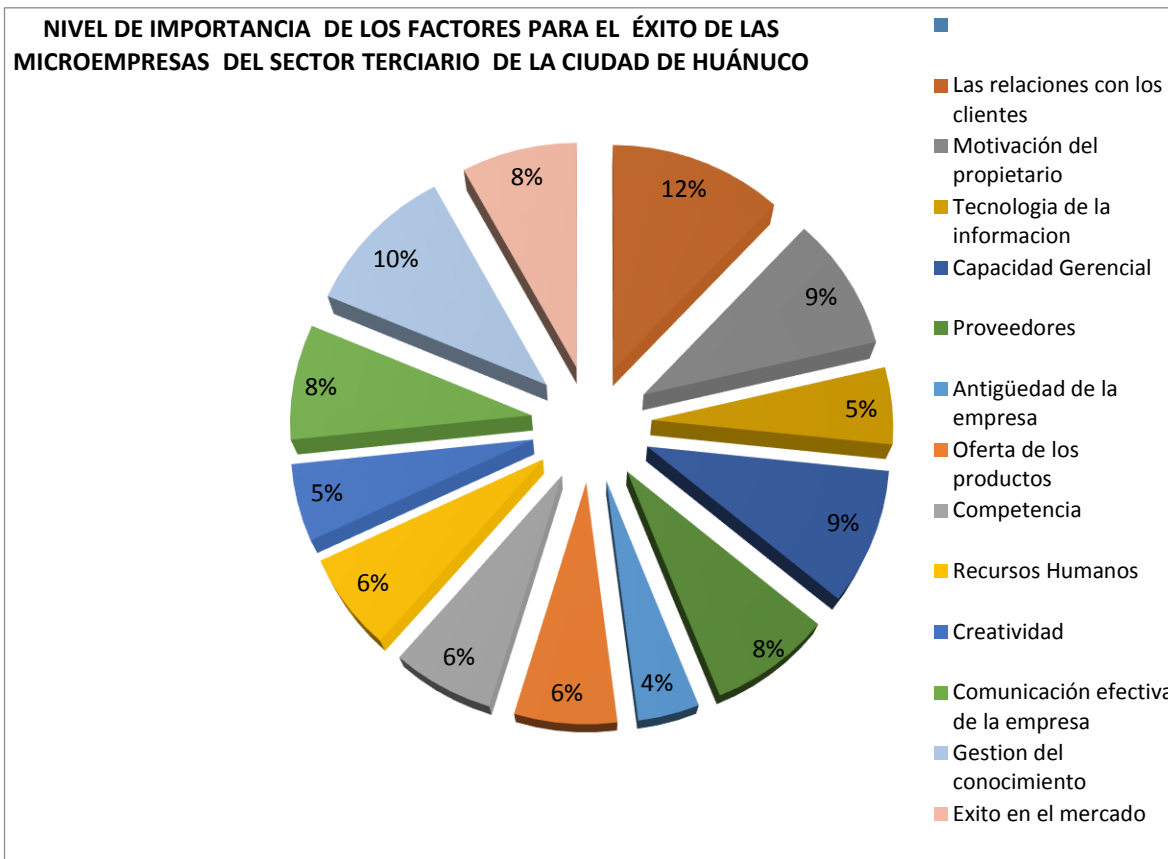
Los fundamentos del éxito de las empresas peruanas basados en: innovación de nuevos productos y servicios, pasión por la excelencia, orientación a los resultados, los valores, trabajo en equipo, grado de compromiso, tecnología de información y comunicaciones, importancia de los recursos humanos, profesionalización, habilidad, creatividad, identificación, capacidad gerencial. Todos estos factores, son la clave del éxito de las empresas que deben ser aplicados. A continuación se presenta los factores identificados por los microempresarios de la ciudad de Huánuco.

CUADRO N° 15**NIVEL DE IMPORTANCIA DE LOS FACTORES PARA EL
CRECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR
TERCIARIO DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO**

FACTORES DE ÉXITO DE LA MICROEMPRESA	GENERO		PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
Las relaciones con los clientes	4	5	11.53
Motivación del propietario	4	3	8.97
Tecnología de la Información	2	2	5.12
Capacidad Gerencial	3	4	8.97
Proveedores	2	4	7.69
Antigüedad de la empresa	2	1	3.84
Oferta de los productos	3	2	6.41
Competencia	3	2	6.41
Recursos Humanos	2	3	6.41
Creatividad	2	2	5.12
Comunicación efectiva de la empresa	3	3	7.69
Gestión del conocimiento	4	4	10.25
Éxito en el mercado	3	3	7.69
Tamaño de la empresa	2	1	3.84
TOTAL	39	39	99.94

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N°14



FUENTE: CUADRO N°14
ELABORACION: PROPIA

Según los resultados encontrados los principales aportes que valoran las empresas como factores de éxito son las **Relaciones con los Clientes** con un 12%, seguido por **Gestión del Conocimiento** con un 10%, el cual permite conseguir resultados óptimos en términos de productividad y capacidad de innovación para las empresas, mejorar procesos, encontrar soluciones, entre otros. Otro factor importante es la **Motivación** y la **Capacidad Gerencial** con un 9% respectivamente.

D. FACTOR DE COMPETITIVIDAD

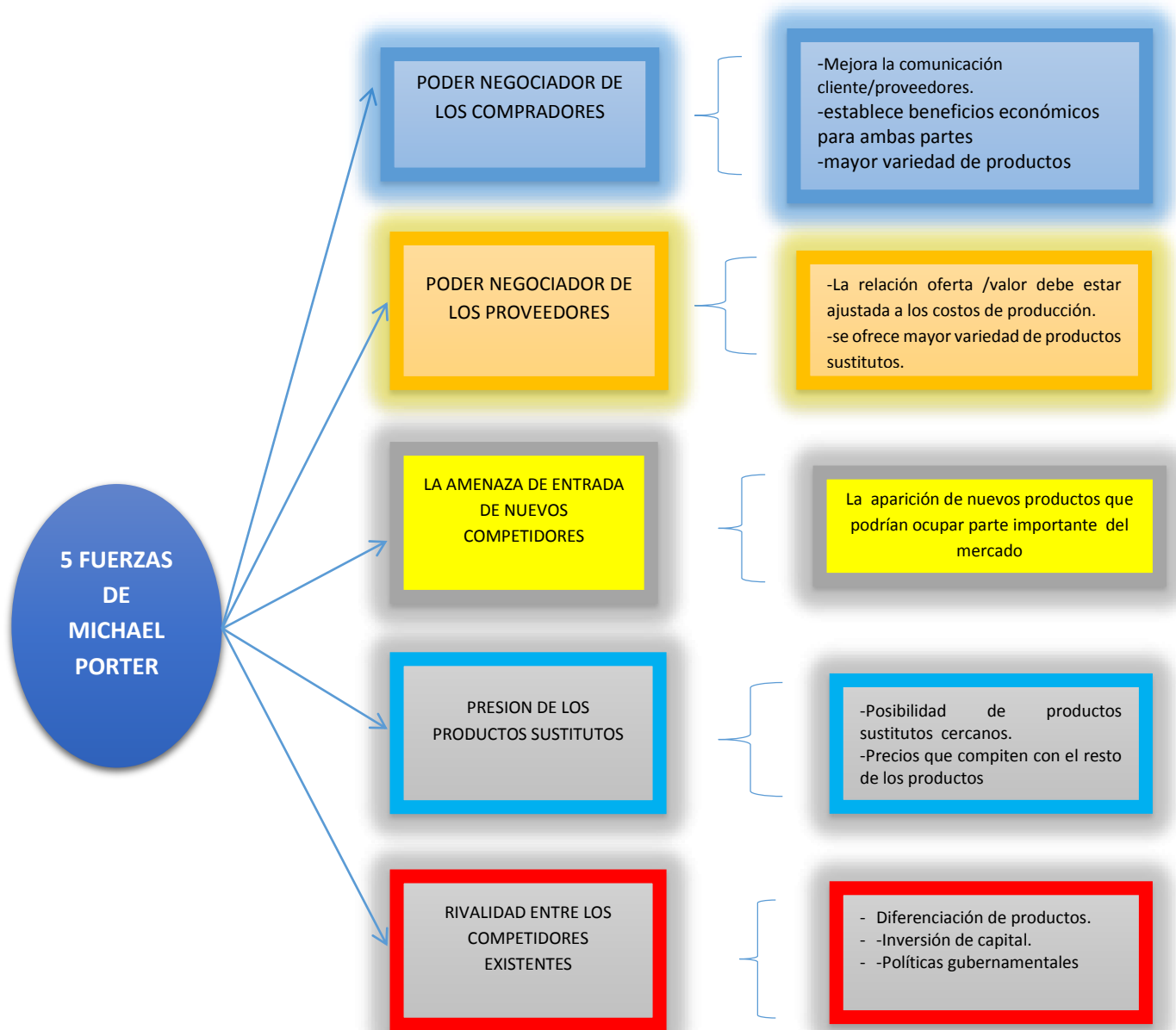
Se define a la competitividad de la pequeña empresa como la capacidad creciente de aprovechar, dadas ciertas condiciones de competitividad sistémica en el entorno, las oportunidades de mercado y obtener un buen desempeño empresarial, en términos de ganar aceptación y participación de mercado sobre la base de buena información, procesos, productos, precios, servicios, estrategias de mercadeo y servicios posventa.

Este modelo debe entenderse como un sistema interrelacionado en el que el efecto de cada uno de los cuatro factores analizados depende de la situación de los demás y de cómo se refuerzan unos a otros. El modelo parte de la base de que la prosperidad de uno o varios sectores no se hereda, en general no viene dada por una naturaleza sino que se crea a partir de valores y actitudes de un conjunto de factores determinantes que son variados, complejos y difíciles de explicar.

En este sentido analizaremos los resultados de los cuestionarios planteados a los encuestados utilizando como instrumento al Modelo de Diamante de Porter, siendo el siguiente:

Resultados obtenidos en la aplicación del Modelo del Diamante Competitividad de Porter de acuerdo a la importancia señalada por los encuestados.

Figura N° 02



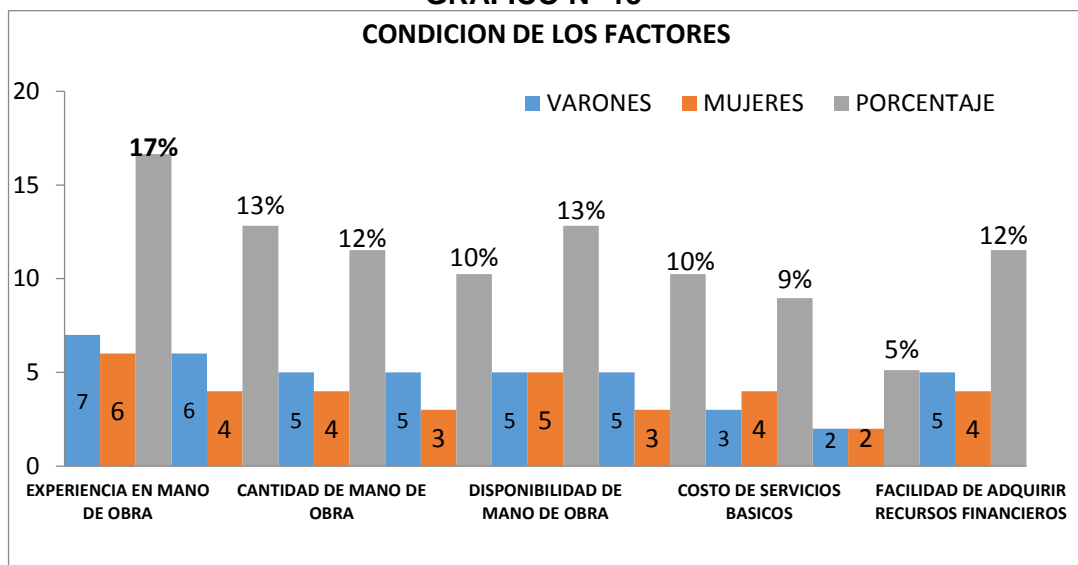
A continuación se presenta cada una de las dimensiones teóricas del diamante de competitividad de Porter, que fueron analizadas a partir de los resultados obtenidos en la aplicación del instrumento de medición.

CUADRO N° 16
CONDICION DE LOS FACTORES

CONDICIONES DE LOS FACTORES	GENERO		PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
EXPERIENCIA EN MANO DE OBRA	7	6	16.66
FORMACION DE MANO DE OBRA	6	4	12.82
CANTIDAD DE MANO DE OBRA	5	4	11.53
COSTO DE MANO DE OBRA	5	3	10.25
DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA	5	5	12.82
COSTO DE ALQUILERES	5	3	10.25
COSTO DE SERVICIOS BASICOS	3	4	8.97
COSTO DE CREDITOS	2	2	5.12
FACILIDAD DE ADQUIRIR RECURSOS FINANCIEROS	5	4	11.53
TOTAL	43	35	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 15
CONDICION DE LOS FACTORES



FUENTE: CUADRO N°15
ELABORACION: PROPIA

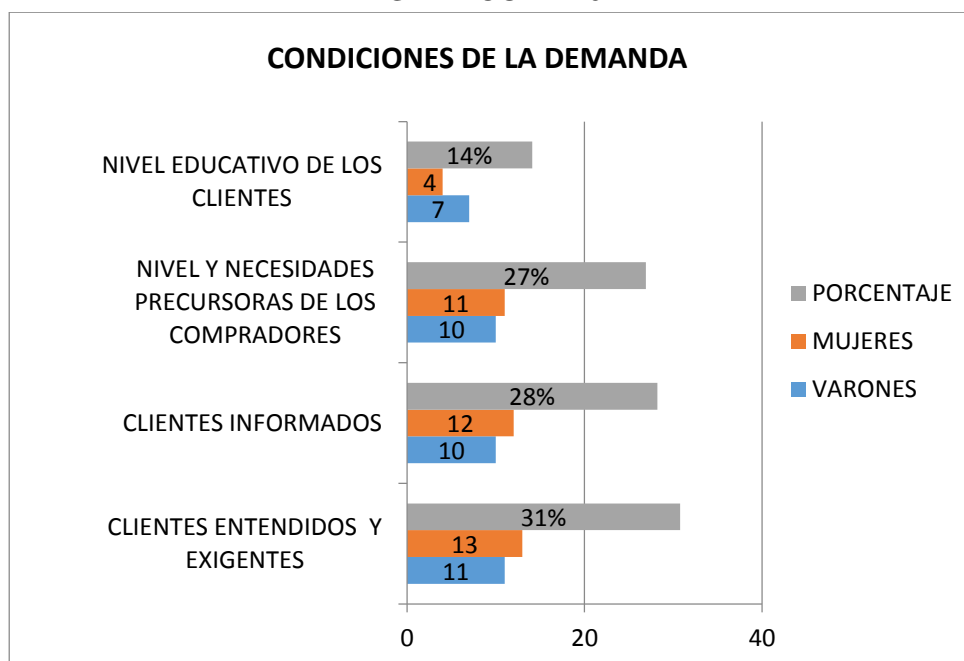
De acuerdo a lo descrito por los resultados obtenidos en este factor, se observa que en cuanto a las condiciones de los factores, los microempresarios dieron mayor importancia al factor “**experiencia de la mano de obra**” con un 17%, seguido por el factor “**formación de mano de obra**”, “**disponibilidad de mano de obra**” con un 13% respectivamente, seguido por los demás factores muy de cerca, lo que significa que este factor tiene un alto grado de importancia en la competitividad.

CUADRO N° 17
CONDICIONES DE LA DEMANDA

CONDICIONES DE LA DEMANDA	GENERO		PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
CLIENTES ENTENDIDOS Y EXIGENTES	11	13	30.76
CLIENTES INFORMADOS	10	12	28.2
NIVEL Y NECESIDADES PRECURSORAS DE LOS COMPRADORES	10	11	26.92
NIVEL EDUCATIVO DE LOS CLIENTES	7	4	14.1
TOTAL	38	40	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 16



FUENTE: CUADRO N°16
ELABORACION: PROPIA

Con las ventajas competitivas en los sectores donde la demanda interior da a sus empresas una imagen más clara o temprana de las nuevas necesidades de los compradores y donde éstos presionan a las empresas para que innoven con más rapidez y logren ventajas competitivas más valiosas que las de sus rivales. Es decir, será una gran ventaja para las empresas donde los compradores del producto están informados y son exigentes, así lo demuestran los resultados con un 28% de **los clientes informados**, seguido por **el nivel y las necesidades precursoras de los compradores (27%)** que presionan para que se alcancen altos niveles de calidad en las empresas y estimulan a las empresas a innovar y mejorar continuamente.

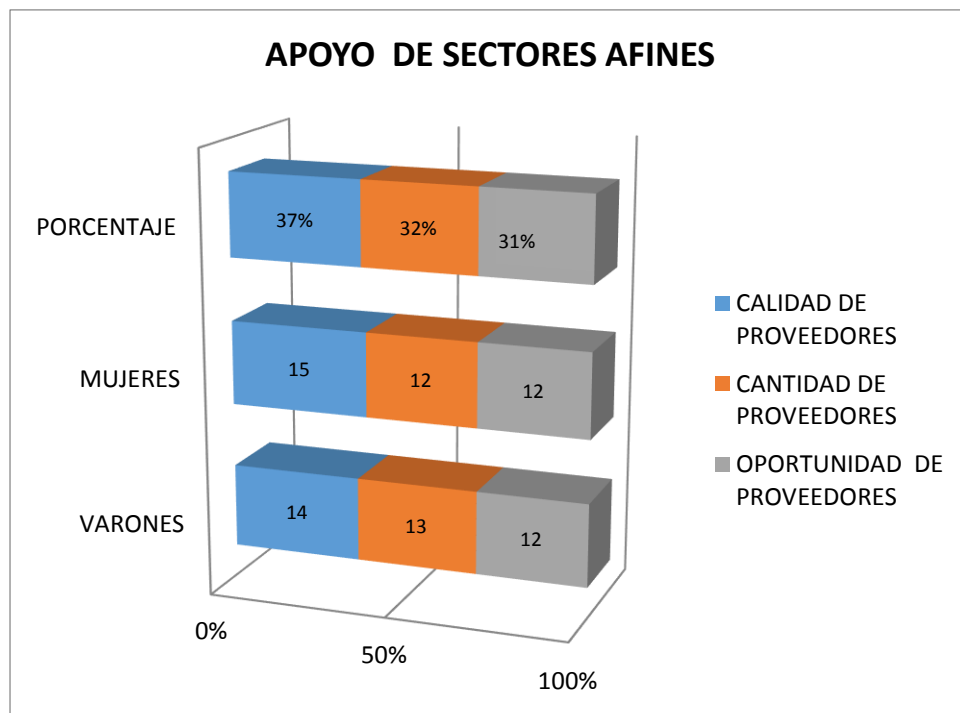
CUADRO N° 18

APOYO DE SECTORES AFINES

APOYO DE SECTORES AFINES			PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
CALIDAD DE PROVEEDORES	14	15	37.17
CANTIDAD DE PROVEEDORES	13	12	32.05
OPORTUNIDAD DE PROVEEDORES	12	12	30.76
TOTAL	39	39	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 17



FUENTE: CUADRO N°17
ELABORACION: PROPIA

Analizando el presente cuadro vemos que la calidad de los

proveedores ocupa un **37%** , esto está relacionado a la existencia de las empresas se transmiten conocimiento y ventajas que las benefician a todas: sinergias, cooperación inter empresarial, capacitación, el siguiente sector a fin es **cantidad de proveedores y oportunidad de proveedores** con un 32%, y 31% ,están relacionado con las que establecen colaboraciones o relaciones comerciales, que crean competitividad nacional a partir de unas estrechas relaciones de trabajo entre sectores mediante el aprovechamiento de unas líneas de comunicación cortas, un flujo de información rápido y un intercambio constante de innovaciones y nuevas ideas.

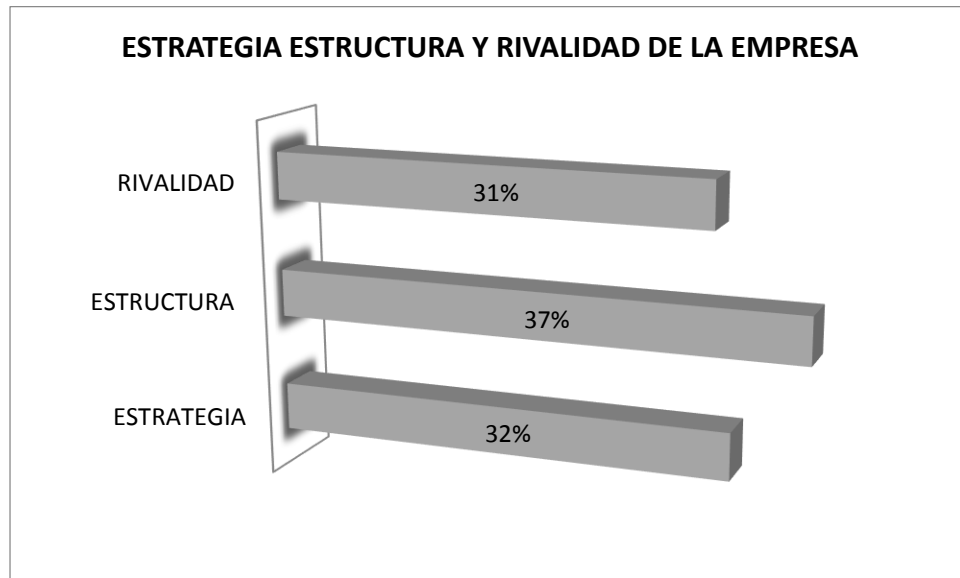
CUADRO N° 19

ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE LA EMPRESA

ESTRATEGIAS	GENERO		PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
ESTRATEGIAS	12	13	32.05
ESTRUCTURA	15	14	37.17
RIVALIDAD	12	12	30.76
TOTAL	39	39	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 18



FUENTE: CUADRO N°18
ELABORACION: PROPIA

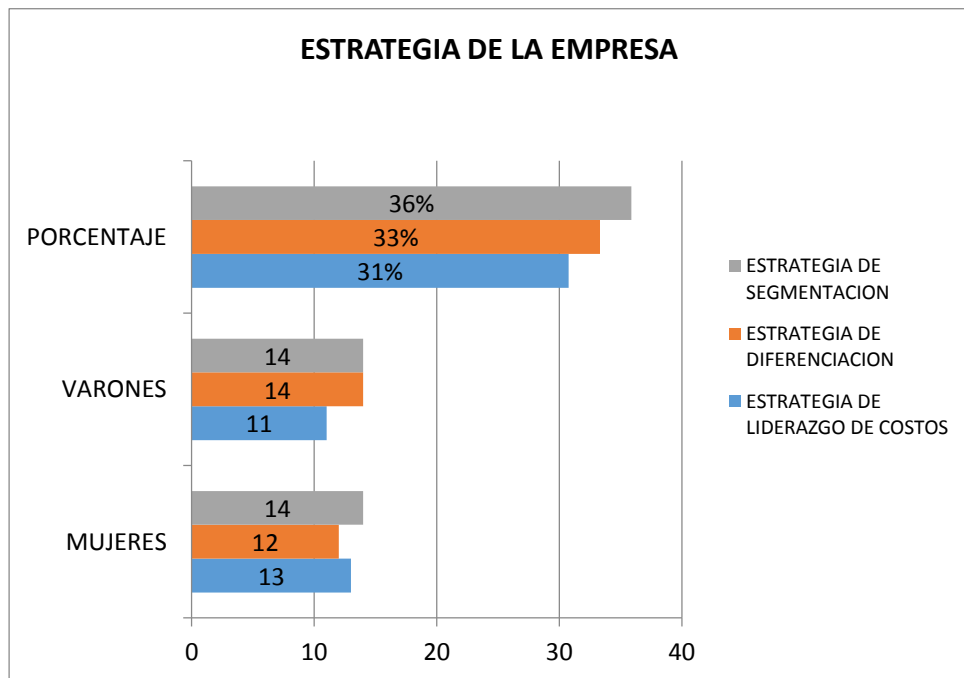
Analizando los datos vemos que el factor que más preponderancia ha tenido es estructura (37%), seguido por estrategia (32%) y rivalidad (31%). El cuarto factor genérico de la ventaja competitiva es un sector en el que se crean, organizan y gestionan las empresas, así como la naturaleza de la rivalidad interior. Las metas, estrategias y formas de organizar las empresas de cada uno varían unas de otras.

CUADRO N° 20
ESTRATEGIAS DE LA EMPRESA

ESTRATEGIA	GENERO		PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
ESTRATEGIA DE LIDERAZGO DE COSTOS	13	11	30.76
ESTRATEGIA DE DIFERENCIACION	12	14	33.33
ESTRATEGIA DE SEGMENTACION	14	14	35.89
TOTAL	39	39	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 19



FUENTE: CUADRO N° 19
ELABORACION: PROPIA

Si observamos los datos presentados vemos lo siguiente:

En Estrategia de liderazgo en costos se obtuvo un 31%, lo que consiste en fabricar uno o varios productos incurriendo en unos costes menores que la competencia, aunque no pueden descuidarse del todo aspectos como la calidad, el servicio

En Estrategia de diferenciación se obtuvo un 33% esta estrategia consiste en ofrecer un producto que el consumidor considere distinto a los ofertados por los competidores, lo que le mueve a pagar un precio superior por él. Con esta estrategia la empresa consigue aislarse de la rivalidad competitiva debido a la lealtad de los clientes y a la menor sensibilidad al precio resultante.

En Estrategia de segmentación se obtuvo 36% que consiste en centrarse en un grupo concreto de clientes o en una determinada área geográfica. Limitado el ámbito de su competencia esta estrategia puede ser a su vez de liderazgo en costos o de diferenciación con las consabidas ventajas e inconvenientes que ambas estrategias presentan.

Del total de entrevistados, solo uno de ellos desarrolló un plan estratégico de negocios que le sirvió de guía para gestionar su empresa; los demás empresarios administran sus negocios sin tener una visión, misión y objetivos de largo plazo.

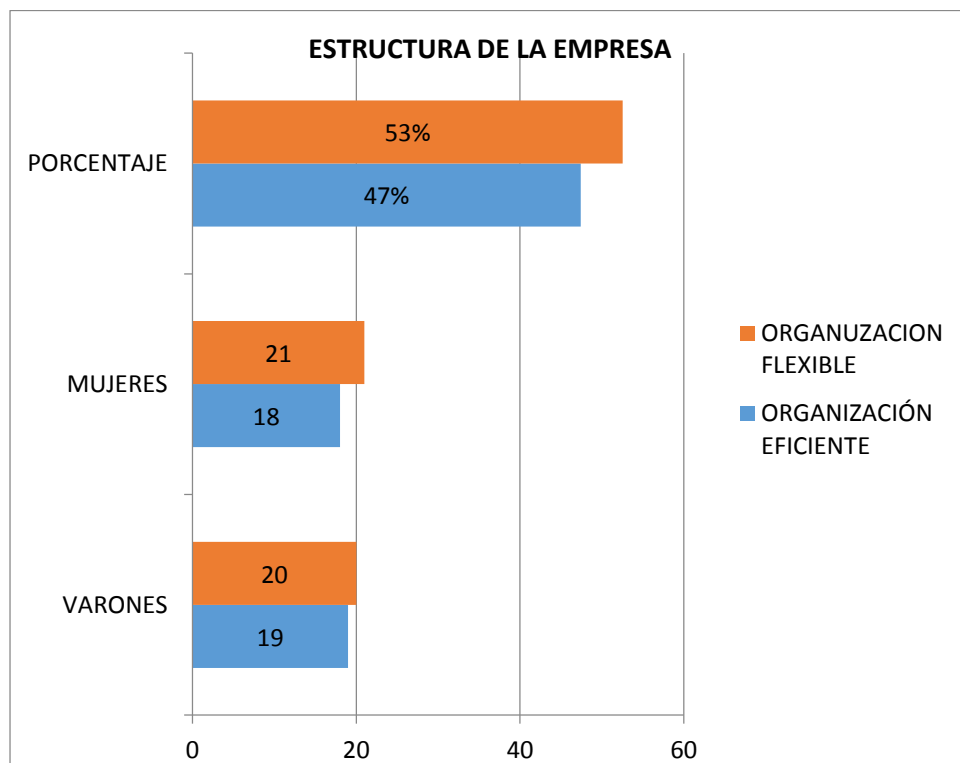
CUADRO N° 21

ESTRUCTURA DE LAS EMPRESAS

ESTRUCTURA	GENERO		PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
ORGANIZACIÓN EFICIENTE	19	18	47.43
ORGANUZACION FLEXIBLE	20	21	52.56
TOTAL	39	39	99.99

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 20



FUENTE: CUADRO N°19
ELABORACION: PROPIA

Observando los datos vemos que hay una estructura organizacional eficiente de las empresas menores al esperado (47%), frente a una estructura organizacional flexible (53%)

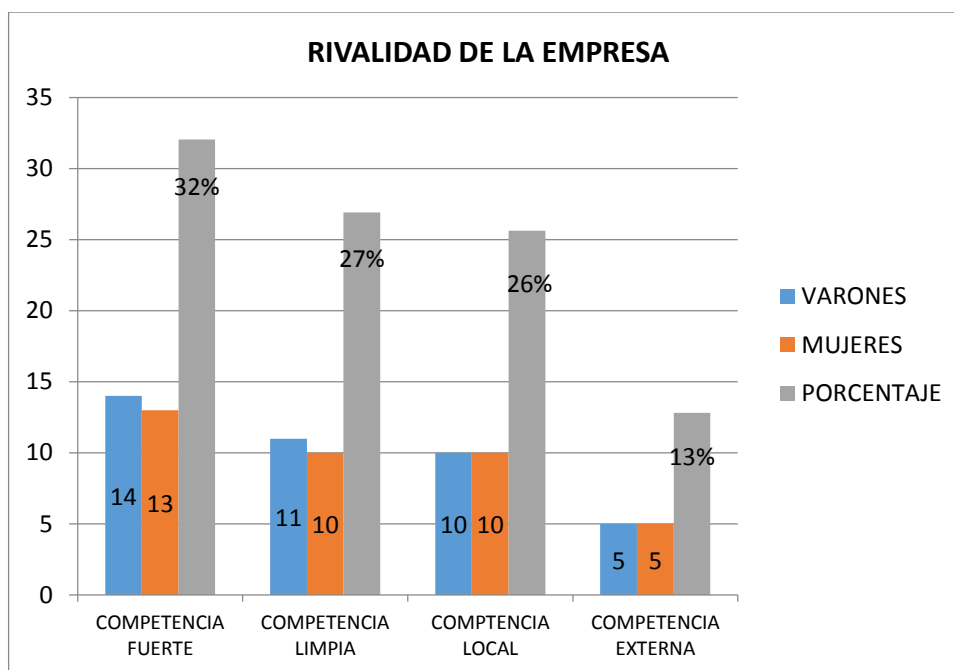
La estructura subyacente de la empresa, reflejada en el poder de sus cinco fuerzas competitivas, debe distinguirse de aquellos factores de corto plazo que también pueden afectar la competencia y el rendimiento, como las fluctuaciones en la economía. Aunque esos factores son importantes, el análisis estructural se basa en identificar las características estables de la empresa, de modo de establecer una estrategia competitiva de largo plazo.

CUADRO N° 22
RIVALIDAD DE LAS EMPRESA

RIVALIDAD DE LAS EMPRESAS	GENERO		PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
COMPETENCIA FUERTE	14	13	32.05
COMPETENCIA LIMPIA	11	10	26.92
COMPETENCIA LOCAL	10	10	25.64
COMPETENCIA EXTERNA	5	5	12.82
TOTAL	40	38	100

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 21



FUENTE: CUADRO N°19
ELABORACION: PROPIA

Analizando los datos vemos que en cuanto a la rivalidad de la empresa es fuerte (32%), del mismo modo también se ve que la competencia es limpia (27%); existe un competencia local de 26% y uno de los factores que afectan la competitividad de la empresa es la definición de estrategias principalmente comerciales de corto plazo que no anticipan el contexto competitivo del mediano plazo y que en consecuencia no preparan el futuro con inversiones de expansión, consolidación o innovación.

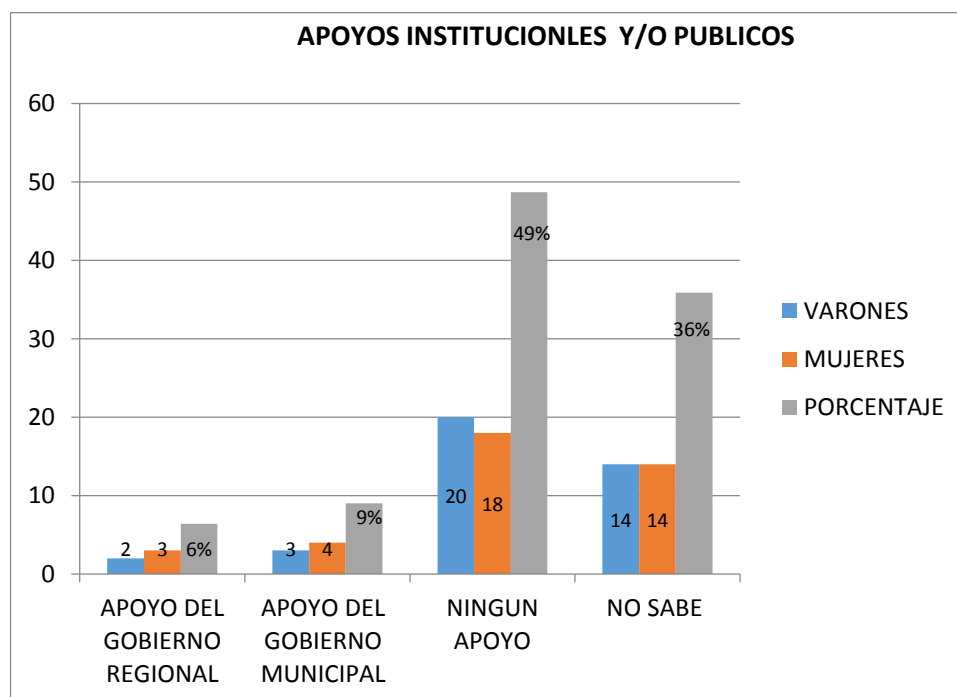
CUADRO N° 23

APOYOS INSTITUCIONLES Y/O PUBLICOS

APOYOS INSTITUCIONLES Y/O PUBLICOS	GENERO		PORCENTAJE
	VARONES	MUJERES	
APOYO DEL GOBIERNO REGIONAL	2	3	6.41
APOYO DEL GOBIERNO MUNICIPAL	3	4	9.00
NINGUN APOYO	20	18	48.71
NO SABE	14	14	35.87
TOTAL	39	39	100.00

FUENTE: ENCUESTA -NOV.-2016
ELABORACION: PROPIA

GRAFICO N° 22



FUENTE: CUADRO N°22
ELABORACION: PROPIA

Para explicar los resultados presentados en el cuadro respectivo primero explicaremos lo que es este factor. A este factor se le otorga gran importancia debido al poder que tiene el estado de influir sobre el diamante a través de leyes, normas y políticas, lo cual afecta a cada uno de los determinantes de la competitividad, está conformado por el conjunto de instituciones privadas y públicas que dotan de apoyos diversos a las empresas. Los apoyos son: Financieros Técnicos Capacitación Certificación Científicos y Tecnológicos Certidumbre jurídica y económica.

Si observamos los datos vemos que un 36% de los encuestados no sabe de la existencia sobre de estos apoyos debido a la poca difusión de los mismos, del mismo modo 49% nunca ha recibido apoyo de ninguna índole.

Por lo tanto el sector privado como el sector público deben procurar generar vínculos económicos, culturales y sociales con las empresas, con la finalidad de impulsar iniciativas empresariales y de fortalecer el desempeño empresarial a través de la articulación de estos sectores (sector público y el sector privado), se desarrollará nuevas iniciativas empresariales, capacitaciones y asistencia técnica, difusión de oportunidades de mercado.

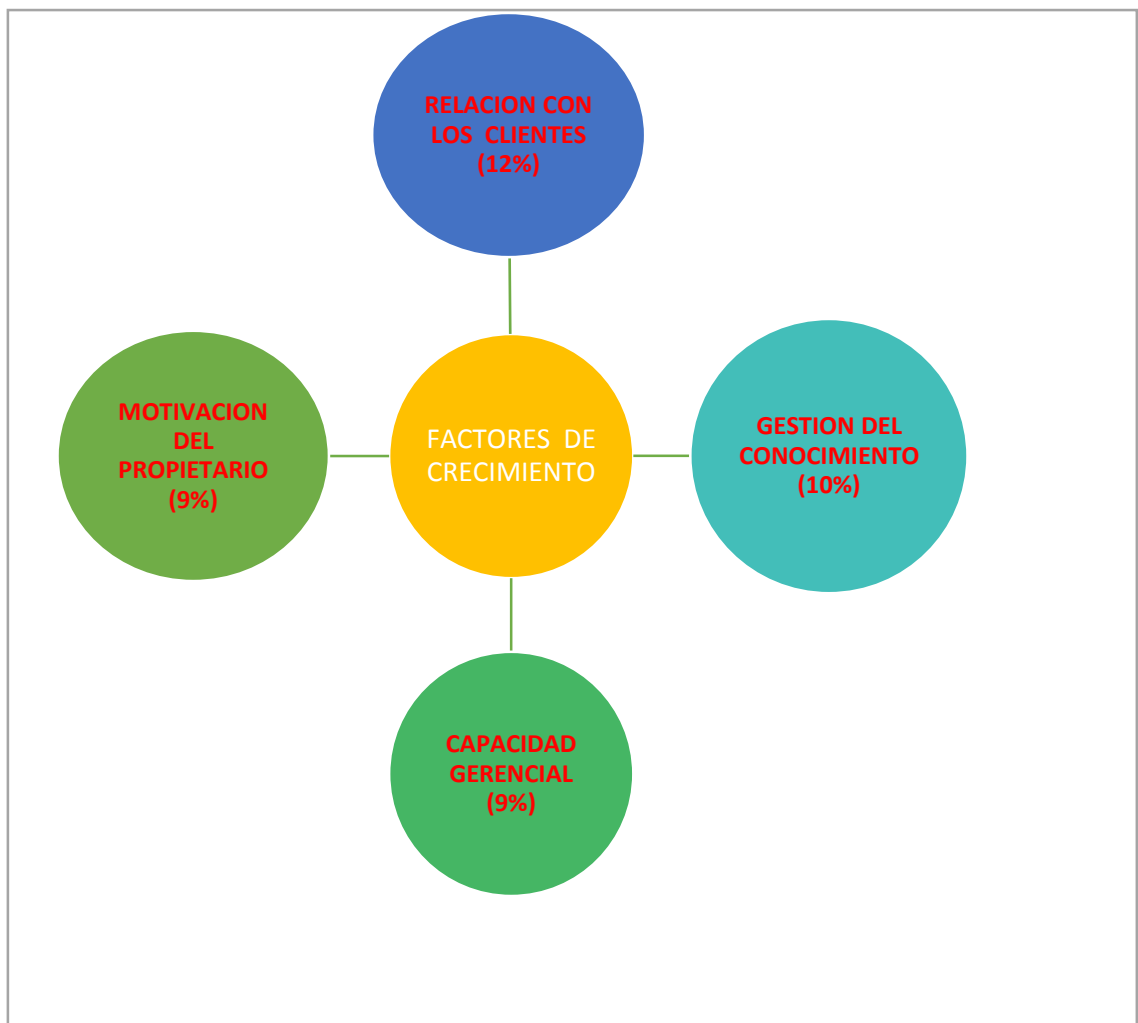
4.2. DISCUSION DE RESULTADOS

A. COMPROBACION DEL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

Objetivo General

“Determinar cuáles son los factores que inciden en el crecimiento de las microempresas del sector terciario 2010 - 2015; de la ciudad de Huánuco”

Figura N° 03. Factores de Crecimiento de las Microempresas en la ciudad de Huánuco.



Mediante la aplicación del instrumento de recolección de datos aplicado a los encuestados permitieron identificar los factores dentro de los 14 planteados mostrados en el cuadro n° 14, donde los microempresarios señalaron los más importantes que llevaron al crecimiento y éxito de su empresa y fueron los siguientes:

1° Relación con los clientes

2° Gestión del conocimiento

3° Capacidad gerencial

4° Motivación del propietario

A medida que pasan los años, el **crecimiento de las empresas** puede ser uno de los mejores aliados con los que cuenta el inversionista para maximizar sus retornos e incrementar su patrimonio a largo plazo. Por eso, es fundamental entender cuáles son los determinantes que llevan a que esto ocurra y con base en ello construir las expectativas.

Las decisiones estratégicas que tome su gerencia pueden marcar una diferencia notable. Los errores pueden complicar su expansión aunque cuente con importantes factores favorables y viceversa.

Objetivos Específicos

- ✓ **“Identificar los aportes, programas enfocados a fortalecer las microempresas de Huánuco 2010 – 2015”.**

Para identificar los aportes y programas, y ayudas actuales que fortalezcan la microempresa huanuqueña, se recopiló información secundaria para poder identificar tales programas y apoyos y cumplimiento a este objetivo. Se encontró que una escasa operatividad de los programas del gobierno para el fomento de las microempresas, y no han sido capaces de generar las condiciones necesarias para que aquellas puedan crecer en forma dinámica y estable. A ello, debe a que las microempresas enfrentan una serie de dificultades que obstruyen notablemente su desarrollo; por la cual se proponen políticas públicas que puedan apoyar realmente a las microempresas

- ✓ **Realizar un análisis competitividad de las microempresas del sector terciario en 2010 -2015 de la ciudad de Huánuco, teniendo en cuenta el diamante de Porter.**

Para desarrollar este objetivo se incluyó un componente específico en la encuesta que permitió conocer las

dimensiones de las cinco fuerzas de Porter que determinan el entorno competitivo de la empresa, el cual afecta a la rentabilidad. El poder de negociación de los compradores y los proveedores afecta la capacidad de los microempresarios de aumentar los precios y administrar los costos, respectivamente. Es así el mismo producto está disponible de varios proveedores, entonces los compradores tienen poder de negociación sobre cada proveedor. Sin embargo, si sólo hay un proveedor de un componente determinado, entonces dicho proveedor tiene el poder de negociación sobre sus clientes. Las barreras de entrada bajas atraen nueva competencia, mientras que las barreras de entrada altas la desalientan. Es probable que la rivalidad de las microempresas sea mayor cuando varias empresas están compitiendo por los mismos clientes, y la rivalidad intensa hace bajar los precios y las ganancias.

✓ **Describir el perfil del microempresario del sector terciario en el 2010 -2015 de la ciudad de Huánuco.**

Muchas veces nos preguntamos qué características debe tener un microempresario para que pueda ser exitoso en un mundo tan competitivo como el de hoy. De la recopilación de campo, podemos destacar las siguientes características que resaltan a simple vista:

Emprendimiento y liderazgo. Es característico de cada

empresario ser emprendedor, seguir adelante a pesar de todos los problemas que tiene que enfrentar. Ellos lo demuestran nuestros datos la alta concentración de empresarios se encuentra entre las edades de 41 a 50, sin dejar de lado el emprendimiento de la mujer y de los jóvenes de 21 - 30 años. Normalmente, logra mantener su liderazgo ante todos los que lo rodean porque es el que maneja la empresa y toma decisiones. Ninguna persona puede saber más del negocio que el propio empresario y eso hay que reconocerlo y respetarlo, maneja muy bien la gestión a nivel empírico y práctico, y conoce personalmente el entorno, pero le falta complementar sus conocimientos técnicos y recursos de planificación estratégica.

Estado civil. El estado civil casado, implica estabilidad emocional y esto genera tranquilidad en la empresa, los empresarios valoran mucho el apoyo y soporte que le puede dar la esposa y los hijos al momento de tomar decisiones importantes para seguir con empuje hacia adelante y un claro deseo de seguir creciendo de manera sostenida, es la meta que tiene cada empresario.

Grado de Instrucción: El hecho de que esta mano de obra esté especializada, permite cierta ventaja comparativa con relación a la mano de obra no calificada, pues, la mano de obra calificada, muchas veces busca una constante capacitación, es abierta a la innovación, y tiene una curva de aprendizaje mayor, lo que redundará en la competitividad de la unidad económica.

Iniciación Personal. Los empresarios buscan ampliar sus mercados, ser innovadores, creativos y siempre están pendientes de las nuevas oportunidades que se les pueda presentar.

Expectativas y Riesgo. Son empíricos y arriesgados, no dudan de su olfato y siempre deciden invertir de acuerdo a lo que ellos creen.

Dedicación. Reconocen que no saben todo y necesitan que los ayuden para no perder el control en la empresa. Necesitan capacitación y asesoría debido a que cada empresa es diferente. Los tiempos no son los mismos, por eso solicitan que los asesoren a gestionar mejor sus negocios, porque saben que si son desordenados y desorganizados no podrán crecer y no podrán hacer frente a la competencia o a los grandes almacenes.

B. PRUEBA DE HIPOTESIS

La Hipótesis

H_1 = “Los principales factores que influyen en el crecimiento de las microempresas del sector terciario durante los años 2010-2015 en la ciudad de Huánuco que desarrollan su capacidad productiva y competitiva son la Relación con los clientes, la Gestión del conocimiento, la Capacidad gerencial y Motivación del propietario.

H_0 = “Los principales factores que No influyen en el crecimiento de las microempresas del sector terciario durante los años 2010-2015 en la ciudad de Huánuco que desarrollan su capacidad productiva y competitiva son la Relación con los clientes, la Gestión del conocimiento, la Capacidad gerencial y Motivación del propietario.”

Comprobación de la Hipótesis

$$t_c = \frac{\bar{X} - \mu}{\sigma_{\bar{X}}}$$

$$\sigma_{\bar{X}} = \sqrt{\frac{\sum(X - \bar{X})^2}{n - 1}}$$

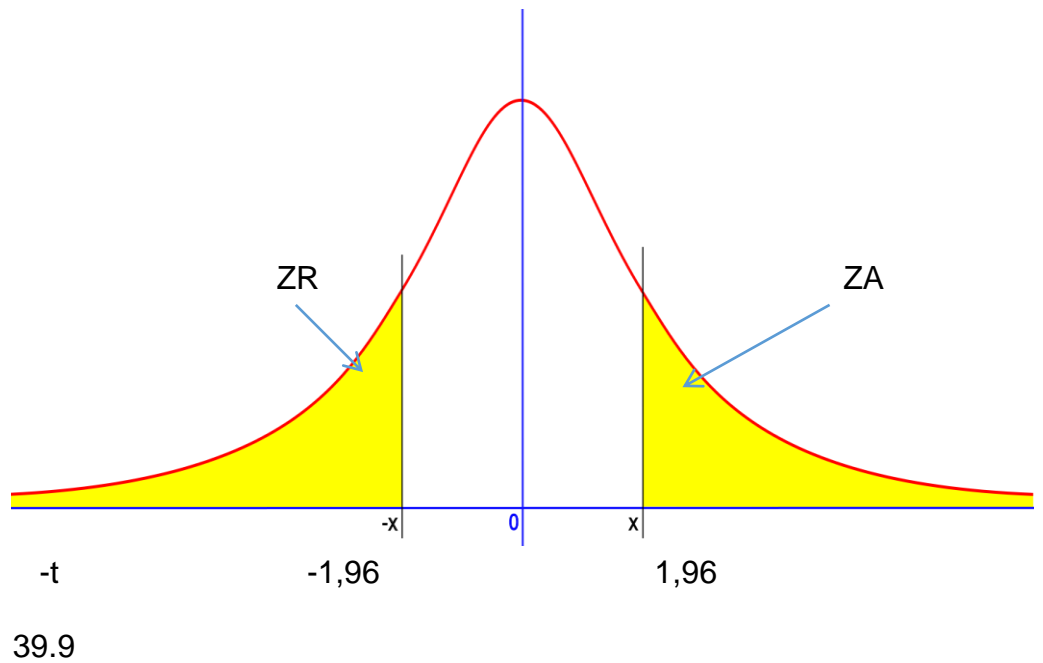
La media (\bar{X}) = 9.9

La Desviación Estándar de la media ($\sigma_{\bar{X}}$) = 0.25

Aplicando la fórmula de t de Student optemos el siguiente resultado:

$$t_c = 9.9. / 0.25 = 39.6$$

$$t_t = 1.96$$



$t_c > t_t$ se rechaza H_0 y se acepta H_1

CONCLUSIONES

- ✓ La mayor parte de las personas encuestadas son de sexo masculino; pero es importante resaltar que en la actualidad existen mujeres emprendedoras que dirigen una microempresa, representando el 43% del total de encuestados. Del mismo modo se puede apreciar que en nuestro medio las personas a corta edad están incursionando en los negocios puesto que el 15 % son empresarios en el rango de 21 a 30 años. También se observa que la más alta concentración de empresarios se encuentra entre las edades de 41 a 50 años; sin embargo también se aprecia que de 51 a más años existe un 27% de la muestra.
- ✓ Los principales aportes que valoran las empresas como factores de éxito son las **Relaciones con los Clientes** con un 12%, seguido por **Gestión del Conocimiento** con un 10%, el cual permite conseguir resultados óptimos en términos de productividad y capacidad de innovación para las empresas, mejorar procesos, encontrar soluciones , entre otros. Otro factor importante es la **Motivación** y la **Capacidad Gerencial** con un 9% respectivamente.
- ✓ Debido a la importancia de las microempresas y su problemática para sobrevivir y competir en un mercado cada vez más exigente, se pone de manifiesto la necesidad de analizar los factores que

determinan su competitividad , ello se demuestra en las personas encuestadas que nunca han recibido capacitación (67 %) .

- ✓ Actualmente existen muchísimos competidores en la mayoría de los sectores de mercado y todo es muy cambiante ya que los consumidores exigen más calidad en productos, en servicios y también aparecen otras necesidades por satisfacer.
- ✓ En lo referente a los factores de competitividad que se basó en el modelo del diamante de competitividad de Michael Porter, se conoció las ventajas competitivas en los sectores donde la demanda interior da a sus empresas una imagen más clara o temprana de las nuevas necesidades de los compradores y donde éstos presionan a las empresas para que innoven con más rapidez y logren ventajas competitivas más valiosas que las de sus rivales. Es decir, será una gran ventaja para las empresas donde los compradores del producto están informados y son exigentes, así lo demuestran los resultados con un 28% de **los clientes informados**, seguido por **el nivel y las necesidades precursoras de los compradores (27%)** que presionan para que se alcancen altos niveles de calidad en las empresas y estimulan a las empresas a innovar y mejorar continuamente.

RECOMENDACIONES

- ✓ Los fundamentos del éxito de las empresas familiares peruanas basados en: innovación de nuevos productos y servicios, pasión por la excelencia, orientación a los resultados, los valores, trabajo en equipo, grado de compromiso, tecnología de información y comunicaciones, importancia de los recursos humanos, profesionalización, habilidad, creatividad, identificación, capacidad gerencial.
- ✓ Hacer un esfuerzo por comprometerse con otras instituciones con quienes tengan convenios de tal manera que se integren con mayor responsabilidad en la creación de las microempresas.
- ✓ Hacer posible una mayor divulgación sobre la escasa operatividad de los programas del gobierno para el fomento de las microempresas, y no han sido capaces de generar las condiciones necesarias para que aquellas puedan crecer en forma dinámica y estable. A ello, debe a que las microempresas enfrentan una serie de dificultades que obstruyen notablemente su desarrollo; por la cual se propones políticas públicas que puedan apoyar realmente a las microempresas
- ✓ Se recomienda la profesionalización del negocio, para iniciar y mejorar un negocio, después de capacitarse un pequeño empresario o mediano empresario, será más competitivo y disminuirá el riesgo

de sus inversiones, tendrá conocimientos para analizar las oportunidades del mercado, estará en mejores condiciones para pedir financiamiento, aumentará su capacidad para tomar decisiones.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Anzola, S. (1993), *Administración de pequeñas empresas*. México, Edit. McGraw-Hill.
2. *Biblioteca practica de administración y ventas*, (1982), Tomo IV. Barcelona, Edit. Océano S. A.
3. Cohen, E. y otros, (1989), *Microempresas y economía popular*. Guatemala, Edit. ILPES.
4. Fisher, L. y Navarro, A. (1984), *Introducción a la investigación de mercados*. México, Edit. Interamericana.
5. [Isaac Córdova Baldeón](#), "Estadística aplicada a la investigación" .Editorial [San Marcos](#) Lugar de publicación: Lima, edición: 2010
6. Koontz, H. Y Wehrich, H. (1998), *Administración una perspectiva global*. 11ª. ed. México, Edit. McGraw-Hill.
7. Reyes, A. (1994), *Administración moderna*. México, Edit. Limusa.
8. Rosenberg, J. (1996), *Diccionario de administración y finanzas*. España, Edit. Centrum.
9. Stanton, W. (1987), *Fundamentos de mercadotecnia*. 9ª. ed. México, Edit. MacGraw-Hill.
10. Stoner, J. y Freeman E. (1994), *Administración*. 5a. ed. México, Edit. Prentice Hall.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

“FACTORES QUE INCIDEN EN EL CRECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR TERCIARIO 2010 -2015 DE LA CIUDAD DE HUANUCO”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cuáles son los factores que inciden en el crecimiento de las microempresas del sector terciario 2010 -2015; de la ciudad de Huánuco?</p> <p>PROBLEMA ESPECÍFICO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ¿Cuáles son los aportes, programas enfocados hacia las microempresa del sector terciario en 2010 – 2015 de la ciudad de Huánuco? ➤ ¿Cuál es el nivel de competitividad de las microempresas del sector terciario en 2010 -2015 de la ciudad de Huánuco, teniendo en cuenta el diamante de Porter? ➤ ¿Cuál es el perfil del microempresario del sector terciario en 2010 – 2015 de la ciudad de Huánuco? 	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar cuáles son los factores que inciden en el crecimiento de las microempresas del sector terciario 2010 -2015; de la ciudad de Huánuco</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Identificar los aportes, programas enfocados a fortalecer las microempresa de Huánuco? ➤ Realizar un análisis competitividad de las microempresas del sector terciario en 2010 -2015 de la ciudad de Huánuco, teniendo en cuenta el diamante de Porter? ➤ Describir el perfil del microempresario del sector terciario en el 2010 -2015 de la ciudad de Huánuco? 	<p>H° = Los principales factores que influyen en el crecimiento de las microempresas del sector terciario durante los años 2010-2015 en la ciudad de Huánuco y que desarrollan su capacidad productiva y competitiva son la Relación con los clientes, la Gestión del conocimiento, Capacidad gerencial y Motivación del Propietario.</p> <p>H₁ = Los principales factores que no influyen en el crecimiento de las microempresas del sector terciario durante los años 2010-2015 en la ciudad de Huánuco y que no desarrollan su capacidad productiva y competitiva son la Relación con los clientes, la Gestión del conocimiento, Capacidad gerencial y Motivación del Propietario.</p>	<p style="text-align: center;">VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Factores crecimiento</p> <p>INDICADORES</p> <p>Cobertura de mercados. Microempresas</p> <p style="text-align: center;">VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Capacidad competitiva</p> <p>INDICADORES</p> <p>-Relación con los clientes -Capacidad de Gestión -Capacidad gerencial - motivación del propietario</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN En esta investigación se realizará un estudio de tipo exploratorio, este tipo de investigación permitirá establecer un contacto con el objeto de estudio, dando una visión.</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN Según la naturaleza del estudio de la investigación, por su nivel de las características es un estudio descriptivo y explicativo.</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Para el diseño de la investigación, emplearemos el de una investigación por objetivos conforme al esquema siguiente:</p> $OG \left\{ \begin{array}{l} oe1 \text{ -----} cp 1 \\ oe2 \text{ -----} cp2 \\ oe3 \text{ -----} cp3 \end{array} \right\} CF=HG$ <p>DONDE:</p> <p>OG= Objetivo General oe= Objetivo específico cp= Conclusión Parcial CF= Conclusión Final HG= Hipótesis General</p> <p>POBLACIÓN: Lo Integran las Micro Empresas de la ciudad de Huánuco de la zona urbana, que tengan su Ruc actualizado, para lo cual se tiene en cuenta el último balance económico y su inscripción en la Cámara de Comercio de Huánuco, donde determina que el total de microempresas corresponde a 6,673.</p> <p>MUESTRA Para la muestra se utilizara el método de muestreo Probabilístico, el cual permite que todos los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados para formar parte de la muestra.</p>

**“FACTORES QUE INCIDEN EN EL CRECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS
DEL SECTOR TERCIARIO 2010 – 2015
DE LA CIUDAD DE HUANUCO”**

ENCUESTA

La presente encuesta se realiza con la finalidad de determinar los “factores que inciden en el crecimiento de las microempresas del sector terciario 2010 -2015 de la ciudad de Huánuco”.

Los resultados serán presentados en la mencionada tesis .Por favor complete la encuesta cuidadosamente al leerla por completo primero, y luego señale sus respuestas con una “x” en el complete la frase respectiva con una respuesta apropiada.

I. Características del microempresario

1. Nombre de la microempresa _____
2. Nombre del microempresario _____
3. Estado civil casado __ soltero __ viudo __ unión libre __ separado __ NS __ NR __
4. Indique en que rango de edad se encuentra
De 15 a 24 años __ de 25 a 34 años __ de 35 a 44 años __ de 45 a 54 años __
de 55 años a mas __
5. Género Femenino __ Masculino __
6. Lugar de nacimiento Dpto. _____ Ciudad _____ País _____
7. ¿Cuál es su nivel educativo más alto alcanzado?
Primaria _____ secundaria _____ universitario _____ posgrado _____
Otros _____ ¿cuáles? _____
8. ¿Cómo adquirió usted su negocio?
La inicio usted mismo _____ Lo heredo _____ Lo compro _____ Lo rento _____
Se lo regalaron _____ Otros _____ Si otros _____ ¿Cómo? _____
NS _____ NR _____
9. ¿Cuántas horas al día se dedica usted a su negocio?
_____ horas NS _____ NR _____
10. ¿El propietario del negocio reside en el mismo lugar donde funciona el negocio? Sí __ No __
11. ¿Qué hacía usted antes de iniciar este negocio?

12. ¿Qué lo motivo para iniciar este negocio?

13. ¿Cuáles son las expectativas que tiene con su negocio?

14. ¿Cuál fue la fuente principal de dinero para iniciar este negocio?
Ahorros propios _____ Ahorros familiares _____ Prestamistas _____
Préstamos de familiares o amigos _____ Bancos _____
Otras fuentes _____ Si otras fuentes ¿cuáles? _____
15. ¿durante el funcionamiento de su negocio cual ha sido el acceso y utilización del crédito? Solo familiares y amigos _____ Solo proveedor _____ solo bancos y financieras _____ NS _____
_____ NR _____

IV. Factores de competitividad

A continuación se muestra una lista que podría contribuir a la competitividad del sector. Para cada uno de ellos indique el nivel de importancia que tiene utilizando una escala del 1 al 5. Siendo nada importante (1) y muy importante (5)

I. CONDICIONES DE LOS FACTORES

Cantidad de mano de obra	1	2	3	4	5
Disponibilidad de mano de obra	1	2	3	4	5
Formación de la mano de obra	1	2	3	4	5
Experiencia de la mano de obra	1	2	3	4	5
Costo de la mano de obra	1	2	3	4	5
Costo de los créditos	1	2	3	4	5
Costo de los servicios públicos	1	2	3	4	5
Costo del arriendo	1	2	3	4	5

II. CONDICIONES DE LA DEMANDA

Exigencia de los clientes	1	2	3	4	5
Sofisticación de los clientes	1	2	3	4	5
Nivel de educación de los clientes	1	2	3	4	5
Nivel de información y experiencia de los clientes	1	2	3	4	5

III. SECTORES DE AFINES Y DE APOYO

Cantidad de proveedores	1	2	3	4	5
Calidad de proveedores	1	2	3	4	5
Oportunidad de proveedores	1	2	3	4	5

IV. ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE LA EMPRESA

Las estrategias de las microempresas					
Se basan en liderazgo de costos	1	2	3	4	5
Estrategia de diferenciación	1	2	3	4	5
Están orientadas hacia algún segmento del mercado	1	2	3	4	5
Estructura					
Estructura organizativa eficiente	1	2	3	4	5
Estructura organizativa flexible	1	2	3	4	5
Rivalidad					
La competencia entre las microempresas es fuerte	1	2	3	4	5
La competencia entre las microempresas es limpia	1	2	3	4	5
La competencia existente local	1	2	3	4	5
La competencia existente externa	1	2	3	4	5

V. GOBIERNO

Apoyo gobierno regional	1	2	3	4	5
Apoyo del gobierno municipal	1	2	3	4	5
Ningún apoyo					
No sabe					

Gracias por su colaboración

Los tesistas