

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE INGENIERIA ECONOMICA
CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERIA ECONOMICA



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE INGENIERIA ECONOMICA

CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERIA ECONOMICA

PRESENTADO A LA DIRECCION DE INVESTIGACION DE LA FACULTAD
DE INGENIERIA ECONOMICA PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
INGENIERO ECONOMISTA

APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE:

Dr. Alberto Quintanilla Chacon

PRIMER MIEMBRO:

Mg. Cs. Roberto Araníez Mayta

SEGUNDO MIEMBRO:

Mg. Cs. Edson Apaza Mamani

DIRECTOR DE TESIS:

Mgr. Cs. Carlos Ramirez Cayro

PUNO - PERU

2006

Area: Economía de la Empresa y Mercados

Tema: Valoración de Empresas

A Dios, quien en su bondad me dio las fuerzas, ánimo y paciencia para su culminación, a mi madre que con su carácter es un ejemplo y reto de perseverancia y a la memoria de mi querido padre que siempre me acompaña.



AGRADECIMIENTOS

Esta Tesis no habría podido llevarse a término sin la ayuda y colaboración de numerosas personas.

Deseo, en primer lugar, expresar mi profundo agradecimiento al Director de la Tesis, profesor Mgr. Sc. Carlos Ramírez Cayro. Por sus orientaciones, directrices y observaciones sobre el contenido, así como sus valiosas y acertadas críticas, que han posibilitado la finalización de este trabajo.

Deseo, asimismo, dejar constancia de mi agradecimiento a los Jurados Dr. Alberto Quintanilla Chacon; Mg Cs. Roberto Arpi Mayta y Mg Cs. Edson Apaza Mamani. Profesores de la Facultad de Ingeniería Económica de la Universidad Nacional del Altiplano por haber contribuido en mi formación con el aporte de sus conocimientos.

A las Empresas que han apoyado directamente en el desarrollo de este trabajo de investigación y en especial a un amigo Higinio Quispe Avendaño.

Quiero hacer extensiva mi gratitud a los profesores y compañeros de la Facultad de Ingeniería Económica de la Universidad Nacional del Altiplano por sus constantes estímulos y a todas aquellas personas que directa o indirectamente colaboraron en la culminación del presente Trabajo de Investigación.

Finalmente, quiero dar las gracias a las personas que más quiero, mis padres, mis hermanos, y toda mi familia y amigos, por su paciencia y apoyo constante durante todo este tiempo.

Jimmy Eloy Gonzales Ortiz

ÍNDICE

	<i>Pág.</i>
RESUMEN.....	1
INTRODUCCION.....	3
CAPITULO I	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	9
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACION DEL PROBLEMA.....	9
1.1.1. Planteamiento del Problema.....	9
1.1.2. Formulación del Problema.....	20
1.1.2.1. Problema General.....	20
1.1.2.2. Problemas Específicos.....	20
1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION.....	21
1.3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO.....	36
1.3.1. Objetivo General.....	36
1.3.2. Objetivos Específicos.....	36
CAPITULO II	
MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION.....	37
2.1. MARCO TEORICO.....	37
2.2. MARCO CONCEPTUAL.....	49
2.3. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION.....	53
2.3.1. Hipótesis General.....	53
2.3.2. Hipótesis Específicas.....	53
2.3.3. Operacionalización de variables.....	54
CAPITULO III	
METODO DE INVESTIGACION.....	56
3.1. Unidades de Análisis y Fuentes de Investigación.....	56
3.1.1. Unidades de Análisis.....	56
3.1.2. Fuentes de Información.....	56
3.2. Métodos de Investigación.....	57
3.2.1. Método Inductivo.....	57
3.2.2. Método Deductivo.....	57
3.2.3. Método Analítico.....	58
3.2.4. Método Descriptivo.....	59
3.3. Técnicas de Recolección de Datos.....	60
3.3.1. Observación Directa.....	60
3.3.2. Entrevista.....	60
3.3.2. Encuesta.....	61
3.4. Instrumentos de Recolección de Datos.....	61
3.5. Población y Muestra.....	62
3.5.1. Población.....	62
3.5.2. Muestra.....	63
CAPITULO IV	
CARACTERIZACION DEL AREA DE INVESTIGACION.....	64
4.1. Ubicación del Ámbito de Estudio.....	64
4.2. Delimitación del Ámbito de Estudio.....	64
4.3. Características del Ámbito de Estudio.....	65

CAPITULO V

EXPOSICION Y ANALISIS DE RESULTADOS.....	66
5.1. SITUACIÓN TECNOLÓGICA DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DE PÁGINAS WEB.....	66
5.1.1. Aspectos generales.....	66
5.1.2. Análisis de Estimación Econometrica del Nivel de Tecnología de Las Empresas de Servicios de Páginas Web.....	70
5.1.3. Principales Características Tecnológicas de las Empresas de Servicios de Páginas Web.....	73
5.1.3.1. Análisis del Nivel de Tecnología de las Empresas de Servicios de Páginas Web.....	73
5.1.3.2. Análisis de la Especialización de Recursos Humanos de las Empresas de Servicios de Páginas Web.....	75
5.1.3.3. Análisis del Nivel de Producción de las Empresas de Servicios de Páginas Web.....	76
5.1.3.4. Años de Experiencia o de Funcionamiento.....	78
5.1.3.5. Grado de Instrucción alcanzado por los Empresarios.....	79
5.1.3.6. Capacitación y/o Actualización eventual del Empresario.....	80
5.1.3.7. Situación Operativa de las Empresas.....	81
5.1.3.8. Situación del Personal Operario.....	82
5.2. ANALISIS DE COSTOS DE PRODUCCION Y CONCENTRACION DEL MERCADO DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DE PÁGINAS WEB.....	83
5.2.1. Análisis de Estructura de Costos de Producción.....	83
5.2.2. Análisis de Evolución de Costos de Producción.....	84
5.2.3. Determinación e Interpretación Global del Punto de Equilibrio.....	85
5.2.4. Grado de concentración de Mercado por el índice de Herfindahl - Hirschman (HHI).....	88
5.2.5. Óptima Planta de Producción de Páginas Web.....	90
5.3. ANALISIS DE RENTABILIDAD ECONOMICA DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DE PÁGINAS WEB.....	92
5.3.1. Análisis de Rentabilidad Económica de las Empresas de Servicios de Páginas Web.....	92
5.3.2. Análisis de la Evolución de Rentabilidad Económica De las Empresas de Servicios de Páginas Web.....	94
5.3.3. Análisis de Rentabilidad Sobre las Ventas de las Empresas de Servicios de Páginas Web.....	95
5.3.4. Análisis de la Evolución de Rentabilidad Sobre las Ventas De las Empresas de Servicios de Páginas Web.....	97
 CONCLUSIONES.....	 98
RECOMENDACIONES.....	101
BIBLIOGRAFIA.....	102
ANEXOS.....	104

RESUMEN

El presente trabajo de Investigación denominado *Análisis de Rentabilidad de las Empresas de Servicios de Páginas Web en la Ciudad de Juliaca*.

Tiene por objetivos determinar tipo de Tecnología utilizada por las empresas, costos de Producción y la Rentabilidad Económica de dichas empresas.

Analizadas, a través de las herramientas que nos ofrece la Econometría, mediante los modelos Probabilísticos, que nos permite conocer el manejo eficiente de los recursos tecnológicos, el nivel de producción, puntos de equilibrios y el grado de rentabilidad que obtienen las empresas, que en general son empresas de Internet dedicadas a elaborar páginas Web, además de indicadores de rentabilidad, dadas las condiciones en que se desempeñan las empresas.

- Como primer resultado se observa, los empresarios que no aplican una tecnología Avanzada la probabilidad de mejorar su rentabilidad siempre es menor (tanto con el método Probit), en tanto las empresas que aplican una tecnología avanzada la probabilidad de mejorar su rentabilidad es mayor, la ecuación estimada es 29.03 puntos del porcentaje mejor en las respuestas el predecir que el modelo constante de la probabilidad. Este cambio representa una mejora de 64.29 por ciento sobre la predicción correcta de 54.84 por ciento del modelo del defecto. Estos números representan una mejora del punto de 35.32 porcentajes (71.32 por ciento) sobre la probabilidad constante.

Las empresas de incrementaron su nivel de tecnología avanzada, de 32.3% en el año 2003, 45.2% en el año 2004 y 54.8% en el año 2005. Y de manera inversa la tecnología básica. En la especialización en recursos humanos se observa un incremento de los especialistas en sistemas, de 22.6% en el año 2003, 38.7% en el año 2004 y 54.8% en el año 2005. Y de manera inversa de las otras carreras.

- Como segundo resultado: A medida que los costos totales anuales de las empresas en el año 2003 era de S/. 602,784 nuevos soles, en el año 2004 S/. 663,846 nuevos soles y en el año 2005 S/. 750,348 nuevos soles, lo que significa incrementa su rentabilidad por efecto de los Activos Totales. Por otro lado el mercado tiene un HHI de 1 044, lo que significa concentración moderada.
- Como tercer resultado: Los resultados de rentabilidad económica de las empresas son aceptables en la mayoría de ellas de los cuales tienen ganancias: para el año 2003 tenemos el 54% obtienen ganancias, para el 2004 fue un 60% genera rentabilidad económica y por ultimo en el año 2005 el 68%, obtienen dividendos. Por otra parte la rentabilidad Sobre las Ventas los cuales: en el año 2003 obtienen el 42% de ganancias, para el 2004 fue un 44% genera rentabilidad sobre las ventas y por ultimo en el año 2005 el 45%, obtienen dividendos.

INTRODUCCION

La ciudad de Juliaca se caracteriza por su desarrollo comercial e industrial así como de servicios y por ende se observa el nutrido surgimiento de empresas de Internet dedicados a la elaboración del servicio de paginas Web, situación que nos impulsa las características en las que se desarrollan y determinar sus condiciones de conocimiento sobre el manejo empresarial.

Esta investigación es importante por que:

- Permite ampliar los conocimientos sobre las condiciones en las que trabajan los empresarios.
- Para determinar el tipo de tecnología, los niveles de ingreso, costos, Utilidades Netas y los Niveles de Rentabilidad Económica, generados por las empresas en cuestión durante el transcurso del periodo de operaciones.
- Permite determinar las eficiencias o deficiencias en el uso de recurso.
- A su vez sirve para que el empresario evalúe su gestión y puedan mejorar sus desempeños.
- Los resultados obtenidos permitirán a las entidades publicas y privadas gremios de medianos, pequeños y empresas, llevar a cabo políticas de determinación y toma de desiciones para el desarrollo integral, de las empresas de cualquier magnitud.
- Así mismo a las entidades crediticias, que les permita evaluar y tomar desiciones de carácter financiero en función a las necesidades de financiamiento rápido con intereses bajos.

Tres son las razones que justifican nuestra investigación.

- Debido a que actualmente estamos experimentando un proceso de globalización de la economía donde la empresa privada juega un papel elemental en el desarrollo y crecimiento económico de las sociedades organizadas

Así como en este caso específico, en donde las empresas de Servicios de Páginas Web, constituyen uno de las principales fuentes de generación de empleos e ingresos, sobre todo en estos tiempos, donde la política económica empeora cada vez más, cuyo efecto más resaltante es la reducción del empleo, tanto en el sector público como en el privado como consecuencia de ello se han incrementado las empresas en los últimos años.

- A nivel de la región de Puno hasta el momento no existen trabajos sobre estos temas de investigación pero si hay similitudes en lo que concierne a los costos, Rentabilidad Económica, etc. por ser difícil, la recopilación de la información.
- Dada la importancia de las empresas como elemento dinamizador dentro del comercio y servicio de la economía, generadora de empleos es que se pretende contribuir con el presente estudio de investigación para el mejor conocimiento de la gestión de las empresas que permitan lograr los propósitos integrales de la empresa.

La problemática que enfrentan estas empresas es bastante compleja y su problema principal por la que atraviesan son los bajos niveles de rentabilidad ocasionado por

los altos costos de producción y la tecnología tradicional , condiciones desfavorables de crédito, el escaso e inadecuado financiamiento, la competencia desleal, la incapacidad para la administración y la gestión, inadecuada infraestructura de producción y comercialización

Además de una fuerte presión tributaria hace que existan productos de baja calidad, bajos niveles de precios, bajos niveles de venta, bajos niveles de absorción de mano de obra, al que acarrea un bajo nivel de rentabilidad Económica y un posicionamiento desfavorable e incierto en el mercado con dependencia y tendencia a salir.

Los altos costos de producción se ocasionan por una tecnología inadecuada altos costos de los insumos, servicios y se trabaja con capacidad ociosa. La competencia desleal esta caracterizada por la informalidad que hace que el precio de los productos sean bajos y no rentables.

Por otro lado la administración y la gestión ineficiente se ven reflejadas en la existencia de recursos humanos no calificados y no capacitados que coadyuvan a la baja rentabilidad y la mala gestión de las empresas.

La elevada presión tributaria se ve reflejada por los excesivos impuestos que cobran las instituciones relacionadas con el empresario como son: el municipio, SUNAT y otros. Por lo que el presenta trabajo, se circunscribe dentro de esta problemática global para realizar el análisis de las principales variables intervinientes en el bajo

rendimiento de la rentabilidad económica, altos costos de producción y una tecnología básica o tradicional. Así como manejo financiero y la gestión empresarial, en ese sentido nuestras interrogantes son:

¿Cuáles son los factores que influyen en los bajos niveles de rentabilidad y toma de decisiones de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca, en los periodos 2003 – 2005?.

- a) ¿En que medida el tipo de tecnología influye en la baja rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca?.
- b) ¿De que manera los elevados costos de producción inciden en la baja rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca?.
- c) ¿Cuál es el nivel de rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca?.

Los objetivos que nos planteamos inicialmente con el siguiente propósito:

Respecto al objetivo general:

Determinar y analizar el tipo de tecnología, costos de producción, rentabilidad y los Índices de rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca, en los periodos 2003 – 2005.

Respecto a los objetivos específicos:

- a) Analizar y Determinar el tipo de tecnología utilizada en las empresas de servicios de Páginas Web en la ciudad de Juliaca.
- b) Determinar los costos de producción de las empresas de servicios de páginas Web en la Ciudad de Juliaca.
- c) Analizar la Rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca.

Las hipótesis a verificar son:

Los bajos niveles de rentabilidad de las empresas de servicio de páginas Web en la ciudad de Juliaca; son debido a los altos costos de producción y tecnología tradicional en los periodos 2003 – 2005.

- a) El tipo de tecnología influye directamente en la baja rentabilidad de las empresas de servicios de Páginas Web en la ciudad de Juliaca.
- b) A mayores costos de producción menor será la rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca.
- c) El nivel de rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca son bajos en la mayoría de ellas.

El presente trabajo se ha estructurado de la siguiente manera:

- Capitulo Primero: el Planteamiento del Problema, los Antecedentes y Objetivos de la investigación.

- Capitulo Segundo: se exponen, el Marco Teórico, Marco Conceptual que son la base para la investigación del problema, así mismo se plantean las Hipótesis a verificar.

- Capitulo Tercero: Método de Investigación (Técnicas, Materiales y Metodología).

- Capitulo Cuarto: Caracterización del Área donde se desarrolla la investigación, en este caso la ciudad de Juliaca.

- Capitulo Cinco: Análisis y Exposición de los Resultados. Nuestra investigación se estructuro de la siguiente manera:

Las conclusiones de nuestra investigación son presentadas, así mismo como la recomendaciones se exponen seguidamente representadas las Referencias Bibliograficas, por ultimo se tiene información detallada de todas las variables de nuestro trabajo en los respectivos anexos.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACION DEL PROBLEMA.

1.1.1. Planteamiento del Problema.

En la región Puno, en especial la ciudad de Juliaca puede observarse fácilmente, el aumento de las empresas de servicios de paginas Web en el distrito de Juliaca.

Apremiamos también en los años dos mil dos, las empresas de páginas Web que, vienen a ser parte de empresas de Internet, crecen de manera exponencial en la ciudad de Juliaca.

La toma de desiciones de los empresarios acerca de los acontecimientos, ocurren sin el análisis previo de las variables internas y externas que afectan la decisión.

Villaran, Fernando (2005)¹, elabora un Diagnóstico y Recomienda para mejorar los Programas y Servicios de apoyo a las micro, pequeñas y

¹ Fernando Villarán, Javier Palacios, Víctor Hugo Bullón y Teodoro Sanz, consultores del Proyecto CRECER Diagnóstico y Recomendaciones para mejorar los Programas y Servicios de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMEs) en el Perú Septiembre 2005 Esta publicación fue producida para revisión de la Agencia Internacional de Desarrollo de los Estados Unidos (USAID).

medianas empresas (MIPYMEs) en el Perú. La fotografía actual de la pequeña empresa (micro, pequeña y mediana) en el Perú

Es la siguiente: representa el 99.5% de las empresas existentes, el 84% del empleo, el 64% del PBI (sólo las MYPEs-sin medianas- y con los independientes contribuyen con el 47%), y el 2% de las exportaciones.

Son un total de 2.5 millones de MIPYMEs, que dan empleo a 7.6 millones de personas (en esta cifra no se incluye el autoempleo), distribuidos 57% en el ámbito urbano y 43% en el ámbito rural (nos referimos a la PEA).

El 74% de las MYPEs (micro y pequeñas) son informales, aunque en la medida que crecen se va incrementando el grado de formalización (sólo el 37% de las pequeñas son informales).

Las MIPYMEs son bastante descentralizadas; su PEA ocupada se distribuye en: 29.1% en la macro región norte, 23.6% en la macro región sur, 16.0% en la macro región centro, 7.0% en la macro región oriente, y sólo 24.4% en Lima Metropolitana. Las actividades más importantes (en PEA ocupada) son: agricultura con 52.4%, servicios con 18.3%, comercio con 15.6%, industria con 8.9% y construcción con 4.1%.

Importancia relativa de las MIPYMEs en la economía peruana, a continuación vamos a medir la importancia de las MIPYMEs en relación a la economía en su conjunto, la que puede ser medida a través de diferentes variables.

Considerando los objetivos del presente trabajo y tomando en cuenta la disponibilidad de información y la existencia de estudios previos realizados sobre el tema, se han escogido las siguientes variables: (a) número de empresas, (b) empleo generado, (c) nivel de producción y (d) nivel de exportaciones.

Participación de las MIPYMEs en el número de empresas la importancia relativa de las MIPYMEs Según Lévano (2005), quien ha realizado el trabajo más reciente respecto a estadísticas del sector, el número de microempresas en el Perú suman 2'477,284 y el de pequeñas empresas 41,333.

La definición utilizada coincide con la que se utiliza en este documento (es decir, microempresas entre 2 y 10 trabajadores, y pequeñas empresas entre 11 y 50) y, en tal sentido, estas cifras no incluyen el autoempleo.

Por otro lado, de acuerdo a la SUNAT (2004), el número de medianas y grandes formalizadas asciende a 10,89933. Donde las micro y pequeñas empresas representan el 99% del total de empresas en el Perú.

Participación de las MIPYMEs en el Empleo, este porcentaje sería aproximadamente 84%, incluyendo a los independientes (autoempleo). Dentro de las MIPYMEs, predominan quienes laboran en microempresas y en segundo lugar quienes lo hacen de manera independiente.

Es importante resaltar que dentro del universo de las micro y pequeñas empresas, más de la mitad de la PEA ocupada está conformada por independientes con Trabajador Familiar No Remunerado (TFNR) bajo su cargo o por los mismos TFNR.

De acuerdo al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2004), el 63% de la PEA ocupada labora en el ámbito urbano y el 37% en el ámbito rural.

Participación de las MIPYMEs en la Producción, al igual que con la variable número de empresas, no existe una cifra oficial al respecto. En donde se afirma que el autoempleo aporta al 19% del PBI, las microempresas al 18%, las pequeñas empresas al 10% y las medianas al 17%: es decir, el 64% del PBI lo generarían las MIPYMEs. Si se

aplican estos porcentajes al PBI nacional, que en el 2,004 ascendió a 68,475 millones de dólares

Informalidad – Formalidad, Lévano estimó que 3 de cada 4 micro o pequeñas empresas son informales y que 6 de cada 7 trabajadores ocupados en ellas, lo hacen en empresas informales. Lo que significa que la Población económicamente Activa (PEA) en las MYPES solo el 14% es formal y el 86% es informal.

Elabora una clasificación de las micro y pequeñas empresas de acuerdo a su nivel de productividad, divide a las empresas en cuatro categorías: de mayor productividad, de acumulación ampliada, de acumulación simple y de subsistencia.

En tal sentido, se han agrupado las empresas de mayor productividad y las de acumulación ampliada en un solo segmento, pues comparten la característica común de la capacidad de generar excedentes de manera más o menos estable.

Se podrá observar que el universo de empresas y PEA ocupada (577,000 y 2`308,000 respectivamente) son considerablemente inferiores a los que se presentaron como valores referenciales al inicio de la sección.

Ello se explica básicamente por dos razones: (a) no considera el sector agrícola, (b) no considera como micro o pequeñas empresas aquellas conformadas por independientes Trabajador Familiar No Remunerado (TFNR) a su cargo. De todos modos, es interesante observar que casi el 40% son empresas de mayor productividad.

Como era de esperar el porcentaje de trabajadores profesionales y técnicos disminuye conforme se reduce el nivel de productividad de la empresa, y lo mismo sucede con el número de años de educación promedio de los trabajadores.

Por otra parte, las condiciones laborales de los trabajadores también son peores conforme se reduce la productividad de la empresa donde laboran: más horas de trabajo, menores salarios, y menor probabilidad de acceso a seguro médico.

Del estudio el segmento de Mayor Productividad el número de empresas en miles 214 que representa el 37% PEA ocupada en miles 1,061 que representa el 46%; Acumulación Simple número de empresas en miles 115 que representa el 20% PEA ocupada en miles 523 que representa el 23% y Subsistencia Número de empresas en miles 248 que representa el 43% PEA ocupada en miles 722 que representa el 31% Las tres categorías equivale al 100% con lo que se ha

demostrado que los bajos niveles de rentabilidad de las empresas es un problema general ya que tienen relación directa con la productividad.

El directorio de empresas industriales arrojó 4,971 empresas formales (que contaban con Registro Unificado); en los últimos dos años alrededor de 100 empresas solicitaron la expedición de su RPIN (Registro de Productos Industriales Nacionales), donde los principales solicitantes son los fabricantes de carrocerías de ciclo taxis y los del sector de industrias alimentarias, pues los confeccionistas y los fabricantes de calzado en su inmensa mayoría son informales.

Pronóstico, de seguir la situación característica de nuestras empresas con una tecnología tradicional y elevados costos de producción, que conlleva una baja rentabilidad de las empresas.

Esto sin duda conlleva a muchas causas y efectos que tienen hoy en día, dichas empresas de servicios de páginas Web, como son un mal diseño y acabado del producto, que son de mala calidad, con lo que trae en efecto una mala imagen de la empresa, por lo tanto disminuye sus ventas, que se requiere para producir cada una de estas líneas de producción como:

Registro de dominios, alojamiento de páginas Web, desarrollo y diseño de páginas Web, las empresas operan en un mercado de competencia perfecta.

La caracterización del uso de una tecnología adecuada y la disminución de costos de producción de las empresas de páginas Web, en la ciudad de Juliaca mejoraran enormemente su rentabilidad.

De esta manera será posible llevar a cabo un incremento de sus ventas, los beneficiarios del estudio. Así mejorara la dinámica de nuestro país y en particular nuestra aun limitada economía.

Para darle una viabilidad legal al estudio de MIPYMEs, desarrollamos la base legal de acuerdo a la Constitución Política del Perú de 1993, Con fecha de promulgación 29 de diciembre de 1993, así como su fecha de Publicación 30 de diciembre de 1993, Que entro en vigencia el 31 de Diciembre de 1993.

En cuanto al marco legal de la legislación peruana de apoyo a las empresas peruanas Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa LEY N° 28015 en concordancias: D.S. N° 009-2003-TR (reglamento).

² Constitución Política del Perú de 1993, Legislación sobre Inversión Privada Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa Ley N° 28015 Julio del 2003.

Titulo I Disposiciones Generales Artículo 1 Objeto de la Ley La presente Ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.

TÍTULO II MARCO INSTITUCIONAL DE LAS POLÍTICAS DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN

CAPÍTULO I DE LOS LINEAMIENTOS

Artículo 4.- Política estatal

El Estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacional, Regionales y Locales; y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las MYPE, estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenible.

Artículo 5.- Lineamientos

La acción del Estado en materia de promoción de las MYPE se orienta con los siguientes lineamientos estratégicos:

- a) Promueve y desarrolla programas e instrumentos que estimulen la creación, el desarrollo y la competitividad de las MYPE, en el corto y largo plazo y que favorezcan la sostenibilidad económica, financiera y social de los actores involucrados.
- b) Fomenta el espíritu emprendedor y creativo de la población y promueve la iniciativa e inversión privada, interviniendo en aquellas actividades en las que resulte necesario complementar las acciones que lleva a cabo el sector privado en apoyo a las MYPE.
- c) Busca la eficiencia de la intervención pública, a través de la especialización por actividad económica y de la coordinación y concertación interinstitucional.
- d) Difunde la información y datos estadísticos con que cuenta el Estado y que gestionada de manera pública o privada representa un elemento de promoción, competitividad y conocimiento de la realidad de las MYPE.

e) Prioriza el uso de los recursos destinados para la promoción, financiamiento y formalización de las MYPE organizadas en consorcios, conglomerados o asociaciones.

f) Propicia el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen o laboran en las MYPE, a las oportunidades que ofrecen los programas de servicios de promoción, formalización y desarrollo.

g) Promueve la asociatividad y agremiación empresarial, como estrategia de fortalecimiento de las MYPE.

h) Prioriza y garantiza el acceso de las MYPE a mecanismos eficientes de protección de los derechos de propiedad intelectual.

i) Promueve el aporte de la cooperación técnica de los organismos internacionales, orientada al desarrollo y crecimiento de las MYPE.

j) Promueve la prestación de servicios empresariales por parte de las universidades, a través de incentivos en las diferentes etapas de los proyectos de inversión, estudios de factibilidad y mecanismos de facilitación para su puesta en marcha.

1.1.2. Formulación del Problema.

En base a la descripción de la situación que presentan las empresas de servicios de páginas Web en ciudad de Juliaca se plantean las siguientes preguntas:

1.1.2.1. Problema General.

¿Cuáles son los factores que influyen en los bajos niveles de rentabilidad y toma de desiciones de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca, en los periodos 2003 – 2005?.

1.1.2.2. Problemas Específicos.

- a) ¿En que medida el tipo de tecnología influye en la baja rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca?.
- b) ¿De que manera los elevados costos de producción inciden en la baja rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca?.
- c) ¿Cuál es el nivel de rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca?.

1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION.

Como antecedentes del trabajo de investigación presentado, cabe mencionar que no se tiene estos específicamente del tema de investigación, pero se ha encontrado alguna similitud en algunos trabajos de investigación ya presentados con anterioridad, de los cuales podemos mencionar los trabajos de investigación presentados por:

Obando Uzcategui, Guido Alberto (2005)³, La rentabilidad económica en las empresas expresa la relación existente entre la utilidad neta (utilidad que se genera luego de cancelar los costos totales) y el activo total con el que cuenta la empresa $Re = UN / A$.

Donde: UN = Utilidad Neta; A = Activo Total; D = Pasivo; E = Patrimonio;
 $Re = (43.134,000/429.600,000)*100$ $Re = 10\%$

Los sistemas de producción lechera en ganadería de altura, presentan una serie de elementos y características que lo hacen particular. A medida que se especializa el sistema de producción se tienden a generar una serie de demandas que incrementan los costos del mismo. Indudablemente que la alimentación se convierte en el alimento clave de este sistema,

³ Obando Uzcategui, Guido Alberto. (2005). "Análisis de Rentabilidad en Sistemas de Producción Lechera en Ganadería de Altura: Caso Finca las Josefinas" IX seminario de Pastos y Forrajes Región del Maule Chile.

representando al uso de alimentos concentrados uno de los principales factores que encarecen y aumentan nuestros costos de producción.

El análisis de la rentabilidad se convierte entonces en un indicador fundamental para evaluar la eficiencia y eficacia económica de la utilidad productiva y posteriormente para la implementación de estrategias que contribuyen a mejorar dicho sistema.

En sus conclusiones y recomendaciones indica. El valor numérico de la rentabilidad nos da una idea clara de cual es el resultado de la gestión en nuestra finca, considerando una serie de factores que condicionan la misma.

En el caso de la rentabilidad económica la tasa del 10% nos refleja que el valor de nuestros activos es elevado en relación al beneficio obtenido por la actividad pecuaria, pero esto no es más que un indicativo de la realidad, donde, para que nuestros animales eleven su producción, deben estar en un ambiente ideal, con buena infraestructura y un manejo óptimo.

En este aspecto representa un desafío el poder determinar que cantidad se justifica que se invierta en la comodidad de la vaca, y esto puede variar mucho dependiendo del clima, rasado animal, valor de las vacas, precio de la leche y el criterio gerencial que se tenga.

Por otro lado el valor de la rentabilidad sobre las ventas es el indicador mas cotidiano y de mayor importancia a la hora de evaluar eficiencia de gestión, y esto obedece a que en el día a día es el elemento que define la situación económica del sistema.

Desde el punto de vista administrativo los sistemas de producción lechero maneja un flujo de caja constante, debido a que el ingreso por venta de leche ocurre semanalmente, y de igual forma las obligaciones son canceladas de la misma manera.

Por lo tanto la tasa del 39.4% refleja que por cada Bs. 100 que se invierte en la producción se obtiene Bs. 39.4% de ganancia, lo que a sus vez permite el no adquirir deudas y de alguna manera realizar algún tipo de inversión.

Bermejo, Luís y Fernández Mariana, Pedro (2004)⁴, un dato clave será el seguimiento de la cuota de la oficina del Total de Negocio Gestionado, para compararlo con la cuota del Beneficio Antes de Impuestos (BAI) y con la cuota de cada uno de los productos.

Este aspecto permitirá saber si una oficina gestiona el negocio de forma más o menos rentable que la media de las oficinas del banco, o si realiza mejor o peor venta cruzada que la media de las oficinas. Por ejemplo: una oficina tiene una cuota sobre entidad del 5% en Total de Negocio Gestionado.

⁴ Bermejo, Luís y Fernández Mariana, Pedro. (2004). "Análisis de Rentabilidad de una Oficina Bancaria " Publicaciones IFM, Parada W-0508 Banco Interamericano de Desarrollo 1300 New York Avenue, N.W. Washington, D.C. 20577

Resulta que tiene un 4% de cuota sobre el BAI del banco, un 3,5% de cuota de seguros, un 7% en tarjetas y un 5% en nóminas domiciliadas.

Esta oficina obtiene menor rentabilidad en la gestión del negocio que la media de las oficinas de la entidad y coloca menos seguros.

Por el contrario, es buena colocando tarjetas y está en la media captando nóminas. Lógicamente habrá que analizar las causas y extraer conclusiones. Para ello, se tendrán que cruzar otras informaciones del cuadro de mando que se contemplarán más adelante.

Otro aspecto del seguimiento del balance es ver su evolución en el tiempo. En éste sentido es crucial ver el crecimiento del período transcurrido en el año y ver el porcentaje con el crecimiento de la entidad en el mismo período. Esta información se debe cruzar con el dato de crecimiento interanual (TAM), ya que al abarcar todo el año puede resultar más significativa porque evita las estacionalidades o aspectos coyunturales.

Por último es necesario comparar la posición del balance, en saldos medios, con el presupuesto fijado, para visualizar las desviaciones y establecer planes correctores.

Aguilar Ramírez, Néstor Juan (2000)⁵, en su tesis de grado; destaca el desconocimiento y la inexperiencia generalizada de las PYMES, en lo referente al manejo y la gestión empresarial y como consecuencia estos microempresarios dedicados a la confección de prendas de vestir, tal situación de precariedad se puede corroborar con las siguientes conclusiones:

- El nivel educativo alcanzado por los pequeños y Microempresarios de confecciones, en primaria es de 17.24% de PYMEs, y de secundario de 51.73%. El 62.07% no obtuvieron capacitación alguna en cursos y talleres sobre administración y confecciones por los altos costos además de la desconfianza hacia estos cursos, perdiendo la posibilidad de utilizar técnicas y conocimientos a favor de su empresa.

Encontrándose en desventaja frente a los empresarios con mayores conocimientos para su gestión empresarial. El 82.76% de empresarios realizan labores de administración y operario.

- El 10.34% de PYMEs cuya actividad es la fabricación de prendas de vestir trabaja con 1 operario, el 41.37% con dos operarios y el 3.45% con 8 trabajadores, mostrando la poca capacidad de la mayoría de empresas para absorber mano de obra.

⁵ Aguilar Ramírez, Néstor Juan. (2000) “Nivel de Rentabilidad y Eficiencia en la Gestión Financiera en la Pequeña y Microempresa de Confecciones de Prendas de Vestir y Calzado de la Ciudad de Puno”, Edc. Unica, Tesis, Puno-Perú

- El 62.35% de operarios de las PYMEs, son familiares del propietario de la empresa (conyugues e hijos), lo que permite reducir costos en mano de obra. A su vez el 91.76% no son calificados es decir no recibieron capacitación en cursos y talleres sobre aspectos técnicos y confecciones.
- El 89.66% de talleres están acondicionados en las viviendas de los empresarios. Situación que les permite reducir costos en alquileres y mantenimiento exclusivo para el taller.

Paucar Ticona, Moisés. (1999)⁶, En su estudio de investigación indica en sus conclusiones: afirma que el sistema de costos de producción, es la de costos por órdenes, lo cual está estructurado en costos directos y costos indirectos, anteriormente estas industrias no tenían un sistema de costos adecuados en su producción.

En la determinación de los costos de producción se debe considerar todos los gastos efectuados durante su producción en forma minuciosa y distribuida en sus tres elementos de costos (materia prima directa, mano de obra directa y gastos de fabricación o gastos indirectos).

Para determinar la rentabilidad se debe utilizar los costos de producción real sobre el cual se incrementa un porcentaje para obtener un precio de venta

⁶ Paucar Ticona, Moisés. (1999) “Costo y Rentabilidad en confecciones de Uniformes Deportivos en el distrito de Juliaca” Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, Tesis, UNA-Puno

real y una rentabilidad, en base al libre de mercado de competencia basado en la oferta y la demanda decretado por nuestro gobierno central.

Armaza M., Percy. (2001)⁷, quien define : “La orientación de las empresas a los mercados locales no han desarrollado de acuerdo a los requerimientos de las empresas y al mismo tiempo por que se ha puesto en marcha nuevas empresas, sin antes realizar un estudio de mercado.

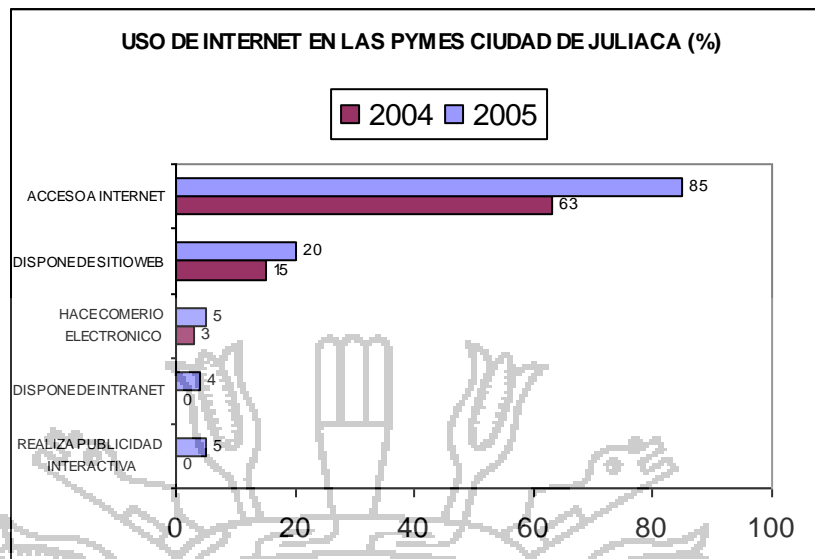
Todo ello ha ocasionado una saturación de productores en el mercado, las trabas burocráticas y la presión tributaria originando en gran parte a los pequeños y micro empresarios pasen a la clandestinidad o informalidad lo cual origina la competencia desleal”

Wayranet S.A.C. (2005)⁸, en sus conclusiones se afirma lo siguiente:

- En el año 2005 el 85% de las empresas de la ciudad de Juliaca tienen acceso a Internet, el 20% de las empresas disponen de sitios Web o Paginas Web, el 5% hace comercio electrónico, el 4% dispone de Intranet y el 5% realiza publicidad Interactiva. Como se puede apreciar en el grafico:

⁷ Armaza M., Percy. (2001) “Diagnostico, Situación de la Micro y Pequeña Empresa en las Ciudades de Puno, Juliaca e Ilave” Edc. Unica, Tesis, Puno-Perú

⁸ Wayranet S.A.C (2005). “Investigación de Mercado Hospedaje de Paginas Web (Hosting) en la ciudad de Juliaca” Trabajo de Investigación de Mercado y Marketing, Elaborado por los estudiantes de la Escuela de Post Grado Universidad Nacional del Altiplano Maestría en Economía Mención Proyectos de Inversión Puno - Perú



Fuente: Elaboración Propia

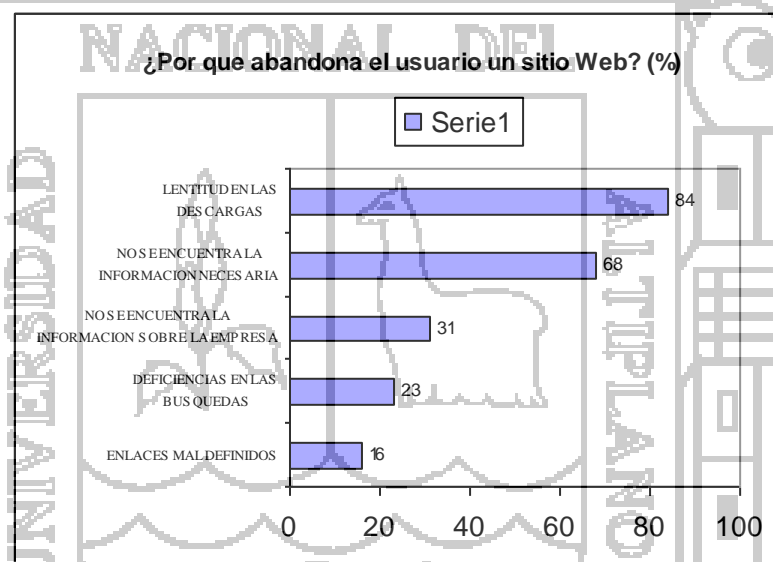
Como se puede observar, el grado de uso de Internet en las Pymes es, en general, pequeño. Y la pregunta es: ¿por qué no se está consiguiendo más?

En el estudio realizado se observó que las causas son varias:

- Desconocimiento total o parcial de las importantes oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías en general (e Internet en particular) lo que lleva a poco apoyo por parte de la Dirección.
- Retorno de la inversión poco claro.
- Se subestiman las posibilidades que brinda Internet a la empresa.
- Falta de visión estratégica.
- Falta de personal calificado para este área.
- No se remodelan los procesos de la empresa para la correcta adecuación del negocio.
- Resistencia al cambio.
- El sitio de una Página Web es fundamental. El tiempo de un usuario es un elemento crítico: los usuarios no dan una segunda oportunidad. Según los

estudios realizados se pudo ver que tras hacer 5 clicks y no encontrar la información que buscaban, los usuarios se sienten frustrados y en ese caso, se van a otra Web por consiguiente, se formulo la siguiente pregunta

¿Por qué el usuario abandona un sitio Web o Pagina Web? Un 84% respondió la lentitud en las descargas, 68% no encuentra la información se va a otro sitio Web, 31% no encuentra la información sobre la empresa, 23% encuentra deficiencias en las búsquedas y un 16% responde que son enlaces mal definidos. Este análisis está en la línea del siguiente grafico:



Fuente: Elaboración Propia

En este análisis se observa que los motivos por los que un usuario abandona un sitio Web son dos básicamente: por falta de funcionalidad (lentitud, deficiencias en búsquedas, enlaces mal definidos) o por falta de información (no tiene la información que se busca o sobre la empresa).

- En lo que comprende a las características que debe poseer una pagina Web, el 78% indica que la velocidad del sistema es la principal característica.

Como se muestra en el cuadro:

cdtapweb=que características cree usted debe tener un hospedaje de paginas web

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1=cobertura	7	14.0	14.0	14.0
2=seguridad de su informacion	1	2.0	2.0	16.0
3=velocidad del sistema	39	78.0	78.0	94.0
4=actualizaciones permanentes	3	6.0	6.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

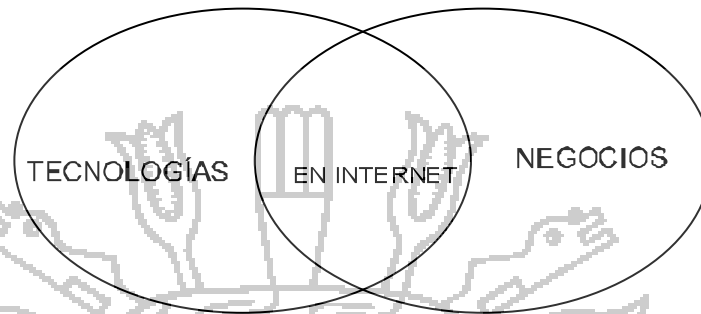
- El 52% respondieron que utilizan el buscador Web www.google.com en la Ciudad de Juliaca.

IMPROVEN Consultores (2001)⁹, define los Negocios en Internet, Nuevas Tecnologías y el Comercio Electrónico: Las nuevas tecnologías en Internet son una gran posibilidad para hacer negocios.

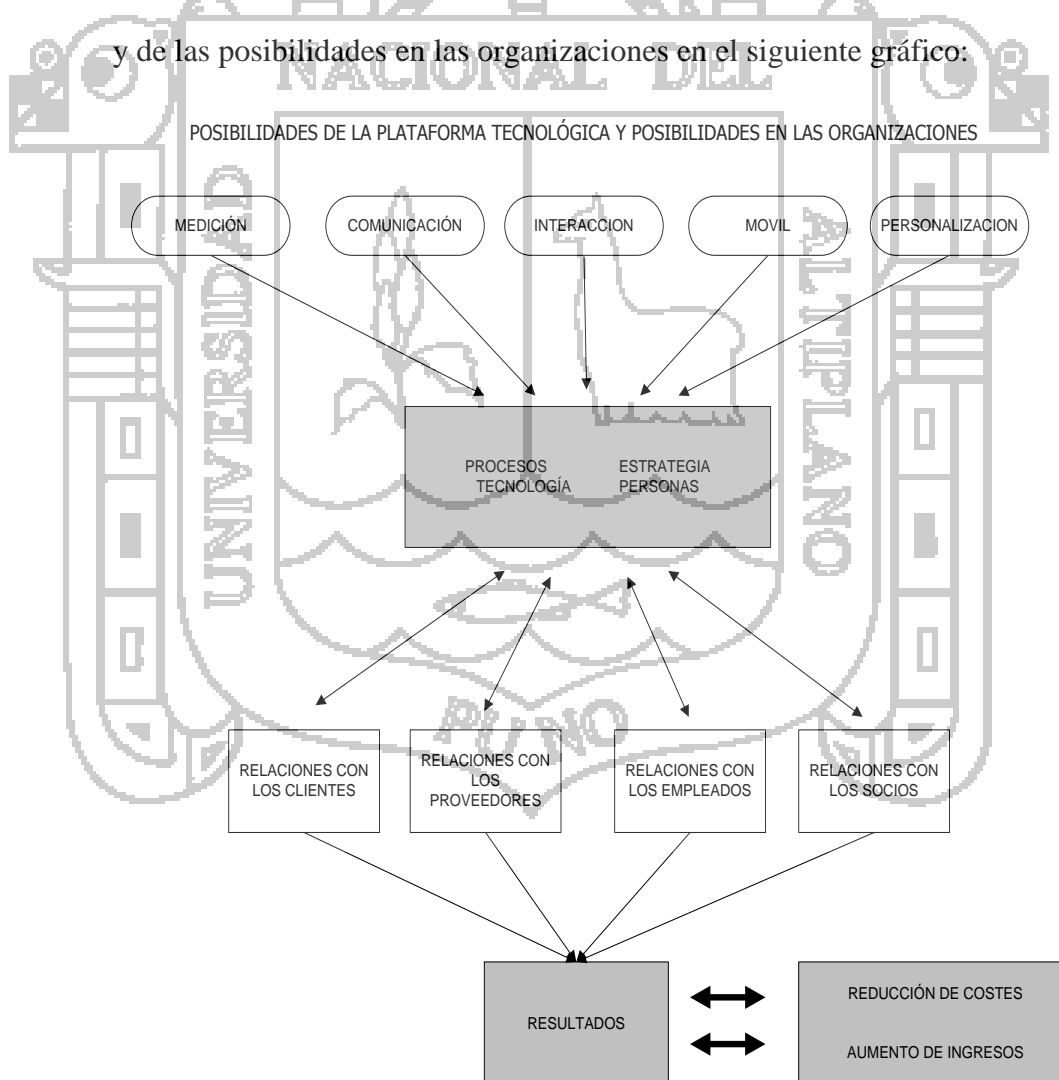
Los negocios en Internet son un "híbrido" entre aspectos de negocio – principalmente y aspectos tecnológicos, siempre contemplando la tecnología como una herramienta para hacer negocios y no un fin en sí misma.

⁹ IMPROVEN Consultores (2001). “Negocios en Internet y Comercio Electrónico” (1ª Ed) España: Ediciones ECO 3 Multimedia

Es importante destacar que cuando se hable en esta obra de Nuevas Tecnologías, realmente hace referencia a las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).



Se pueden ver un esquema de las posibilidades de la plataforma tecnológica y de las posibilidades en las organizaciones en el siguiente gráfico:



Mejoras a nivel de resultados

- Aprovechamiento de nuevas oportunidades de negocio y ventajas competitivas.
- Mejora de los resultados empresariales.
- Incremento de ingresos.
- Disminución de costes.
- Mejora de la comunicación con clientes, proveedores y empleados.
- Mejora de los procesos de negocio.
- Mejora en la gestión económico-financiera.
- Mejoras en la gestión de las relaciones con los clientes
- Incremento de las ventas a clientes actuales.
- Captación de nuevos clientes.
- Mayor conocimiento de los clientes.
- Fidelización de clientes.
- Mejora de la atención al cliente.
- Mejora de los procesos de relación con los clientes.
- Interacción los 365 días del año y 24 horas al día.
- Canal de comunicación a bajo coste en las dos direcciones.
- Acciones de comunicación personalizadas.
- Mejora de la información que tienen de los productos o servicios.
- Disminución de costes.
- Refuerzo de la imagen corporativa.
- Posibilidad de acceso a mercados dispersos geográficamente.
- Velocidad en alcanzar nuevos mercados.

- Autoservicio de los clientes a través de Internet.
- Ofrecer productos diferenciados.
- Expansión internacional a menor coste.

Mejoras en la gestión de las relaciones con los proveedores

- Gestión de relaciones con los proveedores.
- Captación y selección de proveedores.
- Mejora de los costes de los productos.
- Mejora de los procesos.

Mejoras en la gestión de las relaciones con los empleados

- Gestión de relaciones con los empleados.
- Comunicación interna.
- Captación y selección de personal.
- Formación.

Mejoras en la gestión de las relaciones con los socios

Todas las posibilidades anteriormente comentadas son debidas a la plataforma tecnológica:

1. Importante disminución de los costes de interacción.
2. Descenso radical del coste de la información.
3. Capacidad de comunicar con cualquier sitio en cualquier lugar.
4. Funcionamiento 24 horas, 365 días al año.
5. Personalización.
6. Medición.

Tecnología y la Mejora de Procesos en la Empresa

Los procesos de negocio deben estar correctamente gestionados empleando los sistemas de información para la gestión (ERP Enterprise Resource Planning, en inglés).

Un sistema de información para la gestión ERP se puede definir como una aplicación de gestión empresarial que integra el flujo de información, consiguiendo así mejorar los procesos en distintas áreas (financiera, de producción, logística, comercial y de recursos humanos).

Los objetivos principales de los sistemas ERP son:

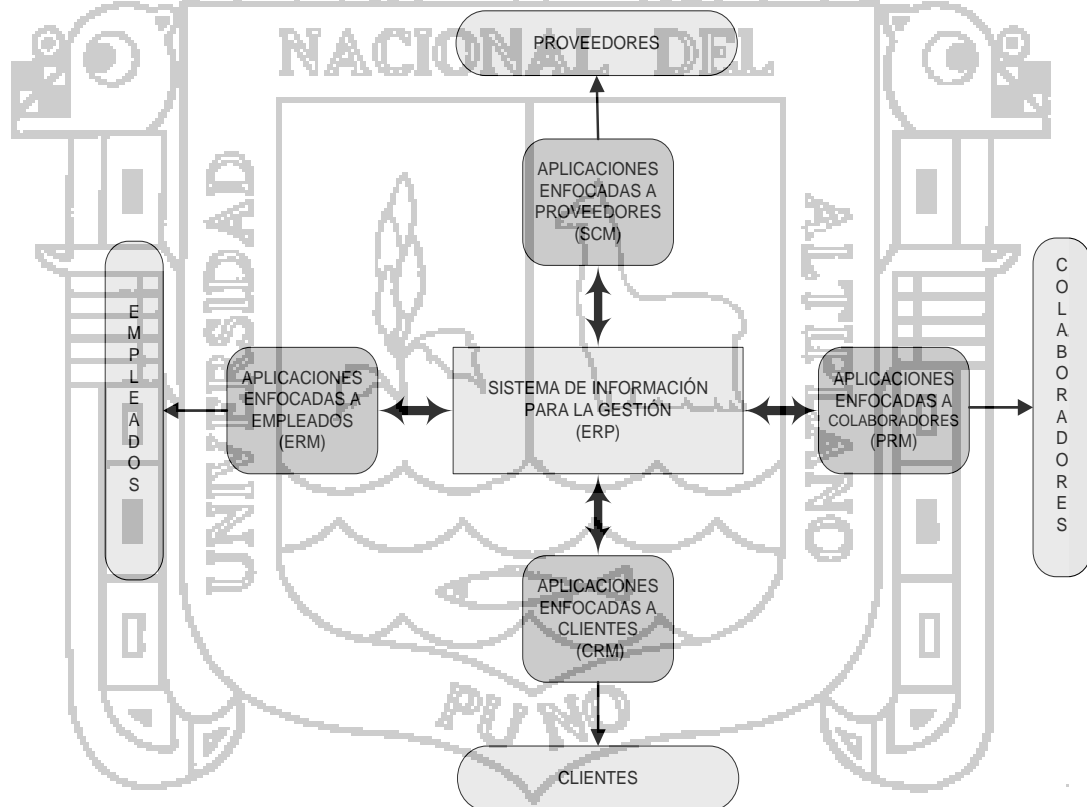
1. Optimización de los procesos empresariales.
2. Acceso a información confiable, precisa y oportuna.
3. La posibilidad de compartir información entre todos los componentes de la organización.
4. Eliminación de datos y operaciones innecesarias.
5. Reducción de tiempos y de los costes de los procesos.

Además, tal y como se observa en el gráfico, Internet ofrece la posibilidad de expandir esos sistemas ERP más allá de las fronteras de la propia empresa, integrando con otras aplicaciones como

Las de gestión de la cadena de suministro (SCM Supply Chain Management), gestión de relaciones con los clientes (CRM Customer Relationship Management), gestión de relaciones con los empleados (ERM

Employee Relationship Management), con los socios (PRM Partner Relationship Management) y gestión del cono relaciones con los clientes (CRM Customer Relationship Management),

Gestión de relaciones con los empleados (ERM Employee Relationship Management), con los socios (PRM Partner Relationship Management) y gestión del conocimiento (KM Knowledge Management). Estos conceptos se muestran en la siguiente gráfica:

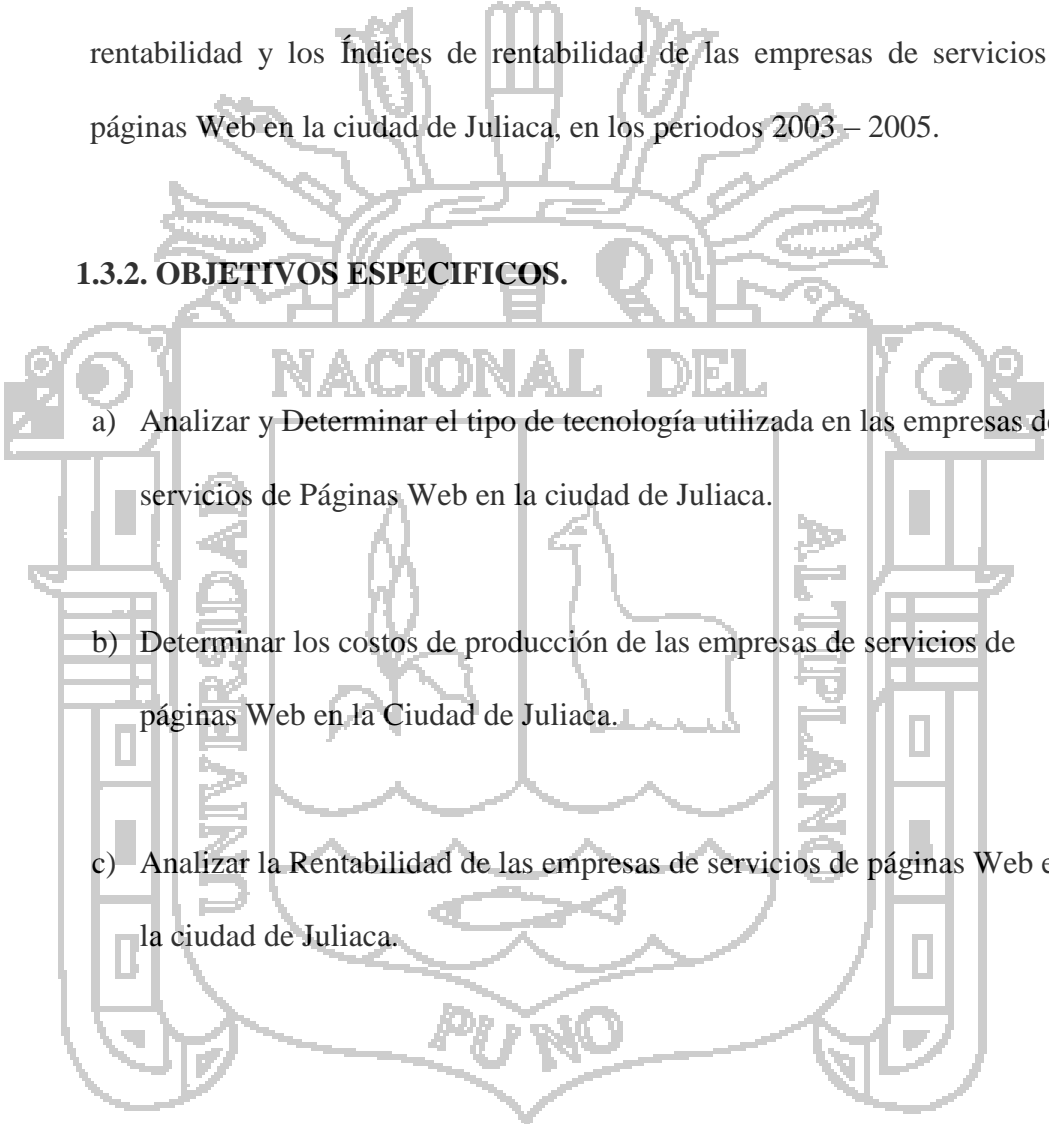


1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.

1.3.1. OBJETIVO GENERAL.

Determinar y analizar el tipo de tecnología, costos de producción, rentabilidad y los Índices de rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca, en los periodos 2003 – 2005.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- 
- a) Analizar y Determinar el tipo de tecnología utilizada en las empresas de servicios de Páginas Web en la ciudad de Juliaca.
 - b) Determinar los costos de producción de las empresas de servicios de páginas Web en la Ciudad de Juliaca.
 - c) Analizar la Rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca.

CAPITULO II

MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION.

2.1. MARCO TEORICO.

El conocimiento teórico del presente estudio de investigación resalta que las empresas mejoraran enormemente su rentabilidad, por tanto será un buen indicador de marcha de la empresa, por consiguiente a continuación realizamos toda la exposición fundamentada en teoría científica que servirá de sustento y explicación anticipada al problema objeto de estudio.

Bravo Orellana, Sergio (2004)¹⁰, La rentabilidad económica en una inversión que se mide a partir de la evaluación de los flujos económicos u operativos (sin servicio de deuda) versus la inversión total (sin deuda).

En el corto plazo, los flujos operativos están íntimamente ligados a la utilidad operativa neta. Esta se obtiene extrayendo el efecto de los gastos financieros de la utilidad antes de impuestos. Posteriormente se vuelve a calcular el impuesto, dándonos como resultado la utilidad operativa neta.

¹⁰ Bravo Orellana, Sergio. (2004). "Teoría Financiera y el Costo del Capital" Escuela de Administración de Negocios para Graduados ESAN Av. Alonso de Molina 1652, Surco. Lima-Perú.

En el corto plazo, la inversión total es representada por los activos totales. Luego la relación entre la Utilidad Operativa Neta/Activos Totales, representa el rendimiento económico que obtiene la empresa². A este indicador se le denomina ROA (return on assets).

El ROA o retorno sobre activos, podrá variar y por lo tanto tendremos un retorno económico esperado y la variación sobre este representaría el riesgo económico asociado.

El ROA resulta en 14%. Esta es la medida del rendimiento económico, que puede interpretarse de la siguiente manera: “la gerencia ha recibido \$1,000 de recursos económicos y administrándolos ha producido un 14% sobre éstos a través del rendimiento del negocio”

Sánchez Ballesta, Juan Pedro (2002)¹¹, define “La rentabilidad económica” se erige así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos.

Además, el no tener en cuenta la forma en que han sido financiados los activos permitirá determinar si una empresa no rentable lo es por

¹¹ Sánchez Ballesta, Juan Pedro. (2002). "Análisis de Rentabilidad de la Empresa", Lección Análisis contable. www.5campus.com España.

problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación.

El origen de este concepto, también conocido como return on investment (ROI) o return on assets (ROA), si bien no siempre se utilizan como sinónimos ambos términos, se sitúa en los primeros años del s. XX, cuando la Du Pont Company comenzó a utilizar un sistema triangular de ratios para evaluar sus resultados.

En la cima del mismo se encontraba la rentabilidad económica o ROI y la base estaba compuesta por el margen sobre ventas y la rotación de los activos.

Cálculo de la rentabilidad económica, a la hora de definir un indicador de rentabilidad económica nos encontramos con tantas posibilidades como conceptos de resultado y conceptos de inversión relacionados entre sí. Sin embargo, sin entrar en demasiados detalles analíticos, de forma genérica suele considerarse como concepto de resultado el Resultado antes de intereses e impuestos, y como concepto de inversión el Activo total a su estado medio.

$$RE = \frac{\textit{Resultado antes de intereses e impuestos}}{\textit{Activo total a su estado medio}}$$

El resultado antes de intereses e impuestos suele identificarse con el resultado del ejercicio prescindiendo de los gastos financieros que ocasiona la financiación ajena y del impuesto de sociedades.

Al prescindir del gasto por impuesto de sociedades se pretende medir la eficiencia de los medios empleados con independencia del tipo de impuestos, que además pueden variar según el tipo de sociedad.

Bravo Orellana, Sergio (2003)¹², Los índices de Rentabilidad Económica y Financiera de corto plazo: el ROA y el ROE.

El índice de rentabilidad económica ha de medir el retorno que proporciona el negocio independientemente de cómo ha sido financiado éste, mientras el índice de rentabilidad financiera ha de medir el retorno de los accionistas después del pago de la deuda. En ambos casos, algo importante por tener en cuenta es que ulteriormente lo que genera el negocio se transforma en utilidad y ésta es la ganancia que tendrá el negocio – punto de vista económico – o el accionista – punto de vista financiero.

Las utilidades son lo que finalmente interesa porque se convertirán en dividendos (ganancia de liquidez inmediata) o se transformarán en

¹² Bravo Orellana, Sergio. (2003). “Análisis de Rentabilidad Económica y Financiera” Escuela de Administración de Negocios para Graduados ESAN Av. Alonso de Molina 1652, Surco. Lima-Perú.

utilidades retenidas, las que en el futuro se convertirán en flujo de dividendos.

Si la utilidad – de la firma o del accionista – es la ganancia que se genera en el periodo, entonces necesitamos saber si es suficiente frente a la inversión realizada. En el primer caso necesitaremos saber si la utilidad de la firma o del negocio (utilidad operativa neta) es suficiente para justificar la inversión inicial (inversión total o activo total).

El índice que evalúa esta situación es el ROA (Return on Assets). En el segundo caso necesitaremos saber si la utilidad disponible para los accionistas (utilidad financiera neta) es suficiente para justificar la inversión inicial del accionista en el negocio (inversión del accionista o patrimonio).

El índice que evalúa esta situación es el ROE (Return on Equity). Para calcular el índice ROA (Return on Assets) necesitamos la utilidad operativa neta (UNO = \$198) y el total de activos (AT = \$1400).

$$ROA = \frac{UNO}{AT}$$

El resultado, $ROA = 14,1\%$, significa que el negocio genera 14,1% de utilidad operativa o económica sobre la inversión realizada al inicio del periodo, representada ésta por los activos totales.

Para calcular el índice ROE (Return on Equity) necesitamos la utilidad financiera neta (UN = \$158) y el patrimonio de los accionistas (Patr = \$800).

$$ROE = \frac{UN}{Patr}$$

El resultado, ROE = 19,8%, indica la utilidad disponible para los accionistas o utilidad neta financiera y significa un rendimiento de 19,8% sobre la inversión realizada por los accionistas al inicio del periodo, representada ésta por el patrimonio.

Tal como podemos observar, la rentabilidad financiera (ROE = 19,8%) es superior numéricamente a la rentabilidad económica (ROA = 14,1%), lo que es consecuencia del apalancamiento financiero. Mientras que en el ROA se simula una deuda igual a cero, en el ROE hay que tener en cuenta el endeudamiento (\$600) sobre el capital invertido por los accionistas (\$800).

El grado de apalancamiento se mide por la relación deuda/capital, que en el ejemplo es de 0,75. Este supuesto beneficio del apalancamiento es engañoso, por lo que posteriormente le dedicaremos mayor atención.

Bodie, Zvi y Merton, Robert. (2003)¹³, define “las decisiones Financieras de las empresas” o simplemente empresas de negocio cuya función

¹³ Bodie, Zvi y Merton, Robert. (2003). Finanzas. (1ª Ed) México: Ediciones PRENTICE HALL, INC por pearson Educación de México, S.A. de C.V. Pág. 6

primordial es producir bienes y servicios. Para poder producir bienes y servicios, todas las empresas

Tanto pequeñas como grandes, necesitan *capital*. Los edificios, la maquina y otros insumos intermedios que se emplean en el proceso de producción se denomina *capital físico* las acciones y los bonos y los prestamos que se utilizan para financiar la adquisición de capital físico se llaman *capital financiero*.

Nicholson, Walter. (1997)¹⁴, define el “Costo de Producción” como el concepto de teoría de los costos esta relacionado con la teoría de la elección de la empresa, el costo contable y el costo económico.

La concepción del costo contable pone el acento en los gastos directos, los costos históricos, la depreciación y otras partidas contables. Según la definición de costos del economista (que se basa claramente idea de costos de oportunidad), el costo es un factor cualquiera es lo que hay que pagarle para mantenerlo en su empleo actual.

En otras palabras, es lo que se pagaría a ese factor en su segundo uso mejor. Una manera de distinguir entre estas dos concepciones es ver como se definen los costos de los diversos recursos (trabajo, capital y servicios empresariales) en cada sistema.

¹⁴ Nicholson, Walter. (1997). Teoría Microeconomica. (6ª Ed) Estados Unidos: Copyright Pág. 223

Varían, Hall R. (1992)¹⁵, define la “Costes de Producción” como instrumento principal para describir las posibilidades económicas de la empresa.

En los dos siguientes apartados, investigaremos la conducta de la función de coste con respecto a sus argumentos de precios y cantidad. Pero antes de emprender ese estudio, es preciso definir algunas funciones relacionadas con esta, a saber, las funciones de costo medio y de costo marginal.

Henderson, James M. y Quandt, Richard E. (1969)¹⁶, define los costos muy a menudo el economista considera resuelto el problema de la determinación de la óptima combinación de inputs, y lleva a cabo el análisis de la empresa en términos de ingreso y costos como funciones del outputs en estas condiciones, el problema del empresario consiste en seleccionar el outputs que maximice sus beneficios.

Andrade E., Simón. (1998)¹⁷, La contabilidad de costos es la máxima información ya sea de los costos unitarios que se viene produciendo, cumpliendo los factores productivos presupuestado.

¹⁵ Varían, Hall R. (1992). Análisis Microeconómico. (3ª Ed) España: de la edición en castellano: Antonio Bosch, editor S. A. Pág. 77

¹⁶ Henderson, James M. y Quandt, Richard E. (1969) Teoría Microeconómica. (3ª Ed). España: ediciones Ariel, S.A. Pág. 63

¹⁷ Andrade E, Simón. (1998) contabilidad de costos. (1ª Ed) Perú: lima editorial y librería Lucero S.R Ltda. Pág. 486

Días Mosto, Jorge. (1979)¹⁸, define el costo de fabricación o también llamado como costo de producción o de manufactura, esta constituida por la suma de costo primo mas los gastos de fabricación.

Se denomina gastos de fabricación al costo de los materiales indirectos, mano de obra directa y todos los otros gastos incurridos en el taller que no pueden ser cargados a unidades o trabajos específicos.

Hidalgo Ortega, Jesús. (1995)¹⁹, Productos en proceso de fabricación, cuando se inicia un proceso productivo... producto terminado que se encuentren expeditos para su venta, cuyo valor está formado por: Costos de materias primas, más costo de mano de obra, más gastos de fabricación igual producto terminado o costo de producción.

Alegre Elera, Jenner. (1997)²⁰, define los “Factores Técnicos”, como dos tipos de factores técnicos: Definitorios y optimizantes;

Los *factores definitorios* son aquellos que definen la instalación y representan los elementos determinantes del proyecto constituidos por el tamaño o dimensión económica de la inversión; los *factores optimizantes* son aquellos que inciden en el logro de la dimensión mas conveniente de la planta permitiendo un aprovechamiento mas económico de la

¹⁸ Días Mosto, Jorge. (1979). Contabilidad de Costos. (4ª Ed) Perú: editorial Universo S.A. Pág.14

¹⁹ Hidalgo Ortega, Jesús. (1995). Contabilidad de Costos. (3ª Ed) Perú: lima Edición Fecat E.I.R.L Pág. 480

²⁰ Alegre Elera, Jenner F. (1997). Formulación y Evaluación de Proyectos, (4ª Ed) Perú: Editores e Impresiones Graficas Ameritas S.R.L. Lima Pág. 116

capacidad instalada: obra física, calendario de las inversiones, inversiones brutas y organización productiva.

Sapag Chain, Nassir. (2000)²¹, define las “Opciones para medir la Rentabilidad” lo denomina *Criterios* a las distintas técnicas de medición de la rentabilidad de un proyecto.

En tal sentido explicamos el uso de los criterios más importantes y fundamentalmente, la interpretación de los resultados. La rentabilidad de un proyecto se puede medir de muchas formas distintas: en unidades monetarias, porcentaje o tiempo que demora la recuperación de la inversión. Los criterios son:

Valor Actual Neto (VAN), mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. *La Tasa Interna de Retorno (TIR)*, que mide la rentabilidad como un porcentaje. *El Ratio Beneficio/Costo (B/C)*, este método define que la rentabilidad se calcula dividiendo los beneficios actualizados por los egresos actualizados.

Fontaine R., Ernesto. (2000)²², define los “Diferentes Criterios para la toma de Decisiones” afirma que un proyecto era rentable si al final de su

²¹ Sapag Chain, Nassir. (1997). Criterios de Evaluación de Proyectos. (1ª Ed) Colombia: Ediciones Uniandes Pág. 113 - 120

²² Fontaine R., Ernesto. (2000). Evaluación Social de Proyectos. (12ª Ed) Chile: Ediciones Universidad de Chile Pág. 69 - 83

vida útil el valor capitalizado del flujo de beneficios (fondos) *netos* era mayor que cero.

Cuando estos fondos se capitalizan haciendo uso del tipo de interés pertinentes para el inversionista. Por consiguiente veamos los principales indicadores para las decisiones de inversión. *Valor Actual de un Flujo de Fondos, La Tasa Interna de Retorno o de Rendimiento (TIR) y La Razón de Beneficios a Costos (B/C).*

Sapag Chain, Nassir y Sapag Chain, Reinaldo. (2000)²³, define los “Criterios de Evaluación” como analizar las principales técnicas de medición de la rentabilidad de un proyecto individual. *El Criterio de Valor Actual Neto (VAN), El Criterio de la Tasa Interna de Retorno (TIR).*

Concentración

El indicador más usado para medir el grado de concentración es el *índice de Herfindahl - Hirschman (HHI)* ²⁴. Es una medida comúnmente aceptada para estimar concentraciones del mercado, éste se calcula ajustando la cuota de mercado de cada empresa que compite. El número de HHI puede extenderse de cerca de cero a 10.000. Este índice es calculado como “la suma de los cuadrados de los tamaños relativos de las

²³ Sapag Chain, Nassir y Sapag Chain, Reinaldo. (2000). Preparación y Evaluación de Proyectos. (4ª Ed) Pág. 293 - 304

²⁴ Paper de la OECD. Merger in Financial Services. Septiembre, 2000.

empresas de la industria considerada”²⁵. Es decir, este índice se basa en el número total y en la distribución de los tamaños de las empresas de una industria. Se obtiene a partir de la fórmula:

$$HHI = s_1^2 + s_2^2 + s_3^2 + \dots + s_i^2$$

$$HHI = \sum (s_i)^2$$

Donde :

HHI = Índice de Herfindahl-Hirschman

$s_1, s_2, s_3, \dots, s_i$ = es la cuota del mercado de la empresa de 1 a i

Para valores de este índice menores a 1.000 se considera que el mercado es diversificado; entre 1.000 y 1.800 se considera un mercado de moderada concentración y para valores mayores a 1.800 se considera un mercado altamente concentrado²⁶. Tendría cuota de mercado del casi 0%, el HHI estaría cerca de cero, indicando competencia casi perfecta.

La inversa de HHI se conoce como el número de equivalentes (NEQ), e indica el número de empresas de similares características que estarían operando en un segmento determinado en las condiciones de competencia dadas.

²⁵ Khemani, R. S. y Shapiro, D. M. Glosario de Economía Industrial y Derecho de la Competencia. Coedición: OCDE Ediciones Mundi – Prensa, Madrid Barcelona – México, 1995.

²⁶ Departamento de Justicia de Estados Unidos en sus normas sobre fusiones horizontales; Tomados de Pepall, Richards y Norman Industrial Organization: Contemporary Theory and Practice. South, Western Collage Publishing, USA, 1999.

2.2. MARCO CONCEPTUAL.

Rentabilidad

Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad.

Rentabilidad Económica

La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos., lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas.

Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio, significa que no hay pérdidas ni ganancias, en términos simples los costos e ingresos son iguales.

Costos.

Son aquellos desembolsos y deducciones generales por el proceso de producción o por la prestación del servicio.

Producción.

Actividad que se desarrolla para la elaboración de bienes y servicios para generar recursos productivos y financieros que se utilizaran en un proceso de producción de bienes y servicios.

Tecnología

El tipo de tecnología que se elija debe ser apropiado para satisfacer los requisitos de calidad del producto y estar acorde a los segmentos seleccionados del mercado. La compensación entre factores mas discutida en el debate acerca de *tecnología apropiada* gira en torno al paradigma de mano de obra frente a capital. Según dicho modelo la mano de obra se considera abundante y el capital es escaso; por lo que se debería utilizar una tecnología intensiva en mano

Costo Total.

EL Costo Total de una empresa es la suma de los costos de todos los factores productivos que la empresa utiliza en la producción de bienes y/o servicios. El costo total aumenta con el producto, cuanto mayor es la producción mayor es el costo total. El costo total (CT) se divide en dos categorías: costo fijo total (CFT) y costo variable total (CVT). Siendo el costo total igual a la suma del costo fijo total más el costo variable total

Costo Fijo Total.

El costo fijo total (CFT) es el costo que es independiente del nivel de producción. Es el costo de los factores productivos fijos. No aumenta con el producto total, si no que se mantiene constante.

Costo Variable Total.

El costo variable Total (CVT) es el costo que varía con el nivel de producción. Es el costo de los factores productivos variables. Al aumentar el producto total aumenta el costo variable total.

Costo Variable Medio.

Es el costo variable medio (CVM) es el costo variable que se atribuye a cada unidad de producto. Se calcula utilizando la siguiente formula $CVM = CVT/Q$, siendo Q la cantidad del producto total.

Hospedaje de Paginas Web (Hosting).

Es el servicio de almacenamiento, acceso y mantenimiento de los archivos que integran un Sitio Web.

Registro de Dominios.

Un dominio es su identidad en Internet, registre su nombre de dominio ahora evitara que alguien lo registre antes que usted, ya que miles de dominios se registran diariamente, proteja su nombre o marca en Internet

de una forma sencilla y económica. Con las extensiones de com, .net, .org, .info, .biz, .us y .name

Desarrollo y Diseño de Páginas Web.

Desarrollo de sitios Web, tanto personales como corporativas, tomando en cuenta en ambos casos un concepto gráfico que ofrezca una propuesta práctica, atractiva y eficaz. Desarrollamos páginas Web's con tecnología PHP, ASP, PHTML, JSP, DHTML, FLASH y entre otros, Aplicaciones en BD MySQL, Postgre, MSQL y el Tratamiento objetos, Animaciones, Imágenes digitalizados, diseño, Hosting, Dominio, y mantenimiento de páginas Web.

Empresa.

Organización constituida por personas naturales y jurídicas que se dediquen a cualquier actividad lucrativa ya sea de producción, servicio, comercio, extracción, etc. Con excepción las fundaciones sin fines de lucro que tiene personería jurídica y deben de estar constituida legalmente.

2.3. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION.

2.3.1. HIPOTESIS GENERAL.

Los bajos niveles de rentabilidad de las empresas de servicio de páginas Web en la ciudad de Juliaca; son debido a los altos costos de producción y tecnología tradicional en los periodos 2003 – 2005.

2.3.2. HIPOTESIS ESPECÍFICAS.

- a) El tipo de tecnología influye directamente en la baja rentabilidad de las empresas de servicios de Páginas Web en la ciudad de Juliaca.
- b) A mayores costos de producción menor será la rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca.
- c) El nivel de rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca son bajos en la mayoría de ellas.

2.3.3. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Hipótesis	Indicadores	Variable Dependiente	Variable Independiente	Modelo Económico y Econométrico
a) La tecnología influye directamente en la baja rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca.	Rentabilidad.	Tecnología.		$U_i = \phi(X_i' B) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \int_{-\infty}^{X_i'} e^{-t^2/2} dt + u_i$ $P(u_i = 1) = \phi(X_i' B)$ $P(u_i = 0) = 1 - \phi(X_i' B)$
	Registro de ventas, facturas, boletas, etc.		Especialización de recursos humanos, nivel de Ingresos.	
b) A mayores costos de producción menor será la rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca.	Registro de ventas, facturas, boletas, etc.	Ingreso Total (IT)		$IT = CT$ $P * Q = CF + CV$
	Costos unitarios, hojas de costos, etc.		Costo Total (CT) Costos Fijos (CF), Precio y Costo Unitario (cu).	
c) El nivel de rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca son deficitarios en la mayoría de ellas.	Registro de ventas, facturas, boletas, etc. Valor Presente Neto, Tasa Interna de Retorno y Relación Beneficio Neto	Rentabilidad.	Utilidad Neta Activo Total Ingreso Total (IT) y Costo Total (CT)	$RE = \frac{\text{Utilidad Neta Antes de Impuestos e intereses}}{\text{Activo Total}}$ $RE = \frac{\text{Ingreso} - \text{Costos}}{\text{Pasivo} + \text{Patrimonio}}$ $RSV = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ingresos Totales}}$

Donde:

RE	=	Rentabilidad Económica.
RSV	=	Rentabilidad Sobre las Ventas.
TEC	=	Tipo de Tecnología a Utilizar
TEC.	=	1, Tecnología Avanzada
TEC.	=	0, Tecnología Básica.
RRHH	=	Especialización en Recursos Humanos.
RRHH	=	1, Especialista en Sistemas.
RRHH	=	0, No Especialista (Otras Carreras).
NDP	=	Nivel de Producción.
IT	=	Ingreso Total
CT	=	Costo Total
Ut	=	Ruido Blanco.
CF	=	Costo Fijo.
CV	=	Costo Variable
Px	=	Precio.
UN	=	Utilidad Neta.
AT	=	Activo Total.
Pasivo	=	Pasivo.
Patrimonio	=	Patrimonio.

CAPITULO III

METODO DE INVESTIGACION.

3.1. UNIDADES DE ANALISIS Y FUENTES DE INFORMACION.

3.1.1. Unidades de Análisis.

- ▶ Empresas de servicio de páginas Web.
- ▶ Proceso de Alojamiento paginas Web.
- ▶ Proceso de desarrollo de páginas Web.
- ▶ Desempeño del personal empleado.
- ▶ Proceso de Ventas.
- ▶ Proceso de Fabricación.

3.1.2. Fuentes de Información.

- ▶ Empresas de Servicios de páginas Web.
- ▶ INEL.
- ▶ Cámara de Comercio.
- ▶ MINCETUR Puno – Juliaca
- ▶ Internet.

3.2. METODOS DE INVESTIGACION²⁷.

Para el desarrollo y análisis del presente estudio de investigación se utilizaron los métodos científicos: Deductivo, Inductivo, Analítico y descriptivo; debido a que:

3.2.1. Método Inductivo.

La inducción es el conocimiento que ayuda con el inicio de la observación de los fenómenos particulares, con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales.

Este método nos permitió partir desde las características particulares como las cabinas de producción de páginas Web de cada una de las empresas para colaborar con la determinación del tipo de tecnología y costos, además de sus niveles de rentabilidad de las empresas dedicadas al servicio de páginas Web en la ciudad de Juliaca.

3.2.2. Método Deductivo.

Este método nos permitió partir desde las características generales como la dispersión compleja de las empresas dedicadas al servicio

²⁷ Méndez, Carlos y Moreno, Luís. “Guía para elaborar diseños de investigación en administración y Economía”. 2da Edc. Edt. Rosaritas, Bogota – Colombia, 1982

de páginas Web hasta las cabinas de cada una de las empresas formales. La comprobación se realiza por la combinación de argumentos que en últimas sólo buscan mostrar que lo deducido (particular) se encuentra implícita o explícitamente en la premisa inicial (universal); la verdad o falsedad en las conclusiones particulares depende de si están o no están contenidas en la premisa universal.

Este método se utilizará para poder conocer la estructura de los costos de producción de estas empresas y así poder conllevar la investigación.

3.2.3. Método Analítico.

Este método nos permitió conocer e identificar cada una de las partes que caracterizan las actividades productivas y designa el método consistente en descomponer mentalmente un todo en sus constitutivos parciales. El análisis separa una de las otras, es decir articuladas en un conjunto total, obteniendo así un conocimiento explícito de las mismas. A cada dirección del pensar se opone otra denominada síntesis.

El método analítico, debe seguir los pasos de la observación, descripción, examen crítico de las partes, descomposición del fenómeno, enumeración, ordenamiento, y clasificación.

La aplicación de este método nos permitirá analizar de manera precisa todos elementos de la rentabilidad y las partes conformantes de estos en los niveles de rentabilidad de los mismos.

3.2.4. Método Descriptivo.

Este método descriptivo nos permite explicar, discutir los datos y conocer exactamente detalles y características de la investigación.

Este método permite mayor posibilidad de poder apreciar los hechos en su verdadera dimensión, por lo que la información que recabamos tiene mayor confiabilidad, permitiendo acopiar, rescatar y valorar la información que necesitamos previa definición de los objetivos de la investigación.

Con este método podremos hacer una breve reseña de los problemas que se han encontrado en la investigación, específicamente en estas empresas, de manera tal que podamos conocer algunos aspectos más de este tipo de empresas

3.3. TÉCNICAS DE RECOLECCION DE DATOS²⁸.

Las técnicas de recolección de datos que se han considerado para el presente trabajo de investigación son:

3.3.1. Observación Directa.

A través de esta técnica de observación se inspecciono minuciosamente las acciones y características. Es la primera etapa para conocer el problema, se aplicará en las visitas preliminares a estas empresas, y conocer directamente los niveles de rentabilidad así como la tecnología y costos con que estas cuentan, observar las deficiencias que estas tienen.

A su vez mediante esta técnica se a podido recolectar datos por verificación de documentos fuentes de las empresas como son facturas, boletas, y otros.

3.3.2. Entrevista.

Esta técnica nos permitió recoger la información, a través de diálogos directos con los propios empresarios de servicios de

²⁸ Hernández Sampieri, Roberto y Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar. (1998) “Metodología de la Investigación”, 2da Edición, Corporación Editora Continental.

páginas Web, trabajadores y los clientes consumidores mediante un formulario diseñado para las empresas y que nos permitirá conocer directamente de estas personas el negocio y los problemas que este tiene.

3.3.3. Encuesta.

Por intermedio de esta técnica se formularon un bloque homogéneo de interrogantes dirigidos a los productores propietarios que se dedican al servicio de páginas Web. En la investigación será necesario para conocer diferentes aspectos como los sueldos, cantidad de trabajadores, el régimen en que se encuentran, etc.

3.4. INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS.

- Guías de Información.
- Agendas.
- Fichas de Notas.
- Cuestionarios.
- Videos.
- Fotografías.
- Disquetes.
- Copias.
- Impresiones.
- Otros

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA²⁹.

3.5.1. Población.

La población total del presente estudio esta constituido por:

Estrato	N° de Empresas	Porcentaje (%)
m ₁ Estrato (A)	Formales 14	41
m ₂ Estrato (B)	Informales 20	59
TOTAL	34	100

$14/34 = 41\%$ Proporción de empresas formales respecto al total

$20/34 = 59\%$ Proporción de empresas informales respecto al total

Del tamaño de Muestra tenemos un Total de 31 muestras y teniendo las proporciones calculadas anteriormente el tamaño muestral para cada uno de los estratos.

$$n_1 = (0.41) \times (31) = 13 \text{ empresas formales}$$

$$n_2 = (0.59) \times (31) = 18 \text{ empresas informales}$$

Estos datos nos indican que se requiere encuestar a 13 empresas formales y a 18 empresas informales

²⁹ Murray R., Spiegel. (1970). Estadística. México: Ediciones Schaum McGRAW-HILL.

3.5.2. Muestra.

El tamaño de muestra para el presente estudio de investigación se, ha determinado a través de la técnica de muestreo por proporciones, cuya formula matemática es:

$$n = \frac{(Z^2 pqN)}{(E^2(N-1) + Z^2 pq)}$$

Donde:

- n = Tamaño de muestra.....?
- p = Proporción de microempresas formales.....41%
- q = Proporción de microempresas informales.....59%
- N = Población total de microempresas formales.....34
- Z = Nivel de confianza.....1.96
- E = Error máximo esperado.....5%

$$n = \frac{((1.96)^2(0.41)*(0.59)*(34))}{((0.05)^2(34-1) + (1.96)^2(0.41)*(0.59))}$$

$n = 31$ empresas de servicios de paginas Web a encuestar.

CAPITULO IV

CARACTERIZACION DEL AREA DE INVESTIGACION.

El estudio de Análisis de Rentabilidad de las Empresas de Servicios de Páginas Web en la Ciudad de Juliaca, se llevará a cabo en:

4.1 UBICACIÓN DEL AMBITO DE ESTUDIO

Departamento : Puno.

Provincia : San Román.

Distrito : Juliaca (Ciudad).

Zona Focal : Empresas de servicios de Informática.

4.2 DELIMITACION DEL AMBITO DE ESTUDIO

El ámbito del presente trabajo de investigación esta limitado:

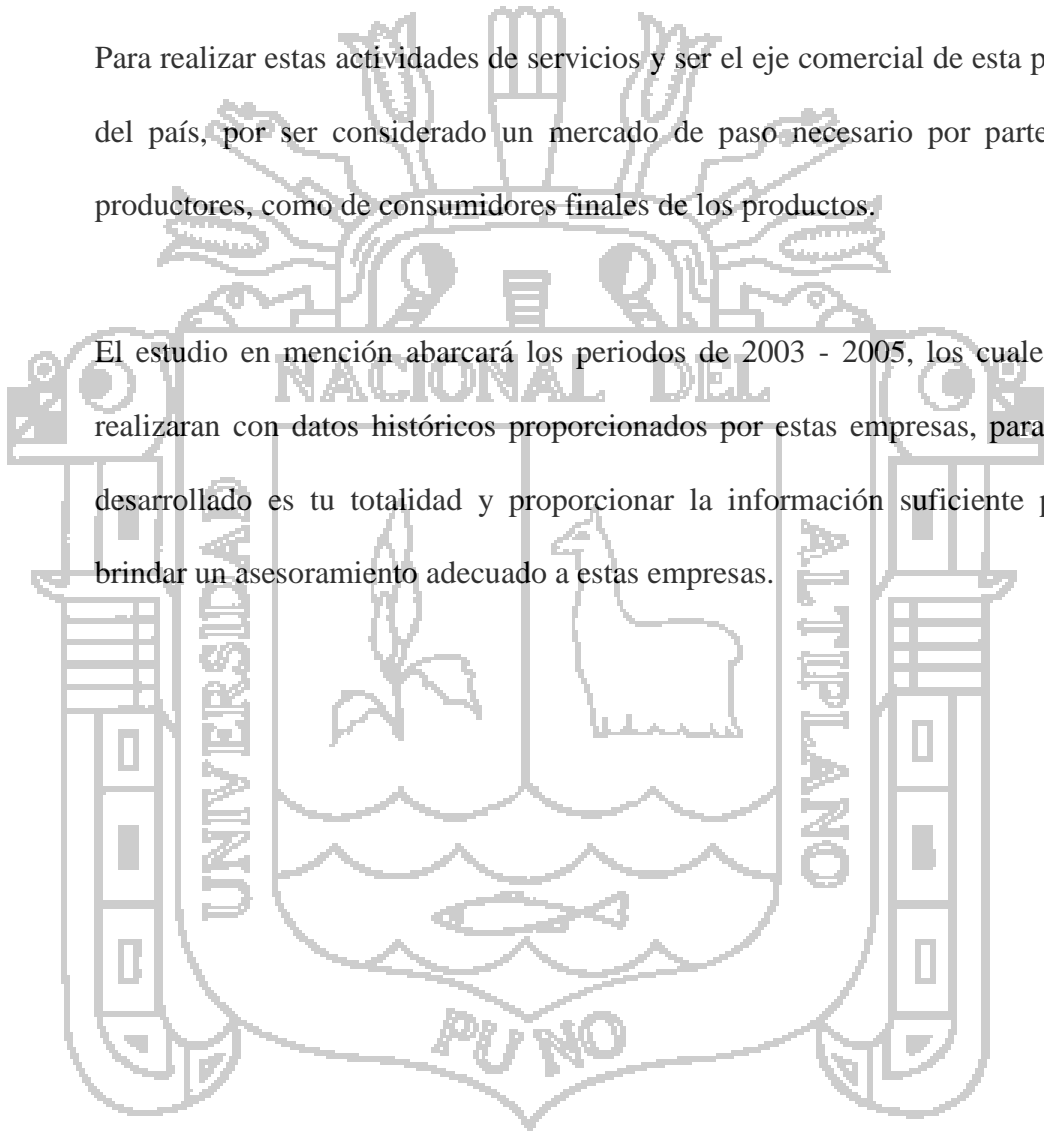
- Por el Norte con : distrito de Calapuja y Caminaca.
- Por el Este con : Distrito de Saman y Taraco.
- Por el Oeste con : Distrito de Cabana y Cabanillas.
- Por el Sur con : Distrito de Caracoto.

4.3 CARACTERÍSTICAS DEL AMBITO DE ESTUDIO

La ciudad de Juliaca, tiene una ubicación estratégica, de las empresas motivo de estudio, por ser esta ciudad la privilegiada en el departamento de Puno

Para realizar estas actividades de servicios y ser el eje comercial de esta parte del país, por ser considerado un mercado de paso necesario por parte de productores, como de consumidores finales de los productos.

El estudio en mención abarcará los periodos de 2003 - 2005, los cuales se realizarán con datos históricos proporcionados por estas empresas, para ser desarrollado en su totalidad y proporcionar la información suficiente para brindar un asesoramiento adecuado a estas empresas.



CAPITULO V

EXPOSICION Y ANALISIS DE RESULTADOS

5.1. SITUACIÓN TECNOLÓGICA DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DE PÁGINAS WEB.

5.1.1. Aspectos generales

Las Empresas de Internet dedicadas al servicio de Páginas Web en la Ciudad de Juliaca, ámbito de nuestro estudio, se orientan a los estudios, durante los 3 años consecutivos (2003 - 2005).

Sin embargo vale aclarar que el análisis de los resultados, están basados en mayor parte, en el año 2005.

En nuestro análisis en estudio determinamos la caracterización de la tecnología de las empresas de servicios de páginas Web. Ya que hoy en día Internet es el medio de comunicación más grande.

Por ello es importante tener un nombre propio para tener presencia en Internet, nombre o marca que sirve para identificar una empresa u organización en Internet.

Los registros de dominio tienen un costo de S/. 34 Nuevos Soles Anuales, las características de dominios pueden ser con la siguiente terminación:

Dominios .com: Son los dominios más usados en la red por empresas u organizaciones con fines de lucro (.com Comercial).

Dominios .net: Dominios que usan en su mayoría por empresas de Telecomunicaciones e Internet (.net Redes).

Dominios .org: Generalmente este tipo de dominios lo usan las organizaciones sin ánimos de lucro (.org Organización).

Dominios .info: Nuevo dominio que se puede adaptar a cualquier empresa u organización con o sin fines de lucro (.info Información)

Dominios .biz: Otro nuevo dominio que proviene de la pronunciación del inglés "business", y lo usan para las actividades comerciales o negocios (.biz business).

Dominios .com.pe: Dominios de nivel superior de código de país. Son usados por las empresas, instituciones, organizaciones, etc. **Registro de**

Dominios bajo .pe Perú, el uso y comportamiento son los mismos con que los anteriores.

Gestión de sus Dominios TLD “.pe” PE-NIC son Dominios TLD “.pe”

PE-NIC, dominios de nivel superior de código de país:

Ejemplo www.su-empresa.com.pe o www.su-organizacion.org.pe el registro de nombre bajo .pe Perú.

El alojamiento Web o Hospedaje de Paginas Web (Hosting), existe una variedad de planes de alojamiento para su Web.

Planes Alojamiento sobre servidores Linux

Cuando nuestras aplicaciones Web requieren de programación php, mysql, perl, etc., debemos optar por la plataforma linux, así mismo dispondrá de un avanzado panel de control donde podrá administrar todas las características de su dominio (correo, bases de datos mysql, estadísticas, administrador de ficheros, estadísticas, etc).

Planes Alojamiento sobre servidores Windows 2003 Server

Los planes de hosting windows con todas las características importantes como bases de datos MSQL, MYSQL, ACCESS y conexiones ODBC y muchas mas, si por el contrario lo que necesitamos es soporte estas aplicaciones, debemos optar por la plataforma Windows puesto linux no soporta bases de datos en sql server o access.

Desarrollo y Diseño de páginas Web

Desarrollo de sitios Web, tanto personales como corporativas, tomando en cuenta en ambos casos un concepto gráfico que ofrezca una propuesta práctica, atractiva y eficaz.

Se Desarrolla páginas web's con tecnología PHP, ASP, PHTML, JSP, DHTML, FLASH y entre otros, Aplicaciones en BD MySQL, Postgre, MSQL y el Tratamiento objetos, Animaciones, Imágenes digitalizados, etc. Nos encargamos del diseño, Hosting, Dominio, y mantenimiento de páginas Web.

- Desarrollo de página Personal.
- Desarrollo de página Empresarial.
- Desarrollo de página Corporativo.
- Desarrollo de Portales institucionales.
- Desarrollo de Sistema de administración para Portales.
- Desarrollo de Sistema de administración de Banners.
- Desarrollo de E-Commerce (tiendas virtuales con carrito de compras).

La elaboración de los diseños de las páginas Web se realiza según el requerimiento de los clientes, para ello veamos diferentes planes de diseño de webs como Estáticas e Dinámicas, para luego plasmarlos de acuerdo al tipo de negocio, empresa, institución, organización o personal Web.

También los portales Web tiene presencia el los mejores buscadores como: Google, Altavista, Yahoo y otros de importancia.

5.1.2. Análisis de Estimación Econometrica del Nivel de Tecnología de las Empresas de Servicios de Páginas Web.

La estimación econometrica del nivel de tecnología de las empresas de servicios de páginas Web, se realiza con el objetivo de contribuir con el conocimiento acerca ¿Cuál es la dependencia de las empresas Web de la ciudad de Juliaca tengan tecnología Básica y Avanzada?, teniendo en cuenta como variable cuantitativa su nivel de ingreso como factor importante, como variables cualitativas tenemos en cuenta: la especialización en recursos humanos (RRHH).

Este estudio comprende contenido con el método utilizado para la estimación del Modelo Probit. Para lo cual se tuvo que utilizar el Programa Limdep. El siguiente modelo explica la probabilidad si las empresas puedan utilizar tecnología Básica y Avanzada, donde las variables a utilizar son las siguientes:

Variable Dependiente Cualitativa

TEC = Tecnología a Utilizar

TEC = 1, Tecnología Avanzada

TEC = 0, Tecnología Básica

Variable Independiente Cuantitativa

IT = Nivel de Ingreso de las Empresas

Variable Independiente Cualitativa

RRHH= Especialización en Recursos Humanos

RRHH= 1, Sistemas

RRHH= 0, Otras Carreras

Cuadro N° 1
Estimación Econometrica del Nivel de Tecnología de las Empresas de Servicios de Paginas Web en la Ciudad de Juliaca 2003 – 2005

Variable	Modelo Probit Año 2003		Modelo Probit Año 2004		Modelo Probit Año 2005	
	Coefficiente	Pendiente	Coefficiente	Pendiente	Coefficiente	Pendiente
Constante	-4.315979004	-	-3.437993538	-	-8.046034666	-
RRHH	0.5451242357	0.1684407	0.6409986630	0.25215440	0.555886488	0.1959743
IT	0.0001016427	0.0000314	0.0000780947	0.00003072	0.0001844435	0.0000650
R2	0.484005		0.478213		0.625249	

Fuente: Elaboración propia, en base a sub. Anexos N° 1.1, 1.2 y 1.3

Test de verosimilitud:

$$\hat{u}_i = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \int_{-\infty}^{\infty} -8.046034666 - 0.555883648 RRHH + 0.0001844435 IT - t^2/2 dt + u_i$$

$$\lambda = -2 \ln \frac{L(L_0)}{L(B_{MV})} \sim X_{k-1}^2$$

$$\ln(L_0) = -6.736236$$

$$\ln(L_{MV}) = -21.34217$$

$$\lambda = -2(6.736236 - 21.34217)$$

$$\lambda = 29.211868$$

$$H_0 : B_1 = B_2 = B_3 = 0$$

$$H_0 : B_1 \neq B_2 \neq B_3 \neq 0$$

$$X_{3-1}^2 = 5.991$$

$$\lambda > X_{3-1}^2$$

Por consiguiente se rechaza la hipótesis nula, entonces estamos afirmando que las betas son significativas diferentes de cero.

Interpretación

Como se observa, los empresarios que no aplican una tecnología Avanzada la probabilidad de mejorar su rentabilidad siempre es menor (tanto con el

método Probit), en tanto las empresas que aplican una tecnología avanzada la probabilidad de mejorar su rentabilidad es mayor.

Las variables analizadas en esta investigación explican en más del 62% el comportamiento de la variable dependiente.

Así tenemos Ingreso Total = 44.666 nuevos soles en promedio. Por consiguiente, cuando incrementan sus ingresos de los empresarios, la probabilidad de tener tecnología avanzada es mayor y Especialización en Recursos Humanos = 0, tiene una línea probabilística, en tanto para la línea probabilística (que incluye Especialización en Recursos Humanos = 1), se tiene un valor de la función de distribución normal. (Ver sub. Anexo 3.1)

Observando la Tabla de Predicción, del modelo estimado mejora en las predicciones Dep = 1 por 78.57 puntos del porcentaje, pero hace más mal en las predicciones Dep=0 (-11.76 puntos del porcentaje). Total, la ecuación estimada es 29.03 puntos del porcentaje mejor en las respuestas el predecir que el modelo constante de la probabilidad. Este cambio representa una mejora de 64.29 por ciento sobre la predicción correcta de 54.84 por ciento del modelo del defecto (Ver sub. anexo 3.4).

Entre los 31 individuos con, el número de observaciones en el modelo estimado es 11.76. Entre las 31 observaciones, el número de observaciones es 14.84. Estos números representan una mejora del punto de 35.32 porcentajes (71.32 por ciento) sobre la probabilidad constante.

5.1.3. Principales Características Tecnológicas de las Empresas de Servicios de Páginas Web.

5.1.3.1. Análisis del Nivel de Tecnología de las Empresas de Servicios de Páginas Web.

Para desarrollar en un análisis mas detallado definimos los principales componentes que se requiere para la producción de las paginas Web como son:

Internet (Proveedor =Telefónica), un MODEM, un Servidor Pc Host Tipo LAN (Servidor Office Connecty Hub 8; TPC: 8 Puertos RR-45 10; Tarjeta en Red Ethenet BNC; Cableado Flex Wan v. 35 DTE Área Local Lan; Componentes; Hertzsz; Memoria 256 Mb. Disco Duro 80 GB. Monitor 15” ,otros.

En Cuyo desarrollo empieza con el análisis del tipo de tecnología que utilizan estas empresas. Para lo cual se analizo los cálculos necesarios de los componentes de tecnología en lo que determinamos.

Tipos de Tecnologías a utilizada por cada empresa como son:

Tecnología Básica se denomina como: Computadora Placa Seramza Intel, Microprocesador de 3.0 GHZ, Disco Duro de 60 GB, Memoria de 512 Mb, Monitor de 15”, Lector /Grabador LG.

Tecnología Avanzada e Optima se denomina como: computadora Mashintow, Microprocesador Dual, Disco ATA de 260 GB, Memoria de 1 GB, Monitor Flatron 21”, Tarjeta Lector /Grabador DVD, Tarjeta de sonido Yamahp de 12 canales, Tarjeta de de Video Martrox.

Cuadro N° 1
Nivel de Tecnología de Las Empresas de Servicios de Paginas Web en
la Ciudad de Juliaca 2003 - 2005

	2003		2004		2005	
	Frecuencia	(%)	Frecuencia	(%)	Frecuencia	(%)
Tecnología Básica	21	67.7	17	54.8	14	45.2
Tecnología Avanzada	10	32.3	14	45.2	17	54.8
Total	31	100	31	100	31	100

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexo N° 1

En el Cuadro N° 1 se puede analizar el nivel de tecnología del año 2003, 2004 y 2005 de las empresas de servicios de páginas Web de la ciudad de Juliaca, de un total de 31 empresas encuestadas, se observa lo siguiente:

En comparación con los años 2003, 2004 y 2005 las empresas que poseen una tecnología básica son un 67.7%, 54.8% y 45.2% respectivamente lo que significa que al año 2005 solo hubo disminución de 9.6%, del nivel de tecnología básica.

De igual manera se observa que en comparación con los años 2003, 2004 y 2005 las empresas que poseen una tecnología avanzada son un

32.3%, 45.2% y 54.8% respectivamente lo que significa que al 2005 hubo un incremento de 9.6%, del nivel de tecnología.

Lo que nos indica que la tecnología tiene relación directa con la rentabilidad económica, por ser un factor determinante en la reducción de costos (energía eléctrica).

5.1.3.2. Análisis de la Especialización de Recursos Humanos de las Empresas de Servicios de Páginas Web.

El desarrollo de una especialización en recursos humanos es un análisis que implica capacitación permanente y desarrollo de nuevas tecnologías utilizadas por las empresas a continuación analizamos.

Cuadro N° 2
Especialización en Recursos Humanos de Las Empresas de Servicios de Páginas Web en la Ciudad de Juliaca 2003 - 2005

	2003		2004		2005	
	Frecuencia	(%)	Frecuencia	(%)	Frecuencia	(%)
Otra carrera	24	77.4	19	61.3	14	45.2
sistemas	7	22.6	12	38.7	17	54.8
Total	31	100	31	100	31	100

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexo N° 1

En el Cuadro N° 2 se puede observar la especialización en recursos humanos del año 2003, 2004 y 2005 de las empresas de servicios de páginas Web de la ciudad de Juliaca.

Se observa la siguiente comparación con los años 2003, 2004 y 2005 las empresas que poseen recursos humanos de otras carreras, no afines al de sistemas son un 77.4%, 61.3% y 45.2% respectivamente lo que significa que al 2005, hubo una disminución de 16.1%, del nivel de recursos humanos de otras carreras.

De igual manera se observa que en comparación con los años 2003, 2004 y 2005 las empresas que poseen recursos humanos especializados de la carrera de sistemas son un 22.6%, 38.7% y 54.8% respectivamente lo que significa que al 2005, hubo un incremento de 16.1% del nivel de recursos humanos de sistemas.

5.1.3.3. Análisis del Nivel de Producción de las Empresas de Servicios de Páginas Web.

El análisis de la producción de páginas Web, se desarrollo como la cantidad de páginas Web, que elaboran las empresas dedicadas a esta actividad se compara.

En el Cuadro N° 3, se puede analizar el nivel de producción de los años 2003, 2004 y 2005 de las empresas de servicios de páginas Web de la ciudad de Juliaca.

Cuadro N° 3
Nivel de Producción de Las Empresas de Servicios de Paginas Web
en la Ciudad de Juliaca 2003 - 2005
(Unidades)

Cantidad	2003		2004		2005	
	Frecuencia	(%)	Frecuencia	(%)	Frecuencia	(%)
24	1	3.2	1	3.2	1	3.2
36	7	22.6	3	9.7	2	6.5
48	7	22.6	8	25.8	3	9.7
60	7	22.6	5	16.1	6	19.4
72	6	19.4	7	22.6	5	16.1
80	-	-	-	-	1	3.2
84	2	6.5	4	12.9	6	19.4
96	-	-	2	6.5	4	12.9
108	-	-	-	-	2	6.5
144	1	3.2	-	-	-	-
156	-	-	1	3.2	-	-
168	-	-	-	-	1	3.2
Total	31	100	31	100	31	100

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexo N° 3, 4 y 5

Se observa lo siguiente en comparación con los años 2003, 2004 y 2005 los porcentajes mayores que se producen son de 36 a 60 paginas Web son un 22.6%, de 72 paginas Web son un 19.4% respectivamente en el año 2003.

Los porcentajes mayores que se producen en el año 2004 son de 48 paginas Web son un 25.8%, de 72 paginas Web son un 22.3%, de 60 paginas Web son un 16.1% respectivamente.

Los porcentajes mayores que se producen en el año 2005 son de 60 paginas Web y 84 paginas Web son un 19.4%, de 72 paginas Web son un 16.1% respectivamente.

Lo que podemos observar es que existe un incremento considerable desde el año 2003, al año 2005 del nivel de producción.

5.1.3.4. Años de Experiencia o de Funcionamiento

Las empresas de servicios de páginas Web tienen un tiempo de experiencia productiva o de funcionamiento que oscila entre 3 a 10 años, que se detalla en el siguiente Cuadro N° 4.

Cuadro N° 4
Años de Funcionamiento de las Empresas de Servicios de Páginas Web en la Ciudad de Juliaca 2005

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	3.00	13	41.9	41.9	41.9
	4.00	11	35.5	35.5	77.4
	5.00	6	19.4	19.4	96.8
	10.00	1	3.2	3.2	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexo N° 2

En donde se observa que el 41.9% de las empresas tienen un periodo de operación de 3 años, que corresponde al menor rango de antigüedad establecido. Así mismo el 35% tienen un periodo de 4 años, un 19.4% tiene un periodo de 5 años y un 3.2% tienen un periodo de 10 años de antigüedad o de funcionamiento.

5.1.3.5. Grado de Instrucción alcanzado por los Empresarios

En todo campo de producción, se considera que el nivel educativo alcanzado por cada uno de los empresarios, en este caso, dedicados a la producción de páginas Web, tienen como factor fundamental el nivel de conocimiento para el desarrollo y logro eficiente de sus propósitos.

Cuadro N° 5
Grado de Instrucción de los Microempresarios de Servicios de de Páginas Web en la Ciudad de Juliaca 2005

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0=SECUNDARIA	15	48.4	48.4	48.4
	1=SUPERIOR	16	51.6	51.6	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexo N° 2

En el cuadro N° 5, se muestra que el 48.4% de los empresarios dedicados a la producción de páginas Web, en la ciudad de Juliaca, solo tiene secundaria completa, lo cual pues nos indica una gran parte de empresarios iniciaron sus negocios con escasos conocimientos, sobre el manejo empresarial y peor aun en áreas específicas como las páginas Web.

Vale decir que sus conocimientos son empíricos, lo cual les pone en desventaja frente a los empresarios con mayores conocimientos de manejo empresarial y por tanto con mayor capacidad para solucionar sus problemas, esto significa que están perdiendo la oportunidad de

utilizar diversos conocimientos y técnicas, así mismo la posibilidad de mejorar sus negocios.

El 51.6% tienen grado superior pero también cabe destacar, que los empresarios que ostentan estudios superiores, en su mayoría en Institutos Técnicos, CEOS y SENATI, lo cual también nos indica la preferencia y la mayor importancia que tienen las carreras técnicas que las forma en áreas operativas a los empresarios.

Pues como vemos su dedicación no solo es gerenciar, ni administrar al frente de su empresa si no también realizar tareas del operario, para no contraer mayor mano de obra y así evitar la generación de mayores costos.

5.1.3.6. Capacitación y/o Actualización eventual del Empresario

Los empresarios de producción de paginas Web según el cuadro N° 6, se observa que al menos el 48.4% de ellos no han recibido capacitación alguna (en cursos o talleres específicos que enriquezcan sus conocimientos empresariales), a parte de sus experiencias y habilidades para mejorar el negocio.

El 32.3% han recibido capacitación en la especialidad de administración de empresas y un 19.4% recibieron capacitación en sistemas.

Cuadro N° 6
Capacitación del Personal de las Empresas de Servicios de Páginas Web
en la Ciudad de Juliaca 2005

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0=SISTEMAS	6	19.4	19.4	19.4
	1=ADMINISTRACION DE EMPRESAS	10	32.3	32.3	51.6
	2=NINGUNA	15	48.4	48.4	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexo N° 2

A la pregunta ¿Por qué no se han capacitado? Respondieron que la principal limitante fueron la escasez de cursos relacionados con el negocio, el costo elevado y el factor tiempo ya que estos cursos se llevan m horarios de trabajo, a su vez por la desconfianza.

Esta realidad llama poderosamente la atención ya que las instituciones del estado como el ministerio de la producción, la cámara de comercio y las diversas instituciones relacionadas al tema, efectúen una promoción real de cursos de capacitación.

5.1.3.7. Situación Operativa de las Empresas

Esta situación comprende, las condiciones en que operan las empresas de la ciudad de Juliaca, en el cuadro N° 7 se detalla de manera mas clara.

Cuadro N° 7
Condición Operativa de Empresas de Servicios de Paginas Web en
Ciudad de Juliaca 2005

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0=PROPIO	5	16.1	16.1	16.1
	1=ALQUILADO	26	83.9	83.9	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexo N° 2

En este análisis, se observa que 83.9% de las empresas son alquiladas y un 16.1% de las empresas son de propiedad de los empresarios. Lo que en resumen nos indica que la mayoría de estas empresas son alquiladas.

5.1.3.8. Situación del Personal Operario

Las empresas de servicios de paginas Web, trabajan con personal contratado y no contratado constituido este ultimo por familiares tal como se aprecia en el cuadro N° 8, donde el 18% son contratados calificados y el 82% son contratados no calificados.

Por otro lado 12% del personal no contratado es calificado y un 88% del personal no contratado es no calificado.

Cuadro N° 8
Condición Laboral del Personal Operario de las Empresas de Servicios
de Paginas Web en la Ciudad de Juliaca 2005

	Contratado	Contratado en (%)	No Contratado	No Contratado en (%)
Calificado	11	18	11	12
No Calificado	50	82	79	88
Total	61	100	90	100

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexo N° 2

5.2. ANALISIS DE COSTOS DE PRODUCCION Y CONCENTRACION DEL MERCADO DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DE PÁGINAS WEB.

5.2.1. Análisis de Estructura de Costos de Producción.

En el Análisis de los costos de producción como los ingresos de las empresas de servicios de páginas Web se observa de la siguiente manera.

Cuadro N° 9

Estructura de Costos de las Empresas de Servicios de Paginas Web en la Ciudad de Juliaca 2003 – 2005

	2003		2004		2005	
	Precio	Cantidad	Precio	Cantidad	Precio	Cantidad
Precio total	18.609	1.776	18.609	2.004	18.609	2.312
Precio Total Promedio	600	57	600	65	600	75
	Ingresos		Ingresos		Ingresos	
Ingreso Total	1.063.773		1.199.689		1.384.664	
Ingreso Total Promedio	34.315		38.700		44.667	
COSTOS FIJOS, VARIABLES y TOTALES						
	Costos		Costos		Costos	
Costos Fijos	499.704		554.766		629.148	
Costos Fijos Promedio	16.119		17.896		20.295	
	Costos		Costos		Costos	
Costos Variables	103.080		109.080		121.200	
Costos Variables Promedio	3.325		3.519		3.910	
	Costos		Costos		Costos	
COSTO TOTAL	602.784		663.846		750.348	
COSTO TOTAL PROMEDIO	19.445		21.414		24.205	

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexo N° 5,6 y 7

Para la determinación de los Costos Fijos y Costos Variables se calcularon de la siguiente manera como ejemplo para una empresa:

Calculo de los Costos de una empresa del 2005

Costos Fijos = Costos de Insumos + Gastos de Fabricación

$$CF = 40,572 + 2,400 = 42,000$$

Costo Variable

$$CV = 12 * 1,000 = 12,000$$

Calculo del Capital de Trabajo (Metodo de Periodo de Desfase) de una empresa del 2005

$$Ctr = \left(\frac{CT}{365}\right) * N^{\circ} \text{ Dias}$$

$$Ctr = \left(\frac{54.972}{365}\right) * 7 = 1,054$$

Calculo del Costo Unitario (cu) de una empresa del 2005

$$cu = \left(\frac{CT}{Q}\right)$$

$$cu = \left(\frac{54,972}{168}\right) = 327.2 \text{ INuevos Soles}$$

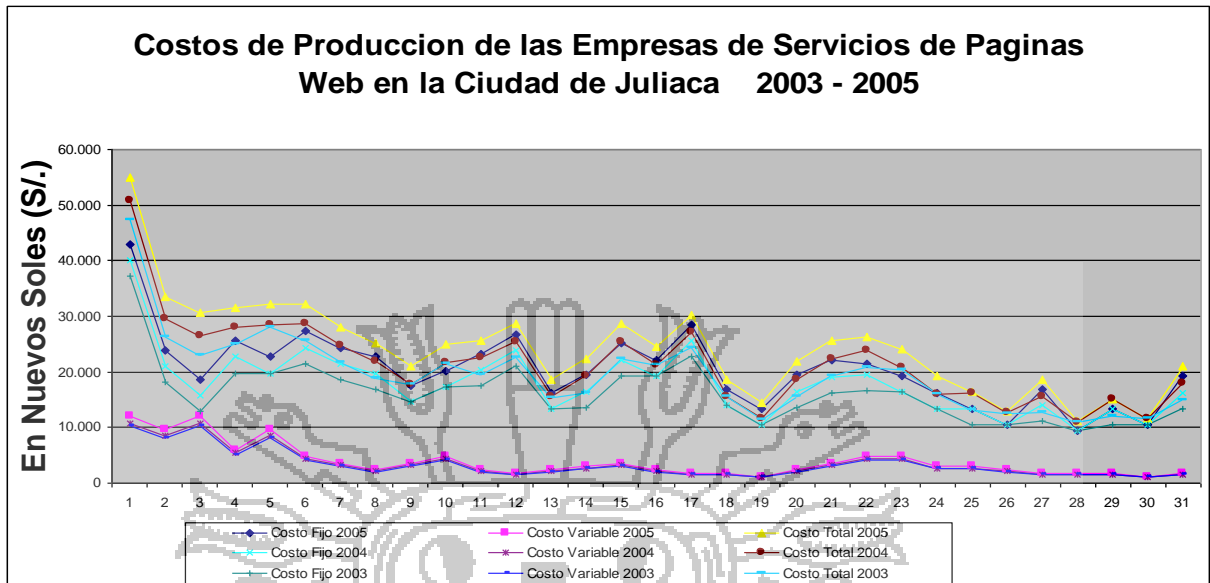
En donde los cálculos anteriores, se realizaron las respectivas sumatorias posteriores cálculos de promedios para cada una de las Variables.

5.2.2. Análisis de Evolución de Costos de Producción (Costos Fijos, Costos Variables y Costos Totales).

Como podemos observar el grafico N° 1, los costos de las empresas de servicios de páginas Web tanto Como: Costos Fijos, Costos Variables y Costos Totales de los años 2003, 2004 y 2005.

Muestra la evolución y tendencia de los costos, ya que tienen un comportamiento en las empresas, lo que nos indica que tienen altos costos ya que tienden a llegar a S/. 60,000 Nuevos Soles por consiguiente creemos que es alto.

Grafico N° 1



Fuente Anexo N 3, 4 y 5

La tendencia de los Costos (Fijos, Variables y Totales) en los años 2003, 2004 y 2005 tienen quiebres estructurales por efectos de estacionalidad del producto lo que significa que en algunos meses del año tienen niveles bajos en sus ventas y en algunos meses son altos.

5.2.3. Determinación e Interpretación Global del Punto de Equilibrio.

Para la determinación del punto de equilibrio, se analizo con el promedio total de los datos calculados y se calculo con la formula siguiente:

Equilibrio en el Volumen de Produccion 2005

$$Pep = Q_x = \frac{20,295}{600 - 52} = 37 \text{ Unidades de Produccion de Paginas Web}$$

Equilibrio en el Volumen de Ingreso 2005

$$Pei = P_x Q_x = \frac{20,295}{1 - \frac{52}{600}} = 22,223 \text{ Nuevos Soles}$$

Equilibrio en el Porcentaje de Capacidad Utilizada 2005

$$\% \text{Capacidad} = \frac{20,295}{600 - 52} * \frac{100}{75} = 50\%$$

Cuadro N° 10
Determinación del Punto de Equilibrio de las Empresas de Servicios de
Paginas Web en la Ciudad de Juliaca 2003 – 2005

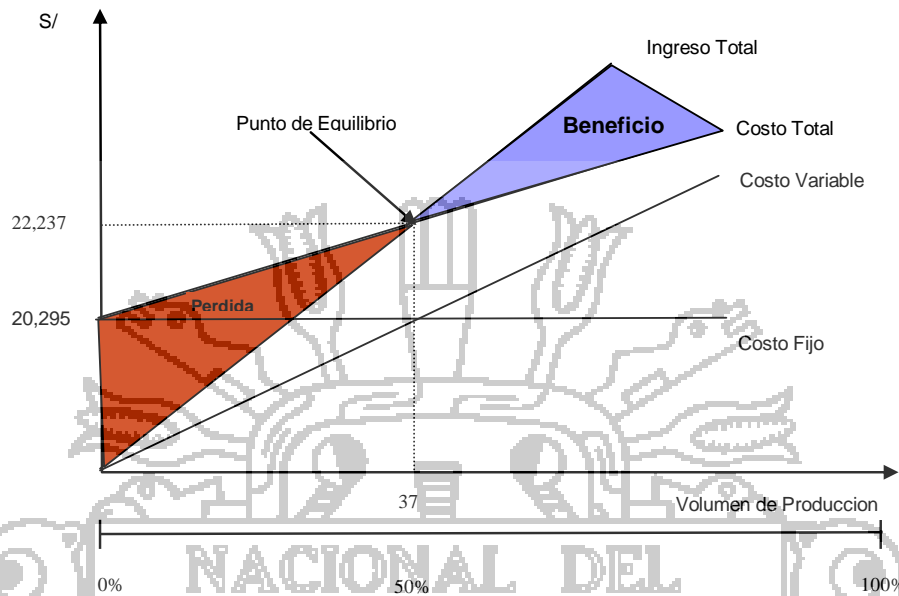
	2003	2004	2005
Producción	57	65	75
Precio	600	600	600
Costo Fijo	16,119	17,896	20,295
Costo Variable	3,325	3,519	3,910
Costo Total	19,445	21,414	24,205
Beneficios	14,871	17,285	20,462
$Cvme=cv$	58	54	52
Equilibrio	30	33	37
Producción			
Equilibrio Ingreso	17,845	19,680	22,223
% Capacidad	52%	51%	50%

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexo N° 3,4 y 5

Del cuadro N° 10, podemos observar que la producción de páginas Web en comparación de los años 2003, 2004 y 2005, respectivamente es de 57, 65 y 75 páginas Web en promedio lo cual significa un incremento del 2003 al 2004 de solo de 8 páginas Web y del año 2004 al 2005 se ve un incremento de 10 páginas Web.

Por otro lado el análisis del año 2005 se observa detalladamente en el grafico N° 2. y posteriormente analizamos el calculamos durante el año 2005 como un ejemplo de calculo.

Grafico N° 2
Punto de equilibrio Global de las Empresas de Servicios de Paginas Web
en la Ciudad de Juliaca 2005



Fuente: Elaboración propia, en base al Anexo N° 3,4 y 5

El nivel de Equilibrio de producción de paginas Web, es de 37 paginas Web y un ingreso de equilibrio de S/. 22,237 nuevos soles en el año 2005, lo que significa que al producir un numero mayor a esta producción las empresas estarán incurriendo en beneficios

Por ende su rentabilidad será mayor, pero en el caso contrario, las empresas estarán incurriendo en perdidas por lo que no les será favorable en sus beneficios.

En el presente estudio la participación en el mercado de las empresas de servicios de paginas Web en la ciudad de Juliaca está constituido por 31 empresas, los que concentran el 95% del total de empresas de servicios de paginas Web otorgado por el sistema Informático.

Las cuatro empresas más representativas concentran el 55% de los servicios de de paginas Web en la ciudad de Juliaca. Este nivel de concentración se verifica con un HHI de 1044, que está dentro del rango de moderada concentración. De acuerdo al nivel de Concentración del Anexo N° 6 y 7.

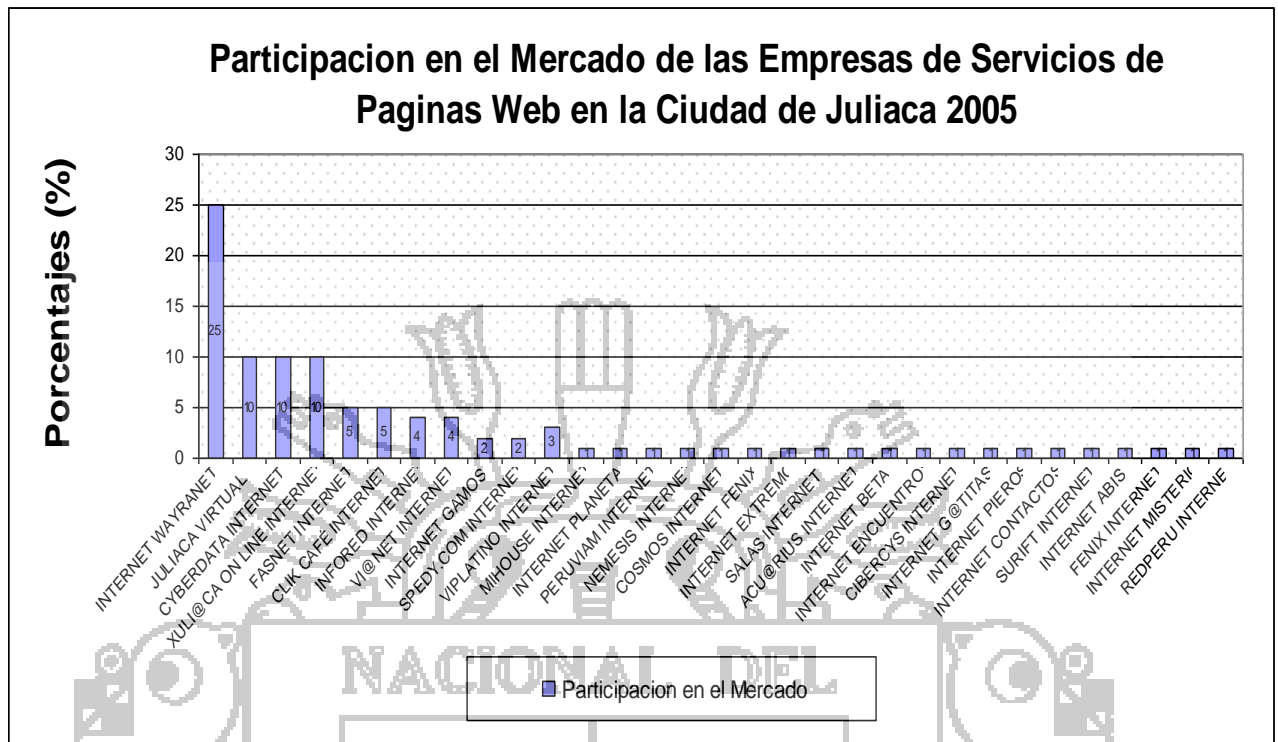
Evolución de la Participación en el Mercado de las Empresas de Servicios de Páginas Web Ciudad de Juliaca.

La tendencia es que las cuatro primeras empresas tienen una participación mayor en comparación a las demás empresas como se observa en el grafico N° 3.

El pronóstico es, posible que las primeras empresas en el futuro puedan llegar a formar concertación de precios por cuanto sería un monopolio en este servicio.

Para un consumidor potencial de estos productos es que exista una alta desconcentración del mercado para libre elección por parte del consumidor.

Grafico N° 3



Fuente: Elaboración propia, en base al Anexo N° 7

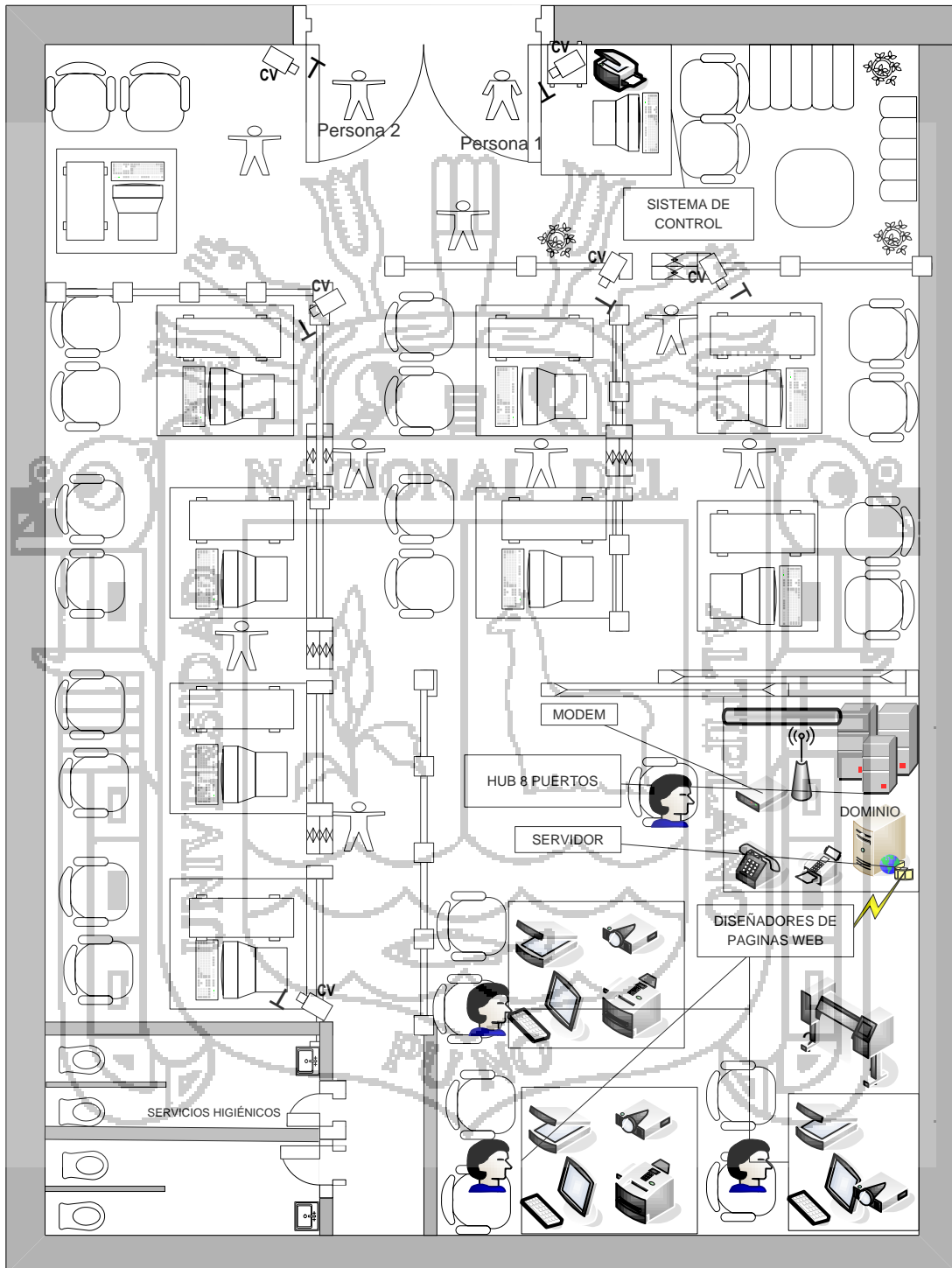
5.2.5. Óptima Planta de Producción de Páginas Web

De acuerdo a las observaciones, que se pudo observar en las empresas de servicios de paginas Web deficiencias, que existen en el proceso de producción de páginas Web, en la ciudad de Juliaca, ya que tienen mucha capacidad ociosa

Por lo cual se desarrollo, un plano de óptima utilización de recursos lo cual permitirá mejorar proceso de producción, de manera óptima este plano se encuentra en el Grafico N° 4.

Grafico N° 4

PLANTA OPTIMA DE PRODUCCIÓN DE PAGINAS WEB EN LA CIUDAD DE JULIACA



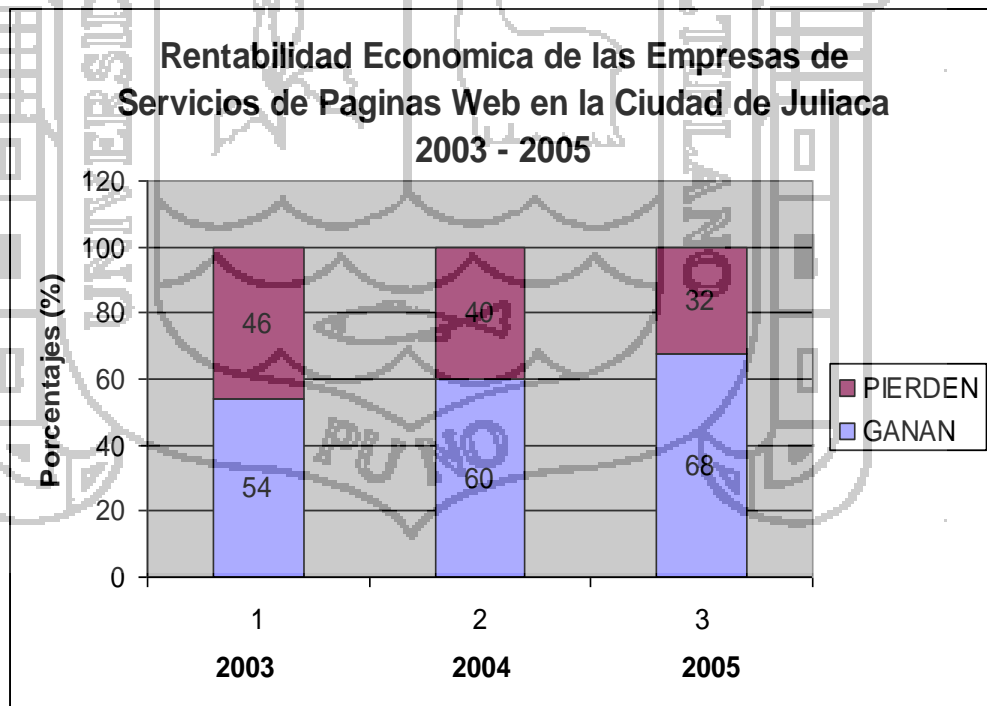
Fuente: Elaboración Propia

5.3. ANALISIS DE RENTABILIDAD ECONOMICA DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DE PÁGINAS WEB.

5.3.1. Análisis de Rentabilidad Económica de las Empresas de Servicios de Páginas Web

Según el Grafico N° 5, los resultados de rentabilidad económica se expresan en cifras porcentuales de los cuales tienen ganancias: para el año 2003 tenemos el 54% obtienen ganancias, para el 2004 fue un 60% genera rentabilidad económica y por ultimo en el año 2005 el 68%, obtienen dividendos.

Grafico N° 5



Fuente: Elaboración Propia, Según: Anexo N° 8

El análisis de Rentabilidad Económica, nos muestra que la tendencia es creciente en el futuro, lo que significa que a mayores niveles de rentabilidad el promedio de trabajadores (Profesionales y técnico) aumentara, así como los años de su educación.

La rentabilidad económica de los empresarios de servicios de páginas Web, expresa la relación existente entre la utilidad neta (Utilidad que se genera luego de cancelar los costos totales) y el activo total con el que cuentan los empresarios de servicios de páginas Web.

$$RE = \frac{\text{Utilidad Neta Antes de Impuestos e intereses}}{\text{Activo Total}}$$

$$RE = \frac{\text{Ingreso - Costos}}{\text{Pasivo + Patrimonio}}$$

Los empresarios de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca, al realizar un análisis de rentabilidad resulta complejo, debido a las características y el nivel de especialización y requerimientos propios del mismo.

Que obliga a realizar grandes inversiones en instalaciones, equipos y maquinarias, lo que directamente influye sobre el cálculo de la rentabilidad económica de la empresa.

La rentabilidad Económica de lo empresarios muestra un manejo más eficiente en el manejo de los recursos, disminuir los costos de producción y alcanzaremos mejores resultados.

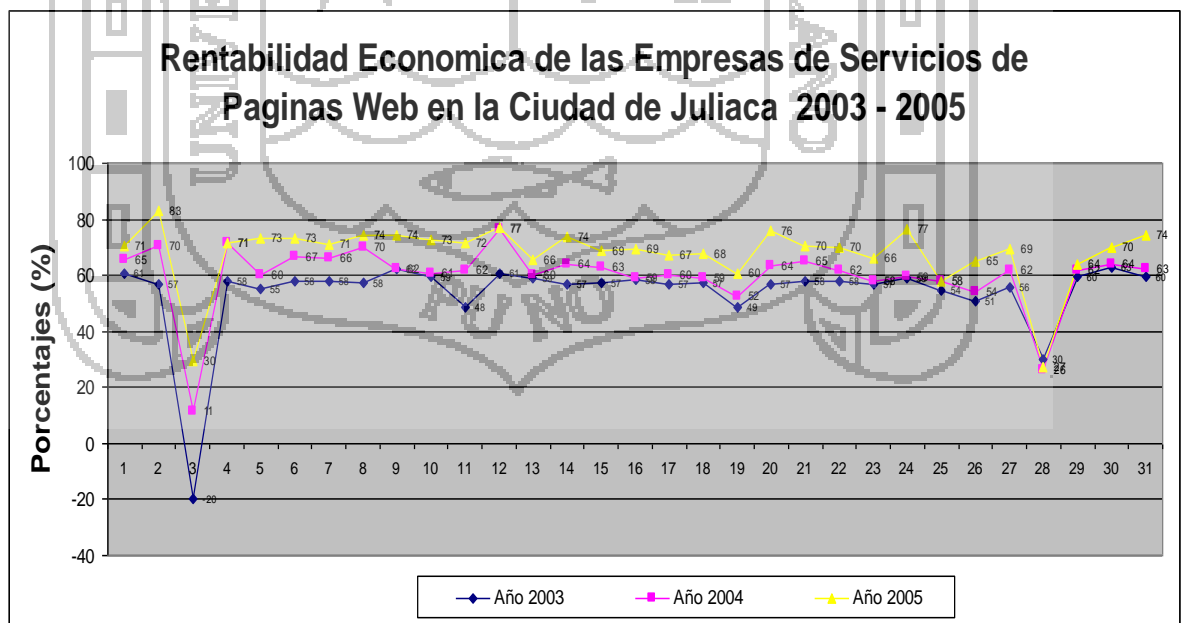
5.3.2. Análisis de la Evolución de Rentabilidad Económica de las Empresas de Servicios de Páginas Web

El análisis del nivel de evolución de rentabilidad de las empresas de servicios de páginas Web, denota los porcentajes de rentabilidad económica de los Años 2003, 2004 y 2005.

Las comparaciones de rentabilidad de los empresarios ilustran las diferencias de los años 2003 al 2005, efectivamente se observa el incremento claro y la tendencia de crecimiento es exponencial por efectos del mercado consumidor.

Como se puede apreciar en el grafico N° 6 de los diferentes años..

Grafico N° 6

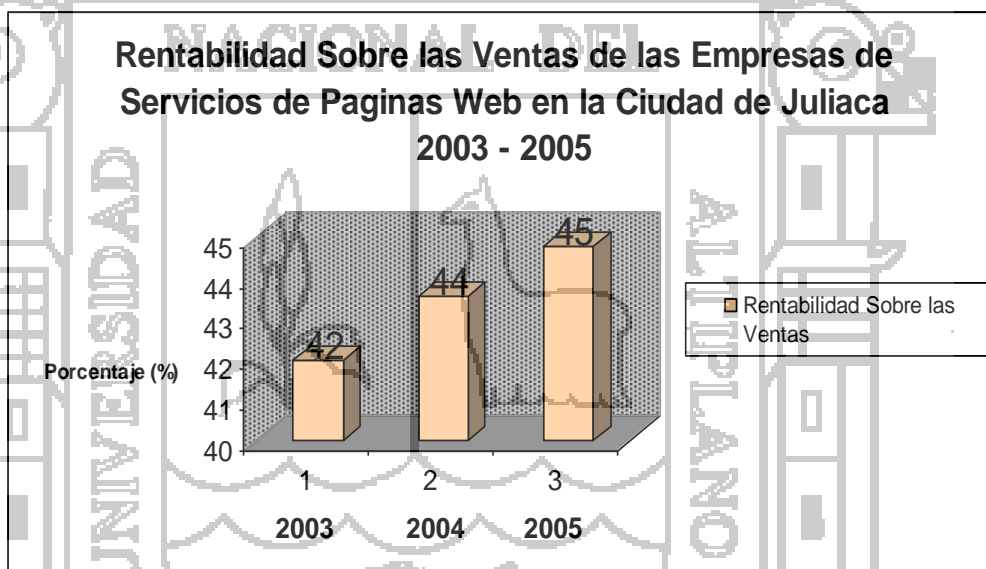


Fuente: Elaboración propia, en base al Anexo N° 8

5.3.3. Análisis de Rentabilidad Sobre las Ventas de las Empresas de Servicios de Páginas Web

Según el Grafico N° 6, los resultados de rentabilidad Sobre las Ventas se expresan en cifras porcentuales de los cuales tienen ganancias: para el año 2003 tenemos el 42% obtienen ganancias, para el 2004 fue un 44% genera rentabilidad sobre las ventas y por ultimo en el año 2005 el 45%, obtienen dividendos.

Grafico N° 7



Fuente: Elaboración propia, en base al Anexo N° 9

La Rentabilidad sobre las Ventas se mide por el margen sobre, o sea, por la relación entre las utilidades netas y las ventas totales con la siguiente formula:

$$RSV = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ingresos Totales}}$$

El margen sobre las ventas es la primera fuente de rentabilidad de los empresarios de servicios de páginas Web y el primer índice de desempeño global que se debe observar, por ello que las otras medidas de rentabilidad dependen de ella. Si la rentabilidad sobre las ventas es nula, la rentabilidad económica también lo será.

Los empresarios de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca, al efectuar un análisis de rentabilidad sobre las ventas verifican su nivel de ventas aunque empíricamente saben que sus ingresos deben de ser mayores a sus costos.

Por consiguiente mientras mayores sean los volúmenes de venta mejoran sus niveles de rentabilidad sobre las ventas.

En este estudio se comparó que la rentabilidad económica es mayor que la rentabilidad sobre las ventas, esto debido al efecto que tuvo la inversión de las empresas ya que tuvieron que realizar una inversión mínima por tanto tuvieron mayor liquidez y solvencia económica, caso contrario sería a la inversa.

Su rentabilidad sobre las ventas, la relación resulta más favorable, por el hecho de que en la medida en que seamos más eficientes en el manejo de los recursos, disminuiríamos los costos de producción y alcanzaremos mejores resultados.

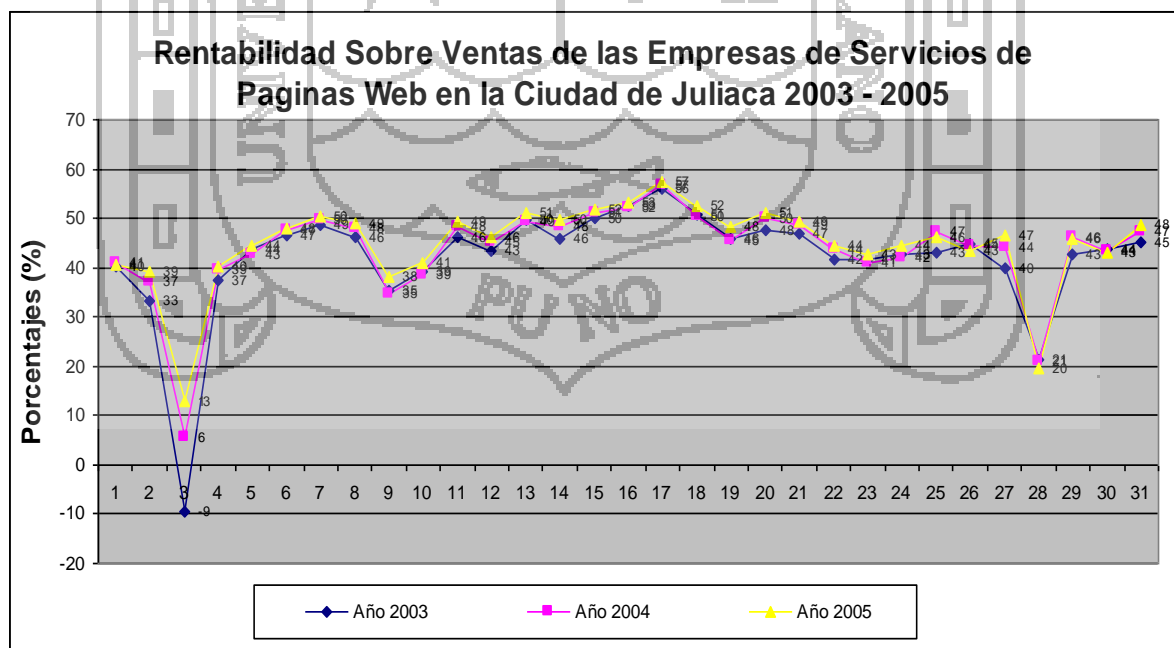
5.3.4. Análisis de la Evolución de Rentabilidad Sobre las Ventas de las Empresas de Servicios de Páginas Web

El análisis del nivel de evolución de rentabilidad sobre las ventas de las empresas de servicios de páginas Web, denota los porcentajes de rentabilidad sobre las ventas de los Años 2003, 2004 y 2005.

Las comparaciones de rentabilidad de los empresarios ilustran las diferencias de los años 2003 al 2005, efectivamente se observa el incremento claro y la tendencia de crecimiento es exponencial por efectos del mercado consumidor.

Como se puede apreciar en el grafico N° 8 de los diferentes años.

Grafico N° 8



Fuente: Elaboración propia, en base al Anexo N° 9

CONCLUSIONES

Con los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

1. En la conclusión final, tal como se presumía en la en la primera hipótesis de investigación, se ha cumplido nuestra suposición, la tecnología de las empresas de servicios de páginas Web influye directamente en la baja rentabilidad.
 - Como se observa, los empresarios que no aplican una tecnología Avanzada la probabilidad de mejorar rentabilidad siempre es menor (tanto con el método Probit), en tanto las empresas que aplican una tecnología avanzada la probabilidad de mejorar su rentabilidad es mayor, la ecuación estimada es 29.03 puntos del porcentaje mejor en las respuestas el predecir que el modelo constante de la probabilidad. Este cambio representa una mejora de 64.29 por ciento sobre la predicción correcta de 54.84 por ciento del modelo del defecto Estos números representan una mejora del punto de 35.32 porcentajes (71.32 por ciento) sobre la probabilidad constante.
 - Las empresas de páginas Web incrementaron su nivel de tecnología avanzada, de 32.3% en el año 2003, 45.2% en el año 2004 y 54.8% en el año 2005. y de manera inversa la tecnología básica.
 - En lo que se refiere a la especialización en recursos humanos (RRHH) se observa un incremento de los especialistas en sistemas, de 22.6% en el año 2003, 38.7% en el año 2004 y 54.8% en el año 2005. y de manera inversa de las otras carreras.

- El 41.9% de las empresas tienen un periodo de operación de 3 años, el 35% tienen un periodo de 4 años, el 19.4% tiene un periodo de 5 años y un 3.2% tienen un periodo de 10 años de antigüedad o de funcionamiento.
 - El 48.4% de los empresarios tienen secundaria completa y el 51.6% de los empresarios tienen un grado superior, en su mayoría en Institutos Técnicos, CEOS y SENATI.
 - El 48.4% de ellos no han recibido capacitación alguna el 32.3% han recibido capacitación en la especialidad de administración de empresas y solo un 19.4% recibieron capacitaciones de sistemas.
 - El 83.9% de las empresas de Internet son alquilados y un 16.1% de las empresas de Internet son de propiedad de los empresarios.
2. En la conclusión final, en la presunción que se que se planteo en la segunda hipótesis del presente trabajo de investigación, se ha cumplido efectivamente de nuestra suposición preliminar en donde a mayores costos de producción menor será la rentabilidad de las empresas.
- A medida que los costos totales anuales de las empresas en el año 2003 es de S/. 602,784 nuevos soles, en el año 2004 S/. 663,846 nuevos soles y en el año 2005 S/. 750,348 nuevos soles, a medida que incrementa, su rentabilidad es

menor, esto debido al efecto de los Activos Totales (Costos de Inversión), mayores.

- El grado de Concentración de mercado de las empresas, de Páginas Web de Juliaca, se verifica con un HHI de 1 044, que está dentro del rango de moderada concentración.

- El Plano óptimo se formula para una Buena utilización de recursos se observa en el Grafico N° 4

3. En conclusión final, en nuestro postulado en la tercera hipótesis del presente estudio de investigación, no se ha cumplido como afirmamos inicialmente según los resultados de rentabilidad.

- Los resultados de rentabilidad económica de las empresas de servicios de páginas Web en la ciudad de Juliaca son aceptables en la mayoría de ellas de los cuales tienen ganancias: para el año 2003 tenemos el 54% obtienen ganancias, para el 2004 fue un 60% genera rentabilidad económica y por ultimo en el año 2005 el 68%, obtienen dividendos.

- La rentabilidad Sobre las Ventas en cifras porcentuales de los cuales: en el año 2003 obtienen el 42% de ganancias, para el 2004 fue un 44% genera rentabilidad sobre las ventas y por ultimo en el año 2005 el 45%, obtienen dividendos.

RECOMENDACIONES

Dada las circunstancias a que se enfrentó durante el desarrollo del presente estudio de investigación, se recomienda que:

1. Es una necesidad urgente para estas empresas la aplicación de un planta optima de Internet (paginas Web), y determinar una optima utilización de los recursos y no tener maquinarias con capacidad ociosa durante el día.
2. Se recomienda a los empresarios invertir en tecnología y publicidad en medios de comunicación para lograr mayores niveles de rentabilidad.
3. Se recomienda a los propietarios dedicados a esta actividad a incrementar su inversión, mantener sus costos y manejar políticas de mercado para la oferta de sus productos y ofertar precios competitivos, para de esta manera obtener mayores niveles de Rentabilidad.
4. Solicitar al gobierno central el otorgamiento de créditos para estas empresas, a bajos interese, para de esta manera poder fomentar una mayor inversión y contribuir al desarrollo del país.
5. Para que estas empresas puedan mantenerse en óptimas condiciones de trabajo se recomienda que al estudio de los costos del presente trabajo deben de agregarse una utilidad en función a la demanda, la cual debe satisfacer a los propietarios de las mismas.

BIBLIOGRAFIA.

- Aguilar Ramírez, Néstor Juan. (2000) “Nivel de Rentabilidad y Eficiencia en la Gestión Financiera en la Pequeña y Microempresa de Confecciones de Prendas de Vestir y Calzado de la Ciudad de Puno”, Edc. Unica, Tesis, Puno-Perú
- Armaza M., Percy. (2001) “Diagnostico, Situación de la Micro y Pequeña Empresa en las Ciudades de Puno, Juliaca e Ilave” Edc. Unica, Tesis, Puno-Perú
- Andrade E, Simón. (1998) contabilidad de costos. (1ª Ed) Perú: lima editorial y librería Lucero S.R Ltda. Pág. 486
- Alegre Elera, Jenner F. (1997). Formulación y Evaluación de Proyectos. (4ª Ed) Perú: Editores e Impresiones Graficas Ameritas S.R.L. Lima Pág. 116
- Bermejo, Luis y Fernández Mariana, Pedro. (2004). “Análisis de Rentabilidad de una Oficina Bancaria ” Publicaciones IFM, Parada W-0508 Banco Interamericano de Desarrollo 1300 New York Avenue, N.W. Washington, D.C. 20577.
- Bravo Orellana, Sergio. (2004). “Teoría Financiera y el Costo del Capital” Escuela de Administración de Negocios para Graduados ESAN Av. Alonso de Molina 1652, Surco. Lima-Perú.
- Bravo Orellana, Sergio. (2003). “Análisis de Rentabilidad Económica y Financiera” Escuela de Administración de Negocios para Graduados ESAN Av. Alonso de Molina 1652, Surco. Lima-Perú.
- Bodie, Zvi y Merton, Robert. (2003). Finanzas. (1ª Ed) México: Ediciones PRENTICE HALL, INC por pearson Educación de México, S.A. de C.V. Pág. 6
- Constitución Política del Perú de 1993, Legislación sobre Inversión Privada Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa Ley N° 28015 Julio del 2003.
- Días Mosto, Jorge. (1979). Contabilidad de Costos. (4ª Ed) Perú: editorial Universo S.A. Pág.14
- Departamento de Justicia de Estados Unidos en sus normas sobre fusiones horizontales; Tomados de Pepall, Richards y Norman Industrial Organization: Contemporary Theory and Practice. South, Western Collage Publishing, USA, 1999.
- Fernando Villarán, Javier Palacios, Víctor Hugo Bullón y Teodoro Sanz, consultores del Proyecto CRECER Diagnóstico y Recomendaciones para mejorar los Programas y Servicios de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMEs) en el Perú Septiembre 2005 Esta publicación fue producida para revisión de la Agencia Internacional de Desarrollo de los Estados Unidos (USAID).
- Henderson, James M. y Quandt, Richard E. (1969)_Teoría Microeconomica_. (3ª Ed). España: ediciones Ariel, S.A. Pág. 63
- Fontaine R., Ernesto. (2000). Evaluación Social de Proyectos. (12ª Ed) Chile: Ediciones Universidad de Chile Pág. 69 – 83
- Hidalgo Ortega, Jesús. (1995). Contabilidad de Costos. (3ª Ed) Perú: lima Edición Fecat E.I.R.L Pág. 480

- Hernández Sampieri, Roberto y Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar. (1998) "Metodología de la Investigación", 2da Edición, Corporación Editora Continental
- IMPROVEN Consultores (2001). "Negocios en Internet y Comercio Electrónico" (1ª Ed) España: Ediciones ECO 3 Multimedia
- Khemani, R. S. y Shapiro, D. M. Glosario de Economía Industrial y Derecho de la Competencia. Coedición: OCDE Ediciones Mundi – Prensa, Madrid Barcelona – México, 1995.
- Méndez, Carlos y Moreno, Luís. "Guía para elaborar diseños de investigación en administración y Economía". 2da Edc. Edt. Rosaritas, Bogota – Colombia, 1982
- Murray R., Spiegel. (1970). Estadística. México: Ediciones Schaum McGRAW-HILL.
- Nicholson, Walter. (1997). Teoría Microeconómica. (6ª Ed) Estados Unidos: Copyright Pág. 223
- Obando Uzcátegui, Guido Alberto. (2005). "Análisis de Rentabilidad en Sistemas de Producción Lechera en Ganadería de Altura: Caso Finca las Josefina" IX seminario de Pastos y Forrajes Región del Maule Chile.
- Paucar Ticona, Moisés. (1999) "Costo y Rentabilidad en confecciones de Uniformes Deportivos en el distrito de Juliaca" Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, Tesis, UNA-Puno
- Paper de la OECD. Merger in Financial Services. Septiembre, 2000
- Sánchez Ballesta, Juan Pedro. (2002). "Análisis de Rentabilidad de la Empresa", Lección Análisis contable. www.5campus.com España.
- Sapag Chain, Nassir. (1997). Criterios de Evaluación de Proyectos. (1ª Ed) Colombia: Ediciones Uniandes Pág. 113 - 120
- Sapag Chain, Nassir y Sapag Chain, Reinaldo. (2000). Preparación y Evaluación de Proyectos. (4ª Ed) Pág. 293 - 304
- Varían, Hall R. (1992). Análisis Microeconómico. (3ª Ed) España: de la edición en castellano: Antonio Bosch, editor S. A. Pág. 77
- Wayranet S.A.C (2005). "Investigación de Mercado Hospedaje de Páginas Web (Hosting) en la ciudad de Juliaca" Trabajo de Investigación de Mercado y Marketing, Elaborado por los estudiantes de la Escuela de Post Grado Universidad Nacional del Altiplano Maestría en Economía Mención Proyectos de Inversión Puno - Perú
- www.monografias.com documentos de investigación de economía.
- <http://WWW.pucp.edu.pe> trabajos de investigación economía.
- www.gestiopolis.com trabajos de investigación de economía.
- <http://WWW.catarina.udlap>. Tesis sobre costos de producción economía.
- <http://WWW.osborne.com>. McGraw-Hill Inc.
- www.ganaropciones.com.ar Patricio Peker estrategias comprobadas para que las objeciones de sus clientes trabajen para usted.
- www.sunat.gob.pe Súper intendencia de administración Tributaria



Anexo N° 1

Nivel de Tecnología de las Empresas de Servicios de Páginas Web en la ciudad de Juliaca 2003 -2005

N°	EMPRESAS EN JULIACA	AÑO 2003			AÑO 2004			AÑO 2005		
		TIPO DE TECNOLOGIA	INGRESO TOTAL En Nuevos Soles (S/.)	Especialización En Recursos Humanos (RRHH)	TIPO DE TECNOLOGIA	INGRESO TOTAL En Nuevos Soles (S/.)	Especialización En Recursos Humanos (RRHH)	TIPO DE TECNOLOGIA	INGRESO TOTAL En Nuevos Soles (S/.)	Especialización En Recursos Humanos (RRHH)
1	INTERNET WAYRANET	Avanzada	76488	Sistemas	Avanzada	86112	Sistemas	Avanzada	86112	Sistemas
2	JULIACA VIRTUAL	Avanzada	39330	Otra Carrera	Avanzada	47196	Otra Carrera	Avanzada	47196	Sistemas
3	CYBERDATA INTERNET	Basica	21114	Otra Carrera	Basica	28152	Otra Carrera	Basica	28152	Otra Carrera
4	XULI@CA ON LINE INTERNET	Avanzada	39744	Sistemas	Avanzada	46368	Sistemas	Avanzada	46368	Sistemas
5	FASNET INTERNET	Avanzada	49680	Sistemas	Avanzada	49680	Sistemas	Avanzada	49680	Sistemas
6	CLIK CAFÉ INTERNET	Avanzada	47817	Sistemas	Avanzada	54648	Sistemas	Avanzada	54648	Sistemas
7	INFORED INTERNET	Avanzada	42228	Sistemas	Avanzada	49266	Sistemas	Avanzada	49266	Sistemas
8	VI@NET INTERNET	Basica	35190	Otra Carrera	Avanzada	42228	Otra Carrera	Avanzada	42228	Sistemas
9	INTERNET GAMOS	Basica	27324	Otra Carrera	Basica	27324	Otra Carrera	Basica	27324	Otra Carrera
10	SPEEDY.COM INTERNET	Basica	35190	Otra Carrera	Basica	35190	Otra Carrera	Basica	35190	Sistemas
11	VIPLATINO INTERNET	Avanzada	36225	Otra Carrera	Avanzada	43470	Sistemas	Avanzada	43470	Sistemas
12	MIHOUSE INTERNET	Avanzada	39744	Sistemas	Avanzada	46368	Sistemas	Avanzada	46368	Sistemas
13	INTERNET PLANETA	Basica	30636	Otra Carrera	Basica	30636	Otra Carrera	Basica	30636	Otra Carrera
14	PERUVIAM INTERNET	Basica	29808	Otra Carrera	Basica	37260	Otra Carrera	Basica	37260	Otra Carrera
15	NEMESIS INTERNET	Avanzada	44712	Otra Carrera	Avanzada	52164	Sistemas	Avanzada	52164	Sistemas
16	COSMOS INTERNET	Avanzada	44712	Otra Carrera	Avanzada	44712	Sistemas	Avanzada	44712	Sistemas
17	INTERNET FENIX	Basica	55062	Sistemas	Basica	62928	Sistemas	Avanzada	62928	Sistemas
18	INTERNET EXTREMO	Basica	31464	Otra Carrera	Basica	31464	Otra Carrera	Avanzada	31464	Otra Carrera
19	SALAS INTERNET	Basica	21114	Otra Carrera	Basica	21114	Otra Carrera	Basica	21114	Otra Carrera
20	ACU@RIUS INTERNET	Basica	29808	Otra Carrera	Basica	37260	Otra Carrera	Basica	37260	Otra Carrera
21	INTERNET BETA	Basica	36225	Otra Carrera	Avanzada	43470	Sistemas	Avanzada	43470	Sistemas
22	INTERNET ENCUENTROS	Basica	35397	Otra Carrera	Avanzada	42476	Otra Carrera	Avanzada	42476	Sistemas
23	CIBERCYS INTERNET	Basica	34983	Otra Carrera	Avanzada	34983	Otra Carrera	Avanzada	34983	Sistemas
24	INTERNET G@TTAS	Basica	27655	Otra Carrera	Basica	27655	Sistemas	Basica	27655	Sistemas
25	INTERNET PIROS	Basica	22977	Otra Carrera	Basica	30636	Otra Carrera	Basica	30636	Otra Carrera
26	INTERNET CONTACTOS	Basica	22604	Otra Carrera	Basica	22604	Otra Carrera	Basica	22604	Otra Carrera
27	SURFET INTERNET	Basica	20990	Otra Carrera	Basica	27986	Otra Carrera	Basica	27986	Otra Carrera
28	INTERNET ABIS	Basica	13910	Otra Carrera	Basica	13916	Otra Carrera	Basica	13916	Otra Carrera
29	FENIX INTERNET	Basica	20990	Otra Carrera	Basica	27986	Otra Carrera	Basica	27986	Otra Carrera
30	INTERNET MISTERIO	Basica	20493	Otra Carrera	Basica	20493	Otra Carrera	Basica	20493	Otra Carrera
31	REDPERU INTERNET	Basica	27158	Otra Carrera	Basica	33948	Otra Carrera	Avanzada	33948	Otra Carrera

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexos 5, 6 y 7



Sub. Anexo N° 1.1
 Coeficiente de Estimación Econometrica del Nivel de Tecnología de las Empresas de Servicios de Paginas Web en la Ciudad de Juliaca 2003

--> PROBIT;Lhs=TEC2003;Rhs=ONE,RRHH2003,IT2003;Pds=0;Hold;Margin\$

```

+-----+
| Dependent variable is binary, y=0 or y not equal 0
| Ordinary least squares regression Weighting variable = none
| Dep. var. = TEC2003 Mean= .3225806452 S.D.= .4751909633
| Model size: Observations = 31, Parameters = 3, Deg.Fr.= 28
| Residuals: Sum of squares= 3.495448342 Std.Dev.= .35332
| Fit: R-squared= .484005 Adjusted R-squared = .44715
| Model test: F[ 2, 28] = 13.13 Prob value = .00009
| Diagnostic: Log-L = -10.1579 Restricted(b=0) Log-L = -20.4137
| LogAmemiyaPrCrt.= -1.988 Akaike Info. Crt.= .849
+-----+
    
```

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St. Er.	P[Z >z]	Mean of X
Constant	-.3265193679	.22111030	-1.477	.1397	
RRHH2003	.3483018055	.20991761	1.659	.0971	.22580645
IT2003	.1667086590E-04	.70652817E-05	2.360	.0183	.34218.452

Normal exit from iterations. Exit status=0.

```

+-----+
| Binomial Probit Model
| Maximum Likelihood Estimates
| Dependent variable TEC2003
| Weighting variable ONE
| Number of observations 31
| Iterations completed 6
| Log likelihood function -10.50433
| Restricted log likelihood -19.49278
| Chi-squared 17.97689
| Degrees of freedom 2
| Significance level .1248432E-03
| Results retained for SELECTION model.
+-----+
    
```

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St. Er.	P[Z >z]	Mean of X
Constant	-4.315979004	1.6887976	-2.556	.0106	
RRHH2003	.5451242357	.87010073	.627	.5310	.22580645
IT2003	.1016427220E-03	.47688379E-04	2.131	.0331	.34218.452

Partial derivatives of E[y] = F[*] with respect to the vector of characteristics. They are computed at the means of the Xs. Observations used for means are All Obs.

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St. Er.	P[Z >z]	Mean of X
Constant	-1.333616969	.42388054	-3.146	.0017	
RRHH2003	.1684407942	.27811701	.606	.5447	.22580645
IT2003	.3140711731E-04	.13507667E-04	2.325	.0201	.34218.452

Frequencies of actual & predicted outcomes
 Predicted outcome has maximum probability.

Actual	Predicted		Total
	0	1	
0	20	1	21
1	2	8	10
Total	22	9	31

Fuente: Estimación según Anexo N° 3



Sub. Anexo N° 1.2
 Coeficiente de Estimación Econometrica del Nivel de Tecnología de las Empresas de Servicios de Paginas Web en la Ciudad de Juliaca 2004

--> PROBIT; Lhs=TEC2004; Rhs=ONE, RRHH2004, IT2004; Pds=0; Hold; Margin\$

```

Dependent variable is binary, y=0 or y not equal 0
Ordinary least squares regression Weighting variable = none
Dep. var. = TEC2004 Mean= .4516129032 S.D.= .5058794110
Model size: Observations = 31, Parameters = 3, Deg.Fr.= 28
Residuals: Sum of squares= 4.005981053 Std.Dev.= .37825
Fit: R-squared= .478213, Adjusted R-squared = .44094
Model test: F[ 2, 28] = 12.83, Prob value = .00011
Diagnostic: Log-L = -12.2710, Restricted(b=0) Log-L = -22.3537
LogAmemiyaPrCrt.= -1.852, Akaike Info. Crt.= .985
    
```

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St. Er.	P[Z >z]	Mean of X
Constant	-.2747924407	.22067287	-1.245	.2130	
RRHH2004	.3215726558	.18791603	1.711	.0870	.38709677
IT2004	.1555372399E-04	.65024820E-05	2.392	.0168	.38699.774

Normal exit from iterations. Exit status=0

```

Binomial Probit Model
Maximum Likelihood Estimates
Dependent variable TEC2004
Weighting variable ONE
Number of observations 31
Iterations completed 6
Log likelihood function -12.08620
Restricted log likelihood -21.34217
Chi-squared 18.51195
Degrees of freedom 2
Significance level .9553834E-04
Results retained for SELECTION model
    
```

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St. Er.	P[Z >z]	Mean of X
Index function for probability					
Constant	-3.437993538	1.2835509	-2.679	.0074	
RRHH2004	.6409986630	.74970271	.855	.3925	.38709677
IT2004	.7889479726E-04	.35396646E-04	2.206	.0274	.38699.774

Partial derivatives of E[y] = F[*] with respect to the vector of characteristics. They are computed at the means of the Xs. Observations used for means are All Obs.

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St. Er.	P[Z >z]	Mean of X
Index function for probability					
Constant	-1.352429042	.48499441	-2.789	.0053	
RRHH2004	.2521544029	.29608152	.852	.3944	.38709677
IT2004	.3072073018E-04	.13786686E-04	2.228	.0259	.38699.774

Frequencies of actual & predicted outcomes
 Predicted outcome has maximum probability.

actual	Predicted		Total
	0	1	
0	16	1	17
1	3	11	14
Total	19	12	31

Fuente: Estimación según Anexo N° 3

Sub. Anexo N° 1.3
 Coeficiente de Estimación Econometrica del Nivel de Tecnología de las Empresas de Servicios de Paginas Web en la Ciudad de Juliaca 2005

--> PROBIT;Lhs=TEC2005;Rhs=ONE,RRHH2005,IT2005;Pds=0;Hold;Margin\$

```

-----
Dependent variable is binary, y=0 or y not equal 0
Ordinary least squares regression      Weighting variable = none
Dep. var. = TEC2005  Mean=      .5483870968      S.D.=      .5058794110
Model size: Observations =      31, Parameters =      3, Deg.Fr.=      28
Residuals: Sum of squares= 2.877117945      Std.Dev.=      .32055
Fit: R-squared=      .625249, Adjusted R-squared =      .59848
Model test: F[ 2, 28] =      23.36, Prob value =      .00000
Diagnostic: Log-L =      -7.1405, Restricted(b=0) Log-L =      -22.3537
              LogAmemiyaPrCrt =      -2.183, Akaike Info. Crt.=      .654
    
```

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St. Er.	P[Z >z]	Mean of X
Constant	-.2705469182	.19109369	-1.416	.1568	
RRHH2005	.4593218501	.16366228	2.807	.0050	.54838710
IT2005	.1269512533E-04	.52454668E-05	2.420	.0155	.44666.581

Normal exit from iterations. Exit status=0.

```

-----
Binomial Probit Model
Maximum Likelihood Estimates
Dependent variable      TEC2005
Weighting variable      ONE
Number of observations      31
Iterations completed      8
Log likelihood function      -6.736236
Restricted log likelihood      -21.34217
Chi-squared      29.21188
Degrees of freedom      2
Significance level      .0000000
Results retained for SELECTION model.
    
```

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St. Er.	P[Z >z]	Mean of X
Index function for probability					
Constant	-8.046034666	3.4687340	-2.320	.0204	
RRHH2005	.5558836488	.85949043	.647	.5178	.54838710
IT2005	.1844435268E-03	.84832364E-04	2.174	.0297	.44666.581

Partial derivatives of E[y] = F[*] with respect to the vector of characteristics. They are computed at the means of the Xs. Observations used for means are All Obs.

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St. Er.	P[Z >z]	Mean of X
Index function for probability					
Constant	-2.836593621	1.1841574	-2.395	.0166	
RRHH2005	.1959743001	.30259935	.648	.5172	.54838710
IT2005	.6502474239E-04	.27582042E-04	2.358	.0184	.44666.581

Frequencies of actual & predicted outcomes
 predicted outcome has maximum probability.

actual	Predicted		Total
	0	1	
0	11	3	14
1	2	15	17
Total	13	18	31

Fuente: Estimación según Anexo N° 3

Sub. Anexo N° 1.4

Tabla de Expectación-Predicción (Clasificación) del Nivel de Tecnología de las Empresas de Servicios de Páginas Web en la Ciudad de Juliaca 2005

Dependent Variable: TEC2005
 Method: ML - Binary Probit (Quadratic hill climbing)
 Date: 03/31/07 Time: 10:28
 Sample: 1 31
 Included observations: 31
 Prediction Evaluation (success cutoff C = 0.5)

	Estimated Equation			Constant Probability		
	Dep=0	Dep=1	Total	Dep=0	Dep=1	Total
P(Dep=1)≤C	11	2	13	0	0	0
P(Dep=1)>C	3	15	18	14	17	31
Total	14	17	31	14	17	31
Correct	11	15	26	0	17	17
% Correct	78.57	88.24	83.87	0.00	100.00	54.84
% Incorrect	21.43	11.76	16.13	100.00	0.00	45.16
Total Gain*	78.57	-11.76	29.03			
Percent Gain...	78.57	NA	64.29			

	Estimated Equation			Constant Probability		
	Dep=0	Dep=1	Total	Dep=0	Dep=1	Total
E(# of Dep=0)	11.76	2.16	13.92	6.32	7.68	14.00
E(# of Dep=1)	2.24	14.84	17.08	7.68	9.32	17.00
Total	14.00	17.00	31.00	14.00	17.00	31.00
Correct	11.76	14.84	26.60	6.32	9.32	15.65
% Correct	84.00	87.27	85.79	45.16	54.84	50.47
% Incorrect	16.00	12.73	14.21	54.84	45.16	49.53
Total Gain*	38.84	32.43	35.32			
Percent Gain...	70.82	71.81	71.32			

*Change in "% Correct" from default (constant probability) specification

**Percent of incorrect (default) prediction corrected by equation

Fuente: Estimación según Anexo N° 3

Anexo N° 2

Características, Tenencias de Bienes y Propietarios de las Empresas de Servicios de Paginas Web en Ciudad de Juliaca 2005

N°	EMPRESAS EN JULIACA	CARACTERÍSTICAS Y TENENCIAS DE BIENES DE LAS EMPRESAS Y EL PROPIETARIO								Condicion Laboral de Personal				Total Personal
		Años de Funcionamiento	Grado de Instrucción	Capacitacion	Industria	Condicion Legal	Propio	Alquilado	m2	Contratados		No Contratados		
										Calificados	No Calificados	Calificados	No Calificados	
1	INTERNET WAYRANET	10	Superior	Sistemas.	Microem.	Formal		x	40	3	1	3	-	7
2	JULIACA VIRTUAL	5	Superior	Sistemas.	Microem.	Formal		x	35	2	1	2	1	6
3	CYBERDATA INTERNET	5	Superior	Sistemas.	Microem.	Formal		x	25	1	2	1	2	6
4	XULI@CA ON LINE INTERNET	4	Superior	Sistemas.	Microem.	Formal		x	18	1	2	1	1	5
5	FASNET INTERNET	4	Superior	Adm. Empr.	Microem.	Formal		x	20	-	2	-	2	4
6	CLIK CAFÉ INTERNET	5	Superior	Sistemas.	Microem.	Formal		x	15	-	2	-	1	3
7	INFORED INTERNET	4	Secundaria	Ninguna	Microem.	Formal		x	18	-	1	1	3	5
8	VI@NET INTERNET	4	Superior	Sistemas.	Microem.	Formal	x		20	-	2	-	4	6
9	INTERNET GAMOS	5	Secundaria	Ninguna	Microem.	Formal	x		15	1	3	-	4	8
10	SPEDY.COM INTERNET	4	Secundaria	Ninguna	Microem.	Informal		x	20	-	1	1	3	5
11	VIPLATINO INTERNET	4	Superior	Adm. Empr.	Microem.	Formal		x	30	-	2	1	4	7
12	MIHOUSE INTERNET	5	Superior	Adm. Empr.	Microem.	Informal		x	15	-	1	-	3	4
13	INTERNET PLANETA	3	Secundaria	Ninguna	Microem.	Informal		x	18	-	3	-	3	6
14	PERUVIAM INTERNET	4	Superior	Adm. Empr.	Microem.	Informal		x	22	1	1	-	1	3
15	NEMESIS INTERNET	5	Secundaria	Ninguna	Microem.	Informal	x		35	-	2	-	2	4
16	COSMOS INTERNET	3	Secundaria	Ninguna	Microem.	Informal		x	38	-	3	-	3	6
17	INTERNET FENIX	3	Secundaria	Ninguna	Microem.	Informal		x	24	-	-	-	1	1
18	INTERNET EXTREMO	3	Secundaria	Ninguna	Microem.	Informal		x	21	-	-	-	2	2
19	SALAS INTERNET	4	Secundaria	Ninguna	Microem.	Informal		x	18	-	1	-	4	5
20	ACU@RIUS INTERNET	4	Superior	Adm. Empr.	Microem.	Informal		x	14	-	3	-	2	5
21	INTERNET BETA	3	Superior	Adm. Empr.	Microem.	Formal		x	11	-	1	-	3	4
22	INTERNET ENCUENTROS	3	Superior	Adm. Empr.	Microem.	Formal		x	12	-	3	-	3	6
23	CIBERCYS INTERNET	3	Superior	Adm. Empr.	Microem.	Informal		x	15	1	1	-	3	5
24	INTERNET G@TITAS	4	Superior	Adm. Empr.	Microem.	Informal	x		24	-	1	1	2	4
25	INTERNET PIEROS	4	Secundaria	Ninguna	Microem.	Formal		x	35	-	4	-	3	7
26	INTERNET CONTACTOS	3	Secundaria	Ninguna	Microem.	Informal		x	45	-	1	-	3	4
27	SURIFT INTERNET	3	Secundaria	Ninguna	Microem.	Informal		x	35	-	1	-	4	5
28	INTERNET ABIS	3	Secundaria	Ninguna	Microem.	Informal		x	36	-	1	-	3	4
29	FENIX INTERNET	3	Secundaria	Ninguna	Microem.	Informal		x	20	1	1	-	3	5
30	INTERNET MISTERIO	3	Superior	Adm. Empr.	Microem.	Informal		x	28	-	2	-	3	5
31	REDPERU INTERNET	3	Secundaria	Ninguna	Microem.	Informal	x		45	-	1	-	3	4

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexo 10 y Formatos 1, 2 y 3 (encuesta a microempresarios)



Anexo N° 3

Precio, Ingresos Totales, Costos Totales y Utilidad Neta de las Empresas de Servicios de Paginas Web en la Ciudad de Juliaca 2003
En Nuevos Soles (S/.)

N°	EMPRESAS EN JULIACA	Precio	Cantidad en (Unidades)	Ingreso Total	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Capital de Trabajo	Costo Insumos	Gasto de Fabricacion	Costo Unitario	Utilidad Neta
1	INTERNET WAYRANET	552	144	79.488	37.176	10.200	47.376	909	34.776	2.400	329,00	32.112,00
2	JULIACA VIRTUAL	656	60	39.330	18.090	8.160	26.250	503	14.490	3.600	437,50	13.080,00
3	CYBERDATA INTERNET	587	36	21.114	12.894	10.200	23.094	443	8.694	4.200	641,50	-1.980,00
4	XULL@CA ON LINE INTERNET	552	72	39.744	19.788	5.100	24.888	477	17.388	2.400	345,67	14.856,00
5	FASNET INTERNET	690	72	49.680	19.788	8.160	27.948	536	17.388	2.400	388,17	21.732,00
6	CLIK CAFÉ INTERNET	569	84	47.817	21.486	4.080	25.566	490	20.286	1.200	304,36	22.251,00
7	INFORÉD INTERNET	587	72	42.228	18.588	3.060	21.648	415	17.388	1.200	300,67	20.580,00
8	VI@NET INTERNET	587	60	35.190	16.890	2.040	18.930	363	14.490	2.400	315,50	16.260,00
9	INTERNET GAMOS	569	48	27.324	14.592	3.060	17.652	339	11.592	3.000	367,75	9.672,00
10	SPEDY.COM INTERNET	587	60	35.190	17.310	4.080	21.390	410	14.490	2.820	356,50	13.800,00
11	VIPLATINO INTERNET	604	60	36.225	17.430	2.040	19.470	373	14.490	2.940	324,50	16.755,00
12	MIHOUSE INTERNET	552	72	39.744	20.988	1.536	22.524	432	17.388	3.600	312,83	17.220,00
13	INTERNET PLANETA	638	48	30.636	13.392	2.040	15.432	296	11.592	1.800	321,50	15.204,00
14	PERUVIAM INTERNET	621	48	29.808	13.632	2.556	16.188	310	11.592	2.040	337,25	13.620,00
15	NEMESIS INTERNET	621	72	44.712	19.308	3.060	22.368	429	17.388	1.920	310,67	22.344,00
16	COSMOS INTERNET	621	72	44.712	19.188	2.040	21.228	407	17.388	1.800	294,83	23.484,00
17	INTERNET FENIX	656	84	55.062	22.686	1.536	24.222	465	20.286	2.400	288,36	30.840,00
18	INTERNET EXTREMO	656	48	31.464	13.992	1.536	15.528	298	11.592	2.400	323,50	15.936,00
19	SALAS INTERNET	587	36	21.114	10.434	1.020	11.454	220	8.694	1.740	318,17	9.660,00
20	ACU@RIUS INTERNET	621	48	29.808	13.608	2.040	15.648	300	11.592	2.016	326,00	14.160,00
21	INTERNET BETA	604	60	36.225	16.242	3.060	19.302	370	14.490	1.752	321,70	16.923,00
22	INTERNET ENCUENTROS	590	60	35.397	16.626	4.080	20.706	397	14.490	2.136	345,10	14.691,00
23	CIBERCYS INTERNET	583	60	34.983	16.386	4.080	20.466	392	14.490	1.896	341,10	14.517,00
24	INTERNET G@TTIAS	576	48	27.655	13.332	2.556	15.888	305	11.592	1.740	331,00	11.767,20
25	INTERNET PIEROS	638	36	22.977	10.554	2.556	13.110	251	8.694	1.860	364,17	9.867,00
26	INTERNET CONTACTOS	628	36	22.604	10.434	2.040	12.474	239	8.694	1.740	346,50	10.130,40
27	SURIFT INTERNET	583	36	20.990	11.094	1.536	12.630	242	8.694	2.400	350,83	8.359,80
28	INTERNET ABIS	580	24	13.910	9.396	1.536	10.932	210	5.796	3.600	455,50	2.978,40
29	FENIX INTERNET	583	36	20.990	10.494	1.536	12.030	231	8.694	1.800	334,17	8.959,80
30	INTERNET MISTERIO	569	36	20.493	10.494	1.020	11.514	221	8.694	1.800	319,83	8.979,00
31	REDPERU INTERNET	566	48	27.158	13.392	1.536	14.928	286	11.592	1.800	311,00	12.230,40

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexos 5, 6 y 7

Anexo N° 4
Precio, Ingresos Totales, Costos Totales y Utilidad Neta de las Empresas de Servicios de Paginas Web en la Ciudad de Juliaca 2004
En Nuevos Soles (S/.)

N°	EMPRESAS EN JULIACA	Precio	Cantidad en (Unidades)	Ingreso Total	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Capital de Trabajo	Costo Insumos	Gasto de Fabricacion	Costo Unitario	Utilidad Neta
1	INTERNET WAYRANET	552	156	86.112	40.074	10.800	50.874	976	37.674	2.400	326,12	35.238,00
2	JULIACA VIRTUAL	656	72	47.196	20.988	8.640	29.628	568	17.388	3.600	411,50	17.568,00
3	CYBERDATA INTERNET	587	48	28.152	15.792	10.800	26.592	510	11.592	4.200	554,00	1.560,00
4	XULI@CA ON LINE INTERNET	552	84	46.368	22.686	5.400	28.086	539	20.286	2.400	334,36	18.282,00
5	FASNET INTERNET	690	72	49.680	19.788	8.640	28.428	545	17.388	2.400	394,83	21.252,00
6	CLIK CAFÉ INTERNET	569	96	54.648	24.384	4.320	28.704	550	23.184	1.200	299,00	25.944,00
7	INFORED INTERNET	587	84	49.266	21.486	3.240	24.726	474	20.286	1.200	294,36	24.540,00
8	VI@NET INTERNET	587	72	42.228	19.788	2.160	21.948	421	17.388	2.400	304,83	20.280,00
9	INTERNET GAMOS	569	48	27.324	14.592	3.240	17.832	342	11.592	3.000	371,50	9.492,00
10	SPEDY.COM INTERNET	587	60	35.190	17.310	4.320	21.630	415	14.490	2.820	360,50	13.560,00
11	VIPLATINO INTERNET	604	72	43.470	20.328	2.160	22.488	431	17.388	2.940	312,33	20.982,00
12	MIHOUSE INTERNET	552	84	46.368	23.886	1.620	25.506	489	20.286	3.600	303,64	20.862,00
13	INTERNET PLANETA	638	48	30.636	13.392	2.160	15.552	298	11.592	1.800	324,00	15.084,00
14	PERUVIAM INTERNET	621	60	37.260	16.530	2.700	19.230	369	14.490	2.040	320,50	18.030,00
15	NEMESIS INTERNET	621	84	52.164	22.206	3.240	25.446	488	20.286	1.920	302,93	26.718,00
16	COSMOS INTERNET	621	72	44.712	19.188	2.160	21.348	409	17.388	1.800	296,50	23.364,00
17	INTERNET FENIX	656	96	62.928	25.584	1.620	27.204	522	23.184	2.400	283,38	35.724,00
18	INTERNET EXTREMO	656	48	31.464	13.992	1.620	15.612	299	11.592	2.400	325,25	15.852,00
19	SALAS INTERNET	587	36	21.114	10.434	1.080	11.514	221	8.694	1.740	319,83	9.600,00
20	ACU@RIUS INTERNET	621	60	37.260	16.506	2.160	18.666	358	14.490	2.016	311,10	18.594,00
21	INTERNET BETA	604	72	43.470	19.140	3.240	22.380	429	17.388	1.752	310,83	21.090,00
22	INTERNET ENCUENTROS	590	72	42.476	19.524	4.320	23.844	457	17.388	2.136	331,17	18.632,40
23	CIBERCYS INTERNET	583	60	34.983	16.386	4.320	20.706	397	14.490	1.896	345,10	14.277,00
24	INTERNET G@TTAS	576	48	27.655	13.332	2.700	16.032	307	11.592	1.740	334,00	11.623,20
25	INTERNET PIEROS	638	48	30.636	13.452	2.700	16.152	310	11.592	1.860	336,50	14.484,00
26	INTERNET CONTACTOS	628	36	22.604	10.434	2.160	12.594	242	8.694	1.740	349,83	10.010,40
27	SURIFT INTERNET	583	48	27.986	13.992	1.620	15.612	299	11.592	2.400	325,25	12.374,40
28	INTERNET ABIS	580	24	13.910	9.396	1.620	11.016	211	5.796	3.600	459,00	2.894,40
29	FENIX INTERNET	583	48	27.986	13.392	1.620	15.012	288	11.592	1.800	312,75	12.974,40
30	INTERNET MISTERIO	569	36	20.493	10.494	1.080	11.574	222	8.694	1.800	321,50	8.919,00
31	REDPERU INTERNET	566	60	33.948	16.290	1.620	17.910	343	14.490	1.800	298,50	16.038,00

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexo10 y Formatos 1, 2 y 3 (encuesta a microempresarios)

Anexo N° 5
Precio, Ingresos Totales, Costos Totales y Utilidad Neta de las Empresas de Servicios de Paginas Web en la Ciudad de Juliaca 2005
En Nuevos Soles (S/.)

N°	EMPRESAS EN JULIACA	Precio	Cantidad en (Unidades)	Ingreso Total	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Capital de Trabajo	Costo Insumos	Gasto de Fabricacion	Costo Unitario	Utilidad Neta
1	INTERNET WAYRANET	552	168	92.736	42.972	12.000	54.972	1.054	40.572	2.400	327,21	37.764,00
2	JULIACA VIRTUAL	656	84	55.062	23.886	9.600	33.486	642	20.286	3.600	398,64	21.576,00
3	CYBERDATA INTERNET	587	60	35.190	18.690	12.000	30.690	589	14.490	4.200	511,50	4.500,00
4	XULI@CA ON LINE INTERNET	552	96	52.992	25.584	6.000	31.584	606	23.184	2.400	329,00	21.408,00
5	FASNET INTERNET	690	84	57.960	22.686	9.600	32.286	619	20.286	2.400	384,36	25.674,00
6	CLIK CAFÉ INTERNET	569	108	61.479	27.282	4.800	32.082	615	26.082	1.200	297,06	29.397,00
7	INFORED INTERNET	587	96	56.304	24.384	3.600	27.984	537	23.184	1.200	291,50	28.320,00
8	VI@NET INTERNET	587	84	49.266	22.686	2.400	25.086	481	20.286	2.400	298,64	24.180,00
9	INTERNET GAMOS	569	60	34.155	17.490	3.600	21.090	404	14.490	3.000	351,50	13.065,00
10	SPEDEY.COM INTERNET	587	72	42.228	20.208	4.800	25.008	480	17.388	2.820	347,33	17.220,00
11	VIPLATING INTERNET	604	84	50.715	23.226	2.400	25.626	491	20.286	2.940	305,07	25.089,00
12	MIBOUSE INTERNET	552	96	52.992	26.784	1.800	28.584	548	23.184	3.600	297,75	24.408,00
13	INTERNET PLANETA	638	60	38.295	16.290	2.400	18.690	358	14.490	1.800	311,50	19.605,00
14	PERUVIAM INTERNET	621	72	44.712	19.428	3.000	22.428	430	17.388	2.040	311,50	22.284,00
15	NEMESIS INTERNET	621	96	59.616	25.104	3.600	28.704	550	23.184	1.920	299,00	30.912,00
16	COSMOS INTERNET	621	84	52.164	22.086	2.400	24.486	470	20.286	1.800	291,50	27.678,00
17	INTERNET FENIX	656	108	70.794	28.482	1.800	30.282	581	26.082	2.400	280,39	40.512,00
18	INTERNET EXTREMO	656	60	39.330	16.890	1.800	18.690	358	14.490	2.400	311,50	20.640,00
19	SALAS INTERNET	587	48	28.152	13.332	1.200	14.532	279	11.592	1.740	302,75	13.620,00
20	ACU@RIUS INTERNET	621	72	44.712	19.404	2.400	21.804	418	17.388	2.016	302,83	22.908,00
21	INTERNET BETA	604	84	50.715	22.038	3.600	25.638	492	20.286	1.752	305,21	25.077,00
22	INTERNET ENCUENTROS	590	80	47.196	21.456	4.800	26.256	504	19.320	2.136	328,20	20.940,00
23	CIBERCYS INTERNET	583	72	41.980	19.284	4.800	24.084	462	17.388	1.896	334,50	17.895,60
24	INTERNET G@TITAS	576	60	34.569	16.230	3.000	19.230	369	14.490	1.740	320,50	15.339,00
25	INTERNET PIEROS	638	48	30.636	13.452	3.000	16.452	316	11.592	1.860	342,75	14.184,00
26	INTERNET CONTACTOS	628	36	22.604	10.434	2.400	12.834	246	8.694	1.740	356,50	9.770,40
27	SURIFT INTERNET	583	60	34.983	16.890	1.800	18.690	358	14.490	2.400	311,50	16.293,00
28	INTERNET ABIS	580	24	13.910	9.396	1.800	11.196	215	5.796	3.600	466,50	2.714,40
29	FENIX INTERNET	583	48	27.986	13.392	1.800	15.192	291	11.592	1.800	316,50	12.794,40
30	INTERNET MISTERIO	569	36	20.493	10.494	1.200	11.694	224	8.694	1.800	324,83	8.799,00
31	REDPERU INTERNET	566	72	40.738	19.488	1.800	20.988	403	17.388	1.800	291,50	19.749,60

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexo10 y Formatos 1, 2 y 3 (encuesta a microempresarios)

Anexo N° 6
Niveles de Concentración

Índice de Post Concentración	Incremento del HHI	Comentario
HHI<1000		Se considera un mercado desconcentrado
		Operaciones que resultan en mercados no concentrados probablemente no tendrán efectos sobre la competencia, por lo que no requerirán mayores análisis.
		Se considera un mercado moderadamente concentrado
	Variación<100	Operaciones que resulten en incrementos inferiores a 100 puntos probablemente no tendrán efectos negativos sobre la competencia por lo que no requerirán mayor análisis.
		Se considera un mercado moderadamente concentrado
	Variación>100	Operaciones que resulten en incrementos superiores a 100 puntos posiblemente tengan efectos sobre la competencia se requiere un análisis mas detallado.
1000<HHI<1800		Se considera un mercado moderadamente concentrado
	Variación<50	Operaciones que resulten en incrementos inferiores a 50 puntos, incluso en el caso de mercados altamente concentrados, probablemente no tendrán efectos adversos en la competencia, por lo que requerirán mayor análisis.
HHI<1800		Se considera un mercado altamente concentrado
	50<Variación<100	Operaciones que resulten en incrementos mayores a 50 puntos en mercados altamente concentrados, posiblemente tengan efectos sobre la competencia se requiere un análisis mas detallado.
		Se considera un mercado altamente concentrado
	Variación>100	Operaciones que resulten en incrementos mayores a 100 puntos en mercados altamente concentrados, posiblemente creen fortalezcan una posición dominante y/o faciliten su abuso se requiere un análisis más detallado.

Fuente: Horizontal Mergers Guidelines. Federal Trade Commission-Department of Justice. April, 1992

Anexo 7

Grado de Concentración de Mercado de las Empresas de servicios de Paginas Web en la Ciudad de Juliaca 2005

N°	EMPRESAS EN JULIACA	PARTICIPACION EN (%) MERCADO	INDICE DE HERFINDAHL HIRSCHMAN (HHI)	VENTAS TOTALES En Nuevos Soles (S/.)	PARTICIPACION (%) EN MERCADO VENTAS	INDICE DE HERFINDAHL HIRSCHMAN (HHI)
1	INTERNET WAYRANET	25	625	92.736	7	49
2	JULIACA VIRTUAL	10	100	55.062	4	16
3	CYBERDATA INTERNET	10	100	35.190	3	9
4	XULI@CA ON LINE INTERNET	10	100	52.992	4	16
5	FASNET INTERNET	5	25	57.960	4	16
6	CLIK CAFÉ INTERNET	5	25	61.479	4	16
7	INFORED INTERNET	4	16	56.304	4	16
8	VI@NET INTERNET	4	16	49.266	4	16
9	INTERNET GAMOS	2	4	34.155	2	4
10	SPEDY.COM INTERNET	2	4	42.228	3	9
11	VIPLATINO INTERNET	3	9	50.715	4	16
12	MIHOUSE INTERNET	1	1	52.992	4	16
13	INTERNET PLANETA	1	1	38.295	3	9
14	PERUVIAM INTERNET	1	1	44.712	3	9
15	NEMESIS INTERNET	1	1	59.616	4	16
16	COSMOS INTERNET	1	1	52.164	4	16
17	INTERNET FENIX	1	1	70.794	5	25
18	INTERNET EXTREMO	1	1	39.330	3	9
19	SALAS INTERNET	1	1	28.152	2	4
20	ACU@RIUS INTERNET	1	1	44.712	3	9
21	INTERNET BETA	1	1	50.715	4	16
22	INTERNET ENCUENTROS	1	1	47.196	3	9
23	CIBERCYS INTERNET	1	1	41.980	3	9
24	INTERNET G@TITAS	1	1	34.569	2	4
25	INTERNET PIEROS	1	1	30.636	2	4
26	INTERNET CONTACTOS	1	1	22.604	2	4
27	SURIFT INTERNET	1	1	34.983	3	9
28	INTERNET ABIS	1	1	13.910	1	1
29	FENIX INTERNET	1	1	27.986	2	4
30	INTERNET MISTERIO	1	1	20.493	1	1
31	REDPERU INTERNET	1	1	40.738	3	9
		100	1044	1.384.664	100	366

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexo10 y Formatos 1, 2 y 3 (encuesta a microempresarios)

Anexo N° 8
Utilidad Neta, Activo Total y Rentabilidad Económica de las Empresas de Servicios de Paginas Web en la Ciudad de Juliaca 2003 – 2005
En Nuevos Soles (S/.)

N°	EMPRESAS EN JULIACA	Año 2003			Año 2004			Año 2005		
		Utilidad Neta	Activo Total	Rentabilidad Económica En Porcentajes (%)	Utilidad Neta	Activo Total	Rentabilidad Económica En Porcentajes (%)	Utilidad Neta	Activo Total	Rentabilidad Económica En Porcentajes (%)
1	INTERNET WAYRANET	32112	53000	61	35238	53800	65	37764	53550	71
2	JULIACA VIRTUAL	13080	23000	57	17568	25000	70	21576	26000	83
3	CYBERDATA INTERNET	-1980	10000	-20	1560	14000	11	4500	15200	30
4	XULI@CA ON LINE INTERNET	14856	25580	58	18282	25600	71	21408	30000	71
5	FASNET INTERNET	21732	39420	55	21252	35402	60	25674	35000	73
6	CLIK CAFÉ INTERNET	22251	38521	58	25944	39000	67	29397	40256	73
7	INFORED INTERNET	20580	35580	58	24540	37000	66	28320	39989	71
8	VI@NET INTERNET	16260	28248	58	20280	29000	70	24180	32548	74
9	INTERNET GAMOS	9672	15554	62	9492	15245	62	13065	17589	74
10	SPEEDY.COM INTERNET	13800	23241	59	13560	22400	61	17220	23658	73
11	VIPLATINO INTERNET	16755	34580	48	20982	34000	62	25089	35000	72
12	MIHOUSE INTERNET	17220	28350	61	20862	27245	77	24408	31598	77
13	INTERNET PLANETA	15204	25856	59	15084	25124	60	19605	29854	66
14	PERUVIAM INTERNET	13620	24000	57	18030	28254	64	22284	30258	74
15	NEMESIS INTERNET	22344	39000	57	26718	42568	63	30912	45000	69
16	COSMOS INTERNET	23484	40265	58	23364	39568	59	27678	40000	69
17	INTERNET FENIX	30840	54489	57	35724	59458	60	40512	60235	67
18	INTERNET EXTREMO	15936	27857	57	15852	26874	59	20640	30547	68
19	SALAS INTERNET	9660	19854	49	9600	18300	52	13620	22547	60
20	ACU@RIUS INTERNET	14160	25000	57	18594	29245	64	22908	30157	76
21	INTERNET BETA	16923	29254	58	21090	32412	65	25077	35687	70
22	INTERNET ENCUESTROS	14691	25425	58	18632	30245	62	20940	30000	70
23	CIBERCYS INTERNET	14517	25548	57	14277	24568	58	17896	27014	66
24	INTERNET G@TITAS	11767	20000	59	11623	19586	59	15339	20000	77
25	INTERNET PIEROS	9867	18125	54	14484	25000	58	14184	24580	58
26	INTERNET CONTACTOS	10130	19875	51	10010	18542	54	9770	15000	65
27	SURIFT INTERNET	8360	15000	56	12374	20000	62	16293	23547	69
28	INTERNET ABIS	2978	10000	30	2894	11000	26	2714	10000	27
29	FENIX INTERNET	8960	15000	60	12974	21000	62	12794	20000	64
30	INTERNET MISTERIO	8979	14300	63	8919	14000	64	8799	12547	70
31	REDPERU INTERNET	12230	20458	60	16038	25648	63	19750	26548	74

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexo10 y Formatos 1, 2 y 3 (encuesta a microempresarios)



Anexo N° 9

Utilidad Neta, Ventas Totales y Rentabilidad Sobre las Ventas de las Empresas de Servicios de Paginas Web en la Ciudad de Juliaca 2003 – 2005
En Nuevos Soles (S/.)

N°	EMPRESAS EN JULIACA	AÑO 2003			AÑO 2004			AÑO 2005		
		Utilidad Neta	Ventas Totales	Rentabilidad Sobre las Ventas En Porcentajes (%)	Utilidad Neta	Ventas Totales	Sobre las Ventas En Porcentajes (%)	Utilidad Neta	Ventas Totales	Sobre las Ventas En Porcentajes (%)
1	INTERNET WAYRANET	32112	79488	40	35238	86112	41	37764	92736	41
2	JULIACA VIRTUAL	13080	39330	33	17568	47196	37	21576	55062	39
3	CYBERDATA INTERNET	-1980	21114	-9	1560	28152	6	4500	35190	13
4	XULI@CA ON LINE INTERNET	14856	39744	37	18282	46368	39	21408	52992	40
5	FASNET INTERNET	21732	49680	44	21252	49680	43	25674	57960	44
6	CLIK CAFÉ INTERNET	22251	47817	47	25944	54648	47	29397	61479	48
7	INFORED INTERNET	20580	42228	49	24540	49266	50	28320	56304	50
8	VI@NET INTERNET	16260	35190	46	20280	42228	48	24180	49266	49
9	INTERNET GAMOS	9672	27324	35	9492	27324	35	13065	34155	38
10	SPEDEY.COM INTERNET	13800	35190	39	13560	35190	39	17220	42228	41
11	VIPLATINO INTERNET	16755	36225	46	20982	43470	48	25089	50715	49
12	MIHOUSE INTERNET	17220	39744	43	20862	46368	45	24408	52992	46
13	INTERNET PLANETA	15204	30636	50	15084	30636	49	19605	38295	51
14	PERUVIAM INTERNET	13620	29808	46	18030	37260	48	22284	44712	50
15	NEMESIS INTERNET	22344	44712	50	26718	52164	51	30912	59616	52
16	COSMOS INTERNET	23484	44712	53	23364	44712	52	27678	52164	53
17	INTERNET FENIX	30840	55062	56	35724	62928	57	40512	70794	57
18	INTERNET EXTREMO	15936	31464	51	15852	31464	50	20640	39330	52
19	SALAS INTERNET	9660	21114	46	9600	21114	45	13620	28152	48
20	ACU@RIUS INTERNET	14160	29808	48	18594	37260	50	22908	44712	51
21	INTERNET BETA	16923	36225	47	21090	43470	49	25077	50715	49
22	INTERNET ENCuentros	14691	35397	42	18632	42476	44	20940	47196	44
23	CIBERCYS INTERNET	14517	34983	41	14277	34983	41	17896	41980	43
24	INTERNET G@TITAS	11767	27655	43	11623	27655	42	15339	34569	44
25	INTERNET PIEROS	9867	22977	43	14484	30636	47	14184	30636	46
26	INTERNET CONTACTOS	10130	22604	45	10010	22604	44	9770	22604	43
27	SURIFT INTERNET	8360	20990	40	12374	27986	44	16293	34983	47
28	INTERNET ABIS	2978	13910	21	2894	13910	21	2714	13910	20
29	FENIX INTERNET	8960	20990	43	12974	27986	46	12794	27986	46
30	INTERNET MISTERIO	8979	20493	44	8919	20493	44	8799	20493	43
31	REDPERU INTERNET	12230	27158	45	16038	33948	47	19750	40738	48

Fuente: Elaboración Propia, en base al Anexo10 y Formatos 1, 2 y 3 (encuesta a microempresarios)

MODELO DE ENCUESTA AL GERENTE O DUEÑO DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DE PÁGINAS WEB DE JULIACA

Estimado señor, tenga la amabilidad de contestar con toda sinceridad esta encuesta la cual, facilitara la realización de una investigación cuyo objetivo es beneficiar a su empresa.

Instrucciones: marque con una X en los paréntesis vacíos. Y llene los espacios vacíos de acuerdo a la pregunta.

Razón Social:

Actividad de Servicios.....

Que servicios obtiene.....

1. ¿Cuál es el tiempo de funcionamiento de su empresa?
a) Años () b) meses () c) días ()
2. ¿Cuál es la situación de tenencia de su empresa?
a) Propio () b) alquilado ()
3. ¿Cuál es el porcentaje de la participación en el mercado, de su empresa?
a) 1% () b) 3% () c) 5% () d) 10% () e) Otros.....
4. ¿Cuál es la rentabilidad de la empresa?
Bajo Si () No ()
Promedio Si () No ()
Óptimo Si () No ()
5. ¿Para prestar el servicio de páginas Web Ud. ha efectuado un estudio de mercado?
a) Si () b) No ()
6. Como determina los costos de venta o producción?
Considera todos los costos Si () No ()
Considera algunos costos Si () No ()

7. Conoce la depreciación de la maquinaria?.

Si () No ()

8. ¿Cuál es el tamaño de su empresa?

a) m2 () b) apropiado () c) Inapropiado ()

9. ¿Qué cantidad de maquinas tiene y con que antigüedad cuenta?

a) Cantidad/ maquinas () b) antigüedad / años ()

10. Los Insumos es suministrada por:

Por un proveedor

Si () No ()

11. Materia Prima Que Compra:

En la localidad Si () No ()

Procede de otra parte Si () No ()

Varios Proveedores Si () No ()

12. Quisiera ampliar su empresa en:

Equipos Si () No ()

Infraestructura Si () No ()

Capital de Trabajo Si () No ()

13. ¿Su empresa lleva sistemas de costos de producción?

Si () No ()

14. ¿Su empresa posee algún tipo de organización para sus líneas de producción?

Si () No ()

15. Puede decirnos sobre los precios de los insumos

Precios bajos Si () No ()

Precios promedios Si () No ()

Precios Altos Si () No ()

16. Selecciona a sus trabajadores

Invitación directa Si () No ()

Invitación por concurso Si () No ()

17. Como paga a sus trabajadores.

Planilla Si () No ()

Jornal Si () No ()

Destajo Si () No ()

18. ¿Cuál es la situación legal y la modalidad del personal que trabaja?

a) Contratados () b) Calificados () c) no calificados ()

19. ¿Qué grado académico poseen sus operarios?

Secundaria () Superior no Universitaria ()

Nivel superior o Universitaria () Otros.....

20. ¿La empresa cuenta con un plan de capacitación para su personal?

Si ()

No ()

21. ¿Por qué no se capacitan?

Costos elevados () Escasez de recursos () horario Inoportuno ()

22. Participa de eventos de capacitación

Si () No ()

23. ¿efectúa UD. campañas de promoción de ventas?

Si () No ()

24. ¿el servicio de páginas Web que presta al año cuantos paginas a elaborado aproximadamente?

Entre 50 a 100 Pág. ()

Entre 100 a 200 Pág. ()

Entre 200 a 500 Pág. ()

Otros.....

25. ¿Indique que ventajas tiene el uso de Internet?

	Si	No
Acceso a Internet	()	()
Dispone de Sitio Web	()	()
Hace comercio Electrónico	()	()
Dispone de Intranet	()	()
Realiza Publicidad Interactiva	()	()

Otros especifique):.....

26. Otros comentarios.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Formato N° 1

27. ¿Cuáles servicios de páginas Web elabora, vende, precio promedio de venta y los descuentos?

N°	Detalle de Producto	U.M.	Cantidad Vendida	Precio de Venta	Descuentos	Otras Especificaciones
1	Gestion de dominio					
2	Hospedaje de Paginas Web					
3	Diseño de Paginas Web					
4	Desarrollo de Paginas Web					
5	Desarrollo de Paginas Web Personal					
6	Desarrollo de Paginas Web empresarial					
7	Desarrollo de Paginas Web Corporativo					
8	Desarrollo de Portales Institucionales					
9	Desarrollo de Sistema de Administración para Portales					
10	Desarrollo de Sistema de Administración de Banners					
11	Desarrollo de E-Commerce (tiendas Virtuales con Carrito de Compra)					

Formato N° 2

28. ¿Cuáles son los gastos y costos de producción anual que produce Ud?

N°	Partidas de Costos de Produccion	U.M	C.U.	Cantidad	Costo Total	Otras Especificaciones
1	Costos de Factor Capital					
2	Costos del taller					
3	Maquinarias					
4	Equipos					
5	Herramientas					
6	Accesorios					
7	Repuestos					
8	Otros.					
9	Costos del Factor Laboral					
10	Diseñadores de Paginas web					
11	Desarrolladores de Paginas web					
12	Desarrolladores de Software (Logico)					
13	Desarrolladores de Programacion					
14	Ayudantes					
15	Personal Administrativo					
16	Personal de Ventas					
17	Otros.					
18	Costos de Materiales Directos					
19	Programas					
20	Internet					
21	Hadware					
22	Agua y Desague					
23	Luz					
24	Discos extraibles					
25	Costos de Materiales Indirectos					
26	Servidor					
27	Modem					
28	Telefonica					
29	Costos discrecionales de mercado					
30	Comisiones					
31	Incentivos					
32	Telefonos					
33	Ceremoniaes					
34	Prebendas					
35	Otros.					

Formato N° 3

29. ¿Cuáles son los Costos Fijos que Ud. realiza normalmente?

N°	Costos Fijos Parciales	Unidad de Medida	Cantidad	Precio de Venta	Descuentos	Otras Especificaciones
1	Agua					
2	Desague					
3	Luz					
3	Auto Avaluo					
4	Licencias					
5	Mantenimiento					
6	Capacitacion					
7	Otros					
8	Total					