

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

“POLÍTICAS DE FOMENTO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA DEL MUEBLE, PUNO 2015”

PRESENTADO POR:

Bach. VELÁSQUEZ MIRANDA, Milton Jorge

PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PROMOCIÓN: 2013 - I

PUNO - PERÚ

2016

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"POLÍTICAS DE FOMENTO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA DEL MUEBLE, PUNO 2015"

ARTÍCULO CIENTÍFICO PRESENTADO POR EL BACHILLER:

MILTON JORGE VELÁSQUEZ MIRANDA,

PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

FECHA DE SUSTENTACIÓN 23/08/2016

Coordinador de investigación: 
Dr. Manuel Anchapuri Quispe

Director de tesis : 
Dr. Mario Aurelio Coyla Zela

Asesor de tesis : 
Lic. Adm. Geovanna Sarela Ortega Cruz

PUNO – PERÚ

2016



DEDICATORIA

Con todo el ímpetu, a todos los emprendedores del sur del País, por contribuir al desarrollo económico y social de la región por medio de la generación del empleo formal.



AGRADECIMIENTO

Mi especial agradecimiento a la Universidad Nacional del Altiplano, por ser parte de mi formación profesional a nivel Pre y Postgrado. También a los Docentes de la Escuela Profesional de Administración por sus sabias enseñanzas.

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLASix
RESUMEN.....xiii
INTRODUCCIÓNxv

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema1
 1.1.1. Problema General5
 1.1.2. Problemas Específicos5
 1.2. Antecedentes6
 1.3. Justificación de la investigación9
 1.4. Objetivos de la investigación10
 1.4.1. Objetivo General10
 1.4.2. Objetivos Específicos10

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO11
 2.1.1. Política industrial11
 2.1.2. Las políticas de promoción y apoyo a las micro y pequeñas empresas14
 2.1.3. Breve mirada histórica a las políticas para las micro y pequeñas empresas15
 2.1.4. Instrumentos de promoción para la competitividad de las MyPEs17
 2.1.4.1. Servicios de desarrollo empresarial y competitividad MyPe17
 2.1.4.1.1. Capacitación y asistencia técnica18
 2.1.4.1.2. Acceso a los mercados y la información19
 2.1.4.1.3. La asociatividad empresarial19
 2.1.4.1.4. Compras estatales20
 2.1.4.1.4.1. Beneficios en las contrataciones públicas21
 2.1.4.1.4.2. Preferencia en Contrataciones22
 2.1.5. Instituciones de apoyo a las micro y pequeñas empresas23
 2.1.5.1. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo24
 2.1.5.1.1. Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (DNMYPE)25
 2.1.5.1.2. Programa Mi Empresa26
 2.1.5.2. Comisión de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa (PROMPYME)28

| | |
|---|-----------|
| 2.1.5.3. Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial (SENATI), Red CentroPyme | 29 |
| 2.1.5.4. Centros de Innovación Tecnológica (CITE)..... | 30 |
| 2.1.5.5. Otras instituciones que brindan servicios de desarrollo empresarial..... | 31 |
| 2.1.6. Mecanismos de servicio financiero..... | 32 |
| 2.1.6.1. El acceso al financiamiento..... | 32 |
| 2.1.6.2. Participación de las entidades financieras del Estado..... | 33 |
| 2.1.6.3. Funciones de COFIDE en la gestión de negocios MyPE | 33 |
| 2.1.6.4. De los intermediarios financieros | 34 |
| 2.1.6.5. Supervisión de créditos..... | 35 |
| 2.1.6.6. Fondos de garantía para las MyPE..... | 35 |
| 2.1.6.7. Capital de riesgo | 35 |
| 2.1.6.8. Centrales de riesgo..... | 36 |
| 2.1.6.9. Cesión de derechos de acreedor a favor de las instituciones financieras reguladas por la Ley del Sistema Financiero..... | 36 |
| 2.1.7. TEORÍA DE COMPETITIVIDAD | 37 |
| 2.1.8. Competitividad empresarial..... | 40 |
| 2.1.9. Indicadores de la competitividad empresarial..... | 42 |
| 2.1.10. Factores de competitividad empresarial MyPE | 43 |
| 2.1.10.1. Recursos Financieros | 44 |
| 2.1.10.2. Recursos tecnológicos..... | 44 |
| 2.1.10.3. Innovación..... | 45 |
| 2.1.10.3.1. El proceso de innovación tecnológica..... | 47 |
| 2.1.10.3.2. Gestión de la innovación..... | 47 |
| 2.1.10.4. Calidad del producto o servicio | 50 |
| 2.1.10.5. Recursos Humanos | 50 |
| 2.1.10.6. Estructura organizativa flexible..... | 51 |
| 2.1.10.7. Sistemas de información | 52 |
| 2.1.10.8. Cooperación | 52 |
| 2.1.10.9. Productividad..... | 53 |
| 2.1.10.9.1. Eficiencia..... | 55 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.10.9.2. Eficacia..... | 55 |
| 2.1.11. MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN EL PERÚ..... | 56 |
| 2.1.11.1. Definición de MyPE (Micro y Pequeña Empresa) en el Perú | 56 |
| 2.1.11.2. Importancia de la pequeña empresa | 56 |
| 2.1.11.3. Características MyPE Peruana | 57 |
| 2.1.11.4. Ventajas y desventajas de las pequeñas empresas..... | 59 |
| 2.2. MARCO CONCEPTUAL | 62 |
| 2.3. Hipótesis de la investigación..... | 67 |
| 2.3.1. Hipótesis General..... | 67 |
| 2.3.2. Hipótesis Específicas..... | 67 |
| 2.3.3. Variables de la investigación | 68 |
| CAPÍTULO III | |
| METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | |
| 3.1. Método de investigación | 69 |
| 3.1.1. Método analítico | 69 |
| 3.1.2. Método deductivo | 70 |
| 3.2. Tipo de investigación | 70 |
| 3.3. Diseño de investigación..... | 71 |
| 3.4. Técnicas de recolección de datos..... | 71 |
| 3.4.1. Encuesta..... | 72 |
| 3.5. Tratamiento y procesamiento de datos..... | 72 |
| 3.6. Población | 72 |
| 3.7. Muestra:..... | 73 |
| CAPÍTULO IV | |
| CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN | |
| 4.1. Ámbito de estudio..... | 74 |
| 4.2. Economía de Puno-ciudad..... | 75 |
| 4.2.1. Indicadores económicos..... | 75 |
| 4.2.1.1. Actividades primarias | 75 |
| 4.2.1.2. Actividades secundarias | 75 |
| 4.2.1.3. Actividades terciarias | 77 |

CAPÍTULO V
EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

| | |
|---|------------|
| 5.1. DATOS DESCRIPTIVOS | 79 |
| 5.2. IDENTIFICACIÓN DE LAS ACCIONES Y PROGRAMAS DE DESARROLLO EMPRESARIAL QUE REALIZAN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS PARA LOGRAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA DEL MUEBLE DE LA CIUDAD DE PUNO | 91 |
| 5.2.2. Acceso a asociatividad empresarial | 97 |
| 5.2.3. Acceso a compras estatales | 100 |
| 5.2.4. Acceso a información estadística | 103 |
| 5.2.5. Productividad Empresarial | 105 |
| 5.3. Determinación de la contribución del mecanismo de servicio financiero en el desarrollo de la innovación tecnológica de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad Puno | 115 |
| 5.3.1. Acceso a recursos financieros | 115 |
| 5.3.2. Recursos tecnológicos | 121 |
| 5.3.3. Innovación tecnológica | 125 |
| 5.3.4. Vigilancia tecnológica | 131 |
| 5.4. PROPUESTA DE LINEAMIENTOS DE MEJORA PARA FORTALECER LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO, PEQUEÑAS y MEDIANA EMPRESAS (MIPYME) INDUSTRIALES DE LA CIUDAD DE PUNO | 132 |
| 5.4.1. Fortalecimiento de la rectoría | 135 |
| 5.4.1.1. Sistema de información | 135 |
| 5.4.1.2. Evaluación e indicadores | 136 |
| 5.4.1.3. Comparativo de buenas prácticas internacionales | 136 |
| 5.4.1.4. Articulación de recursos de cooperación | 136 |
| 5.4.2. Emprendedurismo | 137 |
| 5.4.2.1. Programa de incubadoras y aceleradoras de empresas | 138 |
| 5.4.2.2. Acciones en el programa de incubadoras y aceleradoras de empresas. | 139 |
| 5.4.2.3. Programa de capacitación al emprendedurismo. | 139 |
| 5.4.2.4. Acciones del programa de capacitación en emprendedurismo | 140 |
| CONCLUSIONES | 143 |
| RECOMENDACIONES | 146 |
| XII. BIBLIOGRAFÍA | 148 |
| XIII. ANEXOS | 153 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| TABLA 1: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL CARGO DESEMPEÑADO | 79 |
| TABLA 2: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LOS AÑOS EN EL CARGO | 80 |
| TABLA 3: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL SEXO | 81 |
| TABLA 4 DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA EDAD | 82 |
| TABLA 5: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE ESTUDIOS | 83 |
| TABLA 6: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL TIPO DE SOCIEDAD DE LA EMPRESA | 84 |
| TABLA 7: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN AÑOS DE FUNCIONAMIENTO | 85 |
| TABLA 8: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA VARIEDAD DE PRODUCTOS OFERTADOS SEGÚN MATERIA PRIMA | 86 |
| TABLA 9 : DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE TRABAJADORES | 87 |
| TABLA 10: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE PUNTOS DE VENTAS | 88 |
| TABLA 11: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL USO DE NÚMERO DE ORDENADORES | 89 |
| TABLA 12: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ACCESO A INTERNET | 90 |
| TABLA 13: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA EN EL PROCESO DE LA CREACIÓN DE LA EMPRESA | 91 |
| TABLA 14: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE LA ORGANIZACIÓN Y ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL | 92 |
| TABLA 15: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE LA GESTIÓN EMPRESARIAL | 93 |
| TABLA 16: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE LA PRODUCCION Y PRODUCTIVIDAD | 94 |
| TABLA 17: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA ASISTENCIA DE CAPACITACIONES SOBRE ACTIVIDADES ECONÓMICAS ESTRATÉGICAS | 95 |
| TABLA 18: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE NORMAS LABORALES Y TRIBUTARIOS | 96 |
| TABLA 19: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA INSTITUCIÓN PROMOTORA DE CHARLAS, SEMINARIOS O CONGRESOS SOBRE ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL | 97 |
| TABLA 20: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL MEDIO DE INFORMACIÓN SOBRE ASOCIATIVIDAD | 98 |
| TABLA 21: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE EMPRESAS ASOCIADAS | 99 |
| TABLA 22: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE PARTICIPACIÓN EN COMPRAS ESTATALES | 100 |
| TABLA 23: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE PARTICIPACION COMO PROVEEDOR | 101 |
| TABLA 24: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE PARTICIPACIÓN COMO PROVEEDOR FUERA DEL DEPARTAMENTO | 102 |
| TABLA 25: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ACCESO ESTADÍSTICO A LA INFORMACIÓN MyPE | 103 |
| TABLA 26: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ACCESO ESTADÍSTICO A LA INFORMACIÓN MyPE | 104 |
| TABLA 27: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA ADQUISICIÓN DE MATERIALES E INSUMOS | 105 |
| TABLA 28: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL LUGAR DE ENTREGA Y ALMACENAJE DE MATERIA PRIMA | 106 |
| TABLA 29: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL DESARROLLO DE PROCESO PARA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS | 107 |
| TABLA 30: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL DESARROLLO DE OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO | 108 |
| TABLA 31: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA PROMOCIÓN DEL CAPITAL HUMANO | 109 |
| TABLA 32: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL CUMPLIMIENTO DEL PROCESO PRODUCTIVO | 110 |
| TABLA 33: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL CUMPLIMIENTO DE PEDIDOS PARA PERSONA NATURAL | 111 |
| TABLA 34: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL RETRASO DE ENTREGA EN LA VENTA AL ESTADO | 112 |
| TABLA 35: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA MODALIDAD DE TRABAJO DE LOS TÉCNICOS | 113 |
| TABLA 36: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA SISTEMATIZACIÓN DE PRODUCCIÓN Y ACABADO DE CADA MUEBLE | 114 |
| TABLA 37: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ACCESO A FINANCIAMIENTO PÚBLICO | 115 |
| TABLA 38: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL FINANCIAMIENTO PÚBLICO | 116 |
| TABLA 39: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA FALTA DE LIQUIDEZ INCURRIDA POR LAS EMPRESAS | 117 |
| TABLA 40: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL MONTO DE PRÉSTAMOS INCURRIDO | 118 |
| TABLA 41: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NOMBRE DE LA ENTIDAD FINANCIERA OTORGANTE DE CRÉDITO | 119 |
| TABLA 42: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN TASA DE INTERÉS ACTIVA ANUAL | 120 |
| TABLA 43: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA ADQUISICIÓN DE LA MAQUINARIA | 121 |
| TABLA 44: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA EXISTENCIA DE LA MAQUINARIA EN EL ÁREA DE CARPINTERÍA | 122 |
| TABLA 45: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA MAQUINARIA MÁS MODERNA CON QUE CUENTA LA EMPRESA | 123 |
| TABLA 46: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL COSTO DE LA MAQUINARIA MÁS COSTOSA | 124 |
| TABLA 47: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL MODO DE ELABORACIÓN DE PLANOS | 125 |
| TABLA 48: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL CRITERIO DE DISTRIBUCIÓN DE MÁQUINAS EN CARPINTERÍA | 126 |
| TABLA 49: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS PROCESOS Y MECANISMOS DE FABRICACIÓN | 127 |
| TABLA 50: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA PRODUCCIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS | 128 |

TABLA 51: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ASPECTO DE DIFERENCIA DEL PRODUCTO DE LA COMPETENCIA129

TABLA 52: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CONSOLIDACIÓN DE ATRIBUTOS DE ACUERDO A LAS ESPECTATIVAS DEL CLIENTE.....130

TABLA 53: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA VIGILANCIA Y ADAPTACIÓN TECNOLÓGICA.....131



ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|-----|
| GRÁFICO 1: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL CARGO DESEMPEÑADO | 79 |
| GRÁFICO 2: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LOS AÑOS EN EL CARGO | 80 |
| GRÁFICO 3: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL SEXO | 81 |
| GRÁFICO 4: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA EDAD | 82 |
| GRÁFICO 5: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE ESTUDIOS | 83 |
| GRÁFICO 6: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL TIPO DE SOCIEDAD DE LA EMPRESA | 84 |
| GRÁFICO 7: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN AÑOS DE FUNCIONAMIENTO | 85 |
| GRÁFICO 8: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA VARIEDAD DE PRODUCTOS OFERTADOS SEGÚN MATERIA PRIMA | 86 |
| GRÁFICO 9: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE TRABAJADORES | 87 |
| GRÁFICO 10: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE PUNTOS DE VENTAS | 88 |
| GRÁFICO 11: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL USO DE NÚMERO DE ORDENADORES | 89 |
| GRÁFICO 12: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ACCESO A INTERNET | 90 |
| GRÁFICO 13: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA EN EL PROCESO DE LA CREACIÓN DE LA EMPRESA | 91 |
| GRÁFICO 14: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE LA ORGANIZACIÓN Y ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL | 92 |
| GRÁFICO 15: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE LA GESTIÓN EMPRESARIAL | 93 |
| GRÁFICO 16: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE LA PRODUCCION Y PRODUCTIVIDAD | 94 |
| GRÁFICO 17: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA ASISTENCIA DE CAPACITACIONES SOBRE ACTIVIDADES ECONÓMICAS ESTRATEGICAS | 95 |
| GRÁFICO 18: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE NORMAS LABORALES Y TRIBUTARIOS | 96 |
| GRÁFICO 19: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA INSTITUCIÓN PROMOTORA DE CHARLAS, SEMINARIOS O CONGRESOS SOBRE ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL | 97 |
| GRÁFICO 20: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL MEDIO DE INFORMACIÓN SOBRE ASOCIATIVIDAD | 98 |
| GRÁFICO 21: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE EMPRESAS ASOCIADAS | 99 |
| GRÁFICO 22: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE PARTICIPACIÓN EN COMPRAS ESTATALES | 100 |
| GRÁFICO 23: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE PARTICIPACION COMO PROVEEDOR | 101 |
| GRÁFICO 24: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE PARTICIPACIÓN COMO PROVEEDOR FUERA DEL DEPARTAMENTO | 102 |
| GRÁFICO 25: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ACCESO ESTADÍSTICO A LA INFORMACIÓN MyPE | 103 |
| GRÁFICO 26: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ACCESO ESTADÍSTICO A LA INFORMACIÓN MyPE | 104 |
| GRÁFICO 27: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA ADQUISICIÓN DE MATERIALES E INSUMOS | 105 |
| GRÁFICO 28: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL LUGAR DE ENTREGA Y ALMACENAJE DE MATERIA PRIMA | 106 |
| GRÁFICO 29: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL DESARROLLO DE PROCESO PARA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS | 107 |
| GRÁFICO 30: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL DESARROLLO DE OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO | 108 |
| GRÁFICO 31: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA PROMOCIÓN DEL CAPITAL HUMANO | 109 |
| GRÁFICO 32: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL CUMPLIMIENTO DEL PROCESO PRODUCTIVO | 110 |
| GRÁFICO 33: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL CUMPLIMIENTO DE PEDIDOS PARA PERSONA NATURAL | 111 |
| GRÁFICO 34: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL RETRASO DE ENTREGA EN LA VENTA AL ESTADO | 112 |
| GRÁFICO 35: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA MODALIDAD DE TRABAJO DE LOS TÉCNICOS | 113 |
| GRÁFICO 36: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA SISTEMATIZACIÓN DE PRODUCCION Y ACABADO DE CADA MUEBLE | 114 |
| GRÁFICO 37: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ACCESO A FINANCIAMIENTO PÚBLICO | 115 |
| GRÁFICO 38: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACION RECIBIDA SOBRE VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL FINANCIAMIENTO PÚBLICO | 116 |
| GRÁFICO 39: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA FALTA DE LIQUIDEZ INCURRIDA POR LAS EMPRESAS | 117 |
| GRÁFICO 40: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL MONTO DE PRÉSTAMOS INCURRIDO | 118 |
| GRÁFICO 41: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NOMBRE DE LA ENTIDAD FINANCIERA OTORGANTE DE CRÉDITO | 119 |
| GRÁFICO 42: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN TASA DE INTERÉS ACTIVA ANUAL | 120 |
| GRÁFICO 43: DISTRIBUCION PORCENTUAL SEGÚN LA ADQUISICIÓN DE LA MAQUINARIA | 121 |
| GRÁFICO 44: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA EXISTENCIA DE LA MAQUINARIA EN EL ÁREA DE CARPINTERÍA | 122 |
| GRÁFICO 45: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA MAQUINARIA MAS MODERNA CON QUE CUENTA LA EMPRESA | 123 |
| GRÁFICO 46: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL COSTO DE LA MAQUINARIA MAS COSTOSA | 124 |
| GRÁFICO 47: DISTRIBUCION PORCENTUAL SEGÚN EL MODO DE ELABORACION DE PLANOS | 125 |
| GRÁFICO 48: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL CRITERIO DE DISTRIBUCIÓN DE MÁQUINAS EN CARPINTERÍA | 126 |
| GRÁFICO 49: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS PROCESOS Y MECANISMOS DE FABRICACIÓN | 127 |

GRÁFICO 50: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA PRODUCCIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS128
GRÁFICO 51: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ASPECTO DE DIFERENCIA DEL PRODUCTO DE LA COMPETENCIA129
GRÁFICO 52: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CONSOLIDACIÓN DE ATRIBUTOS DE ACUERDO A LAS ESPECTATIVAS DEL CLIENTE.....130
GRÁFICO 53: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA VIGILANCIA Y ADAPTACIÓN TECNOLÓGICA131



RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado *“POLÍTICAS DE FOMENTO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA DEL MUEBLE, PUNO 2015”*, es una investigación cuantitativa de diseño no experimental y transeccional descriptivo, tiene como objetivo “evaluar la contribución de las políticas de fomento en la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno”. Realizado por parte del Estado por medio de diferentes Instituciones existentes en la Región. La hipótesis que se plantea es que: Las políticas de fomento contribuye en la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno

En la ejecución del presente trabajo de investigación se aplicó la técnica de una encuesta estructurada, complementado con la entrevistas no estructurada a los Gerentes o Administradores de las MyPEs del sector industria del mueble de nuestra ciudad de Puno, para obtener información que permita realizar la prueba no paramétrica a la hipótesis propuesta. Para realizar este trabajo de investigación se consideró una muestra de 05 personas que laboran y tienen relación directa en la gestión de MyPES industriales; se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia o mecánica de la unidad de análisis.

Los resultados a los que se arribó al término de la investigación Sobre la evaluación de la contribución de las políticas de fomento en la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad de Puno. Se determinó que la contribución es mínima, por lo tanto no contribuye

directamente en la competitividad empresarial. Es así que la permanencia en el mercado de las organizaciones se debe al esfuerzo individual y colectivo del talento humano que conforma una determinada empresa.

Se sugirió que si esperamos una verdadera contribución de las políticas de fomento en la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno. Lo que se debería de implementar con urgencia es el cambio del ente rector, en la medida que, solo se puede liberar de las ataduras de cuestión laboral y tributaria.

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo no garantiza un trabajo integral; por lo tanto, la rectoría debe ser desempeñada por el Ministerio de la Producción como ente rector específico, que mediante las Direcciones Regionales de la Producción tranquilamente puede cumplir con dar apoyo sistémico a las MyPEs existentes y por existir.

Palabras Claves: Competitividad, Fomento, MyPE, Productividad, Innovación Tecnológica.

INTRODUCCIÓN

Las MyPEs (Micro y Pequeñas Empresas) fueron catalogadas terminantemente como un complemento o alternativa de las grandes empresas. Sin embargo son de vital importancia para la economía del país y la región. Según el MTPE (Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo), tienen una gran significación, porque aportan con un 40% al PBI, y con un 80% de la oferta laboral, sin contar con el autoempleo que generan y sobre todo como importantes fuentes de innovación, adaptabilidad a los cambios e incubadoras de grandes empresas de mucho éxito. A pesar de ello, recién en el 2003 el Estado aprobó el marco regulatorio para la promoción de la MyPEs, y nombró al MTPE como ente rector que define las políticas nacionales de promoción de las MyPEs y coordina con las entidades de los sectores público y privado, la coherencia y complementariedad de las políticas sectoriales.

Con el propósito de desarrollar la investigación hemos dividido el trabajo de investigación en los siguientes capítulos:

Capítulo I: Se desarrolla el Planteamiento del problema, antecedentes encontrados, justificación de la investigación y objetivos del estudio, teniendo como objetivo general “evaluar la contribución de las políticas de fomento en la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno”

Capítulo II: Se detalla toda la teoría en la que está basado el tema de estudio, que especifica el marco teórico, al igual que los términos utilizados en el trabajo

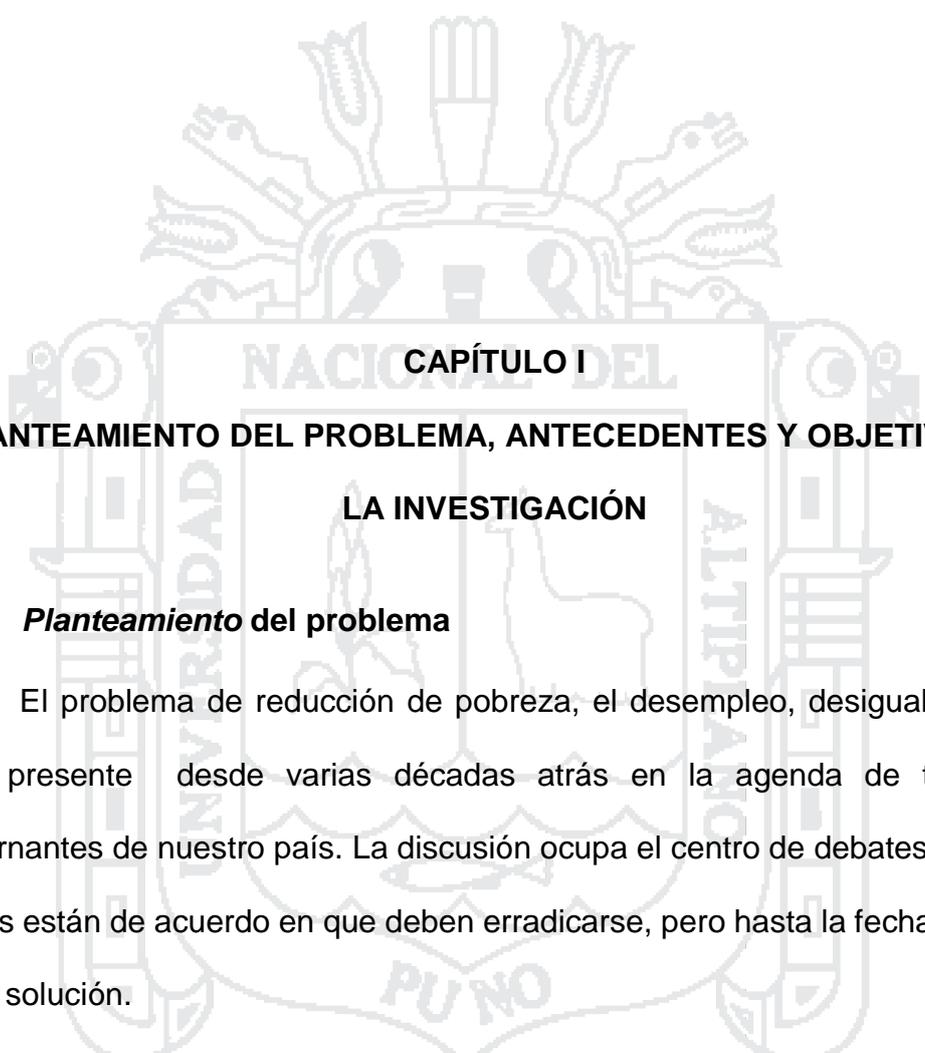
de investigación; y por último se expone las hipótesis de investigación, teniendo como hipótesis general que “las políticas de fomento contribuye en la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno”

Capítulo III: Se expone la metodología aplicada para la obtención de resultados, que permitió el cotejo con las hipótesis planteadas para el cual se aplicó el método deductivo, inductivo y analítico de diseño transaccional descriptivo y se empleó las técnicas de recolección de datos mediante una encuesta estructurada.

Capítulo IV: Se describe las características del área de investigación que para el presente trabajo de investigación es la ciudad de Puno, específicamente la cuestión empresarial.

Capítulo V: Se realiza la exposición y análisis de resultados; muestra los resultados obtenidos mediante cuadros, los que fueron analizados y discutidos como resultados de nuestra investigación para proponer lineamientos de mejora para fortalecer la competitividad empresarial

Por último se describe las conclusiones y las recomendaciones a las que se arribaron en el presente trabajo de investigación, esperando que sea de utilidad para la organización objeto de estudio, e investigación relacionadas.



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

El problema de reducción de pobreza, el desempleo, desigualdad, etc., está presente desde varias décadas atrás en la agenda de todos los gobernantes de nuestro país. La discusión ocupa el centro de debates políticos. Todos están de acuerdo en que deben erradicarse, pero hasta la fecha no se ha dado solución.

Desde el punto de vista económico y social, en el Perú existe la sensación de que ya se ha probado todo. Se ha pasado de modelos de desarrollo que le asignaban al Estado un papel intervencionista y protagónico en la economía (como el gobierno de Velasco entre 1968 y 1975) hasta modelos liberales, sostenidos en el libre mercado y, por lo tanto, en el sector privado como motor del desarrollo (desde 1990 hasta la actualidad 2016). En fin los gobiernos

han experimentado con el país diferentes fórmulas para lograr el desarrollo y el bienestar de la población. No han tenido éxito. Hay crecimiento económico, pero no logramos desarrollo; crece el PBI pero persiste el desempleo y la pobreza; se crea riqueza pero no chorrean sus frutos.

Una cosa tienen en común las alternativas ensayadas por nuestros gobernantes: se ha pensado y utilizado sólo para la formalidad, las grandes empresas públicas y privadas. Nunca se pensó en otras alternativas para el desarrollo. El gobierno militar, en su momento, apostó por unas cuantas empresas estatales como motores de desarrollo; hoy día se pone las esperanzas en la inversión extranjera. Todos los ojos se fijan en las empresas que aparecen en los periódicos, revistas y en las pantallas de televisión, pero no se vio como tal una tercera vía para el desarrollo; el fomento de la Micro y Pequeña Empresa (MyPEs).

En otros países como Brasil, Según Croco & Santos (2010:97) el debate sobre la importancia de las micro y pequeñas empresas (MPE) para el desarrollo económico adquirió relevancia en la década de 1980. Uno de los resultados de este cambio de postura fue la inclusión de tres artículos en su Constitución Federal de 1988, a saber: el artículo 146, inciso III, acápite d), que establece normas generales en materia tributaria y define un “tratamiento diferenciado y preferencial para las micro y pequeñas empresas”; el artículo 170, inciso IX, que dispone un “tratamiento preferencial para las pequeñas empresas brasileñas de capital nacional”, y el artículo 179, que instituye un “tratamiento jurídico

diferenciado (para las micro y pequeñas empresas), con miras a incentivarlas mediante la simplificación de sus obligaciones administrativas, tributarias, previsionales y crediticias o mediante su eliminación o reducción por ley”.

En nuestro País, las MyPEs nacieron solas, nadie les llamó, ni les apoyó con políticas de fomento como tal. Recibieron muy poco los privilegios y favores que otorgaba el Estado a las grandes empresas formales. Las razones tal vez las más poderosas para dejar de lado a las MyPEs se debe a las anteojeras ideológicas y culturales (Villarán, 2010).

En fin las MyPEs fueron catalogadas terminantemente como un complemento o alternativa de las grandes empresas. Sin embargo son de vital importancia para la economía del país y la región. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo, tienen una gran significación, porque aportan con un 40% al PBI, y con un 80% de la oferta laboral, sin contar con el autoempleo que generan y sobre todo como importantes fuentes de innovación, adaptabilidad a los cambios e incubadoras de grandes empresas de mucho éxito.

Por otra parte el Ministerio de la Producción (2011:21) precisa que “a nivel nacional las MyPE emplean al 59,6% de la población económicamente activa, sin embargo este porcentaje varía de 43,7% hasta 88,8% según la región. Así podemos apreciar que las regiones de Lima, Piura, Arequipa, Lambayeque, Callao, Ica, Tacna, Tumbes y Moquegua, menos del 62,0% de su población se emplea en una MyPE. En cambio en las regiones de La Libertad, Cajamarca, Puno, Cusco, Junín, Ancash, Loreto, San Martín, Ayacucho, Ucayali,

Huancavelica, Apurímac, Amazonas, Pasco y Madre de Dios, más del 59,6% de la población se emplea en una MyPE”.

A pesar de ello, recién en el 2003 el Estado aprobó el marco regulatorio para la promoción de la MyPEs, y nombró al MTPE como ente rector que define las políticas nacionales de promoción de las MyPEs y coordina con las entidades de los sectores público y privado, la coherencia y complementariedad de las políticas sectoriales.

Una vez resaltado la importancia de las MyPEs como motor del crecimiento económico y desarrollo del país e identificado que es uno de los sectores con menos apoyo concreto y recibido por parte del gobierno. El presente trabajo de investigación busca identificar las políticas de fomento público que contribuyen en la competitividad de las MyPEs industriales en la ciudad de Puno. Específicamente veremos la problemática de asistencia técnica, financiamiento, innovación y productividad, dado que, en esos aspectos adolecen generalmente las MyPEs.

1.1.1. Problema General

Ubicándonos en el contexto de la investigación en mención se plantean los siguientes cuestionamientos:

- ❖ ¿De qué manera contribuye las políticas de fomento en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno?

1.1.2. Problemas Específicos

- ✚ ¿Qué acciones y programas de desarrollo empresarial realizan las Instituciones públicas para lograr la productividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno?
- ✚ ¿Cómo contribuye el mecanismo de servicio financiero en el desarrollo de la innovación tecnológica de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad Puno?
- ✚ ¿En qué aspectos se puede mejorar los lineamientos de desarrollo empresarial para fortalecer la competitividad de las micro y pequeñas empresas industriales de la ciudad de Puno?

1.2. Antecedentes

Aun no se tiene estudios similares respecto a la contribución de políticas de fomento público de desarrollo empresarial en la competitividad empresarial de las MYPES, por lo que se revisó trabajos de Investigaciones relacionados con la línea de investigación, dándole al estudio el carácter de novedoso y original dentro de la Universidad Nacional del Altiplano a nivel de pregrado.

Sin embargo, se encontró tesis no publicadas que relativamente guardan relación con las variables de la presente investigación. Se detallan cronológicamente:

- ✚ **HEMERSON VLADIMIR CARRAZCO REVILLA (2014)**, “Plan estratégico de desarrollo empresarial para mejorar la productividad de las MyPES del sector lácteos en la región Puno”, Tesis no publicada, para optar el grado académico de Magister Scientiarum en Contabilidad y administración en la escuela de Postgrado de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno. Arriba a las siguientes conclusiones:
 - ✓ Las MyPES del sector lácteo de la región Puno carecen de capacitación y asistencia técnica en el área de producción, organización y gestión empresarial y ello influye negativamente en el desarrollo de los valores humanos y una asociatividad comercial organizada. La mayoría de las MyPES del sector lácteo de la región Puno no practican los valores como: honestidad, trabajo en equipo, solidaridad, respeto, responsabilidad, etc; y es por ello que al no estar asociados, trabajan individualmente ocasionando una competencia desleal entre ellos mismos, que al final los hace más vulnerables frente a los comercializadores intermediarios que son los que aprovechan estas debilidades para sacar ventajas a su favor.
 - ✓ La deficiente infraestructura y la escasa transferencia de nuevas tecnologías para la producción y comercialización de los productos lácteos (control de calidad, valor agregado, sistemas y canales de comercialización) inciden en el desarrollo competitivo de las MyPEs del sector lácteo en la región Puno.

- ✚ **RÓMULO HUACASI GONZÁLES** (2014), “El financiamiento en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas y su efecto en la gestión de las empresas industriales de la región Puno periodo 2012-2013”, Tesis no publicada, para optar el grado académico de Magister Scientiae en Contabilidad y Administración en la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno. Arriba a las siguientes conclusiones:
- ✓ El financiamiento continua siendo una de las principales dificultades para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas en el Perú, no obstante los avances experimentados en materia de desarrollo y profundidad financiera. Parte importante de estas empresas no logra acceso a condiciones formales de crédito debido a los altos costos de tasa de interés, elevados colaterales y complejos requerimientos técnicos y burocráticos, generados por problemas de asimetrías de información. Esto las obliga a recurrir a fondos propios o de proveedores.
 - ✓ El problema consiste también en el tipo de acceso: las MyPEs que reciben financiamiento a menudo no pueden contar con instrumentos o plazos que respondan a sus necesidades. Tales limitaciones todavía son más nítidas cuando se comparan con las condiciones que enfrentan las grandes empresas, que se benefician de un mejor y mayor acceso al crédito comercial. La ausencia de acceso al crédito en condiciones equitativas se ha transformado en otra fuente de desigualdad y de heterogeneidad estructural para el sector productivo de la región, representando un importante freno para el desarrollo.
- ✚ **GERMAN ALBERTO MEDINA COLQUE** (2011), “Benchmarking y competitividad: el caso de las pequeñas empresas en el Perú”, tesis presentada para optar Doctoris Scientiae en Contabilidad y Administración en la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional del Altiplano. Arriba a las siguientes conclusiones:
- ✓ La filosofía de gestión empresarial y sus herramientas son válidas para optar en cualquier entorno empresarial, donde los paradigmas de los líderes

empresariales faciliten un proceso de adaptar dichas metodologías y herramientas a la realidad de cada país, en el Perú tenemos tres regiones como son la costa, sierra y la selva, encontrando mayores polos de desarrollo en la franja costera, debido a las facilidades de transporte y comunicación, del mismo modo construir sus ventajas competitivas.

- ✓ Las estrategias empresariales se construyen sobre políticas orientadas hacia los objetivos y dotadas de una gama de recursos de conocimiento potencial humano, físico, técnico, materiales, económico financieros, y otros, sin embargo las políticas para nuestra realidad deben provenir no solo del sector externo sino también del interno.
- ✓ Se corroboró la hipótesis específica relacionada a los criterios de competitividad, como son la capacidad gerencial, posición en el mercado, la capacitación, nivel tecnológico, el empleo de sistemas de información y la motivación, como los factores críticos de éxito empresarial.
- ✚ **JORGE TURPO CASTILLO (2011)** “Políticas de Desarrollo Empresarial de la Municipalidad Provincial de Puno y su incidencia en la formalización de las MyPEs Industriales, periodos 2008-2009”. Tesis para optar el grado de Magister Scientiae en Contabilidad y Administración en la Escuela de Post Grado de la Universidad Nacional del Altiplano, arriba a las siguientes conclusiones:
 - ✓ Las políticas de desarrollo empresarial implementadas en el Plan de Desarrollo Provincial Concertado de la Municipalidad Provincial de Puno, se concluye que son incoherentes y ambiguos en su planteamiento y no fueron aplicados a las MyPEs de acuerdo a sus objetivos; y, la falta de difusión no permite su conocimiento por parte de los directivos de las empresas, y son factores que no permiten generar ventajas competitivas de las MyPEs industriales.
 - En la provincia de Puno, los Gobiernos Locales no tienen interés por la promoción del desarrollo de las MyPEs; muy a pesar de los considerados del D.L. 1086- Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del acceso al Empleo Decente y la ley 27972 Orgánica de Municipalidades.

1.3. Justificación de la investigación

Las razones para investigar a las MyPEs del sector industria del mueble de la ciudad de Puno, obedece a lo siguiente: En primera instancia a la dificultad en encontrar datos que solo se refieran a las MyPEs industriales en nuestra ciudad. La mayor información que circula, tiene que ver con diferentes aspectos generales de la organización como: la falta de experiencia, inversión, enfoque de su producto, manejo de inventarios, sus activos, fallas en controles internos, selección de personal, mala planeación financiera, materia prima, centralización en la toma de decisiones, problemas para determinar el punto de equilibrio, nepotismo, gestión del riesgo, incumplimiento de obligaciones impositivas y laborales, entre otros factores; estos muestran que se desconoce más de sus causas externas, hasta se podría argüir que se dan caso omiso a los factores indirectos y más aún a las políticas de fomento público empresarial. Se efectuó una revisión, de los trabajos de investigaciones, existentes en las bibliotecas del área de Ciencias Sociales de nuestra Universidad Nacional del Altiplano, y no se encontró trabajo alguno, que haya abordado el estudio de políticas de fomento público empresarial para el desarrollo de las MyPEs. En segunda instancia, el estudio responde a la importancia que están teniendo en la economía, como parte del conjunto de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMEs), en su contribución a la conformación del producto interno bruto, medido en términos del crecimiento económico de los países y en particular el Perú - Puno en la generación de empleo formal. En tercera instancia, el estudio nos servirá de base

para realizar otros estudios similares en otros sectores productivos y de servicios del distrito de Puno y otros ámbitos geográficos conexos. Razones suficientes que motivan sólidamente investigar este tópico en cuestión

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo General

- Evaluar la contribución de las políticas de fomento en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar las acciones y programas de desarrollo empresarial que realizan las Instituciones públicas para lograr la productividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno
- Determinar la contribución del mecanismo de servicio financiero en el desarrollo de la innovación tecnológica de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad Puno
- Proponer lineamientos de mejora de desarrollo empresarial para fortalecer la competitividad de las micro y pequeñas empresas industriales de la ciudad de Puno.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Política industrial

Según Gutierrez y otros (2005:794) en el Artículo 59 de la Constitución Política de 1993, el Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria y brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades. Seguidamente, para Ramos (2014:17) el primer acápite del artículo 60 precisa que el Estado reconoce el pluralismo económico, enfatizando que la economía nacional se sustenta en la coexistencia de diversas formas de propiedad y de empresa.

En el artículo 02 del T.U.O (Texto Único Ordenado) de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y

Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, aprobado por Decreto Supremo N°007-2008-TR, publicado el 30 de setiembre de 2008, señala que 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”

Según Távara (2010:18), sostiene que hace algunas décadas muchos economistas compartían la convicción de que los países en desarrollo enfrentaban diversas «fallas de mercado» y que para resolverlas era indispensable la intervención activa del Estado. Fueron los años de las políticas industriales dirigidas a la gran transformación de las estructuras económicas para colocar a las sociedades en la senda del desarrollo. Luego vinieron los tiempos de crisis y los economistas empezaron a aceptar la idea de que los fracasos en la intervención gubernamental representaban un peligro mucho mayor que las fallas de mercado, de manera que la mejor política consistía en limitar al máximo dicha intervención, desregulando y liberalizando los mercados.

Como observa irónicamente Rodrik (2007: 99), citado por Távara (2010:19) «la realidad no ha sido muy amigable con ninguno de estos dos

enfoques». En la experiencia peruana, las políticas asociadas al modelo de sustitución de importaciones, la empresa pública y la planificación centralizada, dieron lugar a desarrollos significativos en algunas industrias. Sin embargo por diversas razones no pudieron sostenerse y fracasaron en medio de graves crisis económicas (Iguíñiz & Távora, 1986). De otro lado, las políticas de liberalización, privatización y desregulación, adoptadas a comienzos de la década de 1990, han estimulado el crecimiento económico y la expansión de algunos sectores, pero no han logrado resolver aún una serie de problemas básicos que afligen a la sociedad peruana.

Para Bianchi y Labory (2006), citado por Távora (2010:19), la persistencia de estos problemas en muchos países en desarrollo —en especial la baja calidad del empleo generado, con salarios reducidos y jornadas de trabajo prolongadas— ha dado lugar a un renacimiento de la política industrial como eje fundamental de las políticas públicas. No se trata, por cierto, de regresar a las «políticas dirigistas» de los setenta. Casi todos los economistas, incluyendo aquellos orientados por principios socialistas, están convencidos del valor de la libertad y la iniciativa privada y de las ventajas de los mercados como mecanismos descentralizados de asignación de recursos.

La política industrial tiene entonces como propósito orientar el proceso de transformación y desarrollo de una economía. Su punto de partida es el reconocimiento de que la industrialización es esencial para lograr el desarrollo y de que es posible actuar sobre este proceso a fin de renovar y fortalecer la

estructura económica (Bianchi, P. y Labory, S, 2006, pág. 03). Uno de sus objetivos es mejorar la capacidad de competir de las empresas localizadas en un país o en un territorio específico en función del objetivo central de elevar la calidad de vida y el bienestar de las personas.

2.1.2. Las políticas de promoción y apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas

Es difícil hablar de una estrategia general de desarrollo productivo en el Perú. Lo que el país tiene es una política macroeconómica de estabilidad y atracción de inversiones, complementada por una política comercial de apertura de mercados y fomento de las exportaciones, así como una política financiera moderna y eficaz.

La política macroeconómica, la política comercial y la política financiera son las tres políticas públicas que se iniciaron en la década de 1990 y hasta hoy dominan el panorama de la actuación del Estado. Frente a ellas, la política industrial, la de ciencia, tecnología e innovación, la de promoción de las MyPEs e incluso la política de competitividad se ubican en un plano completamente secundario. Si bien estas políticas existen formalmente como tales y tienen instituciones encargadas de diseñarlas e implementarlas —como es el caso del Ministerio de la Producción (PRODUCE), el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC), el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo que lidera las políticas del sector de las MyPEs y el Consejo Nacional de la Competitividad (CNC)— tienen una función subordinada,

con pocos recursos y, sobre todo, poca voluntad política de parte del gobierno central (Villarán, 2010)

2.1.3. Breve mirada histórica a las políticas para las micro y pequeñas empresas

En los últimos treinta años, los sucesivos gobiernos, han promulgado diversas leyes de promoción y fomento de las pequeñas y microempresas, que tuvieron escasa aplicación y efecto en el sector.

Según Villaran y Chincaro (1998), hacia fines de los años noventa, todos los ministerios importantes tenían programas de apoyo a las MyPEs: el Ministerio de Economía, el Ministerio de Agricultura (MINAG), el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, el Ministerio de Pesquería, el Ministerio de Educación (MINEDU), el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (MIMDES) y la Primera Vicepresidencia de la República. Cada uno tenía sus propios programas y, lo que es más importante, sus propias políticas y orientaciones, que generalmente eran bastante diferentes a las de los demás ministerios.

Cada uno reclamaba su independencia y liderazgo, aduciendo argumentos como la competitividad, la política productiva, el apoyo social, la descentralización y el desarrollo tecnológico, de acuerdo al lugar y el sector desde donde se realizaba. Esto, en la práctica, significó un desorden de la promoción y, por lo tanto, un perjuicio para las MyPEs (Villarán, 2010).

Junto con los avances parciales realizados en esas décadas, a partir de 2001 se realizaron grandes esfuerzos por dotar al Estado de una política

coherente y amplia de promoción a las MyPEs. Con el tema del empleo como eje central en el gobierno de Toledo, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo lideró la reforma en este campo (Villarán, 2010).

Para Villarán (2010:352-353). Estas reformas, que dieron cuerpo a las políticas públicas que hoy están vigentes para las MyPEs, empezaron por introducir cambios en el propio MTPE. Hasta 2001 se denominaba Ministerio de Trabajo y Promoción Social, y se preocupaba principalmente de regular las relaciones laborales, aunque tenía algunos programas de empleo y apoyo a las MyPEs, claramente subordinados al tema laboral. La tarea central consistió en cambiar la orientación del ministerio, que se dedicó principalmente a la promoción del empleo sin abandonar sus responsabilidades en el campo de las relaciones laborales. Para tal efecto:

- ◆ Se creó el Viceministerio de Promoción del Empleo y la MyPE y la Dirección General de la Micro y Pequeña Empresa.
- ◆ Se transfirió al Ministerio la principal institución estatal de promoción de las MyPEs, PROMPYME, que anteriormente estaba adscrita a la Presidencia del Consejo de Ministros.
- ◆ Se concentraron algunos de los principales programas de apoyo al sector que estaban dispersos en diversas dependencias y se dio al Ministerio un claro papel de liderazgo en la promoción pública de las MyPEs. Así, no solamente se pudo ordenar la dispersión existente en el sector público en materia de promoción, sino que se logró construir un solo interlocutor válido

con los actores, principalmente gremios de las MyPEs e instituciones privadas de promoción.

2.1.4. Instrumentos de promoción para la competitividad de las MyPEs

En el artículo 11 del T.U.O (2008) la norma señala expresamente que los instrumentos de promoción para el desarrollo y la competitividad de las MyPEs y de los nuevos emprendimientos con capacidad Innovadora son:

- a. Los mecanismos de acceso a los servicios de desarrollo empresarial.
- b. Los mecanismos de acceso a los servicios financieros
- c. Los mecanismos que faciliten y promuevan el acceso a los mercados, y a la información y estadísticas referidas a las MyPEs.
- d. Los mecanismos que faciliten y promuevan la inversión en investigación, desarrollo e innovación tecnológica, así como la creación de MyPEs innovadoras.

2.1.4.1. Servicios de desarrollo empresarial y competitividad MyPe

Villarán(2010:360) denota que al hacer un análisis de los mercados de servicios no financieros se constata que son muy incipientes en capacitación, información, consultoría y tecnología desincorporada. Están constituidos por una oferta escasa y poco adecuada a las necesidades de las mypes y una demanda casi inexistente. Por ejemplo, no hay un mercado maduro de capacitación para MyPEs, la oferta es débil y dispersa, los productos no se adecuan a las necesidades del sector y, por el lado de la demanda, los empresarios no valoran

este servicio como útil o indispensable y, por lo tanto, no están dispuestos a pagar por ello.

Como han mostrado la experiencia internacional y las pocas investigaciones que se han realizado en el Perú, estos servicios de desarrollo empresarial son cruciales para lograr el desarrollo armónico, sólido y sostenido de las MyPEs. El Estado debe, por un lado, asegurar las condiciones para que el sector privado que ofrece estos servicios pueda actuar de manera rentable y, por otro, intervenir en forma directa allí donde el mercado tiene dificultades para actuar eficazmente (Villarán, 2010)

2.1.4.1.1. Capacitación y asistencia técnica

Según T.U.O (2008) el Estado promueve, a través de CODEMYPE (Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa) y de sus programas y proyectos la oferta y demanda de servicios y acciones de capacitación y asistencia técnica en las materias de prioridad establecidas en el plan y programas estratégicos de promoción y formalización para la competitividad y desarrollo de la MyPE, así como los mecanismos para atenderlos. Los programas de capacitación y de asistencia técnica están orientadas prioritariamente a:

- a. La creación de empresas
- b. La organización y asociatividad empresarial
- c. La gestión empresarial
- d. La producción y productividad

- e. La comercialización y mercadotecnia
- f. El financiamiento
- g. Las actividades económicas estratégicas
- h. Los aspectos legales y tributarios

2.1.4.1.2. Acceso a los mercados y la información

El artículo 16 del T.U.O (2008) establece como mecanismo de facilitación y promoción de acceso a los mercados: la asociatividad empresarial, las compras estatales, la comercialización, la promoción de exportaciones y la información sobre las MyPEs.

2.1.4.1.3. La asociatividad empresarial

Según el T.U.O (2008), las MyPEs, sin perjuicios de las normas societarias previstas en las leyes sobre la materia, pueden asociarse para tener mayor acceso al mercado privado y a las compras estatales. Todos los beneficios y medidas de promoción para que las MYPE participen en las compras estatales incluyen a los consorcios que sean establecidos entre las MyPE.

Para Villarán (2010:363) durante mucho tiempo, los programas de apoyo y promoción de las MyPEs se dividieron en dos grandes campos: los servicios financieros y los servicios de desarrollo empresarial (SDE). Luego se agregó el aspecto de la empresariedad y, desde hace poco, el promoción de la articulación productiva, las cadenas de valor y las aglomeraciones productivas (clusters). Este último campo, que también podría calificarse de estrategia, ha estado vinculado al de los servicios de desarrollo empresarial ya que en ambos

casos se busca una mayor eficiencia, productividad y competitividad de las MyPEs. No obstante, la estrategia de promoción de la articulación productiva, las redes y los clusters ha ido adquiriendo cierta autonomía, y los servicios que incluye presentan diferencias en relación con los SDE (Servicios de desarrollo Empresarial) tradicionales.

Este es un tema totalmente nuevo en el Perú y, por lo tanto, más allá de las menciones realizadas a ese respecto en la ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (Ley 28015), no existe una política pública independiente sobre el tema. Existen, sin embargo, diversos programas y proyectos en esa esfera emprendidos por diferentes instituciones, en su mayoría de carácter privado, que en caso de resultar exitosos podrían convertirse, con el tiempo, en políticas públicas activas e influyentes. Por el momento, el hecho de que este tema se mencione explícitamente en la ley vigente sobre las MyPEs hace que sea parte oficial de las políticas públicas, pero falta que se convierta en parte real de ellas, como es el caso de las políticas financieras y de SDE (Villarán, 2010).

2.1.4.1.4. Compras estatales

En el artículo 21 del T.U.O (2008), las MyPEs participan en las contrataciones y adquisiciones del Estado, de acuerdo a la normatividad correspondiente. El Ministerio de trabajo y Promoción de empleo facilita el acceso a las MyPEs a las contrataciones del estado. En las contrataciones y adquisiciones de bienes y servicios, así como en la ejecución y consultoría de

obras. Las entidades del estado prefieren a los ofertados por las MyPE, siempre que cumplan con las especificaciones técnicas requeridas. En los contratos de suministro periódico de bienes, prestación de servicios de ejecución periódica y consultoría de obras que celebren las MyPE, estas podrán optar, como sistema alternativo a la obligación de presentar la garantía de fiel cumplimiento, por la retención de parte de las entidades de un diez por ciento (10%) del monto total del contrato. Asimismo las instituciones del estado deben programar no menos del cuarenta por ciento (40%) de sus contrataciones para ser atendidas por la MyPE en aquellos bienes y servicios que esta pueden suministrar. Se dará preferencia a las MyPE regionales y locales del lugar donde se realicen las compras o se ejecuten las obras estatales.

2.1.4.1.4.1. Beneficios en las contrataciones públicas

Según Sandoval; Possio y otros (2012: 35) La actividad del Estado no solo se limita a buscar que una entidad satisfaga una necesidad de bienes, servicios u obras, en condiciones óptimas de calidad, precio y plazo; existen otras finalidades e intereses involucrados en las compras del Estado que merecen tan igual o mayor interés que la pura satisfacción de la necesidad concreta de una entidad pública.

Interesa pues, reparar que con dichas transacciones, el mismo Estado genere oportunidades de negocio, iniciativa empresarial, incremento del empleo sostenible en los sectores más necesitados del país, aumento de capacidad adquisitiva de la población. En suma, las compras del Estado redundan en

multiplicidad de objetivos y políticas que un gobierno de turno puede trazarse, como la reactivación de la economía, incentivando la actividad empresarial, la generación de empleo, la reducción de la pobreza y un incremento en la recaudación tributaria. (Sandoval; Possio y otros, 2012, pág. 35)

Para Sandoval; Possio y otros (2012: 35-36) Es en este marco que nuestra legislación de contratación pública consagra una serie de normas promotoras de la actividad empresarial de las pequeñas y microempresas, orientadas a generar que estas unidades productivas participen de las grandes oportunidades de negocio que generan los contratos con el Estado. Así pues, la MyPE participa en las contrataciones y adquisiciones del Estado de acuerdo a la normatividad correspondiente, pero adicionalmente con las siguientes ventajas:

2.1.4.1.4.2. Preferencia en Contrataciones

Para Sandoval; Possio y otros, (2012: 36) en las contrataciones y adquisiciones de bienes y servicios, así como en la ejecución y consultoría de obras, las entidades del Estado prefieren a los ofertados por las MyPE, siempre que cumplan con las especificaciones técnicas establecidas en las bases de los procesos de contratación y sean ofertados en condiciones similares de calidad, oportunidad y precio. Adicionalmente se dará preferencia a las MyPE regionales y locales del lugar donde se realicen las compras o se ejecuten las obras estatales.

Sandoval; Possio y otros, (2012:37) El Estado, con la realización del proceso, perseguirá contratar con el postor que proponga la mejor oferta,

entendiendo por tal aquella que reúna las mejores condiciones técnicas y económicas. El postor que oferte en tales condiciones será beneficiado con la buena pro del proceso de selección. No obstante, de la evaluación de las propuestas podría resultar que más de una oferta sea la idónea para satisfacer la necesidad de la entidad, lo cual se vería reflejado en que más de una propuesta obtenga el máximo puntaje en la evaluación y calificación.

En este caso, se considera que existe un empate de propuestas, en virtud de lo cual, las normas establecen una serie de criterios que debe seguir el comité especial en determinado orden, a efectos de precisar cuál de los postores empatados será el beneficiado con la buena pro. El primero de dichos criterios está orientado a beneficiar a las MyPE de entre aquellas empresas que no reunieran tal condición, de forma tal que, si dos o más propuestas empataran, el otorgamiento de la buena pro se efectuará a favor de las MyPE, relegando a las otras empresas que hubieran empatado. Dicho beneficio alcanza a los consorcios conformados íntegramente por MyPE.

2.1.5. Instituciones de apoyo a las micro y pequeñas empresas

Las instituciones que brindan servicios de desarrollo empresarial (SDE) se iniciaron en la década de 1990 y han mostrado un crecimiento interesante en los últimos años. El número de estas instituciones en el Perú es mayor que el de otros servicios de promoción de las MyPEs presentados en este trabajo. A continuación se destacan las principales, entre ellas, el Ministerio de Trabajo y

Promoción del Empleo que es la institución que lidera las actividades de promoción estatal de las MyPEs (Villaran:2010)

2.1.5.1. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

Según Villarán, (2010:368) uno de los objetivos del MTPE es la promoción del empleo con igualdad de oportunidades, fomentando especialmente el desarrollo de las MyPEs como base del desarrollo económico del país. De acuerdo al documento Lineamientos de Política Socio Laboral 2007-2011, el sector de las MyPEs está incluido explícitamente en:

- ◆ La misión del MTPE: diseñar, articular y ejecutar políticas y programas de promoción de instrumentos para el desarrollo y la competitividad de las MyPEs.
- ◆ Los lineamientos de política sociolaboral: el segundo de los ocho lineamientos es “promover la competitividad de las MyPEs así como su formalización”.
- ◆ Los objetivos estratégicos: promover y facilitar el acceso de las MyPEs a los mercados de bienes y servicios.
- ◆ Las estrategias que sustentan dichos lineamientos: “desarrollar programas que promuevan la formalización de las MyPEs”, “facilitar el acceso de las MyPEs a la información comercial, la asesoría, consultoría y demás servicios de desarrollo” y “apoyar iniciativas empresariales”.

2.1.5.1.1. Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (DNMYPE)

En 2002 se crearon el Viceministerio de Promoción del Empleo y la Micro y Pequeña Empresa y la DNMYPE, cuya finalidad es promover la competitividad empresarial y la generación de oportunidades económicas orientadas al aumento de la calidad del empleo por medio de: un marco regulatorio que favorezca la formalización de las MyPEs con empleo de calidad; el acceso de las MyPEs a los servicios de desarrollo empresarial y financieros; la creación y el desarrollo de nuevos emprendimientos, y la articulación de las MyPEs a los procesos de competitividad regional y sectorial (Villaran: 2010).

Existe una correspondencia entre lo que se acaba de mencionar y los cinco tipos de servicios de promoción de las MyPEs identificados en el presente documento, por lo que el MTPE podría aparecer en cualquiera de ellos. Sin embargo, se ha decidido incluirlo en esta sección porque es en el ámbito de los servicios de desarrollo empresarial donde el MTPE ha desarrollado mayor competencia y tiene un papel más protagónico (Villaran: 2010).

La DNMYPE trabaja en tres ejes estratégicos: el fomento de la competitividad y productividad de las MyPEs; el desarrollo de un entorno favorable para la formalización y la calidad del empleo, y el apoyo a la institucionalidad público-privada de promoción de la MyPEs y nuevos emprendimientos. Para las actividades asociadas a los dos primeros ejes, la DNMYPE actúa mediante: el programa Mi Empresa, que ofrece servicios de desarrollo empresarial; la Dirección de Desarrollo Empresarial, que es una

ventanilla única que facilita trámites de formalización tributaria, laboral y de registro de las MyPEs, y la Dirección de Promoción de Nuevos Emprendimientos, que fomenta y promueve la generación de nuevas iniciativas empresariales, en el marco de una cultura emprendedora (Villaran: 2010).

Para la promoción de las actividades del tercer eje vinculadas al fomento de la institucionalidad público-privada, cuenta con el Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CODEMYPE), cuya finalidad es promover el trabajo concertado de las instituciones que buscan potenciar la competitividad de las MyPEs; el Consejo Regional de la Micro y Pequeña Empresa (COREMYPE), creado por los gobiernos regionales para promover el desarrollo, la formalización y la competitividad de las MyPEs en su ámbito geográfico, y el Registro Nacional de Asociaciones de la Micro y Pequeña Empresa (RENAMYPE), cuya finalidad es brindar información relacionada con el ámbito territorial, la actividad económica y el grado de representatividad de las asociaciones de MyPEs existentes en el país (Villaran: 2010).

2.1.5.1.2. Programa Mi Empresa

El programa Mi Empresa surgió en el año 2006, con el nuevo gobierno, con la finalidad de promover el desarrollo de las MyPEs y de las iniciativas empresariales, contribuyendo así a la generación de empleo digno y a la mejora de las condiciones de vida de la población en 14 regiones: Ancash, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Huánuco, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima, Moquegua, Piura, Puno, San Martín y Tacna (Villarán:2010).

Tres de los componentes de este programa se orientan a los empresarios: Bono Pyme (en 14 regiones, para financiar parcialmente requerimientos de servicios de desarrollo empresarial); Bono Propoli (únicamente en Lima, también para cofinanciar servicios de desarrollo empresarial), y Línea de Crédito Prestapyme – Fondemi (administrada por la COFIDE, para financiar capital de trabajo o activos fijos) (Villarán:2010).

Los otros tres componentes son: Bono Emprende, dirigido a jóvenes con iniciativas empresariales para que pongan en marcha su propia empresa; Bono Gremio, dirigido a líderes e integrantes de gremios y asociaciones empresariales registradas en el RENAMYPE para financiar servicios de fortalecimiento y gestión, y Supérate, dirigido a adultos mayores de 30 años para que, mediante capacitación y asesoría, puedan reinsertarse en el mercado laboral o crear un negocio propio (Villarán:2010).

En Mi Empresa trabajan aproximadamente 60 personas y, en 2007, las metas previstas para este programa —de acuerdo a la programación de actividades del Plan Operativo Institucional del MTPE— eran de 9.792 bonos entregados en Bono Pyme; 7.740 MyPEs usuarias de los bonos en Bono Propoli; 2.196 jóvenes capacitados en Bono Emprende; 130 asociaciones gremiales usuarias de los servicios en Bono Gremio, y 19.000 créditos entregados en Presta Pyme (Villarán: 2010).

2.1.5.2. Comisión de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa PROMPYME).

PROMPYME fue creada como institución estatal independiente en 1997 para promover el acceso de las MyPEs a los mercados de bienes y servicios mediante el desarrollo de capacidades para crear valor, competir y fomentar la articulación empresarial (Villarán:2010).

Sus objetivos son: i) promover el acceso de las MyPEs a la información de oportunidades de negocio así como a programas de articulación y promoción comercial; ii) mejorar el acceso de las MyPEs a servicios de capacitación, asistencia técnica y articulación empresarial, y iii) facilitar el uso eficaz de las tecnologías de información y comunicación como herramientas de negocios. Estos tres objetivos se han traducido en tres líneas de trabajo: desarrollo y promoción de mercados; desarrollo de productos y servicios empresariales, y desarrollo y promoción de tecnologías de la información (Villarán:2010).

Una de las acciones realizadas por PROMPYME para incrementar las ventas de las MyPEs ha sido facilitar su participación en el mercado de las compras del Estado.

Para ello ha elaborado un portal en Internet que sirve de guía para las empresas y ofrece toda la información necesaria para participar en los concursos, las licitaciones y las compras directas (Villarán:2010).

Este portal es uno de los más visitados por las empresas del sector y ha servido para que un número creciente de MyPEs se conviertan en proveedoras

permanentes del Estado. En 2004 la institución contó con un presupuesto de 6,3 millones de soles (el 95% de recursos ordinarios) y benefició a 18.857 MyPEs por medio de servicios de desarrollo empresarial, financieros y de mercado (Villarán:2010).

El nuevo gobierno formado en julio de 2006 tomó la decisión de pasar PROMPYME a la estructura interna del MTPE y abandonar su carácter independiente. Esta decisión se sustentó en criterios de austeridad y en la necesidad de reducir el número de instituciones públicas. Sin embargo, la mayoría de los especialistas considera que esto ha sido un error, puesto que las MyPEs requieren una institución más ágil, capaz de estar cerca de las necesidades de las empresas del sector y poder reaccionar rápida y eficazmente a ellas(Villarán:2010).

2.1.5.3. Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial (SENATI), Red CentroPyme

El Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial, es una de las instituciones más antiguas e importantes en el campo de la capacitación laboral en el Perú (Villarán:2010).

El SENATI es una persona jurídica de derecho público con autonomía técnica, pedagógica, administrativa y económica, y patrimonio propio. Su órgano de dirección es el Consejo Nacional, integrado por: un representante designado por el Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales; uno designado por el Ministerio de Educación; uno designado

por el Ministerio de Trabajo y Promoción Social; cinco designados por la Sociedad Nacional de Industrias; uno designado por la Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú (APEMIPE); uno designado por la Confederación de Cámaras de Comercio y Producción del Perú (CONFECAMARAS); tres presidentes de Consejos Zonales del SENATI, y un trabajador egresado de los programas del SENATI, elegido por los egresados de los programas de la institución (Villarán:2010).

Cuenta con 42 locales en todo el país, distribuidos en 14 zonales, en los que brinda capacitación a trabajadores y también a micro y pequeñas empresas. Por medio de sus centros de servicios empresariales (CentroPyme) brinda servicios a las MyPEs para fortalecer su competitividad mediante la mejora de la rentabilidad de las empresas, la productividad de sus recursos, procesos y métodos de trabajo, la calidad de sus productos y la facilitación del acceso al mercado y a las nuevas tecnologías(Villarán:2010).

El principal servicio de los CentroPyme es la capacitación orientada hacia empresarios o trabajadores. También brindan servicios de consultoría y asistencia técnica para empresarios de MyPEs y consultores que trabajan en este segmento del mercado (Villarán:2010).

2.1.5.4. Centros de Innovación Tecnológica (CITE)

Los CITE son una parte importante de la política de innovación tecnológica que promueve el Ministerio de la Producción (PRODUCE) con la finalidad de

facilitar y fomentar el cambio, la calidad, la diferenciación de productos y la eficiencia de las empresas, fundamentalmente de las MyPEs (Villarán:2010).

Los CITE brindan servicios de capacitación, asistencia técnica, información, mejora de la productividad, control de calidad, diseño asistido por computadora y manejo ambiental, entre otros. Las tarifas de los servicios son independientes del tamaño de la empresa que los demandan y se rigen de acuerdo con el Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA) en el caso de los CITE públicos y según los precios de mercado en el caso de los privados (Villarán:2010).

Por lo general, el CITE es de carácter privado (existen 8) como producto de la asociación entre varias instituciones como ONG, gremios empresariales, universidades y cámaras de comercio. Esto permite utilizar y complementar la experiencia y los conocimientos de cada una de estas instituciones, dar al CITE mayor representatividad y legitimidad ante los empresarios y ante la sociedad en general, y aprovechar los recursos de cada institución en términos de personal e infraestructura (Villarán:2010).

Actualmente existen 12 CITE que operan en red y cubren un amplio espectro de las cadenas productivas y, en algunos casos, cuentan con apoyo de la cooperación técnica internacional (Villarán:2010).

2.1.5.5. Otras instituciones que brindan servicios de desarrollo empresarial

Además de las instituciones mencionadas, existen otras instituciones que tienen un papel activo en el apoyo a las MyPEs mediante servicios de desarrollo

empresarial como: i) el Consorcio de Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (COPEME), que coordina los programas de apoyo de organismos privados y tiene un área de servicios de desarrollo empresarial; ii) el proyecto MyPEs Competitiva, que cuenta con el apoyo de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) para la incorporación de pequeñas empresas en cadenas de exportación; iii) el Fondo de Cooperación para el Desarrollo (FONCODES) del Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (MIMDES), que administra programas crediticios y de asistencia; iv) el Centro de Desarrollo y Promoción de pymes de la Cámara de Comercio de Lima (CCL); v) los Centros de la COFIDE; vi) el consorcio de centros de desarrollo empresarial (CDE), y vii) la Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico (Swisscontact) (Villarán:2010).

2.1.6. Mecanismos de servicio financiero

Según Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MyPE, DECRETO SUPREMO N° 007-2008-TR (T.U.O, 2008), desde el artículo 27-35 trata los siguientes puntos:

2.1.6.1. El acceso al financiamiento

El Estado promueve el acceso de las MYPE al mercado financiero y al mercado de capitales, fomentando la expansión, solidez y descentralización de dichos mercados. El Estado promueve el fortalecimiento de las instituciones de **microfinanzas** supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguros y

Administradoras de Fondos de Pensiones - SBS. Asimismo, promueve la incorporación al sistema financiero de las entidades no reguladas que proveen servicios financieros a las MyPE.

2.1.6.2. Participación de las entidades financieras del Estado

La Corporación Financiera de Desarrollo - COFIDE, el Banco de la Nación y el Banco Agrario promueven y articulan integralmente a través de los intermediarios financieros el financiamiento a las MyPE, diversificando, descentralizando e incrementando la cobertura de la oferta de servicios de los mercados financieros y de capitales. Son intermediarios financieros elegibles para utilizar los recursos de las entidades financieras del Estado para el financiamiento a las MYPE.

2.1.6.3. Funciones de COFIDE en la gestión de negocios MyPE

La Corporación Financiera de Desarrollo - COFIDE, en el marco de la presente Ley, ejercerá las siguientes funciones:

- a) Diseñar metodologías para el desarrollo de Productos Financieros y tecnologías que faciliten la intermediación a favor de las MyPE, sobre la base de un proceso de estandarización productiva y financiera, posibilitando la reducción de los costos unitarios de la gestión financiera
- b) Predeterminar la viabilidad financiera desde el diseño de los Productos Financieros Estandarizados, los que deben estar adecuados a los mercados y ser compatibles con la necesidad de financiamiento de cada actividad productiva y de conformidad con la normatividad vigente.

- c) Implementar un sistema de calificación de riesgos para los productos financieros que diseñen en coordinación con la SBS.
- d) Gestionar la obtención de recursos y canalizarlos a las Empresas de Operaciones Múltiples consideradas en la Ley N° 26702 - Ley General del Sistema Financiero, para que destinen dichos recursos financieros a las MyPE.
- e) Colaborar con la SBS en el diseño de mecanismos de control de gestión de los intermediarios.
- f) Coordinar y hacer el seguimiento de las actividades relacionadas con los servicios prestados por las entidades privadas facilitadoras de negocios, promotores de inversión, asesores y consultores de las MyPE, que no se encuentren reguladas o supervisadas por la SBS o por la Comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores - CONASEV, para efectos del mejor funcionamiento integral del sistema de financiamiento y la optimización del uso de los recursos. COFIDE adopta las medidas técnicas, legales y administrativas necesarias para fortalecer su rol de fomento en beneficio de las MyPE para establecer las normas y procedimientos relacionados con el proceso de estandarización de productos financieros destinados a los clientes potenciales y de conformidad con la normatividad vigente.

2.1.6.4. De los intermediarios financieros

COFIDE a efectos de canalizar hacia las MyPE y entregar los fondos que gestiona y obtiene de las diferentes fuentes, incluyendo los provenientes de la

Cooperación Técnica Internacional y en fideicomiso, suscribe convenios o contratos de operación con los intermediarios financieros (...), siempre que las condiciones del fideicomiso no establezcan lo contrario.

2.1.6.5. Supervisión de créditos

La supervisión y monitoreo de los créditos que son otorgados con los fondos que entrega COFIDE a través de los intermediarios financieros señalados (...) se complementa a efectos de optimizar su utilización y maximizar su recuperación, con la participación de entidades especializadas privadas facilitadoras de negocios, tales como promotores de inversión; de proyectos y de asesorías y de consultorías de MyPE; siendo retribuidos estos servicios en función de los resultados previstos.

2.1.6.6. Fondos de garantía para las MyPE

COFIDE destina un porcentaje de los recursos financieros que gestione y obtenga de las diferentes fuentes para el financiamiento de la MyPE, siempre que los términos en que les son entregados los recursos le permita destinar parte de los mismos para conformar o incrementar Fondos de Garantía, que en términos promocionales faciliten el acceso de la MyPE a los mercados financiero y de capitales, a la participación en compras estatales y de otras instituciones.

2.1.6.7. Capital de riesgo

El Estado promueve el desarrollo de fondos de inversión de capital de riesgo que adquieran una participación temporal en el capital de las MyPE innovadoras que

inicien su actividad y de las existentes con menos de dos años de funcionamiento.

2.1.6.8. Centrales de riesgo

El Estado, a través de la Superintendencia de Banca y Seguros, crea y mantiene un servicio de información de riesgos especializado en MyPE, de conformidad con lo señalado por la Ley N° 27489, Ley que regula las centrales privadas de información de riesgos y de protección al titular de información, y sus modificatorias.

2.1.6.9. Cesión de derechos de acreedor a favor de las instituciones financieras reguladas por la Ley del Sistema Financiero.

En los procesos de contratación de bienes y servicios que realicen las entidades públicas con las MyPE, una vez adjudicada la buena pro a favor de cualquiera de estas, las MyPE podrán ceder su derecho de acreedor a favor de las instituciones financieras reguladas por la Ley N° 26702, Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros. Sólo podrán ceder sus derechos a las entidades financieras del Estado, las MyPE que hubieran celebrado contratos con el Estado derivados de procesos de selección de licitación pública, concurso público, y adjudicación directa en el marco de la Ley de Contrataciones y Adquisiciones del Estado. Esa cesión de derechos no implica traslado de las obligaciones contraídas por las MyPE

2.1.7. TEORÍA DE COMPETITIVIDAD

Según Luna Correa (2012:08) el término competitividad es muy utilizado en los medios empresariales, teniendo incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que provoca, obviamente una evolución en el modelo de empresa y empresario. A la vez sostiene que la competitividad “debe ser entendida como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, lucrativa o no, de obtener y mantener ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico”.

Por su parte Reta (2008:59) define que la competitividad es la capacidad de cualquier organización, pública o privada, para perseverar en forma ordenada y precisa ventajas comparativas que le permitan alcanzar, mantener y desarrollar determinada posición en el entorno social y económico. Agrega, La ventaja comparativa o competitiva de una empresa estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos, etc., de los que dispone, y los mismos de los que carecen sus competidores o tienen en menor medida, haciendo esto posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos. El concepto de competitividad nos hace pensar en la idea “excelencia”, con características de eficiencia y eficacia de la organización.

En palabras de Cohen (1994:74): La competitividad es una reconsideración de un gran conjunto de indicadores, ninguno de los cuales cuenta la historia total, sino que juntos proveen un foco de atención altamente

legítimo. El índice de crecimiento de la competitividad, pretende medir los factores que contribuirán en un futuro al crecimiento de la economía, aproximado por la tasa de cambio PIB, per cápita, es decir la competitividad potencial. Este indicador está dividido, en tres categorías a saber: índice de creatividad económica, índice financiero e índice administrativo. El índice de creatividad económica mide la innovación económica y la transferencia efectiva de tecnología. El índice financiero mide la eficiencia del sistema financiero con altas tasas de ahorro e inversión, finalmente el índice administrativo, mide el control de operación y procesos de las PyMEs

Para Reta (2008:60-61) el indicador de competitividad actual, busca identificar los factores que subyacen a una productividad y desempeño económico elevado de un país. Aproximado por el PIB per cápita. Este indicador está dividido en dos grandes categorías: la primera, sofisticación de las operaciones y estrategias de las empresas, buscar captar el conocimiento, tecnología y capital físico así como las capacidades gerenciales que se reflejan en las operaciones y las estrategias que se emplean en las Pymes. La segunda categoría denominada capital del entorno de negocios recoge aspectos tales como la calidad de la infraestructura, habilidades de la población, inventario de tecnología, reglamentación e instituciones que constituyen el contexto en el cual se desarrollan los negocios. Tal indicador se constituye tomando como fuente información cuantitativa y cualitativa proveniente de instituciones de gobierno y

organismos multilaterales, así como de una encuesta realizada a empresarios de las PyMEs.

Según Porter, (1995) citado por Luna Correa (2012:22) La ventaja competitiva de una empresa estaría en su habilidad, recursos, conocimientos, innovación y atributos, etc., de los que dispone dicha empresa, los mismos de los que carecen sus competidores o que estos tienen en menor medida que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos. Agrega, el uso de estos conceptos supone una continua orientación hacia el entorno y una actitud estratégica por parte de las empresas grandes como en las pequeñas, en las de reciente creación o en las maduras y en general en cualquier clase de organización. Por otra parte, el concepto de competitividad nos hace pensar en las ideas “excelencia”, o sea, con características de eficiencia y eficacia de la organización.

Además para Luna Correa (2012: 23-24) La competitividad no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente; se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica de conducta organizativa, como los accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado, y por último, el gobierno y la sociedad en general. Una organización cualquiera que sea la actividad que realiza, si desea mantener un nivel adecuado de competitividad a largo plazo debe utilizar antes o después, unos procedimientos de análisis y decisiones formales, encuadrados en el marco del

proceso de “planificación estratégica”. La función de dicho proceso es sistematizar y coordinar todos los esfuerzos de las unidades que integran la organización encaminados a maximizar la eficiencia global. Para explicar mejor dicha eficiencia, consideremos los niveles de competitividad interna y la competitividad externa. La competitividad interna se refiere a la capacidad de organización para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles, tales como personal, capital, materiales, ideas, etc., y los procesos de transformación. Al hablar de la competitividad interna nos viene a la idea de que la empresa ha de competir contra sí misma, con expresión de su continuo esfuerzo de superación. La competitividad externa está orientada a la elaboración de los logros de la organización en el contexto del mercado, o el sector a que pertenece. Como el sistema de referencia o modelo ajeno a la empresa, esta debe considerar estabilidad económica, para estimar su competitividad a largo plazo. La empresa, una vez ha alcanzado un nivel de competitividad externa, deberá disponerse a mantener su competitividad futura, basado en generar nuevas ideas, productos y buscar nuevas oportunidades de mercado.

2.1.8. Competitividad empresarial.

Según Porter (1990) y Krugman (1994), citado por Saavedra (2012:100) han señalado que las que compiten son las empresas no las naciones; a un país lo hacen competitivo las empresas competitivas que hay en este; por lo tanto, son estas la base de la competitividad.

Solleiro y Castañón (2005), citado por Saavedra, (2012:101) señalan que la competitividad es la capacidad de una organización para mantener o incrementar su participación en el mercado basada en nuevas estrategias empresariales, en un sostenido crecimiento de la productividad, en la capacidad interempresarial para participar en negociaciones con diferentes instituciones y otras compañías dentro de su ambiente, en un ambiente competitivo determinado por el sector y el mercado de los consumidores y en políticas introducidas por los gobiernos nacionales y alianzas económicas regionales.

Por su parte De la Dehesa (2009:03) afirma categóricamente: la Competitividad empresarial puede definirse como la capacidad que las empresas adquieren para asignar recursos de tal manera que sean capaces de aumentar sus cuotas de mercado, sus beneficios y, consecuentemente, crecer. Naturalmente, se crece a costa de otras empresas que compiten en los mercados en el mismo producto o servicio ya que, aunque el mercado puede ser creciente, aumentar la cuota de dicho mercado se hace por definición siempre a costa de otras empresas.

Afirmaba Porter (1980), citado por Luna Correa (2012:12-13) que la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. Para hablar de competitividad, continúa Porter, habría que irse a la empresa, y al sector, e identificar cuáles son los factores que determinan que las empresas generen

valor añadido y que ese valor se venda en el mercado, y si realmente esos factores son sostenibles en el mediano y largo plazo.

Según Galan y Vecino (1997:45) sostiene que es posible apreciar cierto consenso entre los investigadores al señalar que la competitividad de la empresa está determinada por tres tipos de factores o fuentes: los relativos al país donde la empresa se ubica (efecto país o efecto territorio), los derivados del sector al que pertenece (efecto sector o efecto industria) y los que tienen su origen en la propia empresa. Estos tres efectos tienen un carácter aditivo, de manera que el impacto sobre la competitividad es la suma de cada uno de los efectos. Renovarse o morir, no sólo una sentencia, es una actitud que deberían poner en práctica todas las compañías, sobre todo, ahora, cuando la globalización ha tomado auge y las obliga a buscar nuevas formas de desarrollo tecnológico para poder competir dignamente en el mundo empresarial.

2.1.9. Indicadores de la competitividad empresarial

Varios estudiosos del tema de la competitividad empresarial han intentado generar modelos o metodologías con el fin de determinar la competitividad en las empresas.

Para Rubio y Aragón (2006), citado por Saavedra (2012:103) la clave de la competitividad son los recursos críticos, por lo tanto será indispensable identificar estos en la pyme.

CUADRO 01
Indicadores de competitividad empresarial

| Indicador/autor | Rubio y Aragón (2006) | De la Cruz, Morales y Carrasco (2006) | Solleiro y Castañón (2005) | OCDE (1992) | Quiroga (2003) |
|--|-----------------------|---------------------------------------|----------------------------|-------------|----------------|
| Indicadores externos | | | x | | x |
| Tecnología | x | x | x | | x |
| Innovación | x | | | | |
| Mercadotecnia | x | x | x | x | |
| Recursos Humanos | x | x | x | x | x |
| Capacidades directivas | x | | | | x |
| Recursos Financieros | x | x | x | | x |
| Cultura | x | | | | |
| Calidad | x | | x | | x |
| Producción | | x | | x | x |
| Logística | | x | | | |
| Organización Interna | | | x | | x |
| Compras | | | x | x | x |
| Investigación y Desarrollo | | | x | x | x |
| Interacción con proveedores y clientes | | | | x | |

Fuente: Tomado del Artículo: Una propuesta para la determinación de la competitividad en la PyME Latinoamericana (Saavedra, 2012)

2.1.10. Factores de competitividad empresarial MyPE

Las coincidencias encontradas ponen de manifiesto que la mayoría de los factores críticos de éxito destacados por la literatura académica y por la profesional, se centran en los activos intangibles. Concretamente, los que aparecen con mayor frecuencia son la gestión financiera, los recursos tecnológicos y la innovación, la calidad, la dirección y gestión de los recursos humanos, la flexibilidad de la estructura organizativa, los sistemas de información y las alianzas y acuerdos de cooperación.

La mayoría de estos recursos han sido identificados también como factores de éxito de la gran empresa, lo que cuestiona su exclusividad y nos conduce a analizar el papel jugado como favorecedores del éxito competitivo en las empresas de menor tamaño, según las investigaciones revisadas (Aragón, 2005).

2.1.10.1. Recursos Financieros

La gran debilidad de los balances en la PyME hace necesaria una correcta y minuciosa planificación financiera a corto plazo, que evite uno de sus problemas más frecuentes: la falta de liquidez. Habitualmente el poder de negociación con entidades de crédito es inversamente proporcional al tamaño, por lo que a menor tamaño peor acceso a las fuentes de financiación ajenas. Para aumentar las posibilidades de acometer las inversiones necesarias para el desarrollo de la organización y crear una base financiera más sólida es vital constituir reservas o fondos que permitan una disminución de costes financieros. También se hace preciso un alto conocimiento de la oferta financiera y saber aprovechar las ayudas oficiales existentes (subvenciones a la explotación, subvenciones de capital, bonificaciones fiscales, subvenciones del tipo de interés, etc.). (Aragón, 2005)

2.1.10.2. Recursos tecnológicos

Donovan (1996) citado por Aragón (2005:41) sostiene que para afrontar los abundantes desafíos del entorno y poder adaptarse a las exigencias de los clientes las pyme deberán incorporar o desarrollar activos tecnológicos que les permitan posicionarse por delante de sus competidores. Los directivos, en primer lugar, deben planificar cuidadosamente las inversiones en nuevas maquinarias, procesos, y asegurar en sus recursos humanos las competencias necesarias para su manejo. Del mismo modo deben, siempre que sea posible, potenciar el desarrollo interno de la tecnología. En segundo lugar, es fundamental asegurar

los recursos financieros necesarios para acometer las inversiones necesarias. Si esto no es posible se debe acudir a la cooperación tecnológica entre empresas, arma estratégica que permite impulsar proyectos y actividades que no se podrían emprender aisladamente de forma competitiva.

2.1.10.3. Innovación.

Parece existir consenso, tanto en esferas académicas como de negocios, de que uno de los mayores recursos de una empresa es su conocimiento tecnológico junto con su capacidad para generar innovaciones (Gómez, 2008: 08). El factor tecnológico junto con la capacidad de innovar es una fuente crítica de ventaja competitiva (Suárez, 2001:12).

El Manual de OCDE - Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2010: 13), define innovación como “la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), proceso, método de comercialización o método organizativo en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores”.

En la mayoría de los casos la innovación se percibe como una innovación tecnológica. La innovación es una ventaja competitiva que todos los actores de la productividad deben alentar: las instituciones educativas, las empresas y las instancias gubernamentales. No será por decreto, debe ser a través de un plan estratégico de generación y fomento de la innovación convencidos de que es una ventaja competitiva de carácter urgente. (González, 2008: 45).

Lloyd, Reason y otros (2003), citado por Aragón (2005:41-42) señalan que el éxito de las empresas también se asocia al desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos que permitan responder a las necesidades de los clientes, adaptarse a los cambios en el entorno o bien, mejorar las oportunidades para alcanzar los objetivos de la empresa. El pequeño tamaño es fuente de ventajas en este factor competitivo. La menor burocracia, la comunicación fluida y frecuente entre las distintas áreas y, sobre todo, la gran capacidad de respuesta a los cambios del entorno, por su mayor flexibilidad y cercanía al mercado, hace que sus menores recursos no mermen su capacidad innovadora.

Tres son los pilares sobre los que se asienta la innovación en las PyME: el directivo, los trabajadores y la cooperación con otras empresas. El directivo de una pyme debe favorecer la generación y el desarrollo de nuevas ideas. Estas nuevas ideas pueden mejorar la forma en que hasta el momento se están haciendo las cosas en la empresa, o bien, cambiar radicalmente los procedimientos establecidos. (Aragón, 2005)

En segundo lugar, los recursos humanos son un elemento fundamental para el desarrollo de innovaciones muy especialmente en las PyMEs . Los mayores niveles de comunicación, los menores niveles de formalización que dotan de una mayor autonomía de los trabajadores y el mayor compromiso que se establece entre trabajador y empresa facilitan la participación de los trabajadores en el desarrollo de innovaciones (Gupta y Singhal, 1993; Chandler et al., 2000; Verhees et al., 2004).

Por último, y del mismo modo que ocurría con la inversión en tecnología, la limitación de recursos existente en este tipo de empresas hace que sea muchas veces imposible la creación de departamentos de I+D+i (investigación, desarrollo e innovación), por eso la cooperación entre pyme vuelve a ser una arma estratégica al generar redes colectivas de conocimiento (Verhees et al., 2004).

2.1.10.3.1. El proceso de innovación tecnológica.

En palabras de Friedman (2004:64). La innovación es el proceso de generación de nuevas tecnologías. Ello implica tanto innovaciones de procesos como de productos. Es decir, una innovación de proceso (como se produce) supone la introducción de un nuevo método de producción o la modificación y mejoramiento de un proceso de producción o de gestión ya existente. En el mismo sentido, la introducción de un nuevo producto o de una característica particular en un producto con el que el mercado no está familiarizado aún, supone una innovación de producto (que se produce).

En este sentido más estricto, una innovación ocurre únicamente cuando se genera un nuevo producto o proceso (Ruiz, 2002:312).

2.1.10.3.2. Gestión de la innovación.

Es la capacidad de reunir, organizar, y optimizar, de una forma eficiente y eficaz, los recursos tecnológicos disponibles, con miras a la implantación y cumplimiento de la estrategia formulada por la dirección de la empresa. La estrategia para la innovación es aquella parte de la estrategia corporativa que se

refiere a los activos de la compañía relacionados con la innovación-tecnológica (Luna Correa, 2012:20)

Las funciones a desarrollar para la gestión de la innovación según (Rodríguez, 2002:123) son:

1. Optimizar los recursos tecnológicos disponibles
2. Enriquecer el patrimonio tecnológico
3. Proteger patrimonio tecnológico
4. Inventar los recursos tecnológicos
5. Evaluar el entorno tecnológico de la empresa
6. Vigilar el comportamiento innovador de los competidores directos

Así mismo la evolución histórica expone:

- a) **Enfoque intuitivo:** El I+d se consideraba como una partida más del presupuesto. No hay comunicación entre los distintos expertos funcionales.
- b) **Enfoque sistemático:** Se definen objetivos y unos presupuestos acordes a estos.
- c) **Enfoque estratégico:** El departamento de I+D se integra en el plan estratégico de la empresa. La asignación de recursos financieros se hace de forma flexible adaptándose a las necesidades.

Riesgo de estrategias de diversificación no relacionada con sus competencias genéricas:

- La empresa entra en un sector desconocido para ella, necesita de un periodo de aprendizaje.

- No aprovecha las sinergias.
- Ausencia de dominio tecnológico. Cuanto mayor sea el dominio tecnológico y mayores sea las habilidades para encontrar nuevas aplicaciones a sus competencias, mayores serán las probabilidades de su supervivencia.

Según Longoria (2005:89) esta valoración nos lleva a que los bienes y servicios desarrollados son producto de una experiencia adquirida. Cambios necesarios para potenciar la creatividad:

- Inversiones para potenciar la creatividad.
- Fomentar cultura donde las personas expresen sus ideas.
- Permanecer abiertos para acceder a fuente externas de información
- Actividades para abrir la mente de los empleados.
- Motivar la utilización de la información.

Para ello debemos de intensificar esfuerzos en la dirección de la organización y fomentar la comunicación. Reducción del tiempo de lanzamiento puede conseguirse acortando el calendario de planificación de desarrollo.

Por su parte León (1992:123). Sostiene que Podría decirse que la innovación es el proceso de generación de nuevas tecnologías. Ello implica tanto innovaciones de procesos como de productos, es decir, una innovación de proceso (como se produce) supone la introducción de un nuevo método de producción o la modificación y mejoramiento de un proceso de producción o de gestión ya existente.

En el mismo sentido, la introducción de un nuevo producto o de una característica particular en un producto con el que el mercado no está familiarizado aún, supone una innovación de producto.

2.1.10.4. Calidad del producto o servicio

Otro de los factores necesarios para competir es la adecuación del conjunto de características y atributos del producto a las necesidades y expectativas del comprador. Este ajuste se ve favorecido por la implantación de sistemas de gestión de la calidad total. Aunque a corto plazo pueden suponer fuertes inversiones, a medio y largo plazo reducen costes, originan clientes y empleados satisfechos y mejoran la productividad y los resultados de la empresa (Aragón, 2005).

Entre los elementos fundamentales de la gestión de la calidad total se encuentran: la orientación al cliente, la planificación, el compromiso y el liderazgo directivo, la calidad de la información, la formación, la existencia de un departamento de calidad, la participación de los trabajadores, la gestión de procesos, el diseño de los productos y servicios y la gestión de proveedores. Algunos de estos al no requerir sistemas complicados de gestión, se presentan sin dificultad en las empresas de menor tamaño (Ahiere y Golhar, 1996; Lee, 2004).

2.1.10.5. Recursos Humanos

Para lograr el éxito competitivo, las empresas deben establecer los mecanismos que permitan atraer candidatos cualificados, retener y motivar a los

actuales empleados y establecer fórmulas que los ayuden a crecer y desarrollarse dentro de la empresa. No dar el valor requerido a la gestión de los recursos humanos constituye la principal causa de fracaso en las PyME (McEvoy, 1984).

El pequeño tamaño también es fuente de oportunidades en la gestión de los recursos humanos (Wilkinson, 1999). Concretamente esta afirmación se sustenta en el buen clima laboral existente, motivado por los excelentes canales de comunicación, los mayores niveles de flexibilidad de los trabajadores y la alta motivación laboral. La motivación del trabajador aumenta debido a la cercanía con el directivo, a la alta relación entre las tareas desarrolladas y el resultado final obtenido por la empresa y a la elevada variedad de tareas existente en los puestos. (Aragón, 2005).

2.1.10.6. Estructura organizativa flexible

Las PyMEs suelen presentar estructuras sencillas y poco jerárquicas. Ello les permite responder de forma rápida, eficiente y variada a los distintos tipos de cambios internos y externos. Esta orientación a la flexibilidad se ve motivada por los altos niveles de incertidumbre externa que soportan (Westhead y Storey, 1996). Mientras que la incertidumbre interna es baja, ya que el directivo está próximo a sus trabajadores y por tanto tiene más oportunidad de comprobar que sus decisiones se están llevando a cabo eficientemente, la incertidumbre externa es muy alta. Esto se debe a que su menor poder de mercado les hace depender

de un número reducido de compradores, tienen un peor acceso a fuentes de financiación ajenas y una menor gama de productos y servicios. (Aragón, 2005)

2.1.10.7. Sistemas de información

Un sistema de información es un conjunto de elementos que interactúan entre sí con el fin de apoyar las actividades de una empresa o negocio. Para lograr ser competitivas las PyME deben desarrollar tecnologías de la información que les permitan, en primer lugar, el fomento de la interacción entre los empleados, favorecer la comunicación y almacenar y transmitir el conocimiento generado por los individuos que forman parte de la empresa (Aragón, 2005)

Por otro lado, el acceso y uso de las nuevas tecnologías ligadas a internet les puede permitir competir en un mercado cada vez más abierto y competitivo, generar autonomía y aumentar el aprendizaje colectivo, entender mejor el entorno y por tanto adaptarse y aprovechar mejor las oportunidades que este ofrece (Tetteh y Burn, 2001).

2.1.10.8. Cooperación

La cooperación representa una alternativa estratégica que permite alcanzar el tamaño competitivo en ciertas actividades, sin necesidad de fusionarse y por tanto manteniendo la independencia jurídica y patrimonial. Pese a la importancia teórica y práctica de la cooperación y a pesar del apoyo institucional a la misma entre pyme (financiando los gastos del proceso), las pyme todavía se sienten recelosas a utilizar esta arma estratégica, debido a la reticencia a compartir sus decisiones con otras empresas, al excesivo

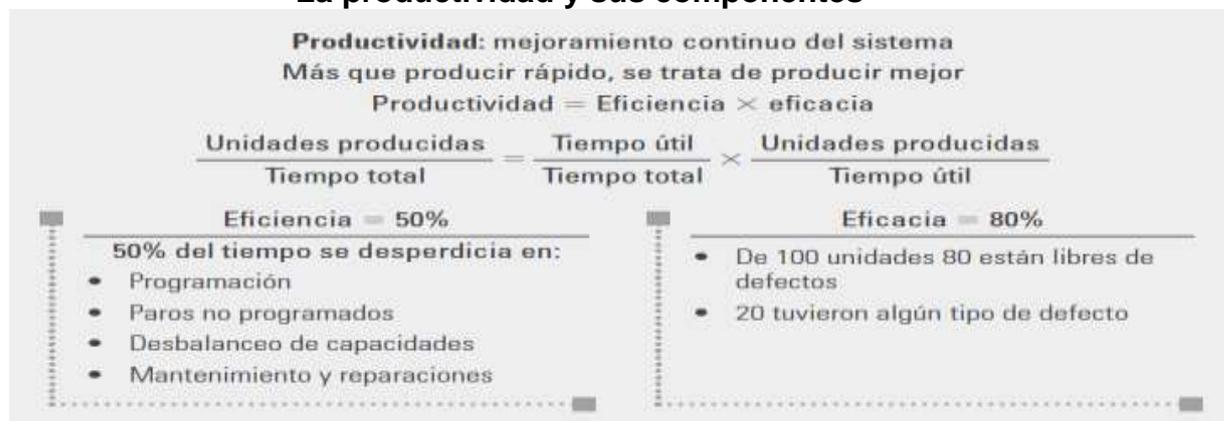
individualismo de sus propietarios, a la desconfianza en el resto de cooperantes o por sentirse incapacitados para desarrollar el acuerdo (Montes y Sabater, 2002).

2.1.10.9. Productividad

Según Bernal y Sierra (2008:34-35) es la capacidad de las personas y de las organizaciones de lograr metas organizacionales mediante la producción de mayor cantidad posible de bienes o servicios, usando la menor cantidad posible de insumos.

Gutiérrez Pulido (2010:21) enfatiza que la productividad tiene que ver con los resultados que se obtienen en un proceso o un sistema, por lo que incrementar la productividad es lograr mejores resultados considerando los recursos empleados para generarlos. En general, la productividad se mide por el cociente formado por los resultados logrados y los recursos empleados. Los resultados logrados pueden medirse en unidades producidas, en piezas vendidas o en utilidades, mientras que los recursos empleados pueden cuantificarse por número de trabajadores, tiempo total empleado, horas máquina, etc.

Figura N° 01
La productividad y sus componentes



Fuente: Gutiérrez Pulido, 2010

La figura n° 01 muestra los componentes de la productividad y se ejemplifica la definición de eficiencia y eficacia midiendo los recursos empleados a través del tiempo total y los resultados mediante la cantidad de productos generados en buenas condiciones. Esta figura sugiere dos programas para incrementar la productividad: mejorar la eficiencia reduciendo los tiempos desperdiciados por paros de equipos, falta de materiales, desbalanceo de capacidades, mantenimiento no programado, reparaciones y retrasos en los suministros y en las órdenes de compra (Gutiérrez Pulido, 2010:21-22)..

Por otro lado, está la mejora de la eficacia, cuyo propósito es optimizar la productividad del equipo, los materiales y los procesos, así como capacitar a la gente para alcanzar los objetivos planteados, mediante la disminución de productos con defectos, fallas en arranques y en operación de procesos, y deficiencias en materiales, en diseños y en equipos. Además, la eficacia debe buscar incrementar y mejorar las habilidades de los empleados y generar

programas que les ayuden a hacer mejor su trabajo (Gutiérrez Pulido, 2010:21-22).

En otras palabras, la medición de la productividad resulta de valorar adecuadamente los recursos empleados para producir o generar ciertos resultados. La productividad está conformado por:

2.1.10.9.1. Eficiencia

Bernal y Sierra (2008:34) sostienen como la capacidad de las personas y de las organizaciones de obtener los mayores resultados con la cantidad mínima de insumos; es decir que la eficiencia se refiere al uso óptimo de recursos. En otras palabras, la eficiencia tiene que ver con el uso de los recursos en procura de producir de la mejor forma posible los bienes o los servicios en organizaciones; en síntesis, se refiere a hacer bien las cosas. Así, buscar eficiencia es tratar de optimizar los recursos y procurar que no haya desperdicio de recursos (Gutiérrez Pulido, 2010:21).

2.1.10.9.2. Eficacia.

Es la capacidad de las personas de lograr las metas de las organizaciones, ser eficaz, consiste, en realizar las actividades de trabajo con que la organización alcanza sus objetivos (Bernal y Sierra 2008:34).

Para Gutiérrez Pulido (2010:21) la eficacia es el grado en que se realizan las actividades planeadas y se alcanzan los resultados planeados.

2.1.11. MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN EL PERÚ

2.1.11.1. Definición de MyPE (Micro y Pequeña Empresa) en el Perú

Según la Ley N.º 28015, de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, y de igual modo en el artículo 4º del Decreto Supremo N° 007-2008-TR - Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Ley MYPE), define a la micro y pequeña empresa como “la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”.

2.1.11.2. Importancia de la pequeña empresa

Según Won Cam (1997:37) La importancia de la pequeña empresa se evidencia desde distintos ángulos. En primer lugar, es una de las principales fuentes de empleo; es interesante, pues, como herramienta de promoción de empleo en la medida en que solo exige una inversión inicial pequeña y permite el acceso a estratos de bajos recursos. En segundo lugar, puede potencialmente constituye en apoyo importante a la gran empresa resolviendo cuellos de botella en la producción; piénsese en la coordinación de intereses entre pequeña, mediana y gran empresa, en lo que a servicios se refiere.

Para Albuquerque (2013:04) es importante la micro y pequeña empresa porque está conformado por un capital nacional, un capital interno, cuyos dueños viven y trabajan en los distintos ámbitos territoriales, algo que podríamos considerar como un capital local que constituye la base sobre la cual se puede sentar un proyecto de desarrollo económico y social interno más equilibrado. Un porcentaje muy elevado de las compras de dichas empresas corresponden a productos locales o internos, lo que hace que este colectivo de la micro y pequeña empresa sea muy importante desde el punto de vista de avance en el grado de la articulación productiva interna.

Por su parte para los autores Rothwell, Sullivan y McLean (2005) citado por Luna Correa (2012:02) la importancia de las Pymes no solo reside en características que afectan la economía del país, sino en las ventajas que tiene respecto a las grandes empresas, entre las que resaltan: a) mayor eficacia en la creación de empleos; b) mayor potencial de innovación; c) mayor flexibilidad y capacidad de adaptación estructural; d) mayor capacidad de adaptar sus productos y servicios a las necesidades de los consumidores; e) representa el contrapeso respecto a los monopolios, y f) constituye un amortiguador para las fuertes variaciones del empleo.

2.1.11.3. Características MyPE Peruana

Para este punto se toma como referencia las dos normativas: La Ley Mype N° 28015 y el DL 1086. Este último consigna algunas modificaciones.

Figura 02
Características MyPE Peruana

| Número total de trabajadores | Nivel de ventas anuales |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - La microempresa abarca de 1 hasta 10 trabajadores inclusive. - La pequeña empresa abarca de 1 hasta 50 trabajadores inclusive. | <ul style="list-style-type: none"> - La microempresa hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT). - La pequeña empresa parte de un monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 unidades impositivas tributarias (UIT). |

Fuente: Ley Mype N.º 28015.
Elaboración propia.

Por otra parte el DL 1086 en el Artículo 3 puntualiza que la MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

- ◆ **Microempresa:** De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- ◆ **Pequeña Empresa:** De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Según Codemype (2005), citado por Albuja, Janampa y otros (2009:50)

Se considera que las mypes en el Perú pueden clasificarse en tres estratos según la capacidad de autofinanciamiento para su crecimiento y generación de valor económico, productividad, capacidad de innovación y diferenciación

❖ **MyPE de acumulación**

En palabras de Albuja, Aydeé y otros (2009: 50), Tienen la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento

de la empresa. Cuenta con mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo remunerado.

❖ **MyPE de subsistencia**

Para Albuja, Aydeé y otros (2009: 50), es aquella unidad económica sin capacidad de generar utilidades, en detrimento de su capital, dedicándose a actividades que no requieren de transformación sustancial de materiales o deben realizar dicha transformación con tecnología rudimentaria. Estas empresas proveen de un «flujo de caja vital», pero no inciden de modo significativo en la creación de empleo adicional remunerado.

❖ **Nuevos emprendimientos**

Albuja, Aydeé y otros (2009: 50), arguyen que son aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir, como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. Los emprendimientos se orientan a la innovación, creatividad y cambio hacia una situación económica mejor y más deseable, ya sea para iniciar un negocio o para mejorar y hacer más competitivas las empresas.

2.1.11.4. Ventajas y desventajas de las pequeñas empresas.

Es importante conocer las ventajas que presentan las pequeñas empresas para poder considerar su estudio y así lo muestra (Longenecker, 2001):

1. Tienen gran capacidad para generar empleos, absorben una parte importante de la población económicamente activa;

2. Asimilan y adaptan con facilidad tecnologías de diverso tipo, o producen artículos que generalmente están destinados a surtir los mercados locales y son bienes de consumo básico;
3. Se establecen en diversas regiones geográficas, lo cual les permite contribuir al desarrollo regional
4. Mantiene una gran flexibilidad por lo que se adaptan con facilidad al tamaño del mercado, aumenta o reducen su oferta cuando se hace necesario.
5. El personal ocupado por empresa es bajo, por lo cual el gerente – que generalmente es el dueño – conoce a sus trabajadores y empleados, lo que le permite resolver con facilidad los problemas que se presenten.
6. La planeación y organización del negocio no requiere de grandes erogaciones de capital, inclusive los problemas que se presentan se van resolviendo sobre la marcha;
7. Mantienen una unidad de mando, lo que les permite una adecuada vinculación entre las funciones administrativas y las operativas;
8. Producen y venden artículos a precios competitivos, ya que sus gastos no son muy grandes y sus ganancias no son excesivas;
9. Existe un contacto directo y personal con los consumidores a los cuales sirve;
10. Los dueños, generalmente tienen un gran conocimiento del área que operan, permitiéndoles aplicar su ingreso, talento y capacidades para la adecuada marcha del negocio.

Las desventajas de las pequeñas empresas que nos muestra Longenecker (2001) permite analizar las fallas y las oportunidades que se presentan en estas empresas para su estudio.

1. Les afecta con mayor facilidad los problemas que se suscitan en el entorno económico como la inflación y la devaluación.
2. Viven al día y no pueden soportar períodos largos de crisis en los cuales disminuyen las ventas.
3. Son más vulnerables a la fiscalización y control gubernamental, siempre se encuentran temerosos de las visitas de los inspectores;
4. La falta de recursos financieros los limita, ya que no tienen fácil acceso a las fuentes de financiamiento.
5. Tienen pocas o nulas posibilidades de fusionarse o absorber a otras empresas; es muy difícil que pasen al rango de medianas empresas;
6. Mantienen una gran tensión política ya que los grandes empresarios tratan por todos los medios de eliminar a estas empresas, por lo que la libre competencia se limita o de plano desaparece.
7. Su administración no es especializada, es empírica y por lo general la llevan a cabo los propios dueños.
8. Por la propia inexperiencia administrativa del dueño, éste dedica un número mayor de horas al trabajo, aunque su rendimiento no es muy alto

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Actividad económica

Es un conjunto de operaciones económicas realizadas por la empresa y/o establecimiento en las que se combinan recursos que intervienen en el proceso productivo, tales como: mano de obra, equipos, materias primas, e insumos, con el objetivo de producir un conjunto homogéneo de bienes y/o servicios. En este contexto, el conjunto homogéneo de bienes y servicios pertenecen a una misma categoría económica, cuya producción es característica de una clase de la clasificación de actividades económicas.

Actividad económica principal

Es la actividad económica que se realiza dentro de una misma unidad de producción y cuyo valor agregado es mayor o supera al que se genera en cualquier otra actividad que se ejecute en esa misma unidad económica. La estimación del valor agregado se realiza por la incidencia de los insumos dentro de la estructura de costos de producción de una empresa, respecto a los niveles de producción.

Área de producción

Es el área operativa y productiva de la empresa, donde se implementan y desarrollan métodos para la elaboración de los productos al suministrar y coordinar la mano de obra, equipos, instalaciones, materiales y herramientas

requeridas. En una empresa de manufactura, comprende a los técnicos, operarios y trabajadores que participan en el proceso productivo. En una empresa de servicios, comprende a las personas responsables de las operaciones, mantenimiento y atención a los clientes.

Asociatividad

Es todo mecanismo de cooperación voluntaria entre dos o más empresas, para realizar negocios de manera conjunta, con el objeto de lograr mejores condiciones y resultados más favorables para la empresa.

Capacitación adecuada

Es el acceso a cursos de capacitación especializados que permiten elevar el conocimiento, habilidades y actitudes en las labores que desempeña el trabajador, generando el incremento de su productividad y el perfeccionamiento en su puesto de trabajo. En la encuesta de Micro y Pequeña Empresa 2013, se considera como capacitación adecuada a los cursos o eventos relacionados con la actividad económica de la empresa, seguidos por el personal (incluido el propietario) que hayan tenido métodos de aprendizaje activos participativos, pruebas de entrada y salida y que el evento tenga relación con el trabajo que el trabajador desarrolla.

Conductor MyPE

Es la persona responsable de la conducción administrativo - operativo de la empresa, responsable de la toma de decisiones: En el caso de la micro y pequeña empresa, generalmente el cargo es desempeñado por el propietario, siendo este, la persona natural que ejerce los derechos de propiedad de la empresa. También en algunos casos este cargo puede ser desempeñado por el gerente, contador, administrador, entre otros.

Gestión Empresarial

Es la actividad empresarial que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos) mejorar la administración de los recursos disponibles, así como la productividad y por ende la competitividad de la empresa o el negocio.

Políticas

Las políticas son declaraciones o ideas generales que guían el pensamiento en la toma de decisiones. Aseguran que las decisiones caigan dentro de ciertas fronteras. Usualmente no requieren acción, sino que tiene el propósito de orientar a los gerentes en su compromiso con las decisiones que tomaros en última instancia. La esencia de la política es la discreción. La estrategia, por otra parte, se ocupa de la dirección en la cual se aplicará los recursos humanos y materiales con el fin de acrecentarla probabilidad de lograr los objetivos seleccionados.

Algunas políticas y estrategias fundamentales pueden ser esencialmente las mismas. La política de desarrollar solo aquellos productos nuevos que encajan en el plan de mercadotecnia de una compañía o la de distribuir solamente mediante intermediarios puede ser un elemento esencial de la estrategia de una compañía para el desarrollo y la comercialización de un producto nuevo. Una empresa puede tener una política de crecimiento mediante adquisiciones de otras compañías, mientras que otra tendrá una política de crecer solo al ampliar los mercados y productos actuales.

Sistema financiero

Es el conjunto de instituciones, medios, mercados de una determinada nación, cuyo objetivo es la canalización del ahorro que generan los prestamistas, o en su defecto las unidades de gastos con superávit, hacia los prestatarios o unidades de gasto con déficit.

Tecnología

Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes o servicios que facilitan la adaptación al medio y satisfacen las necesidades de las personas.

Tecnología para la gestión de la empresa

Son aquellas “tecnologías blandas” que se emplean en la gestión de la empresa, estas son tecnologías relativas a las formas de organización, dirección, gestión de procesos, planeamiento estratégico, gestión de la calidad, administración de recursos humanos y otras. Entre las tecnologías blandas se incluyen: Planificación de recursos empresariales (ERP), Planificación de recursos de material (MRP), Calidad total, Justo a tiempo (JIT), Metodología Kaizen de mejoramiento continuo, Sistemas de gestión de calidad, Certificación de procesos de gestión, entre otros.

Tecnologías de Información y Comunicación (Tic)

Es el conjunto de técnicas utilizadas en los diversos procesos de transmisión de información a la empresa, tales como: equipos de procesamientos, almacenamiento de datos y los equipos de comunicación.

2.3. Hipótesis de la investigación

2.3.1. Hipótesis General

- ❖ Las políticas de fomento contribuye en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la Ciudad de Puno

2.3.2. Hipótesis Específicas

- Las acciones y programas de desarrollo empresarial que realizan las Instituciones públicas para lograr la productividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno son la capacitación y asistencia técnica.
- El mecanismo de servicio financiero contribuye en el desarrollo de la innovación tecnológica de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad Puno
- La propuesta de lineamientos de mejora para el desarrollo empresarial fortalecerá la competitividad de las micro y pequeñas empresas industriales de la ciudad de Puno

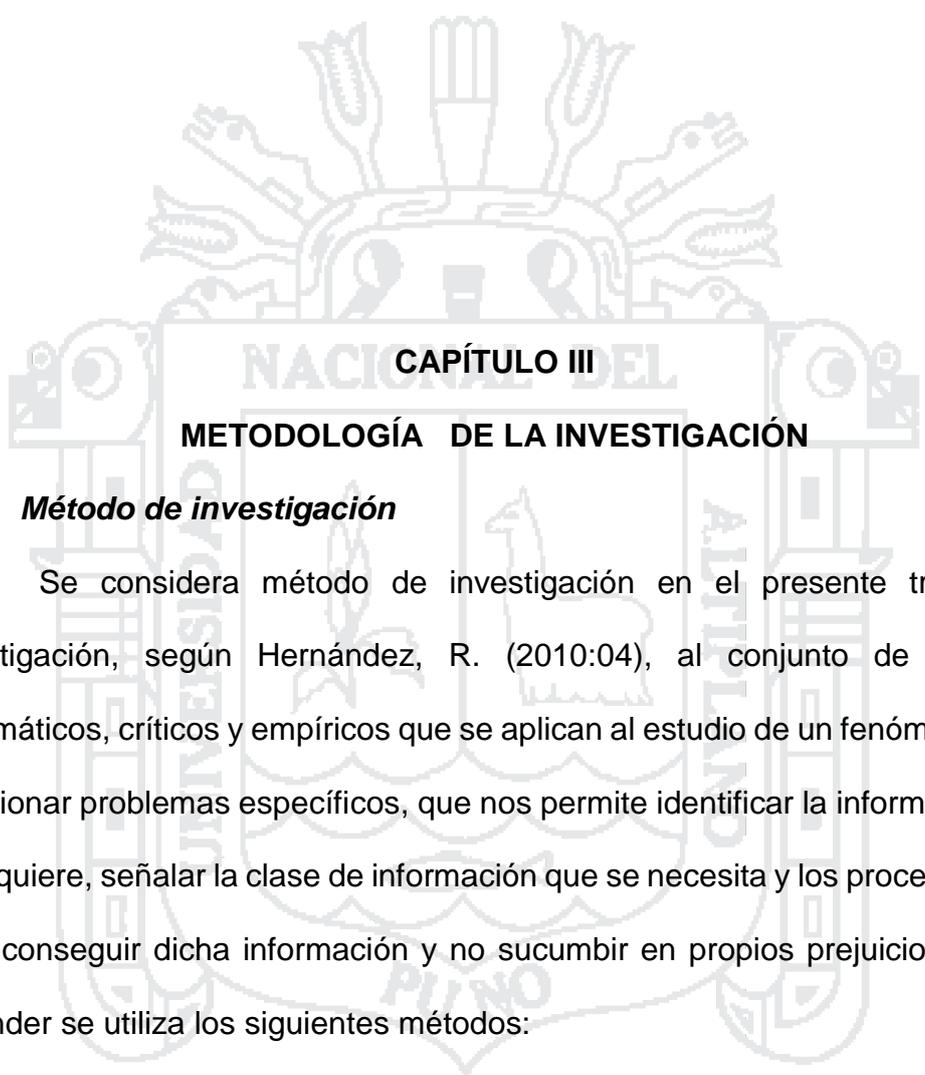
2.3.3. Variables de la investigación

Las variables de estudio se han identificado de acuerdo a la formulación de la hipótesis de investigación como se describe a continuación:

**Cuadro N° 02
Operacionalización de variables**

| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES |
|---------------------------|---|---|
| POLÍTICAS DE FOMENTO (VI) | PRORAMAS Y ACCIONES DE DESARROLLO EMPRESARIAL | <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a capacitación y asistencia técnica • Asociatividad Empresarial • Acceso a compras estatales • Acceso a Información estadística |
| | SERVICIO FINANCIERO | <ul style="list-style-type: none"> • Entidad financiera otorgante • Tasas activas • Monto de crédito |
| COMPETITIVIDAD (VD) | PRODUCTIVIDAD | <ul style="list-style-type: none"> • Efectividad • Eficiencia • Eficacia |
| | INNOVACIÓN TECNOLÓGICA | <ul style="list-style-type: none"> • Recursos tecnológicos • Innovación tecnológica • Vigilancia tecnológica |

Fuente: Elaboración propia-2015



CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Método de investigación

Se considera método de investigación en el presente trabajo de investigación, según Hernández, R. (2010:04), al conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno, para solucionar problemas específicos, que nos permite identificar la información que se requiere, señalar la clase de información que se necesita y los procedimientos para conseguir dicha información y no sucumbir en propios prejuicios, en ese entender se utiliza los siguientes métodos:

3.1.1. Método analítico

Según Torres, C. (2010: 60), es el proceso cognoscitivo que consiste en descomponer un objeto de estudio, separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual, así como sus relaciones con el todo, su objetivo es estudiar y examinar las partes por separado obteniendo así un

conocimiento explícito de las mismas. En la presente investigación se empleó en el análisis estadístico de cada indicador de las dimensiones según los objetivos planteados.

3.1.2. Método deductivo

Según Torres, C. (2010: 59), este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares, se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera. En el trabajo se utilizó en la revisión de la literatura sobre la política de fomento MyPE, competitividad empresarial para elaborar el marco teórico y la descripción del problema, etc.

3.2. Tipo de investigación

La investigación es cuantitativa, no experimental, transversal iniciando como exploratorio para concluir como descriptivo, ya que según Hernández, R. (2010: 85), buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación.

Este estudio permitió recoger información in situ sobre la política de fomento recibido por parte de las Instituciones Públicas como Dirección Regional de Trabajo y Dirección Regional de la Producción de Puno, entre otros.

3.3. Diseño de investigación

El diseño de investigación es no experimental, conocido también como investigación ex post-facto (los hechos y las variables ya ocurrieron). Según Sampieri, R. (2010:149) es el estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos, de hecho no hay condición o estímulo a los cuales se expuso a los sujetos y objetos de estudio.

Los tipos de investigación no experimentales a su vez se dividen en transeccional y longitudinal, perteneciendo esta investigación al tipo transeccional. Según Hernández, R. (2006: 270), los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. El propósito de los diseños transeccionales descriptivos tiene como objetivo indagar las incidencias de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades; así proporcionar su descripción.

3.4. Técnicas de recolección de datos.

La técnica que se han empleado en la presente investigación es:

3.4.1. Encuesta.

Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado. En el presente trabajo se tomó encuesta en un momento determinado a los líderes de las empresas del sector mueblería

3.5. Tratamiento y procesamiento de datos.

El presente trabajo de investigación por utilizar el método descriptivo, empleó en el procesamiento y análisis de datos la estadística descriptiva con la que se explican los resultados producto de la investigación, lo que ha permitido contrastar la hipótesis planteada, realizando las siguientes actividades: análisis de la información obtenida y de las entrevistas, codificación, procesamiento para estimar promedios y porcentajes, para el tratamiento e interpretación de la información obtenida materia en estudio.

La información obtenida de las encuestas e investigación documental con la aplicación de diferentes instrumentos serán analizados, clasificados y tabulados, utilizando una hoja electrónica de datos.

Con la finalidad de lograr un mayor entendimiento y visualización de los resultados a obtener se elaboraron cuadros y gráficos para plasmar los resultados.

3.6. Población

El estudio se realizará a las Micros y pequeñas empresas del sector industrial del mueble formalmente constituidas con personería jurídica que operan en la ciudad de Puno. Las empresas consideradas para este estudio son las que

realizan actividades de fabricación y comercialización de muebles para comedor, dormitorio, oficina, sala, etc. Son en total 12 Pequeñas Empresas.

3.7. Muestra:

Para efectos del presente trabajo de investigación, el tamaño de la muestra lo determinamos a través de la muestra FISHER-ARKIN-COLTON:

Por tener una población menor a 500 tomamos el 40% del sector industrial de mueble calculando hallamos las siguientes muestras:

Cuadro N° 03
Determinación de la muestra

| EMPRESAS | POBLACIÓN TOTAL | MUESTRA |
|--|-----------------|-----------|
| Micro y Pequeñas empresas del sector industria del mueble debidamente constituidas, con personería jurídica. | 12 | 05 |
| TOTAL | 12 | 05 |

Fuente: Elaboración propia.

Población de 12 Micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble, aplicando el 40% nos dio una muestra de 05 empresas para el trabajo de investigación. Para dicha determinación se empleó el método probabilístico en base al directorio de MyPE proporcionado por la Dirección Regional de la Producción Puno.

CAPÍTULO IV

CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

4.1. *Ámbito de estudio*

El departamento de Puno está ubicado en la parte sureste del territorio peruano entre los 13° 00' y 17° 08' latitud Sur y en los 71° 08' y 68° 50' longitud Oeste del meridiano de Greenwich, en un territorio de aproximadamente 72,000 km², representa el 5.6% del territorio peruano, con una población de 1'200,000 habitantes, de los cuales el 60% es rural y el 40% es urbano.

El 70% del territorio está situado en la meseta del Collao y el 30% ocupa la región amazónica.

La capital del departamento es la ciudad de Puno, a orillas del mítico Lago Titikaka, el lago navegable más alto del mundo, a 3,827 m.s.n.m. Es el centro de conjunción de dos grandes culturas: quechua y aymara; las que propiciaron un patrimonio incomparable de costumbres, ritos y creencias. Las principales ciudades son: Puno, Juliaca, Juli, Azángaro, Lampa y Ayaviri.

4.2. Economía de Puno-ciudad

La ciudad de Puno es un polo de desarrollo económico. Las actividades económicas que se desenvuelven en la ciudad son: comercio, transporte, servicios, hoteles y restaurantes, industria; entre otras.

4.2.1. Indicadores económicos

Según la Oficina Zonal Juliaca de la SUNAT- La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (entidad a cargo de la recaudación tributaria en la región Puno), al año 2011 la ciudad de Puno tiene aproximadamente 65 mil inscritos, lo que representa el 27% de contribuyentes de la región.

4.2.1.1. Actividades primarias

La actividad productiva primaria en la ciudad de Puno es mínima, y se realiza en la zona rural-marginal, que está ubicada en las laderas de los cerros que circundan la ciudad, en las cercanías al lago Titicaca y en comunidades campesinas, parcialidades y fundos, principalmente ubicados en los centros poblados de Ichu, Jayllihuaya y Uros Chulluni que forman parte de la ciudad. En estas áreas se desarrolla una escasa actividad agrícola y ganadera en forma tradicional y de autoconsumo, y en menor medida la actividad pesquera y artesanal.

4.2.1.2. Actividades secundarias

Las actividades de transformación o secundarias, representan el 11,7% de la población económicamente activa (PEA), el número de empresas en la

ciudad de Puno ha aumentado considerablemente, al mes de julio del 2009 que alcanzaban un número de 967 empresas, en 1996 se tenía 390 empresas, es decir que se ha incrementado cerca al 150%. Hay que agregar, que por información de la Dirección de Industria de Puno, que aproximadamente el 90% de estas empresas están operativas.

En el ámbito regional, la ciudad de Puno constituye un importante centro de actividades de transformación.

Respecto al rubro de bienes intermedios, destacan dos actividades que son relacionadas con la impresión que interviene con el 37,9% y la fabricación de productos metálicos para uso estructural 22,3%. Las demás actividades participan con menos del 9% de este rubro.

En el grupo de empresas que se dedican a la fabricación de bienes de capital, dos son las que sobresalen, la fabricación de carrocerías para vehículos automotores y la fabricación de máquinas herramienta, entre ambas representan el 43,8% del rubro.

Otra característica fundamental de la actividad industrial en la ciudad de Puno, es que está constituida en su mayoría por microempresas, que ocupan, en promedio aproximadamente a 2 trabajadores, además se debe mencionar que el 88% de las empresas de la ciudad de Puno tiene una personería jurídica de persona natural y el 12% de persona jurídica.

Otro rubro que en los últimos años ha cobrado importancia es la producción de tejidos en general, y de la fibra de alpaca en particular. En el

departamento de Puno existen dos empresas industriales que procesan la fibra de alpaca. En la ciudad de Puno existen 12 asociaciones, de las cuales 5 expenden sus productos en el muelle de la bahía interior de Puno, que totalizan 283 artesanos.

4.2.1.3. Actividades terciarias

Estas actividades en la ciudad de Puno, son las más importantes, dentro de las cuales se encuentran: las actividades de turismo, comerciales y de servicio financieras, que representan el 84,4% de la PEA ocupada de la ciudad.

Las principales entidades financieras que se ubican en Puno son:

- Banco de Crédito del Perú
- Banco Continental
- Banco Interbank
- Banco MiBanco
- Banco Scotiabank
- Banco Azteca
- Banco Financiero
- Caja Municipal de Arequipa
- Caja Municipal de Cuzco
- Caja Municipal de Tacna
- Caja Municipal de Piura
- Caja Rural Los Andes
- Financiera EDPYME Raíz
- Financiera Edyficar
- Financiera CrediScotia
- Financiera EDPYME Nueva Visión
- Financiera EDPYME Efectiva
- Financiera TFC S.A.

CAPÍTULO V

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

A continuación, exponemos los resultados del estudio obtenidos del cuestionario aplicado a los dueños, Gerentes o Administradores de las MyPEs del sector industria del mueble, constituidas formalmente que operan en la Ciudad de Puno, con el objeto de “evaluar la contribución de las políticas de fomento en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno”

Los resultados son presentados en el siguiente orden:

- Δ Datos descriptivos
- Δ Identificación de las acciones y programas de desarrollo empresarial que realizan las Instituciones públicas para lograr la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno
- Δ Determinación de la contribución del mecanismo de servicio financiero en el desarrollo de la innovación tecnológica de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad Puno
- Δ Propuesta de lineamientos de mejora para fortalecer la competitividad de las micro, pequeñas y mediana empresas industriales de la ciudad de Puno

Para cada punto analizado, se presenta tablas y gráficos estadísticos y su correspondiente interpretación producto de la lectura de los resultados.

5.1. DATOS DESCRIPTIVOS

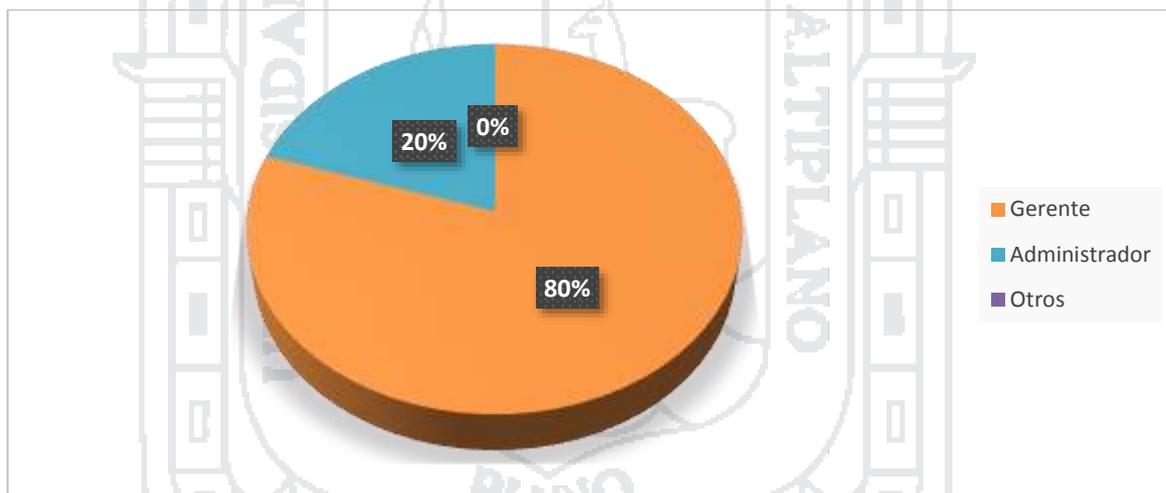
A través de esta sección, se describe el perfil característico de los Dueños, Gerentes o Administradores y de las MyPEs fabricantes de muebles de madera y melamine, formalmente constituidas que operan en la ciudad de Puno

TABLA 1: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL CARGO DESEMPEÑADO

| CARGO | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|------------------|----------------|----------------|
| a. Gerente | 4 | 80 |
| b. Administrador | 1 | 20 |
| c. Otros | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 1: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL CARGO DESEMPEÑADO



Fuente: Elaboración propia

Como se puede visualizar en la tabla y gráfico N°01, el 80% del liderazgo lo desempeñan los mismos dueños con el cargo de gerente. Solamente el 20% es liderado por un administrador, en otras palabras es una tercera persona que tiene conocimiento sobre el arte y ciencia de la administración.

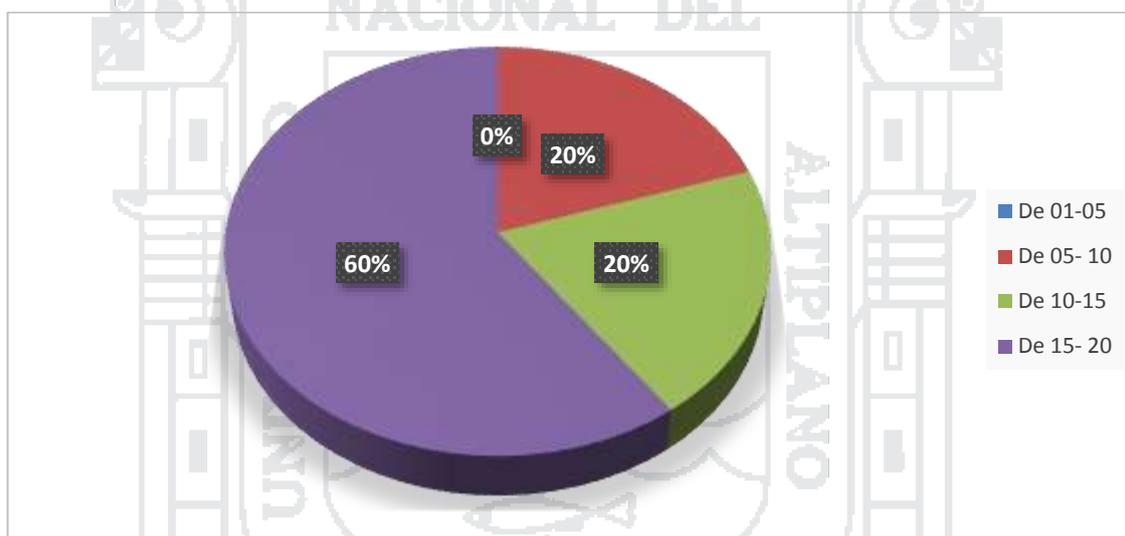
Contratan un administrador para que administre o cumpla las veces de asesor, por la sencilla razón de que los emprendedores son contadores en su gran mayoría y algunos dueños son empíricos.

TABLA 2: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LOS AÑOS EN EL CARGO

| AÑOS EN EL CARGO | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|------------------|----------------|----------------|
| a. De 01-05 | 0 | 0 |
| b. De 05- 10 | 1 | 20 |
| c. De 10-15 | 1 | 20 |
| d. De 15- 20 | 3 | 60 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 2: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LOS AÑOS EN EL CARGO



Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico N°02, el 60 % del total como Gerente/ Administrador están en el cargo en los intervalos de 15- 20 años. Generalmente en esta situación de años acumulados son los dueños que empezaron con el liderazgo desde la creación de la empresa. El 20% asevera estar en el cargo de 10 a 15 años. Por ultimo otros 20% aseguran estarlo de 05 a 10 años.

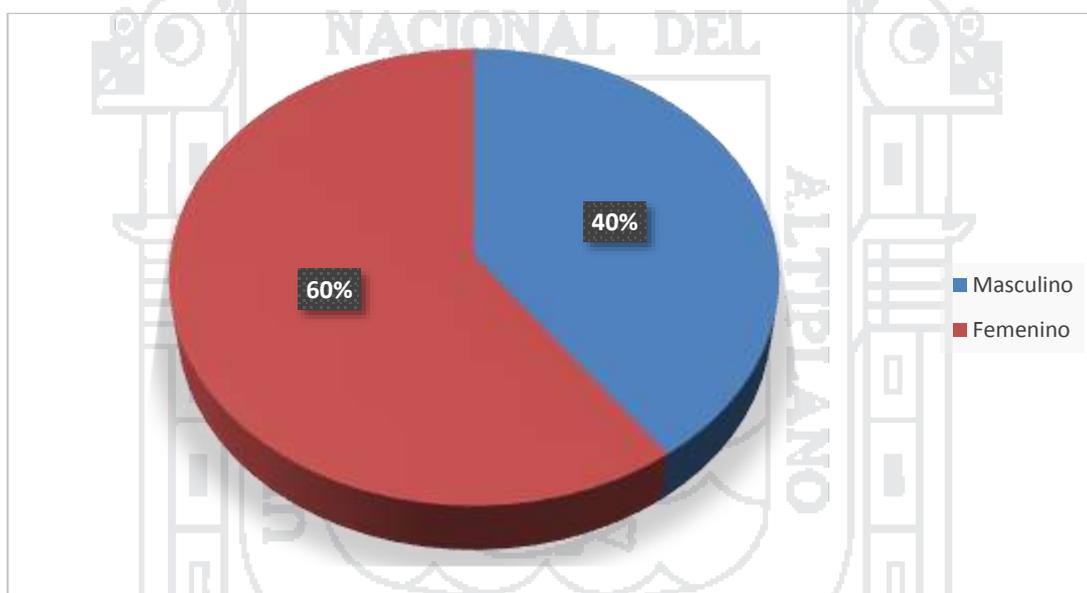
Esta situación también denota que la autosuficiencia es una utopía. La gran mayoría de las empresas aparte de la gerencia tienen una persona ajena al círculo familiar que desempeña el cargo de Administrador por ello tienen menos años de permanencia en el cargo.

TABLA 3: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL SEXO

| SEXO | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--------------|----------------|----------------|
| a. Masculino | 2 | 40 |
| b. Femenino | 3 | 60 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 3: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL SEXO



Fuente: Elaboración propia

Como se puede visualizar en la tabla y gráfico N°03, el 60% del total de los que lideran las Pequeñas Empresas de mueblería en muestra Ciudad de Puno predominantemente son damas. El otro 40% son del género masculino.

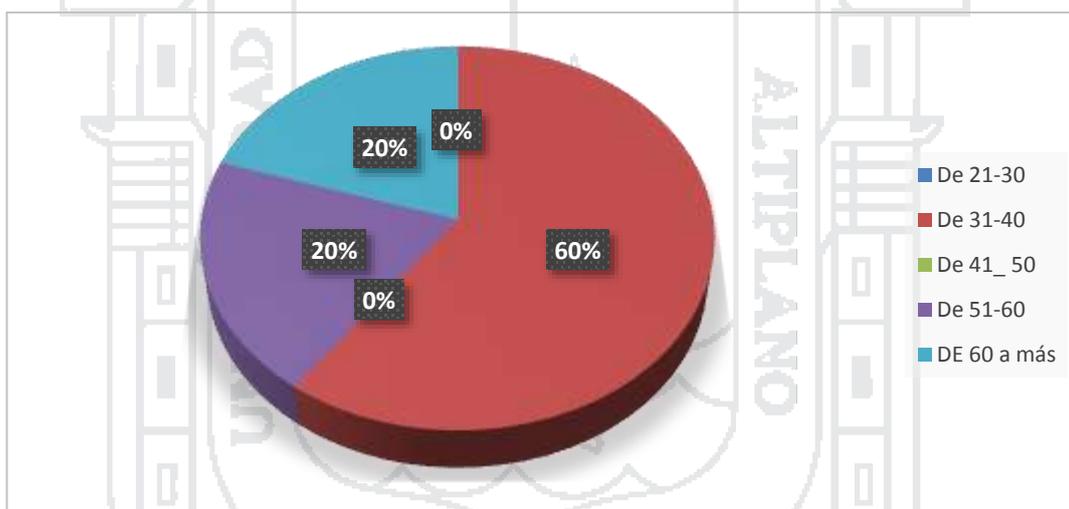
Esta situación denota que en la región las más emprendedoras son las mujeres. A parte de que en algunas situaciones tuvieron que aprender por necesidad, en la medida que, hubo la división de la empresa entre esposos por motivos muy peculiares. De alguna manera es visible la presencia de la mujer en este rubro.

TABLA 4 DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA EDAD

| EDAD | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|----------------|----------------|----------------|
| a. De 21-30 | 0 | 0 |
| b. De 31-40 | 3 | 60 |
| c. De 41-50 | 0 | 0 |
| d. De 51-60 | 1 | 20 |
| e. DE 60 a más | 1 | 20 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 4: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA EDAD



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°04, El 60% del total de los encuestados se ubican el rango de [31-40] años, el otro 20% se ubican entre [51-60] años. Por ultimo también el 20% oscilan en la edad de 60 a más.

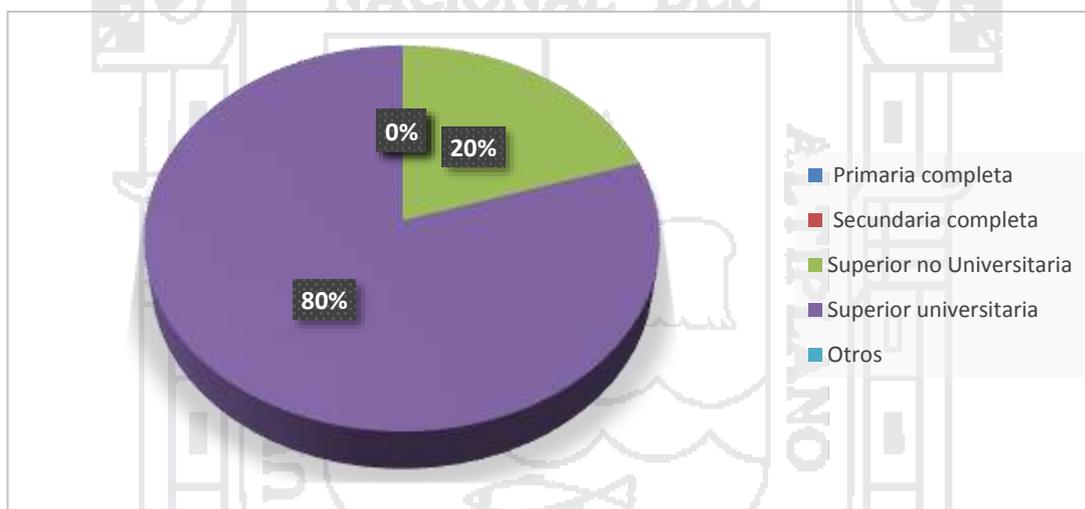
Los Gerentes o dueños generalmente en su gran mayoría no son de avanzada edad. Ello también explica los pocos años de la empresa en el mercado. Cabe resaltar que la primera mueblería de la ciudad fue “Tablitas Industria del Mueble E.I.R.L”, posteriormente aparecieron poco a poco nuevas mueblerías.

TABLA 5: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE ESTUDIOS

| GRADO DE ESTUDIOS | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|------------------------------|----------------|----------------|
| a. Primaria completa | 0 | 0 |
| b. Secundaria completa | 0 | 0 |
| c. superior no Universitaria | 1 | 20 |
| d. Superior universitaria | 4 | 80 |
| e. otros | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 5: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE ESTUDIOS



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°05, el 80% del total de los encuestados tienen educación universitaria. Solamente el 20% manifiesta tener superior no universitaria. Todo lo manifestado nos da a entender que los emprendedores son los que ostentan el título universitario.

Dichos estudios dan referencia que son conocedores de las ciencias empresariales. Situación adversa que se da en otras regiones, donde la gran mayoría tienen secundaria completa, hasta hay una mínima porción con estudios de nivel primario.

TABLA 6: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL TIPO DE SOCIEDAD DE LA EMPRESA

| Tipo de sociedad | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|------------------|----------------|----------------|
| a. EIRL | 4 | 80 |
| b. SA | 0 | 0 |
| c. SAA | 0 | 0 |
| d. SRL | 1 | 20 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 6: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL TIPO DE SOCIEDAD DE LA EMPRESA



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°06, el 80% del total tienen la personería jurídica de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.) Solo el 20% de las empresas están con Sociedad de Responsabilidad Limitada. Cabe resaltar que dichas inscripciones son partes de las micro y pequeñas empresas, basados según el número de trabajadores y el monto anual de ventas, según sea el caso.

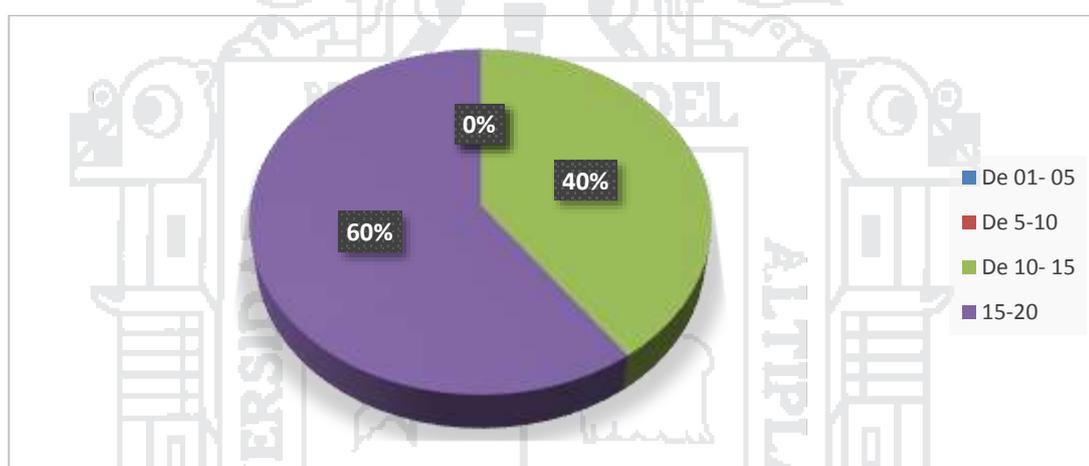
Esta situación también se debe al tamaño de la empresa en donde el dueño es una sola persona, en caso que se compartiera acciones el tipo de sociedad más cercana es la Sociedad Cerrada. Esta situación debería de haber cambiado.

TABLA 7: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN AÑOS DE FUNCIONAMIENTO

| Años de funcionamiento de la empresa | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--------------------------------------|----------------|----------------|
| a. De 01- 05 | 0 | 0 |
| b. De 5-10 | 0 | 0 |
| c. De 10- 15 | 2 | 40 |
| d. De 15-20 | 3 | 60 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 7: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN AÑOS DE FUNCIONAMIENTO



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°07, el 60% del total de los encuestados manifiestan que los años de funcionamiento de la empresa oscilan entre los intervalos de [15-20] años, otros 20% manifiesta estarlo la empresa de [10-15] años.

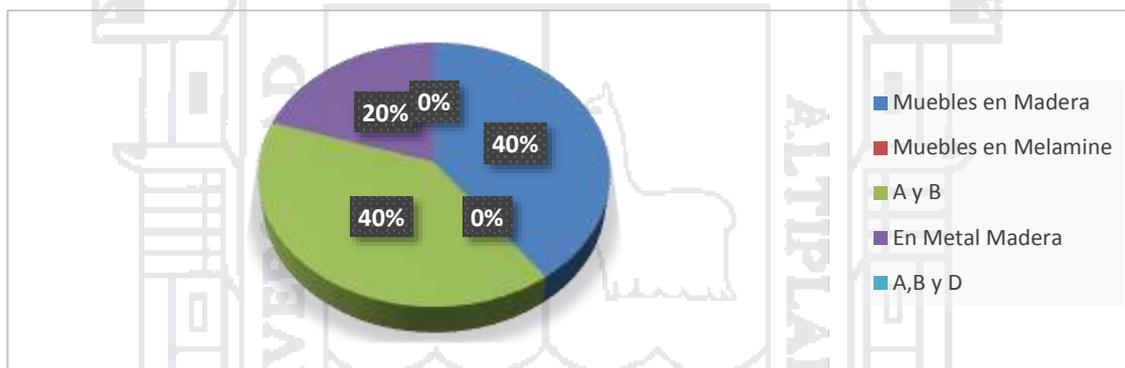
No hay pequeña empresa que esté en el mercado menos de 10 años ni más de 20. Estos datos son relativos en la medida que solo se cuenta desde su formalización. La gran mayoría empezaron siendo informales. Considero que 10 años es más que suficiente para mayor crecimiento y desarrollo de las empresas, cosa que no pasa con las mueblerías. Su avance es lento; a estas alturas deberían de tener más sedes en más departamentos y otra categoría.

TABLA 8: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA VARIEDAD DE PRODUCTOS OFERTADOS SEGÚN MATERIA PRIMA

| Variedad de productos de fabricación y comercialización | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. muebles en Madera | 2 | 40 |
| b. Muebles en melamine | 0 | 0 |
| c. A y B | 2 | 40 |
| d. En Metal Madera | 1 | 20 |
| e. A,B y D | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 8: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA VARIEDAD DE PRODUCTOS OFERTADOS SEGÚN MATERIA PRIMA.



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°08, el 40% del total de los encuestados aseguran fabricar muebles solamente en madera. Otro de igual cifra lo hacen además de la madera en melamine. Por último una reducida cantidad lo hace en metal madera.

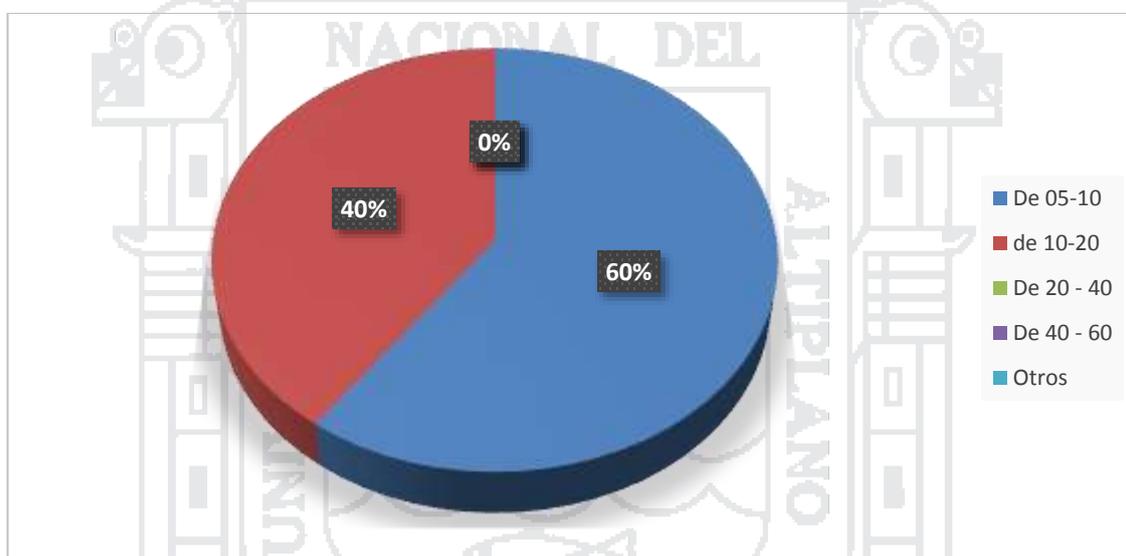
Las maderas más comerciales son el ishpingo, cedrillo (más conocido como cedro) y tornillo en menor cantidad. Este último por su resistencia es usado para armazones y sobre todo tendidos y largueros para las camas. El metal madera se da en las sillas y con mayor frecuencia en sillones secretariales y gerenciales.

TABLA 9 : DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE TRABAJADORES

| Número de Trabajadores | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|------------------------|----------------|----------------|
| a. De 05-10 | 3 | 60 |
| b. de 10-20 | 2 | 40 |
| c. De 20 - 40 | 0 | 0 |
| d. De 40 - 60 | 0 | 0 |
| e. Otros | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 9: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NUMERO DE TRABAJADORES



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°09, la mayoría de las empresas encuestadas manifiestan tener en su mayoría con 60% el número de trabajadores asegurados en el intervalo de [5-10]. El otro 40% se ubican entre [10-20] trabajadores. Esta cantidad va de la mano con el registro de categoría de MyPE.

También cabe resaltar que algunas empresas que se ubican en el primer intervalo descrito, no necesariamente tiene en realidad ese número de trabajadores, dado que, algunos están en periodo de prueba, otros son ayudantes de los destajistas, otros trabajan en sus propios talleres, etc.

TABLA 10: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE PUNTOS DE VENTAS

| Número de puntos de venta | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---------------------------|----------------|----------------|
| a. 01 | 2 | 40 |
| b. 02 | 1 | 20 |
| c. 03 | 1 | 20 |
| d. 04 | 0 | 0 |
| e. 05 | 1 | 20 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 10: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE PUNTOS DE VENTAS



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N° 10, un 40 % del total de los encuestados manifiestan tener 02 puntos de ventas, también conocidos como puntos de exhibición en la medida que es el medio para entrar en contacto con los clientes y compradores. El otro 20% solo tiene un solo punto de venta. Mientras tanto un 20% tiene 3 tiendas. Por último el otro 20% tiene hasta cinco puntos de ventas.

Generalmente los puntos de venta se ubican en Puno, Juliaca, Arequipa, Cusco y Tacna. Los que tienen más puntos de ventas, lo hacen por cuestión estratégica, en la medida que, están al tanto de las licitaciones en dichos departamentos. También hay ventaja de disponer del personal de confianza en dicho lugar.

TABLA 11: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL USO DE NÚMERO DE ORDENADORES

| Número de ordenadores con que cuenta la empresa | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. 01 | 2 | 40 |
| b. 02 | 1 | 20 |
| c. 03 | 1 | 20 |
| d. 04 | 0 | 0 |
| e. 05 | 1 | 20 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 11: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL USO DE NÚMERO DE ORDENADORES



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°11, se evidencia que el 40% del total de las empresas encuestadas manifiestan hacer uso de una sola computadora. Mientras tanto los que hacen uso de 02 y 03 computadoras representan 20% respectivamente. Por ultimo solo una empresa hace uso considerable de 05 computadoras.

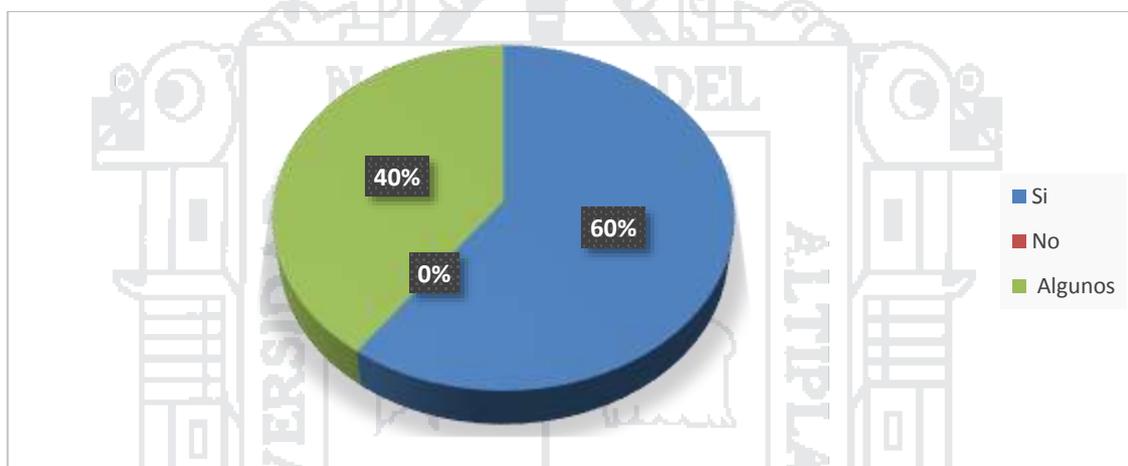
En fin el mayor uso se da en algunos casos en almacenes. No necesariamente para el manejo y control de inventarios, sino para recepcionar pedidos de puntos de exhibición. No hay uso frecuente de ordenadores para la gestión organizacional.

TABLA 12: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ACCESO A INTERNET

| Acceso de Ordenadores a Internet | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|----------------------------------|----------------|----------------|
| a. Si | 3 | 60 |
| b. No | 0 | 0 |
| c. Algunos | 2 | 40 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 12: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ACCESO A INTERNET



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°12, un 60% del total de las empresas encuestadas manifiestan que sí tienen conexión a internet los ordenadores respectivos. Mientras tanto el 40% sostiene que solo algunos ordenadores tienen conexión a internet.

Generalmente se hace uso para inventarios y recepción de pedidos, mas no se hace uso transversal como por ejemplo control de inventarios de las tiendas respectivas desde la planta de producción. Muy pocas veces se hace uso para elaborar los diseños respectivos de cada mueble.

5.2. IDENTIFICACIÓN DE LAS ACCIONES Y PROGRAMAS DE DESARROLLO EMPRESARIAL QUE REALIZAN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS PARA LOGRAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA DEL MUEBLE DE LA CIUDAD DE PUNO

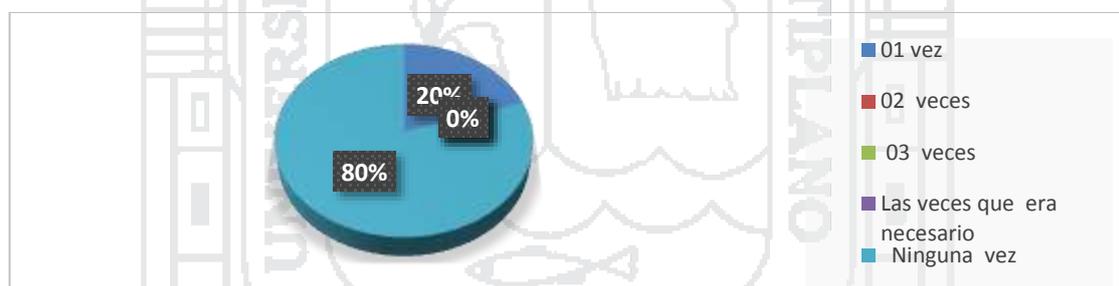
5.2.1. ACCESO A CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA

TABLA 13: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA EN EL PROCESO DE LA CREACIÓN DE LA EMPRESA

| En el proceso de constitución de la empresa cuantas veces recibió orientación, información y procedimientos a seguir por parte del Estado. | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. 01 vez | 1 | 20 |
| b. 02 veces | 0 | 0 |
| c. 03 veces | 0 | 0 |
| d. Las veces que era necesario | 0 | 0 |
| e. Ninguna vez | 4 | 80 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 13: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA EN EL PROCESO DE LA CREACIÓN DE LA EMPRESA



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°13, el 80% del total de las empresas encuestadas manifiestan no haber recibido ninguna vez n el proceso de constitución de la empresa orientación, información y procedimientos a seguir por parte del personal que labora en la institución del Estado. Solamente el 20% manifiesta haber recibido una vez alguna orientación.

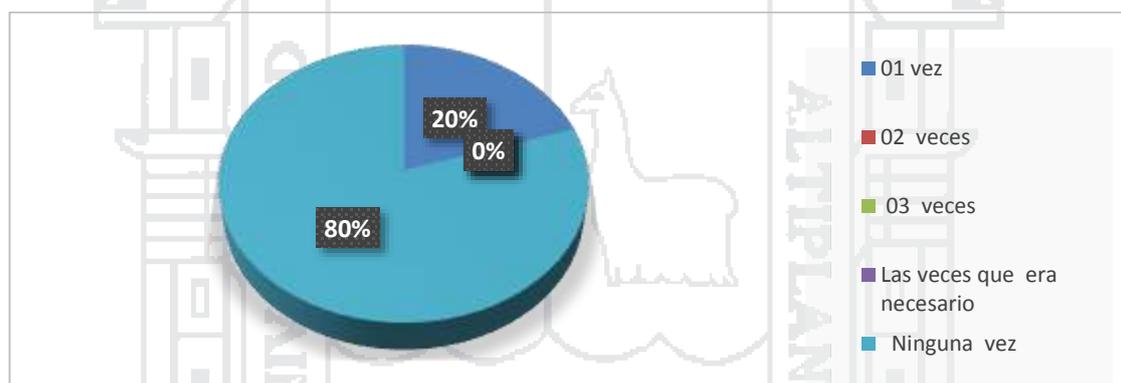
Cabe resaltar que las instituciones encargadas del rubro son más burocráticos. Lo ideal sería que haya un compromiso para agilizar las formalizaciones correspondientes.

TABLA 14: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE LA ORGANIZACIÓN Y ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL

| cuántas veces ha recibido acompañamiento de una entidad estatal sobre organización y asociatividad empresarial para fortalecer la empresa en el mercado | FRECUENCIA A (f) | PORCENTAJE E (%) |
|---|------------------------|------------------------|
| a. 01 vez | 1 | 20 |
| b. 02 veces | 0 | 0 |
| c. 03 veces | 0 | 0 |
| d. Las veces que era necesario | 0 | 0 |
| e. Ninguna vez | 4 | 80 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 14: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE LA ORGANIZACIÓN Y ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°14, solo el 20% del total de los gerentes encuestados manifiestan haber recibido 01 vez la orientación por parte del Estado por medio de las Instituciones Competentes sobre organización y asociatividad empresarial para fortalecer la empresa en el mercado. Mientras que el 80% aseveran no haber recibido ninguna vez.

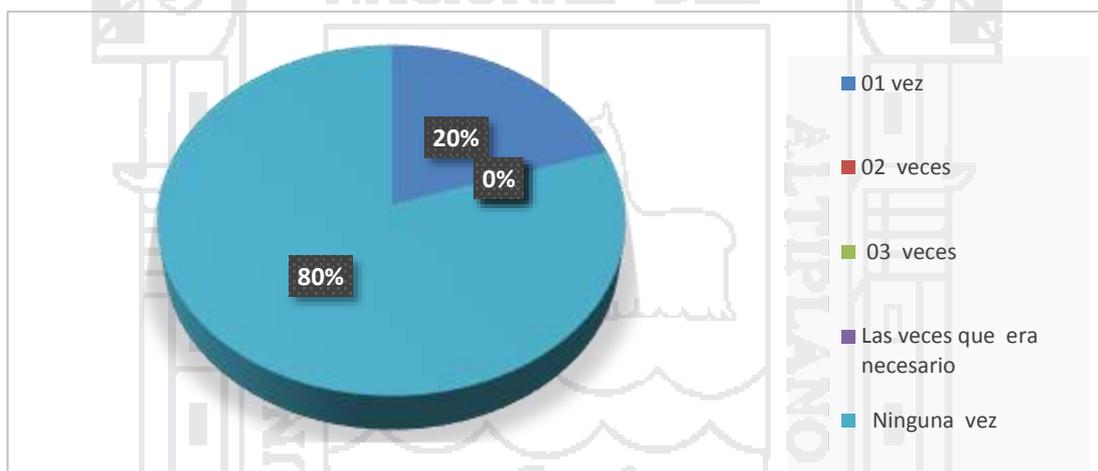
Generalmente la Cámara de Comercio de Puno de vez en cuando, lo organiza charlas y difusión de revistas sobre el tratado de dichos temas. Su difusión de dichos cursos es muy limitado.

TABLA 15: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE LA GESTIÓN EMPRESARIAL

| Cuántas veces asistió a una capacitación sobre gestión y liderazgo organizada por una institución pública | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. 01 vez | 1 | 20 |
| b. 02 veces | 0 | 0 |
| c. 03 veces | 0 | 0 |
| d. Las veces que era necesario | 0 | 0 |
| e. Ninguna vez | 4 | 80 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 15: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE LA GESTIÓN EMPRESARIAL



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°15, sobre las encuestas realizadas a los líderes de las pequeñas empresas, tan solamente asistió un 20% una sola vez a una capacitación sobre gestión y liderazgo organizada por una institución pública. El otro 80% asegura tajantemente no haber sido parte ninguna vez.

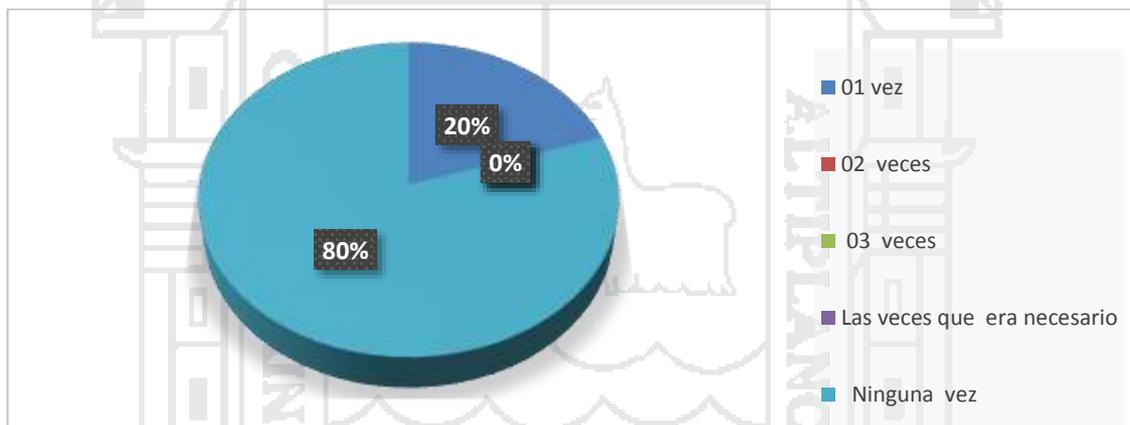
En este aspecto como Cámara de Comercio, Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo o Dirección Regional de la Producción no cuentan con especialistas. O solamente se centran en cuestiones laborales y tributarias. Hacen caso omiso sobre la cuestión.

TABLA 16: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE LA PRODUCCION Y PRODUCTIVIDAD

| Cuántas veces asistió a una capacitación sobre gestión y liderazgo organizada por una institución pública | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. 01 vez | 1 | 20 |
| b. 02 veces | 0 | 0 |
| c. 03 veces | 0 | 0 |
| d. Las veces que era necesario | 0 | 0 |
| e. Ninguna vez | 4 | 80 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 16: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE LA PRODUCCION Y PRODUCTIVIDAD



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°16, del total de los gerentes de las empresas encuestadas, el 80% aseveran que nunca asistió a una capacitación sobre gestión y liderazgo organizada por una institución pública como Dirección Regional de la Producción, Dirección Regional de trabajo o Cámara de Comercio. Solamente el 20% afirma haberlo hecho, pero aclaran que más se incidió en las normas laborales y el cumplimiento de la misma.

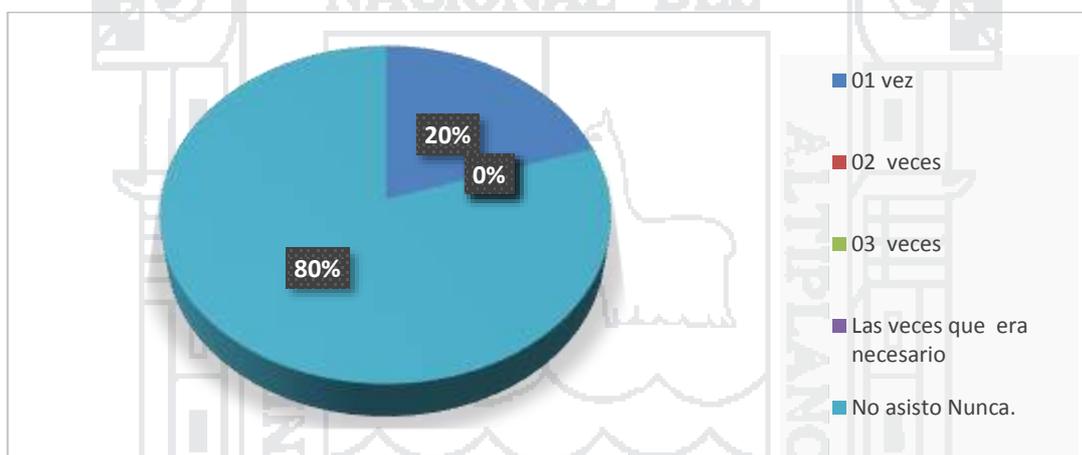
Esta situación se da con frecuencia, dado que, les interesa a las instituciones del estado la cuestión laboral y tributaria. Son medios por los cuales pueden imponer multas y sanciones; lo demás es de poca importancia según ellos.

TABLA 17: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA ASISTENCIA DE CAPACITACIONES SOBRE ACTIVIDADES ECONÓMICAS ESTRATÉGICAS

| Cuántas veces al año asiste a capacitaciones sobre actividades económicas estratégicas | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. 01 vez | 1 | 20 |
| b. 02 veces | 0 | 0 |
| c. 03 veces | 0 | 0 |
| d. Las veces que era necesario | 0 | 0 |
| e. No asisto Nunca. | 4 | 80 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 17: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA ASISTENCIA DE CAPACITACIONES SOBRE ACTIVIDADES ECONÓMICAS ESTRATÉGICAS



Fuente: Elaboración propia

Según lo evidencia la tabla y gráfico N°17, el 80% del total de los encuestados manifiestan no haber asistido nunca a las capacitaciones organizadas por las instituciones estatales sobre actividades económicas estratégicas. Solo el 20% arguye haberlo hecho, aunque en su mayoría, en dichos eventos más se focaliza el tópico de cumplimiento de la normatividad en cuestión laboral.

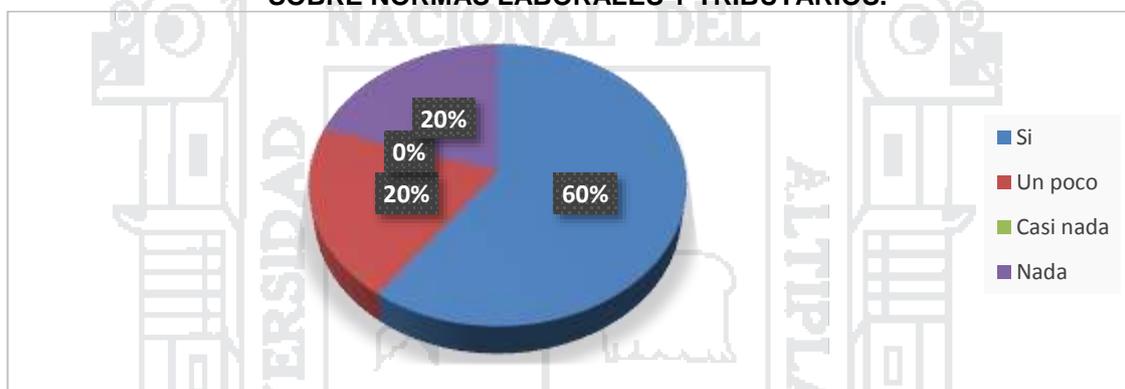
Esta situación se da, puesto que, las instituciones del estado hasta desconocen el contexto en donde operan. Hay mucho que trabajar.

TABLA 18: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE NORMAS LABORALES Y TRIBUTARIOS

| La empresa para estar acorde con las normas laborales y tributarias, recibió a su debido tiempo capacitación por parte de la institución pública competente. | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. Si | 3 | 60 |
| b. Un poco | 1 | 20 |
| c. Casi nada | 0 | 0 |
| d. Nada | 1 | 20 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 18: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE NORMAS LABORALES Y TRIBUTARIOS.



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°18, denotan los resultados tabulados. El 60% de las empresas para estar acorde con las normas laborales y sobretodo tributarios, recibió a su debido tiempo capacitación por parte de la institución pública competente. El otro 20% afirma haber recibido un poco. En fin el otro 20 % categóricamente puntualiza no haber recibido de ningún modo.

Cabe indicar que en el tópic en mención hay mayor difusión al respecto. En la medida que las instituciones como la cámara de comercio, Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo y la SUNAT, etc; más le interesa la cuestión económica y defensa del trabajador. Más no existe protección al empleador.

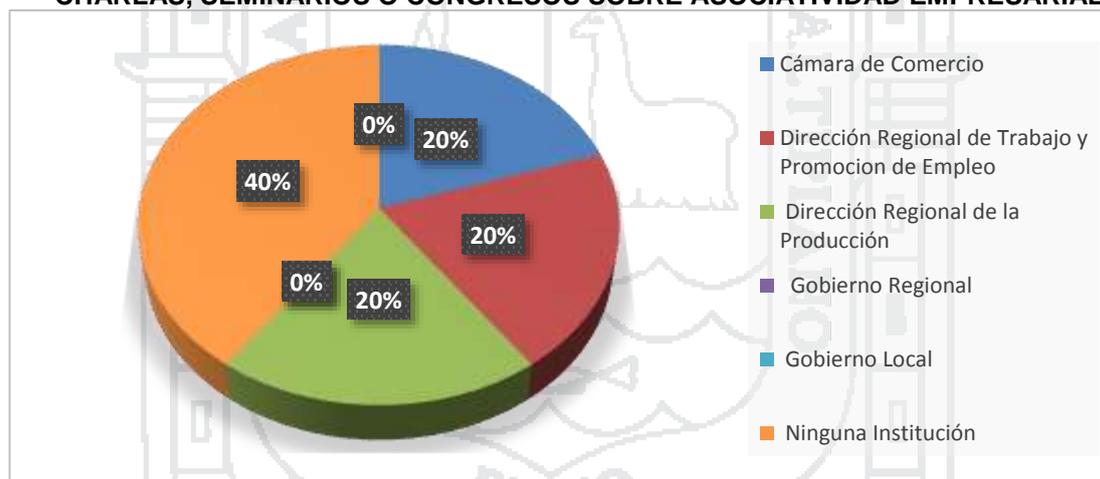
5.2.2. Acceso a asociatividad empresarial

TABLA 19: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA INSTITUCIÓN PROMOTORA DE CHARLAS, SEMINARIOS O CONGRESOS SOBRE ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL

| Qué Institución organizó seminarios, charlas o congresos sobre la conformación de consorcios como una ventaja para las MyPEs | FRECUENCIA A (f) | PORCENTAJE E (%) |
|--|------------------------|------------------------|
| a. Cámara de Comercio | 1 | 20 |
| b. Dirección Regional de Trabajo y Promoción del empleo. | 1 | 20 |
| c. Dirección Regional de la Producción | 1 | 20 |
| d. Gobierno Regional | 0 | 0 |
| e. Gobierno Local | 0 | 0 |
| f. Ninguna Institución | 2 | 40 |
| g. No tengo Conocimiento | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 19: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA INSTITUCIÓN PROMOTORA DE CHARLAS, SEMINARIOS O CONGRESOS SOBRE ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°19, el 20% afirma que las Instituciones que organizaron seminarios, charlas o congresos sobre la conformación de consorcios como una ventaja para las MyPEs son la Cámara de Comercio, Dirección Regional de Trabajo y Promoción de Empleo (20%) y Dirección Regional de la Producción(20%). Otro 40% asevera su desconocimiento sobre dichos eventos realizados.

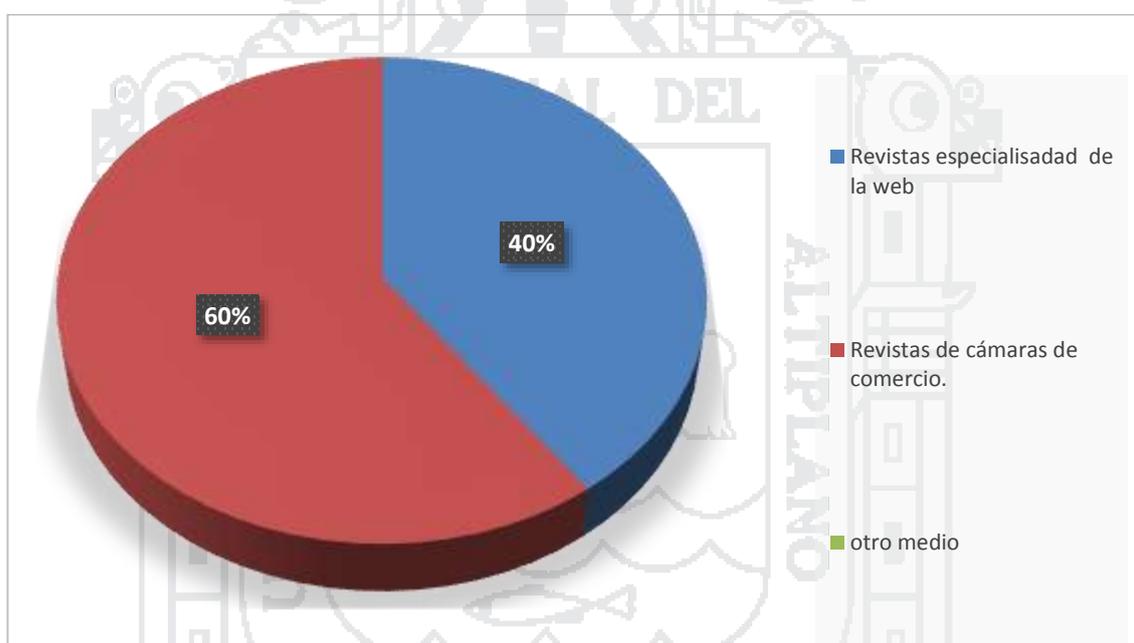
Hay un avance considerable en este tópico, en la medida que varias instituciones trataron el tema.

TABLA 20: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL MEDIO DE INFORMACIÓN SOBRE ASOCIATIVIDAD

| De qué medio se llegó a informar sobre las ventajas de la asociatividad empresarial | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. Revistas especialidad de la web | 2 | 40 |
| b. Revistas de cámaras de comercio. | 3 | 60 |
| c. Otro medio | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 20: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL MEDIO DE INFORMACIÓN SOBRE ASOCIATIVIDAD



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°20, el 40% afirma haberse informado sobre las ventajas de asociatividad empresarial por medio de revistas especializadas de la web. El otro 60% asevera haberlo hecho por las revistas de cámara de comercio.

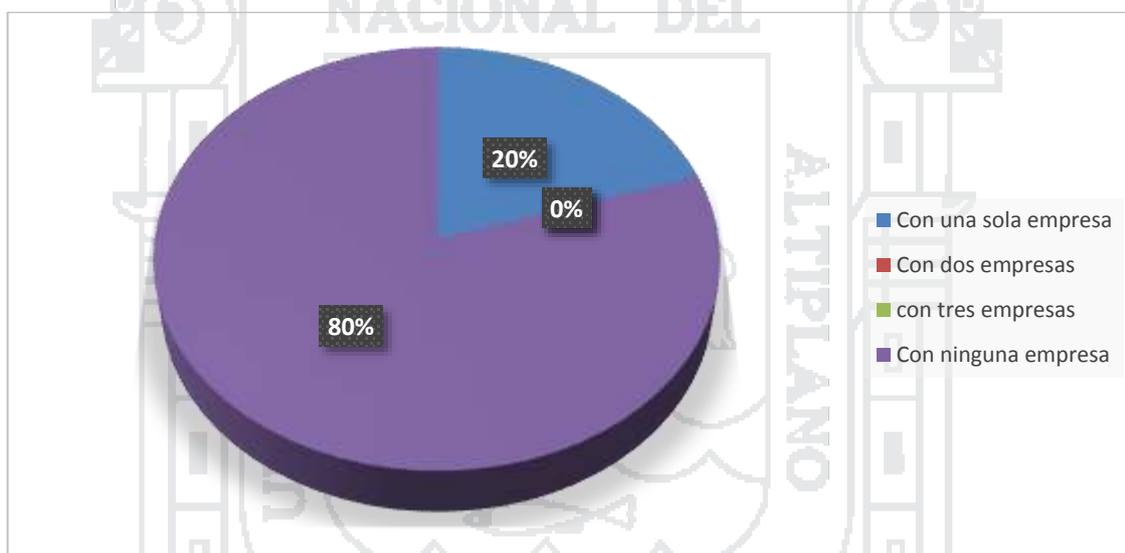
Esta situación se da puesto que la mayoría de las mueblería son socios de la Cámara de Comercio de Puno. Dicha institución les provee mensualmente las revistas referidas, conjuntamente con la lista de protestos del central de riesgo.

TABLA 21: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE EMPRESAS ASOCIADAS

| En promedio, con cuantas empresas similares se asoció en el último año | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. Con una sola empresa | 1 | 20 |
| b. Con dos empresas | 0 | 0 |
| c. con tres empresas | 0 | 0 |
| d. Con ninguna empresa | 4 | 80 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 21: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE EMPRESAS ASOCIADAS



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°21, solo el 20% llegó a asociarse con su par similar. Por otro lado el 80% manifiesta enfáticamente que nunca se asociaron en ninguna ocasión.

Esta situación se da puesto que en no tenemos consolidado la cultura de trabajar de manera asociada. También se debe a que no se valora en esencia las ventajas de asociarse; por el mismo hecho de poca difusión de la información.

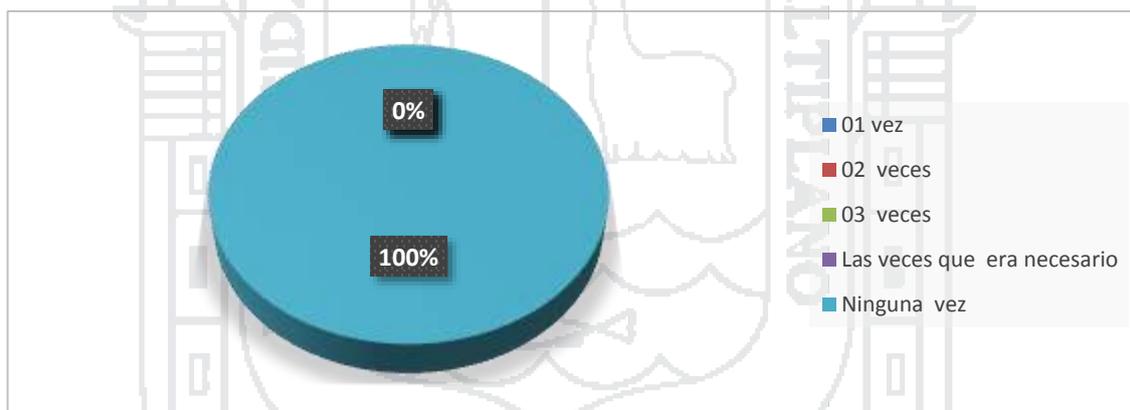
5.2.3. Acceso a compras estatales

TABLA 22: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE PARTICIPACIÓN EN COMPRAS ESTATALES

| Cuántas veces una Institución Pública le informó sobre las modalidades de cómo participar de las contrataciones, adquisiciones y servicios que requieren las entidades del Estado | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. 01 vez | 0 | 0 |
| b. 02 veces | 0 | 0 |
| c. 03 veces | 0 | 0 |
| d. Las veces que era necesario | 0 | 0 |
| e. Ninguna vez | 5 | 100 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 22: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE PARTICIPACIÓN EN COMPRAS ESTATALES



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°22, el 100% asevera que ninguna vez una Institución Pública le informó sobre las modalidades de cómo participar de las contrataciones, adquisiciones y servicios que requieren las entidades del Estado.

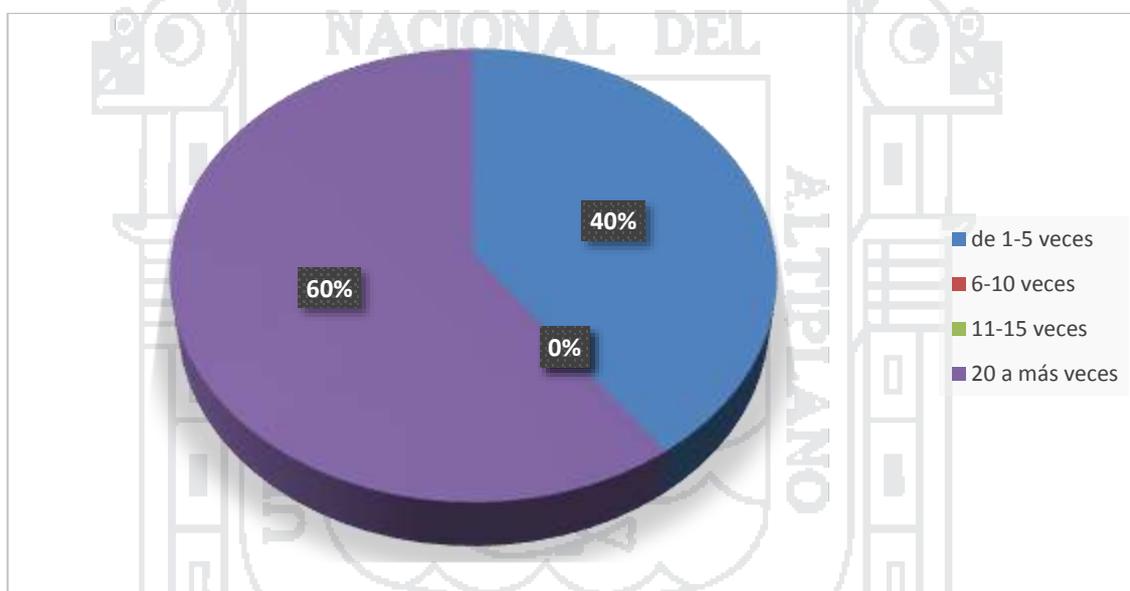
Es sabido que las entidades más se centra en cuestiones laborales o defensa del trabajador y tributaria, etc. Una Mype debería de recibir en su Email información oportuna para ser partícipe, cosa que no ocurre.

TABLA 23: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE PARTICIPACION COMO PROVEEDOR

| En este último año, en promedio cuantas veces participó como proveedor del Estado | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. De 1-5 veces | 2 | 40 |
| b. 6-10 veces | 0 | 0 |
| c. 11-15 veces | 0 | 0 |
| d. 20 a más veces | 3 | 60 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 23: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE PARTICIPACION COMO PROVEEDOR



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°23, el 40 % del total de los encuestados manifiestan haber participado de [1-5] veces como proveedor del Estado. El otro 60% eleva su participación a las de 20 veces durante el año 2015.

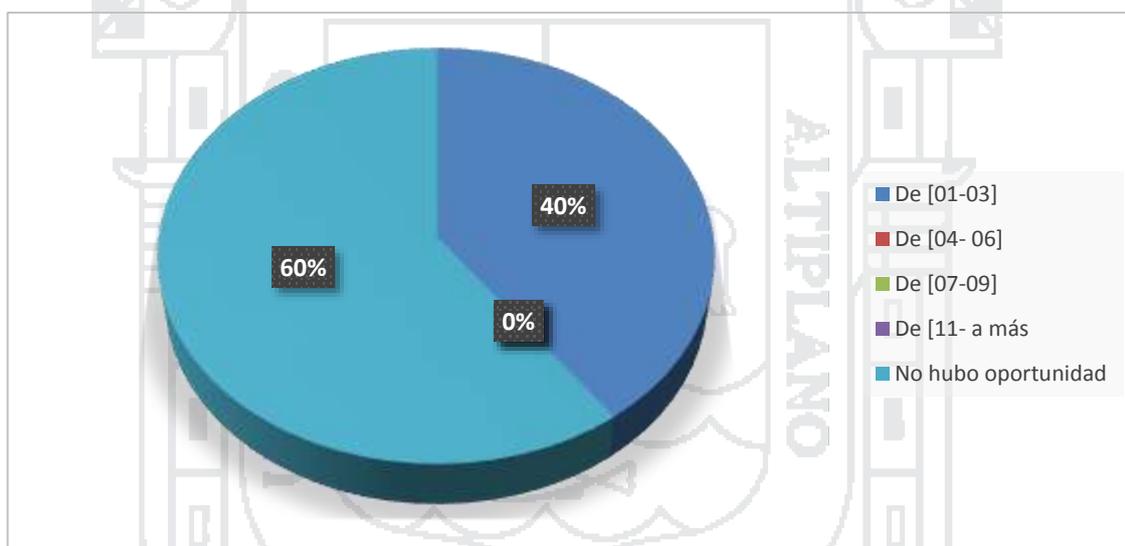
Cabe recalcar que las Mypes según la normativa tienen mayor puntuación en las contrataciones del Estado. En el rubro de muebles la demanda va en elevación. Con mayor frecuencia participan en ventas de menos cuantía.

TABLA 24: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE PARTICIPACIÓN COMO PROVEEDOR FUERA DEL DEPARTAMENTO

| Como proveedor cuantas veces ha participado fuera del departamento en el año 2015 | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. De [01-03] | 2 | 40 |
| b. De [04- 06] | 0 | 0 |
| c. De [07-09] | 0 | 0 |
| d. De [11 a más] | 0 | 0 |
| e. N o hubo oportunidad | 3 | 60 |
| Total | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 24: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE PARTICIPACIÓN COMO PROVEEDOR FUERA DEL DEPARTAMENTO



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°24, el 40% de las Mueblerías afirman haber participado fuera del departamento en más de una ocasión. El otro 60% manifiesta no haberlo hecho nunca. Los que participaron son los que se asociaron con sus pares similares o simplemente tercerizaron en producto melamine.

Los que participaron fuera del departamento son los que tienen también tiendas en esos lugares, pues mantienen para resaltar su participación en la dinámica económica en el rubro.

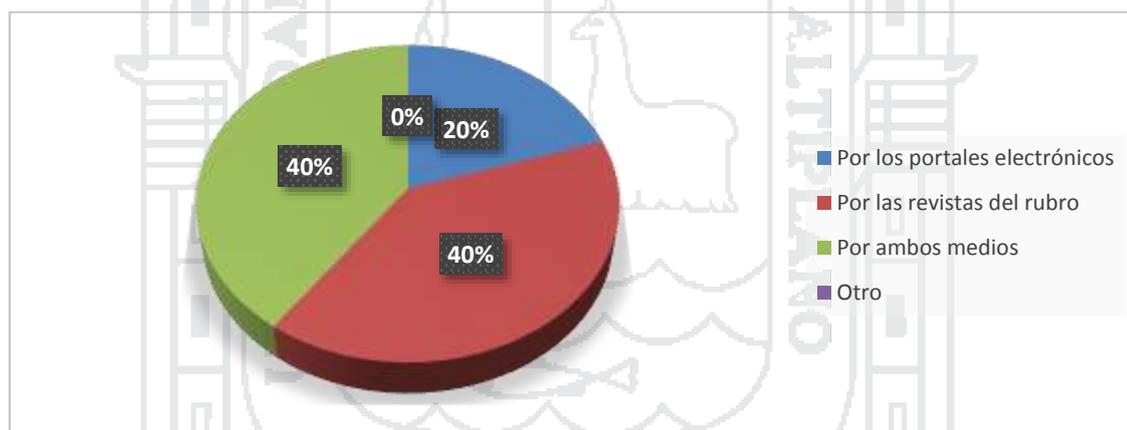
5.2.4. Acceso a información estadística

TABLA 25: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ACCESO ESTADÍSTICO A LA INFORMACIÓN MyPE

| Por cuales medios accede a la información estadística relacionado al interés inmediata de la MyPE | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. Por los portales electrónicos | 1 | 20 |
| b. Por las revistas del rubro | 2 | 40 |
| c. Por ambos medios | 2 | 40 |
| d. Otro | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 25: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ACCESO ESTADÍSTICO A LA INFORMACIÓN MyPE



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N° 25, un 20 % afirma que el medio de acceso a la información estadística sobre MyPEs lo realiza por medio de los portales electrónicos. Otro 40% asevera hacerlo por medio de las revistas proporcionadas por la Cámara de Comercio. Por último otros 40% afirma hacerlo por ambos medios anteriormente mencionados.

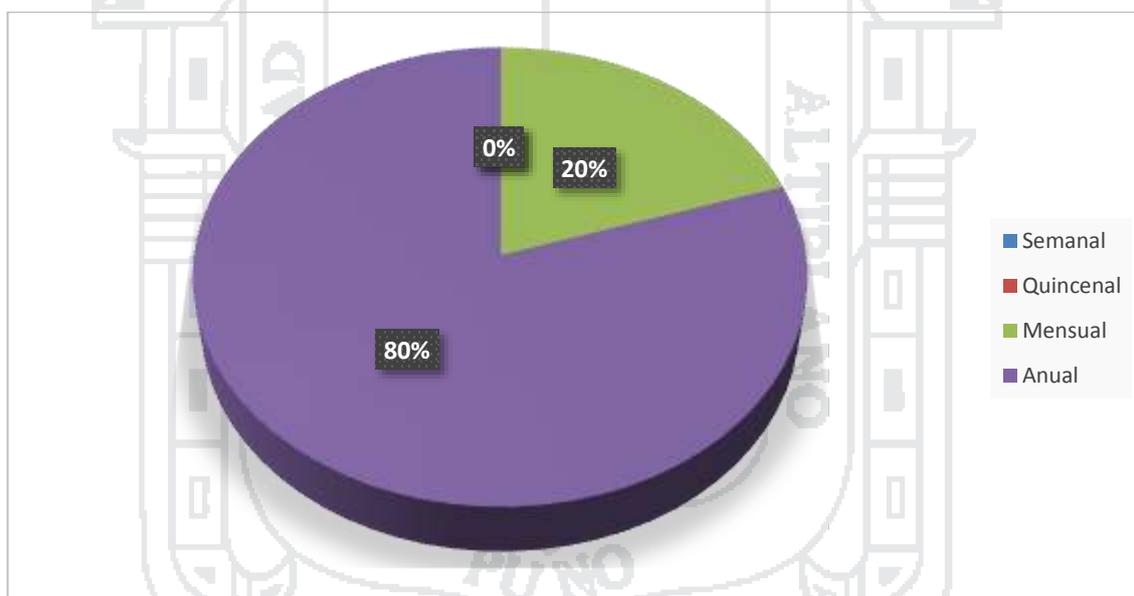
También el Banco Central de Reserva del Perú, invita a las MyPES socios de la Cámara de Comercio a la ponencia mensual de las tendencias económicas.

TABLA 26: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ACCESO ESTADÍSTICO A LA INFORMACIÓN MyPE

| Con que frecuencia accede a la información estadística | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. Semanal | 0 | 0 |
| b. Quincenal | 0 | 0 |
| c. Mensual | 1 | 20 |
| d. Anual | 4 | 80 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 26: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ACCESO ESTADÍSTICO A LA INFORMACIÓN MyPE



Fuente: Elaboración propia

Según la información sistematizada en la tabla y gráfico N°26, el 20% del total de los encuestados manifiestan que acceden mensualmente a la información MyPE. Un 80% aseveran hacerlo anualmente.

Esta situación se da, puesto que la información no es consistente en el tiempo y a la vez no es oportuno.

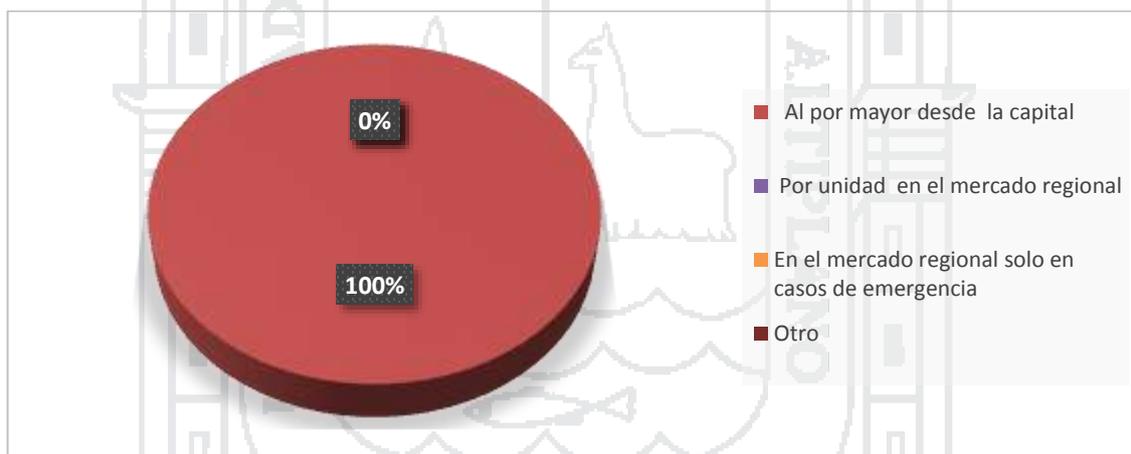
5.2.5. Productividad Empresarial

TABLA 27: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA ADQUISICIÓN DE MATERIALES E INSUMOS.

| La empresa adquiere los materiales e insumos con mayor prelación | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. Al por mayor desde la capital | 5 | 100 |
| b. Por unidad en el mercado regional | 0 | 0 |
| c. En el mercado regional solo en casos de emergencia | 0 | 0 |
| d. Otro | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 27: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA ADQUISICIÓN DE MATERIALES E INSUMOS.



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°27, el 100% asegura adquirir al por mayor desde la capital por mayor cantidad de esa manera minimizan gastos para maximizar beneficios.

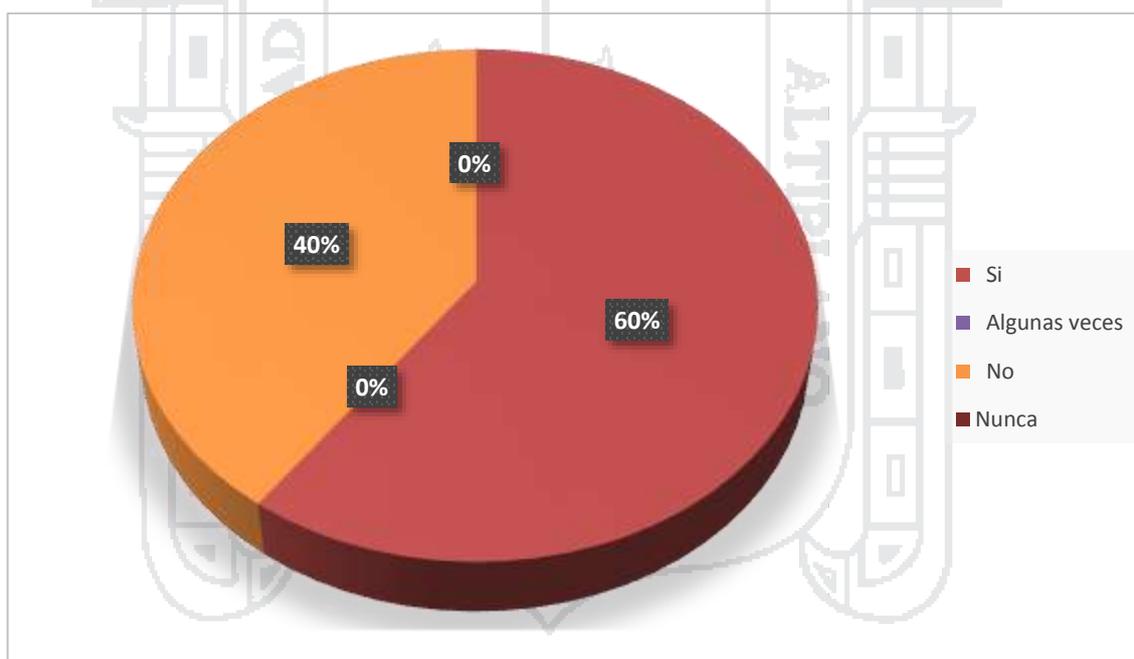
Las empresas sacan provecho por medio de recepción de encomiendas enviadas directamente de la capital. Las empresas que trabajan directamente son: transportes Mary y para cargas más pesadas es Marvisur.

TABLA 28: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL LUGAR DE ENTREGA Y ALMACENAJE DE MATERIA PRIMA

| La materia prima para la fabricación de muebles (la madera) es entregado y almacenado en la planta de producción por el mismo proveedor (es) | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. Si | 3 | 60 |
| b. Algunas veces | 0 | 0 |
| c. No | 2 | 40 |
| d. Nunca | 0 | 0 |
| Total | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 28: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL LUGAR DE ENTREGA Y ALMACENAJE DE MATERIA PRIMA



Fuente: Elaboración propia

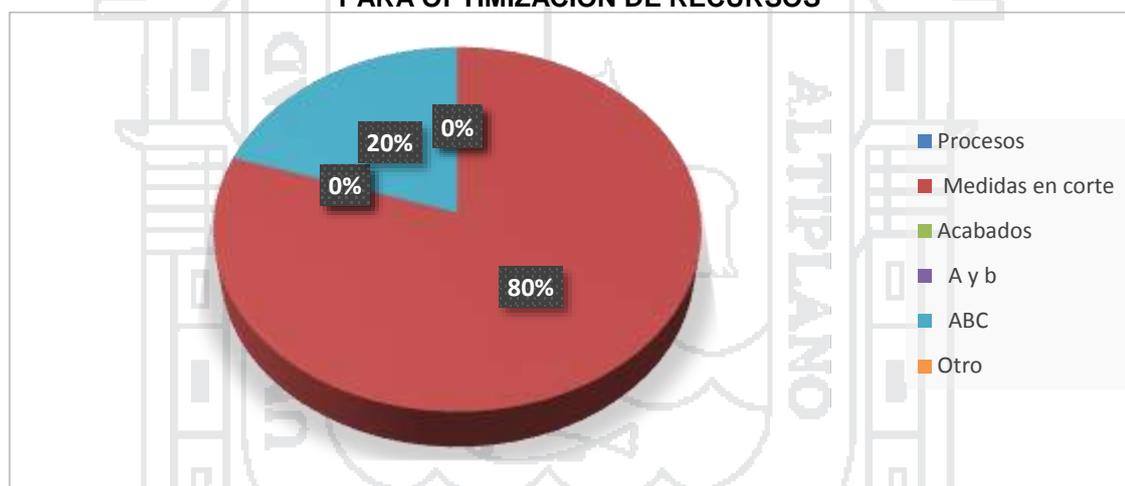
Según la tabla y gráfico N° 28, el 60% del total de los encuestados manifiesta que la materia prima (madera) es entregado y almacenado en la planta de producción por el mismo proveedor. Mientras que un 40% asegura no hacerlo necesariamente. Esta situación se da en que algunos tienen local limitado.

TABLA 29: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL DESARROLLO DE PROCESO PARA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

| La empresa ha desarrollado un mecanismo de producción para minimizar el desperdicio de los materiales e insumos, basado en: | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. Procesos | 0 | 0 |
| b. Medidas en corte | 4 | 80 |
| c. Acabados | 0 | 0 |
| d. A y b | 0 | 0 |
| e. ABC | 1 | 20 |
| f. Otro | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 29: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL DESARROLLO DE PROCESO PARA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS



Fuente: Elaboración propia

Según la Tabla y gráfico N° 29, Las empresas has desarrollado un mecanismo de producción para minimizar el desperdicio de los materiales e insumos, un 80% asevera que está basado en medidas de corte. Esta situación se con mayor frecuencia en las medidas como en el enchape, triplay. Un 20 % asegura hacerlo basado en procesos, medidas de corte y acabados.

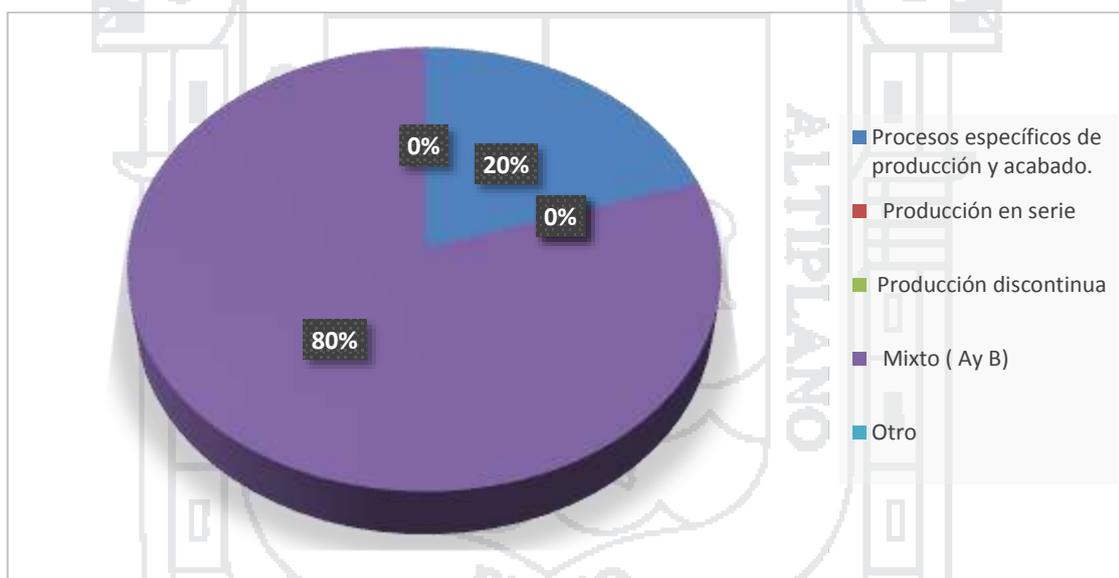
Estos mecanismos de producción han sido desarrollados al interior de cada organización, es decir es propio de las empresas.

TABLA 30: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL DESARROLLO DE OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--|------------|------------|
| | A | E |
| a. Procesos específicos de producción y acabado. | 1 | 20 |
| b. Producción en serie | 0 | 0 |
| c. Producción discontinua | 0 | 0 |
| d. Mixto (Ay B) | 4 | 80 |
| e. Otro | 0 | 0 |
| Total | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 30: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL DESARROLLO DE OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO



Fuente: Elaboración propia

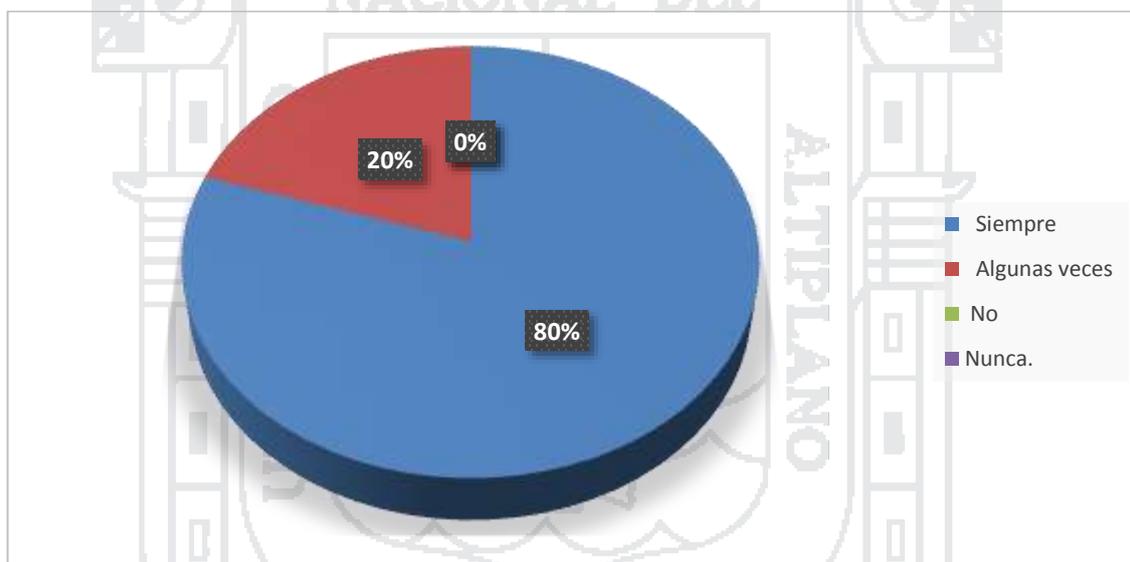
Según la tabla y gráfico N° 30, Del total de los encuestados, La empresa que han desarrollado un proceso para minimizar tiempos en la fabricación de muebles basado en procesos específicos en producción y acabado representa un 20%. Mientras tanto un 80% asegura haber desarrollado un proceso mixto consistente en Procesos específicos de producción, acabado y producción en serie. Al igual que el anterior, se dio al interior de cada empresa.

TABLA 31: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA PROMOCIÓN DEL CAPITAL HUMANO

| El capital humano con mayor experiencia y responsabilidad es promovido de jornalero a destajista. | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. Siempre | 4 | 80 |
| b. Algunas veces | 1 | 20 |
| c. No | 0 | 0 |
| d. Nunca. | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 31: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA PROMOCIÓN DEL CAPITAL HUMANO



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°31, el 80% de los encuestados manifiestan que siempre el capital humano con mayor experiencia y responsabilidad es promovido de jornalero a destajista. El otro 20% asegura que solo se da algunas veces.

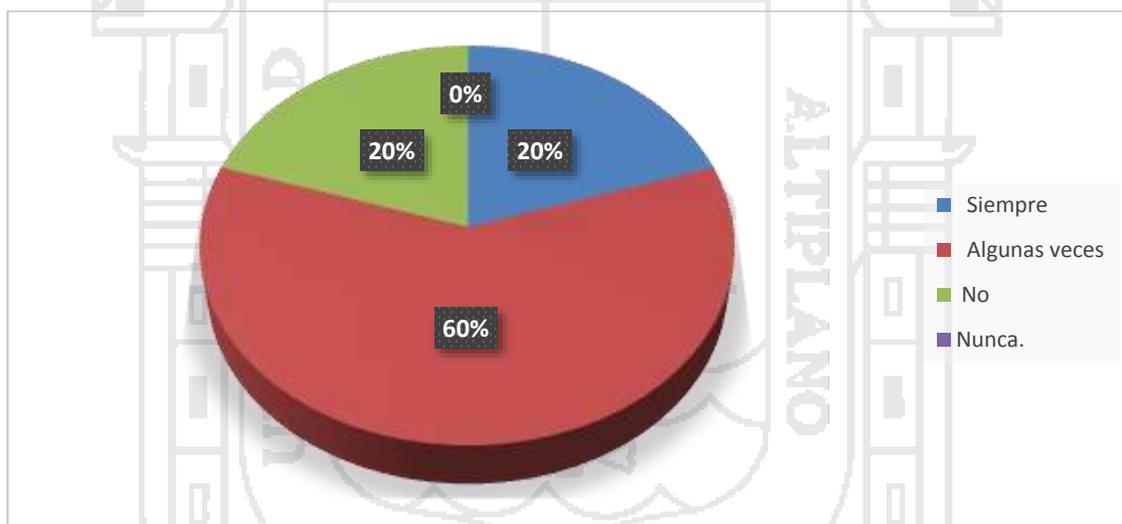
A la empresa conviene trabajar con algunos que son responsables en modalidad de destajo, dado que, aparte de tener stock, se optimiza tiempo.

TABLA 32: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL CUMPLIMIENTO DEL PROCESO PRODUCTIVO

| La empresa cumple cabalmente la temporalidad del inicio y término de cada producción en serie para el stock. | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. Siempre | 1 | 20 |
| b. Algunas veces | 3 | 60 |
| c. No | 1 | 20 |
| d. Nunca. | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 32: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL CUMPLIMIENTO DEL PROCESO PRODUCTIVO



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°32, los datos recabados denotan que La empresa cumple cabalmente la temporalidad del inicio y término de cada producción en serie para el stock solo en un 20% del total. En cambio un 60% manifiesta que solo se cumplen algunas veces. Por ultimo un 20% manifiesta que la empresa no cumple de manera reiterada.

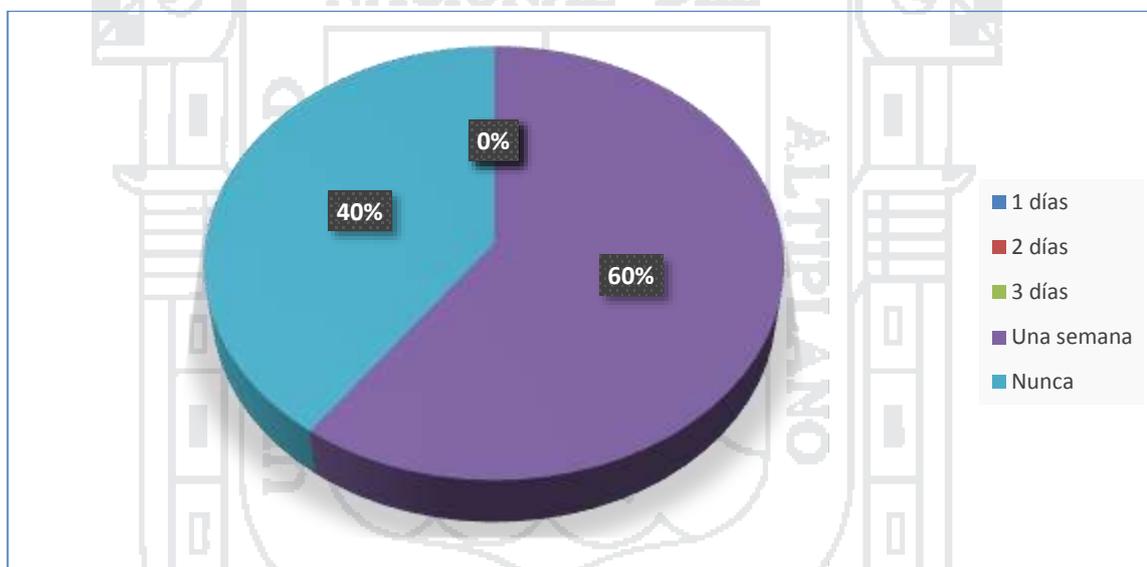
Esta situación de incumplimiento se da reiteradas veces, puesto que, como es para stock a veces se priorizan pedidos urgentes.

TABLA 33: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL CUMPLIMIENTO DE PEDIDOS PARA PERSONA NATURAL

| La producción de los pedidos específicos de un mueble para una persona natural algunas veces han sufrido un retrasos máximo de: | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. 1 días | 0 | 0 |
| b. 2 días | 0 | 0 |
| c. 3 días | 0 | 0 |
| d. Una semana | 3 | 60 |
| e. Nunca | 2 | 40 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 33: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL CUMPLIMIENTO DE PEDIDOS PARA PERSONA NATURAL



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°33, La producción de los pedidos específicos de un mueble para una persona natural algunas veces ha sufrido un retraso máximo de una semana. Un 40% asegura que nunca pasó ese aspecto de fallar al cliente.

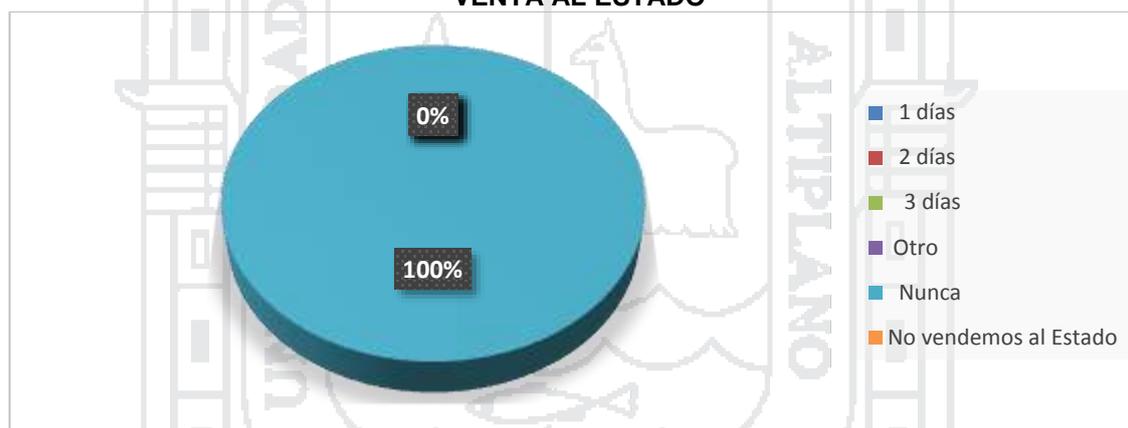
Un retraso de 01, 02,03 (...) días es una mala imagen para la organización. Muchas veces pasa por saturación de órdenes de producción en temporadas altas.

TABLA 34: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL RETRASO DE ENTREGA EN LA VENTA AL ESTADO

| | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| La producción de muebles para la venta al Estado en más de una ocasión ha sufrido un retraso máximo de: | | |
| a. 1 días | 0 | 0 |
| b. 2 días | 0 | 0 |
| c. 3 días | 0 | 0 |
| d. Otro | 0 | 0 |
| e. Nunca | 5 | 100 |
| f. No vendemos al Estado | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 34: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL RETRASO DE ENTREGA EN LA VENTA AL ESTADO



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N° 34, La producción de muebles para la venta al Estado al 100% nunca ha sufrido un retraso, debido a que dicho proceso tiene penalidad. Por lo cual se emplea todos los medios para la fecha límite.

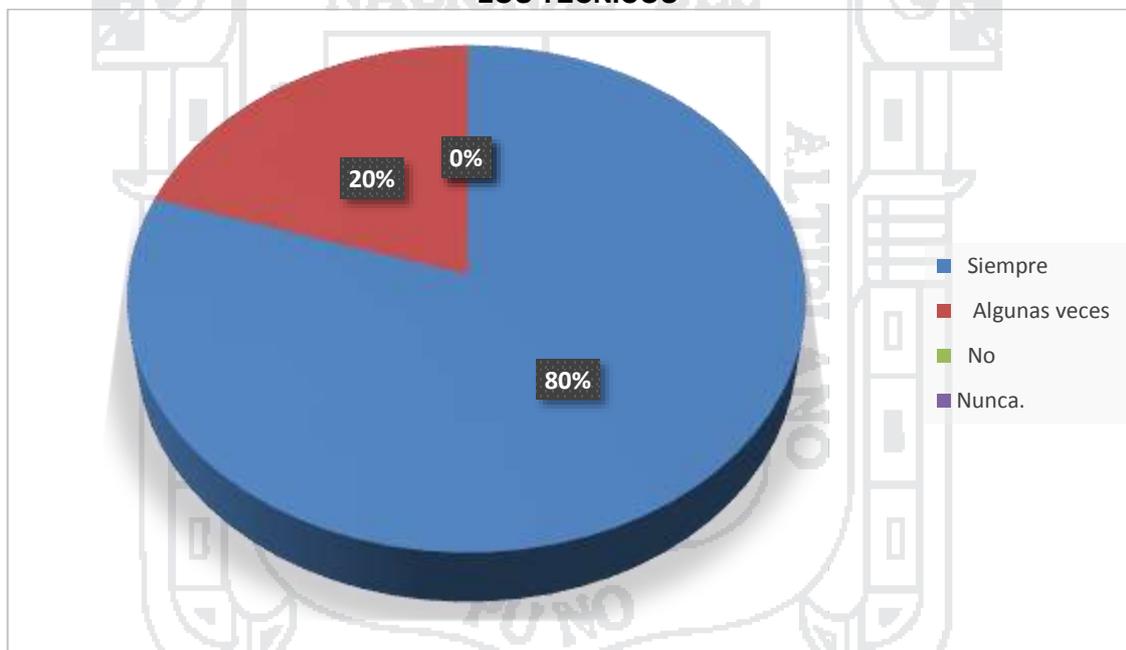
A veces por cumplir las fechas establecidas para la entrega se descuidan el stock de las tiendas. A veces se retrasan la entrega de pedidos a personas naturales. Por ello, hasta se incurre de devolver el dinero a los clientes.

TABLA 35: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA MODALIDAD DE TRABAJO DE LOS TÉCNICOS

| En la empresa algunos técnicos trabajan a destajo para abastecer los puntos de exhibición. | FRECUENCIA A (f) | PORCENTAJE E (%) |
|--|------------------------|------------------------|
| a. Siempre | 4 | 80 |
| b. Algunas veces | 1 | 20 |
| c. No | 0 | 0 |
| d. Nunca. | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 35: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA MODALIDAD DE TRABAJO DE LOS TÉCNICOS



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N° 35, el 80% del total de los encuestados manifiestan que algunos técnicos trabajan a destajo para abastecer las diferentes tiendas, sobre todo en temporadas altas. Un 20% asegura que solo algunas veces.

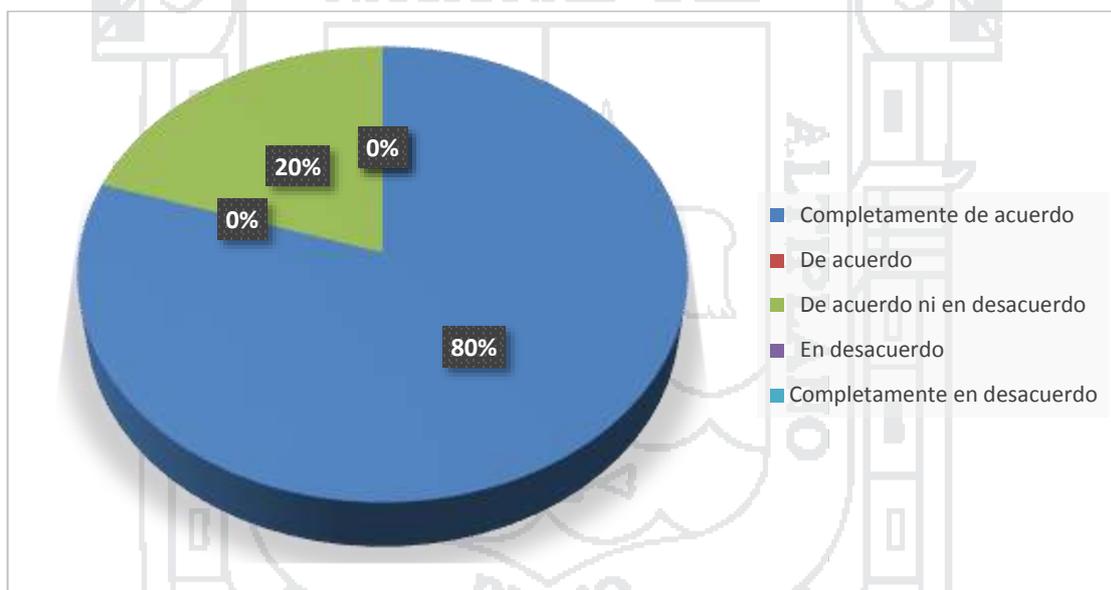
Generalmente la política de las empresas es dar destajo a los trabajadores responsables en cumplir con la tarea indicada en fechas específicas y sobre todo no desperdiciar material en vano.

TABLA 36: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA SISTEMATIZACIÓN DE PRODUCCIÓN Y ACABADO DE CADA MUEBLE

| la empresa tiene sistematizado la temporalidad de producción y acabado de cada mueble: | FRECUENCIA A (f) | PORCENTAJE E (%) |
|--|------------------------|------------------------|
| a. Completamente de acuerdo | 4 | 80 |
| b. De acuerdo | 0 | 0 |
| c. De acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 20 |
| d. En desacuerdo | 0 | 0 |
| e. Completamente en desacuerdo | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 36: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA SISTEMATIZACIÓN DE PRODUCCIÓN Y ACABADO DE CADA MUEBLE



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°36, para un 80% de los encuestados, la empresa tiene sistematizado la temporalidad de producción y acabado de cada mueble. El otro 20% manifiestan su duda.

Generalmente la temporalidad de producción se da por lote: una docena, dos docenas, hasta cuatro docenas como máximo. Por ejemplo 48 veladores se termina en 7 a 10 días. Una docena de camas en tres a cinco días.

5.3. *Determinación de la contribución del mecanismo de servicio financiero en el desarrollo de la innovación tecnológica de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad Puno*

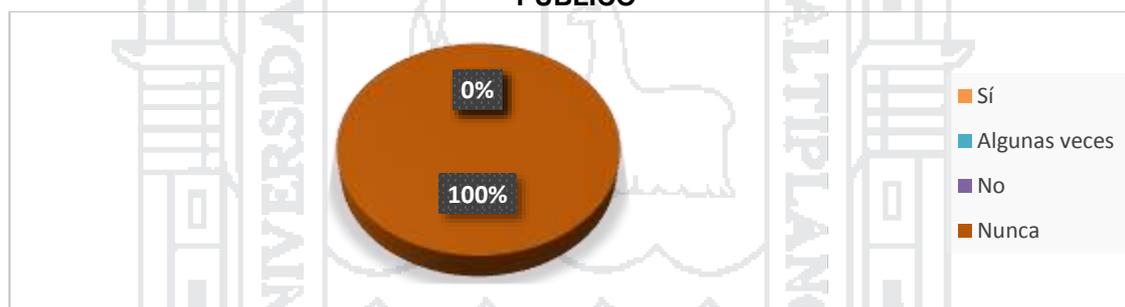
5.3.1. Acceso a recursos financieros

TABLA 37: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ACCESO A FINANCIAMIENTO PÚBLICO

| Desde que la empresa se formalizó hasta la actualidad, en más de una ocasión recurrió a un crédito financiero público. | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|-------------------|-------------------|
| a. Sí | 0 | 0 |
| b. Algunas veces | 0 | 0 |
| c. No | 0 | 0 |
| d. Nunca | 5 | 100 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 37: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ACCESO A FINANCIAMIENTO PÚBLICO



Fuente: Elaboración propia

Como se evidencia en la tabla y gráfico N°37, el 100% manifiesta no haber accedido a ningún tipo de crédito público. Esta situación consideramos se da, puesto que, los programas de fomento público mayormente se ha concentrado en la costa.

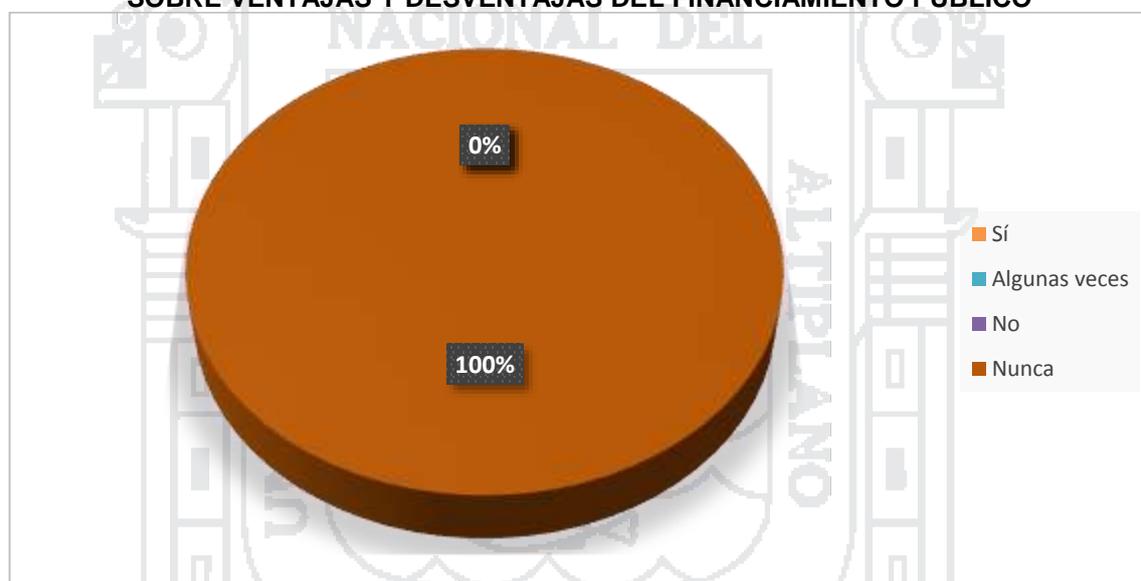
Es el caso de FONDEPES (Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero), que otorga únicamente financiamiento a actividades dirigidas a la pesca artesanal y acuicultura. Cobertura: Tumbes, Piura, Chiclayo, Chimbote, pisco, Matarani e Ilo, etc. También está el Banco de materiales, que otorga créditos para la construcción y ampliación de viviendas, y negocios. Por ultimo Agrobanco, que otorga créditos al agro, la ganadería, la acuicultura, y las actividades de transformación y comercialización de productos agropecuarios y acuícola.

TABLA 38: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACIÓN RECIBIDA SOBRE VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL FINANCIAMIENTO PÚBLICO

| La organización recibió capacitación de las ventajas y desventajas de un crédito financiero estatal por parte de una Institución pública. | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. Sí | 0 | 0 |
| b. Algunas veces | 0 | 0 |
| c. No | 0 | 0 |
| d. Nunca | 5 | 100 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 38: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CAPACITACION RECIBIDA SOBRE VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL FINANCIAMIENTO PÚBLICO



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°38, nos evidencia que jamás La organización recibió capacitación de las ventajas y desventajas de un crédito financiero estatal por parte de una Institución pública cuando la empresa tuvo necesidad de apalancamiento.

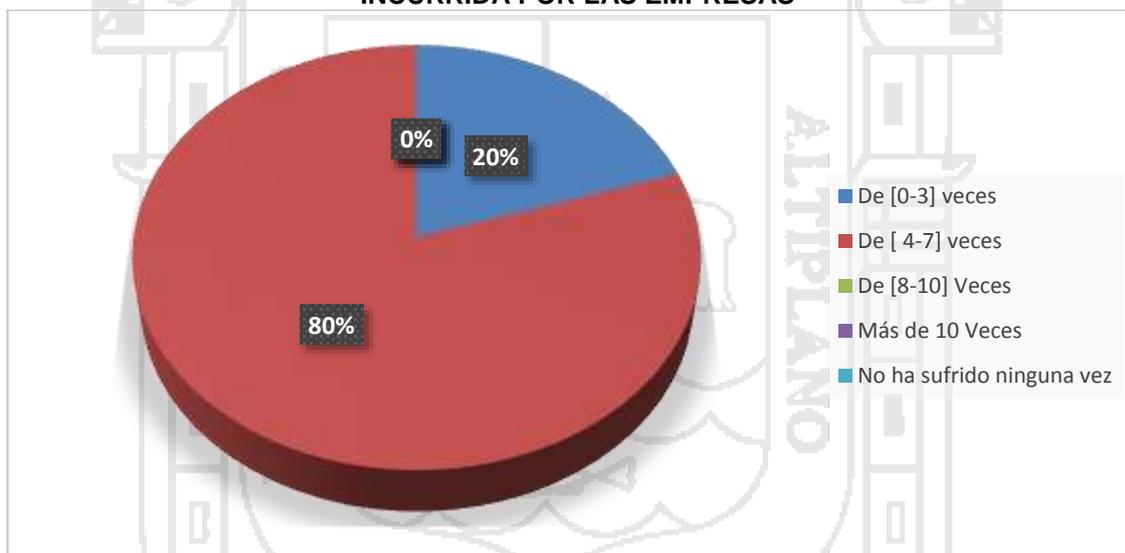
Esta situación se dio puesto que los programas de fomento en su gran mayoría se focalizaron en la costa peruana. Ello hace que muchos empresarios de Puno desconozcan de la existencia del mismo.

TABLA 39: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA FALTA DE LIQUIDEZ INCURRIDA POR LAS EMPRESAS

| En estos dos últimos años, cuantas veces la empresa ha sufrido falta de liquidez | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. De [1-3] veces | 1 | 20 |
| b. De [4-7] veces | 4 | 80 |
| c. De [8-10] Veces | 0 | 0 |
| d. Más de 10 Veces | 0 | 0 |
| e. No ha sufrido ninguna vez | 0 | 0 |
| Total | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 39: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA FALTA DE LIQUIDEZ INCURRIDA POR LAS EMPRESAS



Fuente: Elaboración propia

Según información recabada, un 20% del total asevera haber sufrido falta de liquidez en estos dos últimos años por lo menos una vez, dado que se ubican en el rango de [1-3] veces. El 80 % asegura haber sufrido falta de liquidez de [4-7] veces en los dos últimos años.

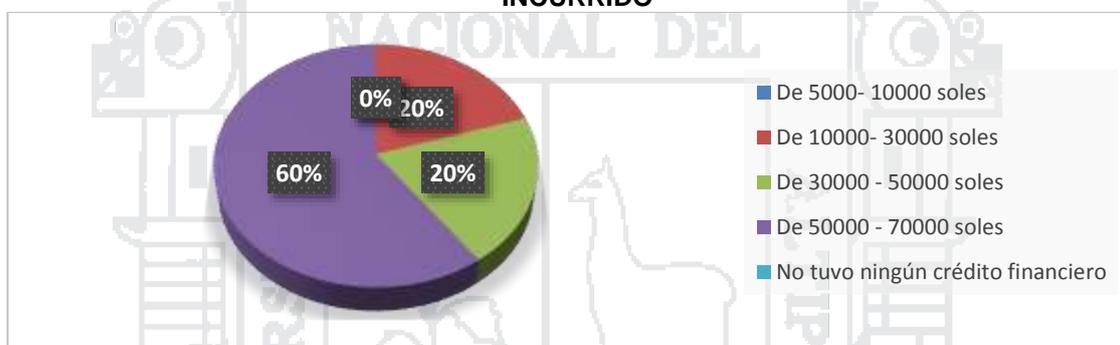
Esta situación se da en muchos casos, en temporadas bajas. Dado que las ventas bajan. Las empresas se ven estancas sus inventarios y muchas veces el dinero apenas cubre las planillas.

TABLA 40: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL MONTO DE PRÉSTAMOS INCURRIDO

| En estos últimos dos años, la empresa hasta qué monto tuvo un crédito Financiero | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. De [5000- 10000] soles | 0 | 0 |
| b. De [10000- 30000] soles | 1 | 20 |
| c. De 30000 - 50000]soles | 1 | 20 |
| d. De 50000 - 70000 soles | 3 | 60 |
| e. No tuvo ningún crédito financiero | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 40: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL MONTO DE PRÉSTAMOS INCURRIDO



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°30, la información proporcionada por los empresarios revela que, el 20% asevera haber incurrido en un crédito financiero en estos dos últimos años. El monto asciende en el intervalo de [10,000.00-30,000.00] nuevos soles. Al igual que el otro 20% que oscila el monto entre [30000 - 50000] soles. Un 60% asegura haberse prestado una cantidad considerable que asciende entre [50000 – 70000] soles.

Esa situación, nos da entender que toda empresa trabaja con apalancamiento financiero. Otro factor que se observa son los montos de préstamo incurrido. S/.100 mil es un monto inalcanzable para las MyPEs, dado que, solo con eso de alguna manera pueden modernizar amortiguar las maquinarias automatizadas.

TABLA 41: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NOMBRE DE LA ENTIDAD FINANCIERA OTORGANTE DE CRÉDITO

| cuál es el nombre de la entidad financiera pública o privada que le otorgó el crédito financiero | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. Banco de materiales | 0 | 00 |
| b. Fondepes | 0 | 00 |
| c. Mi banco | 0 | 00 |
| d. Banco de crédito del Perú | 4 | 80 |
| e. Caja Arequipa | 0 | 00 |
| f. Caja Rural de Ahorro y Crédito los Andes | 0 | 00 |
| g. Caja Cusco | 1 | 20 |
| h. Otro | 0 | 00 |
| Total | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 41: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NOMBRE DE LA ENTIDAD FINANCIERA OTORGANTE DE CRÉDITO



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°41, el 80% del total de los encuestados recurrieron para el apalancamiento financiero al banco de Crédito del Perú. Solo el 20% recurrió a nivel de Cajas.

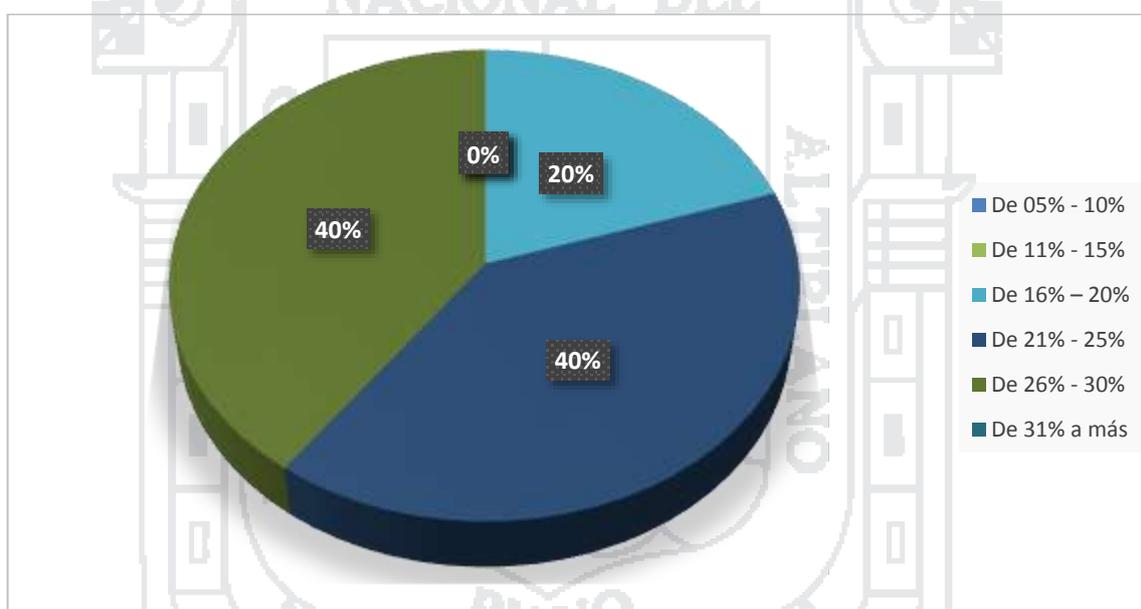
La mayoría es cliente de BCP, dado que, es la entidad que otorga a tiempo record las cartas fianzas, que es requisito indispensable para ser partícipes de las licitaciones estatales.

TABLA 42: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN TASA DE INTERÉS ACTIVA ANUAL

| cuál es Tasa de interés anual pactado con la entidad financiera que le otorgó el crédito | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. De 05% - 10% | 0 | 00 |
| b. De 11% - 15% | 0 | 00 |
| c. De 16% – 20% | 1 | 20 |
| d. De 21% - 25% | 2 | 40 |
| e. De 26% - 30% | 2 | 40 |
| f. De 31% a más | 0 | 00 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 42: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN TASA DE INTERÉS ACTIVA ANUAL



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°42, el 20% del total asegura haber obtenido el apalancamiento financiero a una tasa activa entre los Intervalos de [16-20]% anual. Mientras que el 40% se ubica entre los intervalos [21-25]% y el otro 40% está ente [26-30]% respectivamente.

Esta situación de la variación de tasas se debe a un trato peculiar del historial, monto y nivel de riesgo de cada empresa.

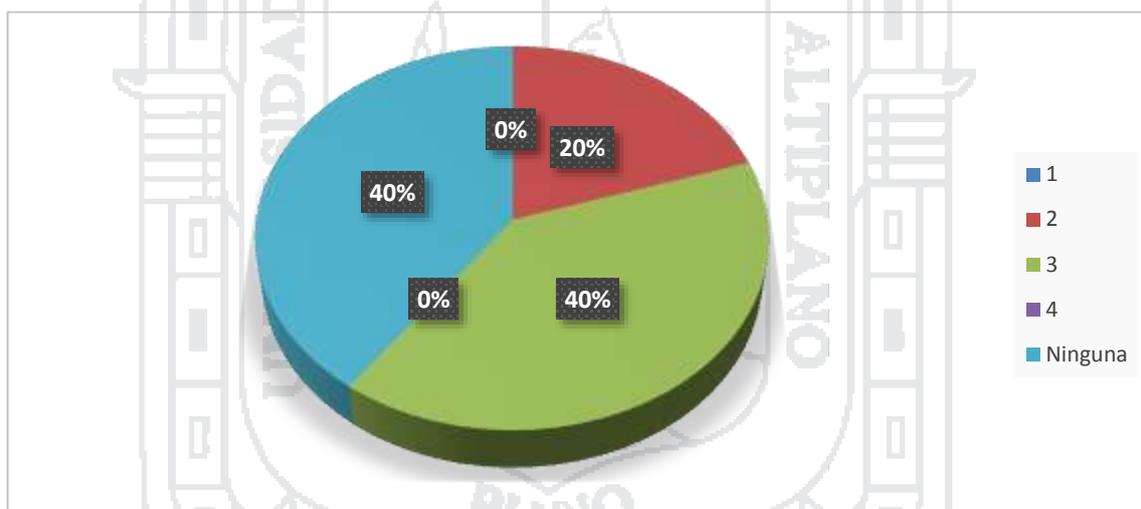
5.3.2. Recursos tecnológicos

TABLA 43: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA ADQUISICIÓN DE LA MAQUINARIA

| La empresa cuantas máquinas ha adquirido para la producción de muebles ha adquirido en los dos últimos años | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. 1 | 0 | 0 |
| b. 2 | 1 | 20 |
| c. 3 | 2 | 40 |
| d. 4 | 0 | 0 |
| e. Ninguna | 2 | 40 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 43: DISTRIBUCION PORCENTUAL SEGÚN LA ADQUISICIÓN DE LA MAQUINARIA



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°43, el 20% manifiesta haberlo adquirido 02 máquinas; el 40% en cambio adquirió 03 máquinas. Por ultimo otro 40% no ha adquirido ninguna maquinaria alguna.

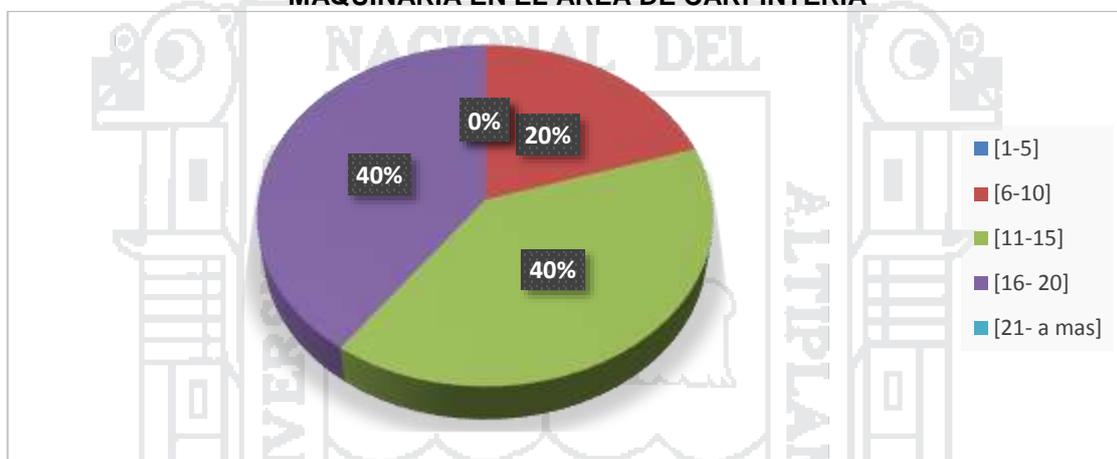
Cabe resaltar que en las empresas, solo una minoría tiene máquinas automatizadas y multifuncionales. La gran mayoría utilizan las maquinarias convencionales que no optimizan el tiempo a cabalidad.

TABLA 44: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA EXISTENCIA DE LA MAQUINARIA EN EL ÁREA DE CARPINTERÍA

| Cuántas máquinas se tiene implementado en el taller de carpintería para producir los muebles | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. [1-5] | 0 | 0 |
| b. [6-10] | 1 | 20 |
| c. [11-15] | 2 | 40 |
| d. [16- 20] | 2 | 40 |
| e. [21- a mas] | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 44: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA EXISTENCIA DE LA MAQUINARIA EN EL ÁREA DE CARPINTERÍA



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°44, los datos recabados muestran que, el 20% del total aseguran tener en el área de carpintería un promedio de [6-10] máquinas, mientras tanto un 40% asegura tenerlo implementado con [11-15] máquinas. Por último otro 40% asegura tener un promedio de 16-20 máquinas respectivamente.

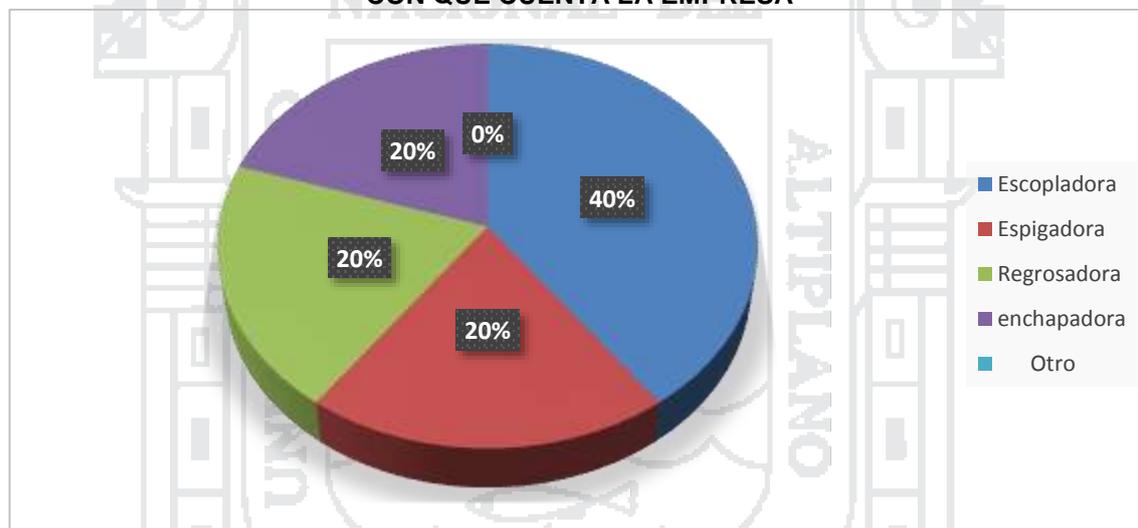
Las empresas que cuentan con mayor maquinaria, son las que están preparadas para duplicar el personal o simplemente tiene para captar más personal en ciertas temporadas. También son organizaciones que puedes realizar trabajos simultáneos con equipos de trabajo diferentes.

TABLA 45: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA MAQUINARIA MÁS MODERNA CON QUE CUENTA LA EMPRESA

| Señale el/ los nombre (s) de la máquina más moderna con que cuenta la empresa | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. Escopladora | 2 | 40 |
| b. Espigadora | 1 | 20 |
| c. Regrosadora | 1 | 20 |
| d. Enchapadora | 1 | 20 |
| e. Otro | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 45: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA MAQUINARÍA MAS MODERNA CON QUE CUENTA LA EMPRESA



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°45, un 40% del total de los encuestados, considera que la maquinaria más moderna que poseen es la escopladora automática doble, mientras tanto el 20% lo considera moderna a la espigadora, al igual que a la regrosadora y enchapadora.

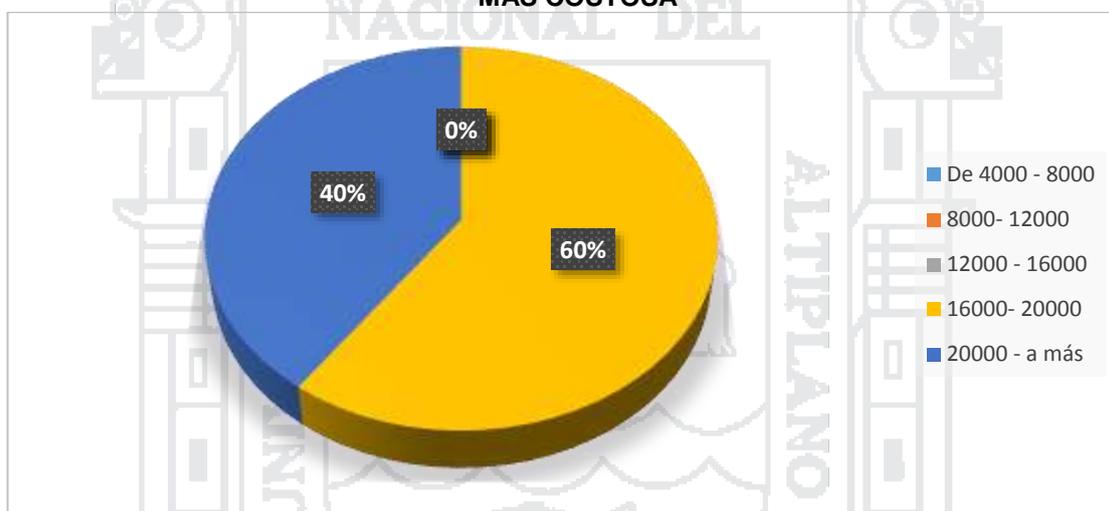
Solo la minoría cuenta con todas esas maquinarias automatizadas, dado que son muy costosas que superan los \$70,000.00 por máquina. Dicha maquinaria optimiza tiempos y movimientos.

TABLA 46: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL COSTO DE LA MAQUINARIA MÁS COSTOSA

| Señale el costo de adquisición de la maquinaria más moderna con que cuenta la empresa | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. De 4000 - 8000 | 0 | 0 |
| b. 8000- 12000 | 0 | 0 |
| c. 12000 - 16000 | 0 | |
| d. 16000- 20000 | 3 | 60 |
| e. 20000 - a más | 2 | 40 |
| Total | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 46: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL COSTO DE LA MAQUINARIA MAS COSTOSA



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°46, un 60% del total de los encuestados manifiestan que la maquinaria más costosa que adquirieron oscila entre [16000-20000] soles. Mientras tanto un 40% manifiesta que el costo de adquisición asciende hasta [20000 a más].

Estos montos, dan a conocer que en cuestión de maquinaria no toda empresa lo tiene bien implementado, dado que, las automatizadas superan los \$60,000.00, ello hace que muchas veces tengan desabastecidas las tiendas y tengas retrasos de pedidos.

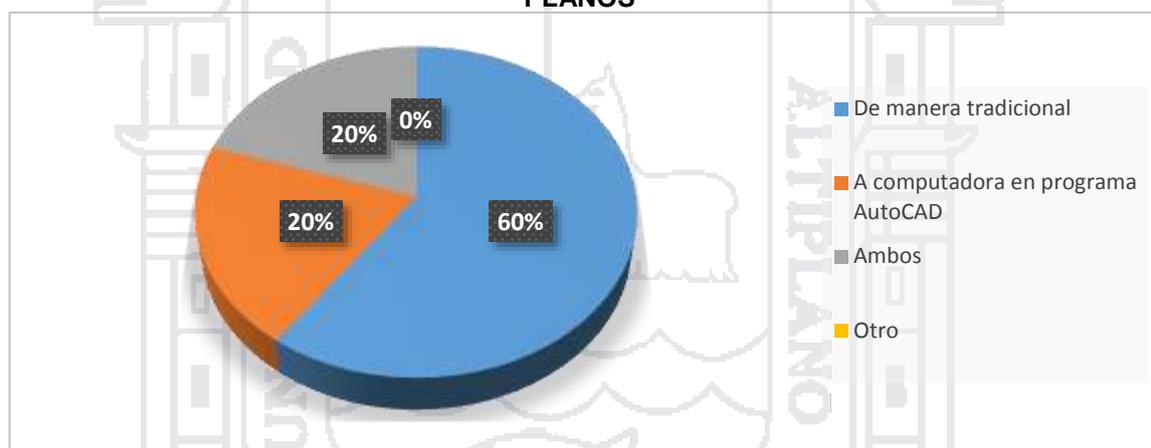
5.3.3. Innovación tecnológica

TABLA 47: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL MODO DE ELABORACIÓN DE PLANOS

| En la empresa elabora los planos de los muebles: | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. De manera tradicional | 3 | 60 |
| b. A computadora en programa AutoCAD | 1 | 20 |
| c. Ambos | 1 | 20 |
| d. Otro | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 47: DISTRIBUCION PORCENTUAL SEGÚN EL MODO DE ELABORACION DE PLANOS



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°47, el 60% de las empresas encuestadas elaboran sus planos de manera tradicional, es decir, papel, lápiz y a mano. Mientras tanto solo el 20% manifiesta hacerlo a computadora en programa AutoCAD. El otro 20% asegura hacerlo en ambos.

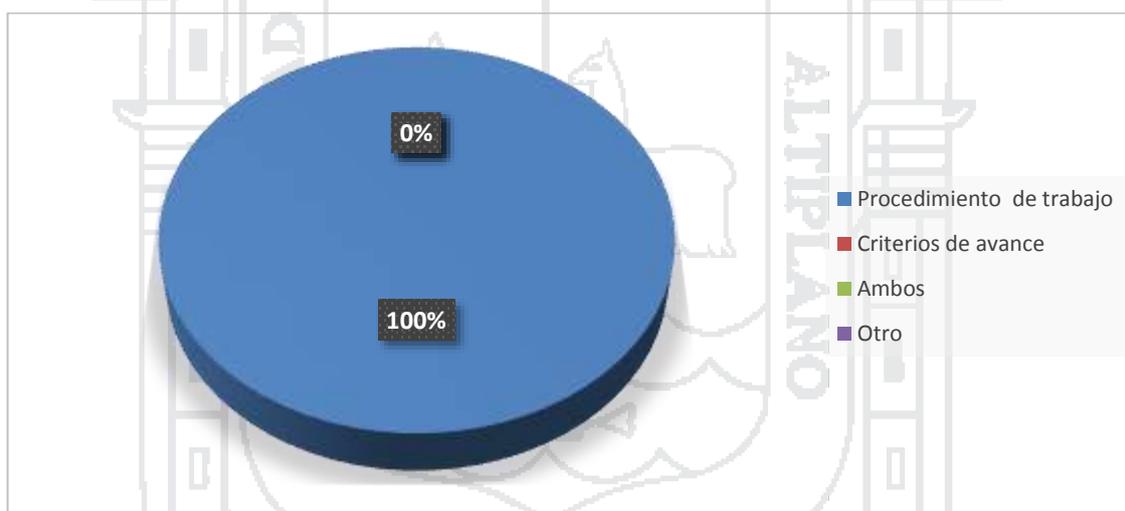
En manera tradicional un diseño demora alrededor de dos semanas. A computadora en cuestión de cuatro días como máximo. Los que diseñan son generalmente los mismos dueños.

TABLA 48: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL CRITERIO DE DISTRIBUCIÓN DE MÁQUINAS EN CARPINTERÍA

| Las máquinas en la carpintería están distribuidas conforme a los siguientes criterios: | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. Procedimiento de trabajo | 5 | 100 |
| b. criterios de avance | 0 | 0 |
| c. ambos | 0 | 0 |
| d. otro | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 48: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL CRITERIO DE DISTRIBUCIÓN DE MÁQUINAS EN CARPINTERÍA



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°48, los datos recabados indican que, el 100% asevera que la distribución de la maquinaria se hace conforme al procedimiento de trabajo. En para realizar trabajos en serie, donde se minimizan a lo máximo los tiempos, movimientos y materiales.

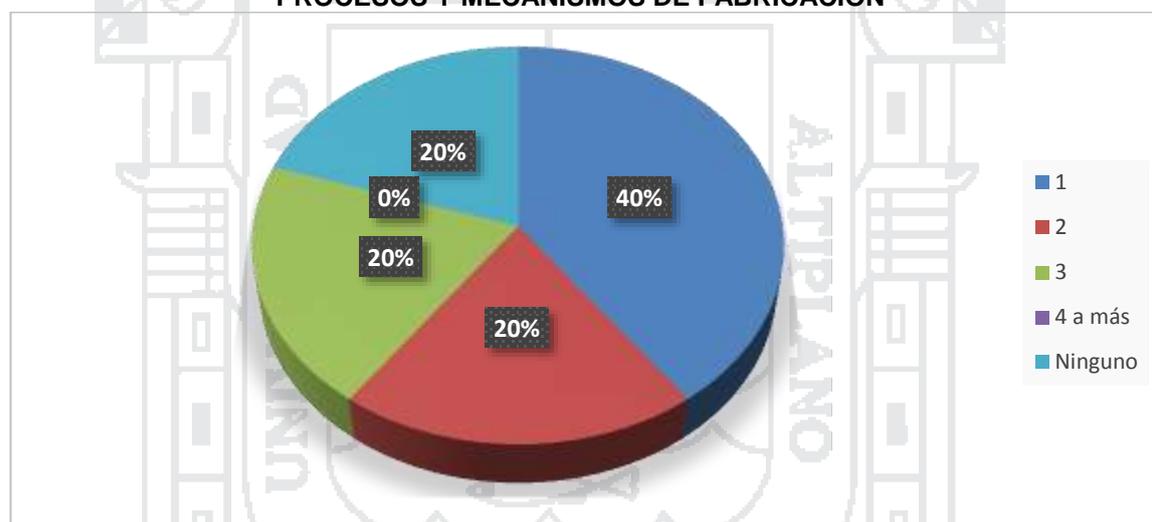
La mayor parte de la producción es por serie, raras veces se hacen por unidades, dado que, se demora en calibrar las maquinas un promedio de dos horas. Pr lo cual no conviene fabricar por unidades.

TABLA 49: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS PROCESOS Y MECANISMOS DE FABRICACIÓN

| En estos dos últimos años, cuantos nuevos procesos y mecanismos de fabricación se ha implementando | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. 1 | 2 | 40 |
| b. 2 | 1 | 20 |
| c. 3 | 1 | 20 |
| d. 4 a más | 0 | 0 |
| e. Ninguno | 1 | 20 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 49: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS PROCESOS Y MECANISMOS DE FABRICACIÓN



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°49, la información recabada denota que, el 40% de los encuestados manifiestan haber implementado por lo menos 01 nuevo proceso y mecanismo de fabricación. Mientras que el 20% asegura tener 2 y tres mecanismo de fabricación. Por otra parte un 20% asegura no tenerlo.

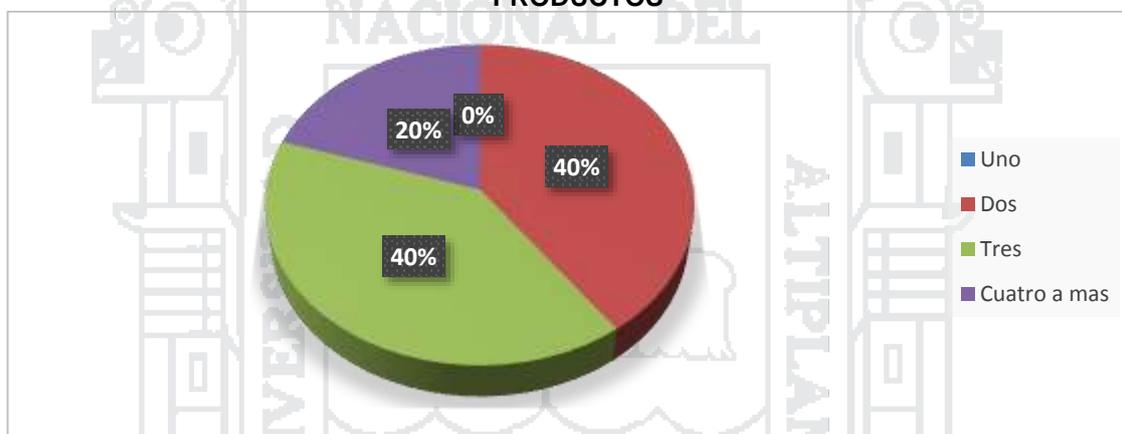
Un mecanismo considerable consiste en fabricar por lo menos media docena de un pedido específico y se suman los costos más 50%. Como lo venimos manifestando en graduar maquinas se pierde un par de horas.

TABLA 50: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA PRODUCCIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS

| en los dos últimos años cuantos nuevos productos entro al sistema de producción | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|---|----------------|----------------|
| a. Uno | 0 | 0 |
| b. Dos | 2 | 40 |
| c. Tres | 2 | 40 |
| d. Cuatro a mas | 1 | 20 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 50: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA PRODUCCIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°50, el 40% del total de los encuestados aseguran que en los dos últimos años entró al sistema de producción dos nuevos productos. El mismo porcentaje manifiesta también que entró hasta tres nuevos productos y solo un 20% asevera que se entró con más de cuatro productos.

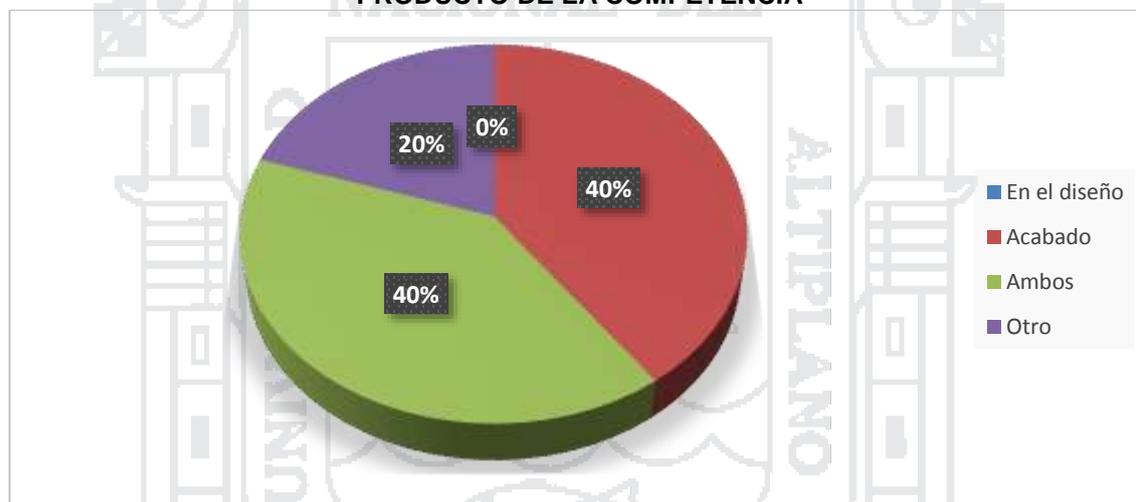
Generalmente los nuevos productos se dan en modelo, últimamente se entra en casi toda las mueblerías con el modelo princesa. También entran en la fabricación de roperos de tres cuerpos y camas de tres plazas en modelo sueño apasionado.

TABLA 51: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ASPECTO DE DIFERENCIA DEL PRODUCTO DE LA COMPETENCIA

| En qué aspecto se diferencia el producto mueble de su empresa en comparación de la competencia | FRECUENCIA (f) | PORCENTAJE (%) |
|--|----------------|----------------|
| a. En el diseño | 0 | 0 |
| b. Acabado | 2 | 40 |
| c. Ambos | 2 | 40 |
| d. Otro | 1 | 20 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 51: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL ASPECTO DE DIFERENCIA DEL PRODUCTO DE LA COMPETENCIA



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°51, un 40 % del total de los encuestados consideran que se diferencian de sus similares por el acabado de los muebles. El otro 40% asegura diferenciarse en diseño y acabado al mismo tiempo. Por último un 20% asegura diferenciar por algo exclusivo como la funcionalidad.

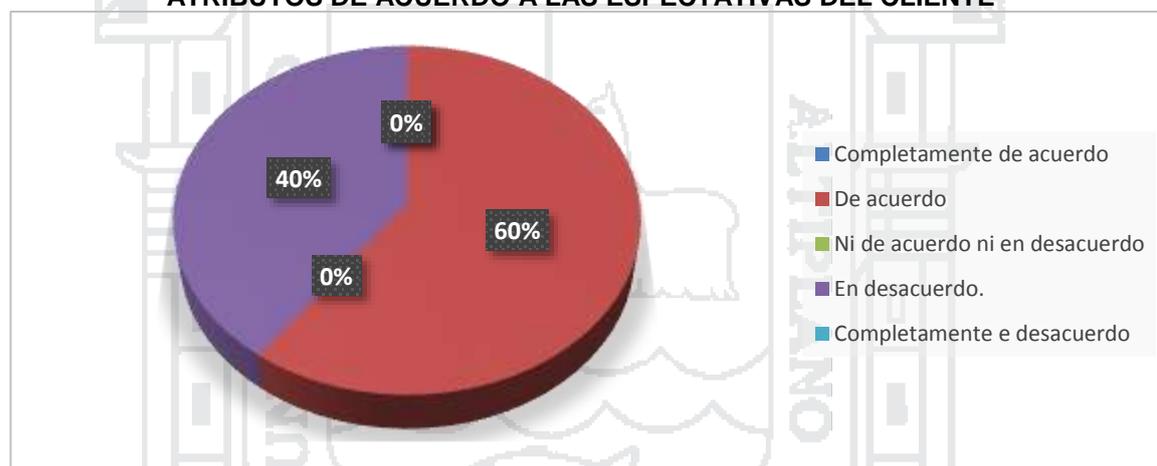
Para ser exacto dos empresas se diferencian del resto en cuestión antropométrico y sobre todo por las bondades del material que emplean en la producción de muebles. Por ejemplo en las sillas secretariales y juegos de sala se emplean espumas de doble pulgada y napa fina que no son alérgicos.

TABLA 52: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CONSOLIDACIÓN DE ATRIBUTOS DE ACUERDO A LAS ESPECTATIVAS DEL CLIENTE

| Los atributos y características de los Muebles están consolidados de acuerdo a las expectativas de los clientes | FRECUENCIA A (f) | PORCENTAJE E (%) |
|---|------------------------|------------------------|
| a. Completamente de acuerdo | 0 | 0 |
| b. De acuerdo | 3 | 60 |
| c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 0 | 0 |
| d. En desacuerdo. | 2 | 40 |
| e. Completamente e desacuerdo | 0 | 0 |
| TOTAL | 5 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 52: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA CONSOLIDACIÓN DE ATRIBUTOS DE ACUERDO A LAS ESPECTATIVAS DEL CLIENTE



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°52, un 60% del total de los encuestados están de acuerdo en que los atributos y características de los Muebles están consolidados de acuerdo a las expectativas de los clientes. Otro 40% manifiestan están en desacuerdo, en la medida que ellos lanzan por serie ciertos modelos convencionales al mercado cada cierta temporada.

También hay una vía, la consolidación de las hojas en tránsito; en donde se registra los intereses de los compradores. Una vez que hay 03 personas preguntan por el modelo, se entra a producir.

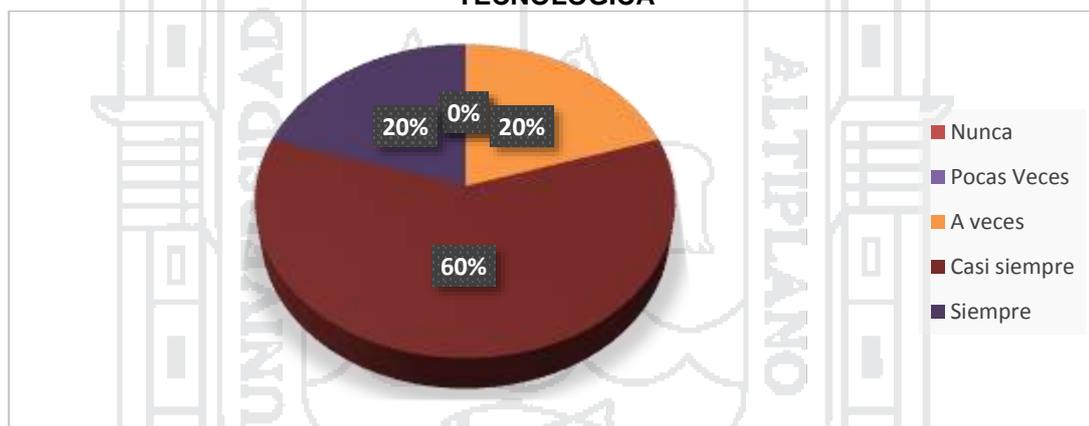
5.3.4. Vigilancia tecnológica

TABLA 53: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA VIGILANCIA Y ADAPTACIÓN TECNOLÓGICA

| La empresa observa los cambios tecnológicos aparecidos en las otras empresas y los adapta rápidamente. | FRECUENCIA (f1) | PORCENTAJE (%) |
|--|-----------------|----------------|
| a. Nunca | 0 | 0 |
| b. Pocas Veces | 0 | 0 |
| c. A veces | 1 | 20 |
| d. Casi siempre | 3 | 60 |
| e. Siempre | 1 | 20 |
| TOTAL | 05 | 100 |

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 53: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN LA VIGILANCIA Y ADAPTACIÓN TECNOLÓGICA



Fuente: Elaboración propia

Según la tabla y gráfico N°53, el 20% del total asegura que a veces la empresa observa los cambios tecnológicos aparecidos en las otras empresas y los adapta rápidamente. El 60% asevera hacerlo casi siempre y solo el 20% enfatiza que lo hace siempre.

La adaptación se da en cuestiones de maquinaria, herramientas y diseños correspondientes. En serchadores, lijadoras, cepilladoras, avellanados, etc. Que se copió en su mayoría de las organizaciones de la capital.

5.4. PROPUESTA DE LINEAMIENTOS DE MEJORA PARA FORTALECER LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO, PEQUEÑAS y MEDIANA EMPRESAS (MIPYME) INDUSTRIALES DE LA CIUDAD DE PUNO

PROPUESTA DE POLÍTICA PÚBLICA DE FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO MIPyME SEGÚN SU DESARROLLO.

Las causas inmediatas de las fallas de las políticas públicas están relacionadas con la ineficiencia de la burocracia y su debilitamiento de las Instituciones de País en los últimos años (Gallardo, 2013). Los cuales necesitan ser fortalecidas. Por dicha razón se debe dar una especial atención al emprendimiento.

Según Mongrut Sanuel (2013:293) se denomina “emprendimiento” a cualquier intento de nuevos negocios o creación de nuevas empresas, la reorganización de un negocio o la expansión de un existente, por un individuo, grupo de individuos o firmas ya establecidas.

Una vez aclarado la esencia semántica del emprendimiento, desarrollamos la propuesta de la política MIPYME.

PRINCIPIOS RECTORES DE LA POLÍTICA MIPYME

La propuesta política MIPYME debe operar con los siguientes principios:

a) **Integración institucional.**

Debe haber un trabajo integrado y articulado para integrar diferentes enfoques de Instituciones relacionadas con MIPyME. Diálogo y aventura conjunta entre Ministerio de la Producción, Ministerio de Trabajo, Cámara de

Comercio y universidades. Esto se generará efectividad e impacto al ejecutar acciones concretas.

b) **Sostenibilidad.**

Una política MIPyME debe ser sostenible en el tiempo, lo que implica un uso racional y eficiente de los recursos disponibles para llevarla a cabo. El Estado debe complementar programas y acciones de corto, mediano y largo plazo en función de la disponibilidad de recursos propios o externos y así lograr dar seguimiento y acompañamiento en las distintas etapas de crecimiento del parque industrial.

c) **Flexibilidad**

Una estrategia no puede ser ajena a los factores del entorno en que se ejecuta. Los cambios permanentes del entorno y de las prioridades o necesidades a atender deben tenerse presente en la adecuación de las herramientas que hagan posible el desarrollo de la política. Así lograremos atender oportunamente aspectos de coyuntura que de no ser atendidos causarían el fracaso de la política propuesta.

d) **Participación.**

La participación articulada de los diferentes actores, públicos y privados, será fundamental en la consolidación y ejecución de la política MIPyME. Ello permitirá garantizar sostenibilidad y mayor aprovechamiento de los recursos existentes para el apoyo de las MIPyMES.

El desarrollo de las diferentes actividades debe contar con tres elementos que permitan su ejecución:

- a) **Sustento estratégico:** Debe ser Impulsado por el Ministerio de la Producción, para ello se debe suspender de sus funciones como ente rector al “MTPE”
- b) **Cooperación:** El Ministerio de la Producción debe contar con presupuesto propio y además debe tener facilidades para conformar alianzas estratégicas para concretar la realización de las diferentes actividades siempre en beneficio de MIPyMES.
- c) **Coordinación interinstitucional:** Se debe aprovechar las sinergias de las redes creadas tanto a nivel nacional como regional. Esto permitirá aprovechar las experiencias y capacidades propias de cada institución dirigidas al fortalecimiento empresarial. Este es un principio fundamental para la puesta en práctica de la política propuesta, debido a que el **Ministerio de la Producción** por sí solo no puede llevar a cabo todos los programas y acciones propuestas, sino que su implementación exitosa depende del involucramiento pleno de todas las instituciones de la Red de Apoyo a MIPyME, en las funciones de sus respectivas competencias.

ESTRATEGIAS DE LA POLÍTICA PyME

Considero que se debe dar como estrategia MIPyME la atención a dos puntos muy importantes, en la medida que, su viabilidad puede ser el punto de partida para otras estrategias.

- ✓ Fortalecimiento del ente rector y
- ✓ el apoyo al emprendimiento empresarial.

5.4.1. Fortalecimiento de la rectoría

Al ser la micro, pequeña y mediana empresa, la mayoría del parque Industrial del país, se hace de vital importancia el fortalecimiento del rol del MTPE, como ente rector de la política pública de fomento a la MIPyME y al emprendedurismo. Para ello debe trabajar en aventura conjunta con el Ministerio de la Producción.

5.4.1.1. Sistema de información

Una variable crítica para el acceso a la información por parte de las empresas, de las instituciones de apoyo a la MIPyME, es poder contar con todos los elementos relativos al tema en un solo lugar. Se debe contar con un sitio integrado donde se encuentre toda la información relativa a la MIPyME, se cuente con un registro empresarial, diagnóstico, plan de atención individualizado por empresa considerando las distintas etapas del ciclo de vida empresarial, tanto para los empresarios como para sus colaboradores y el respectivo seguimiento, un inventario de los proveedores de servicios de desarrollo empresarial debidamente calificados con base a indicadores preestablecidos, trámites en

línea y seguimiento en línea de las distintas etapas del trámite y control de todas las actividades, incluyendo los acuerdos de la Red de apoyo a MIPyME .

5.4.1.2. Evaluación e indicadores

Para poder dar seguimiento de manera objetiva y sistematizada al avance de logros de la política, se requiere urgente la definición de indicadores. Con base en metodología y trabajo que ha venido desarrollando el ministerio de trabajo como ente rector en coordinación con INEI, se debe tomar y potenciarlo este esfuerzo para contar con instrumentos de evaluación periódica, como sistema de crecimiento empresarial.

5.4.1.3. Comparativo de buenas prácticas internacionales

Con el apoyo de organismos internacionales con experiencia en el ámbito de fomento a las MIPyME, se debe realizar una importante labor de recopilación, estudio y retroalimentación sobre las buenas prácticas y estructuras existentes a nivel internacional, especialmente latinoamericano.

5.4.1.4. Articulación de recursos de cooperación

Debido a las limitaciones de recursos propios con que cuenta el Ministerio de Trabajo, El Ministerio de la Producción, como nuevo aliado del ente Rector, debe realizar una labor en estrecha coordinación con Ministerio de Trabajo, Cámara de Comercio, Universidades, gobiernos regionales y locales, con el fin de gestionar fondos internos y externos para el financiamiento de proyectos específicos que se enmarquen en las áreas estratégicas definidas en la política pública.

5.4.2. Emprendedurismo

La creación de nuevas empresas es un elemento dinamizador de la actividad productiva en toda economía del país y de las regiones. El apoyo a los emprendedores en su proceso de formación y consolidación de sus proyectos empresariales es uno de los ejes estratégicos que debe guiar la política del nuevo aliado del ente rector: Ministerio de la Producción, debido a su impacto directo en el crecimiento económico y la generación de empleo formal por parte de las empresas.

No obstante, en el pasado los esfuerzos de apoyo a las MIPyME se han dirigido en mayor medida a la atención de empresas en operación, dejando un poco de lado la etapa de formación y creación de nuevas empresas. En la presente propuesta de Administración se le debe dar un especial énfasis al fomento de la cultura emprendedora y el espíritu emprendedor, así como a la generación y consolidación de nuevos emprendimientos, en la que se articulen los esfuerzos institucionales existentes (públicos y privados) y así se constituya el marco de acción para atender esta necesidad nacional.

Para la elaboración de dicha política, es fundamental conocer y analizar las experiencias internacionales en el fomento del emprendedurismo, para evitar cometer errores pasados y al mismo tiempo aprovechar las enseñanzas de casos exitosos, por lo cual se partirá de la realización de una compilación de las buenas prácticas internacionales.

Esta articulación se debe dar desde la etapa de formulación de esta política, en la que se debe formar un comité conformado por representantes del Ministerio de la Producción y de otras entidades que siempre se involucraron como Cámara de Comercio, Ministerio de Trabajo, etc.

En el diseño y ejecución de la estrategia de emprendedurismo, se debe incorporar un esquema de atención diferenciado, en función del ciclo de vida de los emprendedores, con el objetivo de procurar un mayor impacto y potenciar mejor los esfuerzos.

5.4.2.1. Programa de incubadoras y aceleradoras de empresas.

Una incubadora de empresas es una propuesta de proyecto que tiene como objetivo la creación y el seguimiento orientado al desarrollo de empresas, con el apoyo necesario a las mismas en sus primeras etapas de vida.

Las aceleradoras, por su parte, pretenden acelerar el ritmo de crecimiento de las MIPyME, para que logren crecer al nivel considerable. El objetivo de las aceleradoras es brindar apoyo sustancial a empresas ya existentes con gran potencial innovador para desarrollarse.

Tanto la incubación como la aceleración de empresas se realizarán en las regiones del país que forman parte de la estrategia de regionalización, así como en sectores identificados como prioritarios, atendiendo las riquezas y las particularidades de cada zona geográfica, ya sea Costa; Sierra o Selva.

5.4.2.2. Acciones en el programa de incubadoras y aceleradoras de empresas.

- Desarrollo de un Sistema Nacional de Incubación y Aceleración de empresas que propicie y brinde sustento político y técnico a la creación de nuevas empresas, negocios, proyectos e iniciativas productivas, así como al crecimiento de las que inician.
- Creación de la Red Nacional de Incubadoras y Aceleradoras de empresas que permita la creación de Centros de Innovación Productiva e Incubadoras de Empresas en las diferentes regiones y provincias del país, en asociación con las universidades, municipalidades, sociedad civil y agentes económicos.
- Identificación de empresas que cumplan con el perfil de entrada a las incubadoras y con potencial de ser apoyadas por las aceleradoras.
- Apoyo a las empresas en el proceso de incubación y aceleración.
- Desarrollo de un sistema de financiamiento que dé sostenibilidad a la Red Nacional de Incubadoras y Aceleradoras.

5.4.2.3. Programa de capacitación al emprendedurismo.

El objetivo de esta propuesta de programa es brindar capacitación a los emprendedores en el proceso de iniciar su negocio, a través de cursos de capacitación sobre la elaboración de planes de negocios y la creación de nuevas empresas. Estos programas tienen como prioridad la formación de mujeres y jóvenes emprendedores.

Como la política MIPyME desarrollada por el nuevo aliado: Ministerio de la Producción tiene como principio rector el trabajo interinstitucional o en red, se coordinará con el Instituto Nacional de Estadística e Informática, cámara de Comercio, Ministerio de Trabajo, universidades, Gobiernos Regionales y Locales para la atención de la capacitación a emprendedores.

5.4.2.4. Acciones del programa de capacitación en emprendedurismo.

- Capacitación en planes de negocios a jóvenes y mujeres emprendedoras.
- Financiamiento para la implementación de las ideas de negocios de los emprendedores.
- Acompañamiento a las nuevas empresas creadas.

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

A continuación se efectúa la contrastación de la hipótesis propuesta en esta investigación, empleando la prueba no paramétrica a consecuencia del tamaño de la muestra y empleando los resultados del análisis estadístico.

- ❖ **Hipótesis general- enunciado:** Las políticas de fomento contribuye en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno. Esta hipótesis queda disprobada, dado las políticas en mención tiene ciertas limitaciones de cobertura, de trabajo sistemático y compromiso con el emprendimiento.
- **Hipótesis específica 01- enunciado:** Las acciones y programas de desarrollo empresarial que realizan las Instituciones públicas para lograr la productividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la Ciudad de Puno son la capacitación y asistencia técnica. Esta hipótesis se explica en la tabla N°18, centrada solamente en aspectos laborales y tributarios. También se percibe en las tablas N° 19 el fomento de asociatividad empresarial a nivel discursivo mediante la organización de seminarios, charlas, etc. Por dicha razón la hipótesis queda disprobada, en la medida que no hay un trabajo integral en beneficio de las empresas.
- **Hipótesis específica 02- enunciado:** El mecanismo de servicio financiero contribuye en el desarrollo de la innovación tecnológica de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad Puno. Esta hipótesis se explica en los cuadros N° 37,38, 41, 43 y 50, a lo que concierne al

servicio financiero y la tecnología. Se denota que el servicio financiero público nunca benefició a las empresas industriales. Como tal no ha contribuido en la innovación tecnológica. La innovación en proceso es un logro propio de las empresas en mención. También la hipótesis queda disprobada.



CONCLUSIONES

Terminada la contrastación, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ◆ Respecto a la Evaluación de la contribución de las políticas de fomento en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno, no hay una contribución integral, en la medida que, solamente el trabajo realizado hasta ahora por las instituciones del Estado se ha concentrado en aspectos laborales y tributarios, mas no en otros aspectos que realmente hubiera generado un impacto para el desarrollo de las empresas industriales.
- ◆ Respecto a la Identificación de las acciones y programas de desarrollo empresarial que realizan las Instituciones públicas para lograr la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno, los resultados evidencian que muy pocas acciones y programas han tenido impacto significativo. Solamente ha cobrado notoriedad para el empresariado los aspectos laborales y tributarios, mas no así en los aspectos de creación de empresas, la organización y asociatividad empresarial, la gestión empresarial, la producción y productividad, el financiamiento público, las actividades económicas estratégicas, compras estatales, acceso a la información estadística. Esta situación se debe a que las instituciones públicas del rubro tienen limitada política de involucramiento, dado que no trabajan en base a metas y objetivos como las empresas privadas. Las MyPEs industriales desde un inicio han estado en olvido por

parte del Estado. Es así que, el 80% del total de las empresas encuestadas manifestaron no haber recibido ninguna vez en el proceso de constitución de la empresa orientación, información y procedimientos a seguir por parte del personal que labora en la institución del Estado. Por otro lado, solamente el 20% manifiesta haber recibido una vez, alguna orientación. Por otro lado, los líderes de las pequeñas empresas, tan solamente asistieron un 20% una sola vez a una capacitación sobre gestión y liderazgo organizada por una institución pública. El otro 80% asegura tajantemente no haber sido parte en ninguna oportunidad. El 60% de las empresas para estar acorde con las normas laborales y sobretodo tributarios, recibió a su debido tiempo capacitación por parte de la institución pública competente. El otro 20% afirma haber recibido un poco. En fin el otro 20 % categóricamente puntualiza no haber recibido de ningún modo

- ◆ Concerniente a la determinación de la contribución del mecanismo de servicio financiero en el desarrollo de la innovación tecnológica de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad Puno. Las empresas nunca han sido beneficiados por el servicio financiero público. Los apalancamientos financieros les han sido otorgados por entidades financieras privadas; por lo tanto no hubo contribución alguna en el desarrollo tecnológico. El proceso de innovación tecnológica con que cuentan las empresas en mención son producto de trabajo y esfuerzo de cada organización. El 100% de las empresas manifestaron no haber accedido a ningún tipo de crédito público. Esta

situación se da, puesto que, los programas de fomento público mayormente se han concentrado en la costa. Por dicha razón jamás las organizaciones recibieron capacitación alguna de las ventajas y desventajas de un crédito financiero estatal por parte de una Institución pública cuando las empresas tuvieron la necesidad de un apalancamiento financiero. El 20% de las empresas adquirieron 02 máquinas; el 40% en cambio adquirió 03 máquinas. Por ultimo otro 40% no ha adquirido ninguna maquinaria alguna. Cabe resaltar que en las empresas, solo una minoría tiene máquinas automatizadas y multifuncionales. La gran mayoría utilizan las maquinarias convencionales que no optimizan el tiempo a cabalidad. Por otro lado un 60% del total de los encuestados manifiestan que la maquinaria más costosa que adquirieron oscila entre [16000- 20000] soles. Mientras tanto un 40% manifiesta que el costo de adquisición asciende hasta [20000 a más. Estos montos, dan a conocer que en cuestión de maquinaria no toda empresa lo tiene bien implementado, dado que, las automatizadas superan los \$60,000.00, ello hace que muchas veces tengan desabastecidas las tiendas y tengas retrasos de pedidos.

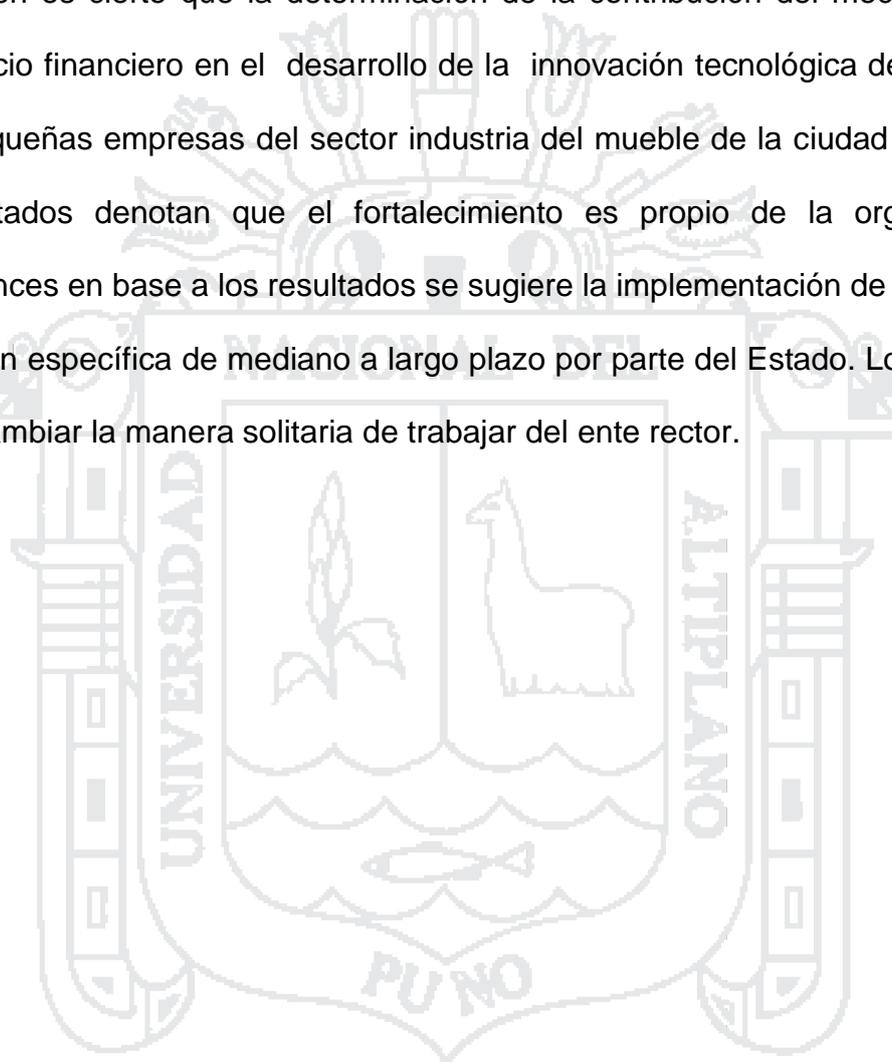
RECOMENDACIONES

Tras precisar las conclusiones a las que se arribó, se plantea sugerir lo siguiente:

1. Si esperamos una verdadera contribución de las políticas de fomento en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la Ciudad de Puno. Lo que se debería de hacer es fortalecer al ente rector específico. Se sugiere dar responsabilidad compartida al Ministerio de la Producción; que mediante las Direcciones Regionales de la Producción tranquilamente puede cumplir con dar apoyo sistémico a las MyPEs existentes y por existir. Más no debe continuar como ente rector solitario el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
2. Las acciones y programas de desarrollo empresarial que realizan las Instituciones públicas para lograr la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno, debe ser un trabajo interinstitucional, progresivo e integral. Si bien es cierto según los resultados obtenidos, solamente se hace notorio la cuestión laboral y tributaria; mas no así en los aspectos de creación de empresas, la organización y asociatividad empresarial, la gestión empresarial, la producción y productividad, el financiamiento público, las actividades económicas estratégicas, compras estatales, acceso a la información estadística. Sugiero que se deberían de dar igual atención desde el emprendimiento hasta

consolidación de la empresa existente. Solo así se dará un verdadero fomento empresarial.

3. Si bien es cierto que la determinación de la contribución del mecanismo de servicio financiero en el desarrollo de la innovación tecnológica de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble de la ciudad Puno. Los resultados denotan que el fortalecimiento es propio de la organización. Entonces en base a los resultados se sugiere la implementación de un plan de acción específica de mediano a largo plazo por parte del Estado. Lo prioritario es cambiar la manera solitaria de trabajar del ente rector.



XII. BIBLIOGRAFÍA

- Montes; Sabater, R. (2002). "Alianzas estratégicas: modelo para la gestión del proceso de negociación. *Empresa*, 84-99.
- Resolución de Contraloría N° 195. (18 de Julio de 1988). *Perú contadores*. Recuperado el 25 de octubre de 2015, de <http://www.perucontadores.com/obras/RC%20195-88-CG.pdf>
- AECA. (2010). *Un enfoque globalizado. Asociación Española de Contabilidad y Administración (AECA)* (1a ed.). España: AECA.
- Ahiere y Golhar. (1996). Quality management in large versus small. *Journal of Small Business Management*, 01-11.
- Albujar, Aydeé; Janampa, Luis y otros. (2009). *Sistema nacional de capacitación para la mype peruana*. (1ra ed.). Lima: Universidad ESAN.
- Alburquerque, F. (2013). *Microempresa, Pequeña Empresa y Desarrollo Económico Local* (2da ed.). Chile: Centro superior de Investigación.
- Alcaraz, R. (1995). *Negocios de emprendedores* (1a ed.). México: Mc Graw Hill Interamericana.
- Alles, M. A. (2008). *Dirección Estratégica de Recursos Humanos gestión por competencias* (1a ed.). México: Gránica.
- ALVARADO LEÓN, K. M. (2008). *.GESTIÓN PÚBLICA - COMPRAS ESTATALES* (1a ed.). Lima: Tinco S.A.
- Alvarez, Mariano y Duran, José. (2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa* (1a ed.). San Salvador: GTZ.
- Anzola, S. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas* (6a ed.). México: McGRAW-HILL.
- Aragón, A. (2005). Factores asociados con el éxito competitivo de las pymes industriales en España. *Universia Business Review*(08), 38-51.
- Aranaga Manrique, D. F. (2010). *Política Económica y Desarrollo Nacional- Regional* (1a ed.). Lima: Universidad Nacional de Ingeniería.
- Argandoña, A; Gomez, S y Mele, D. (1997). *Empleo y Trabajo* (1a ed.). Barcelona: Folio.
- Arriaga, R; Conde, R y Estrada, J. (1996). *Las formas asociacionistas para la micro, pequeña y mediana industria en México* (1a ed.). México: Económico.
- Ballou, R. (2004). *Logística: administración de la cadena de suministro* (5° ed.). Monterrey: Pearson.
- Bernal , C. y Sierra , H. (2008). *Proceso Administrativo para las organizaciones del siglo XXI* (1a ed.). México: Pearson Educación.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (3a ed.). México: Pearson.
- Bernilla, M. (2014). *MyPe: Oportunidad de Crecimiento* (1a ed.). Lima: EDIGRABER.
- Bianchi, P. y Labory, S. (2006). *Manual Internacional sobre Política industrial* (1a ed.). Northampton: Edward Elgar.
- CEIM. (1992). *Innovación: Un factor clave para la competitividad de las empresas* (1a ed.). Madrid: Dirección General de Investigación. Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid.
- CEPAL. (2004). *Desarrollo productivo en economías abiertas*. Santiago de Chile: Cepal.
- CEPAL. (2011). *Apoyando a las PYMEs : Política de fomento en América Latina y el Caribe* (1a ed.). Chile: Naciones Unidas.
- Charaja Cutipa, F. (2011). *El MAPIC en la Metodología de Investigación* (2a ed.). Puno: Sagitario.
- Chiavenato. (2009). *Administración: Proceso Administrativo* (6a ed.). México: McGRAW-HILL.

- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano* (3a ed.). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Cipoletta, G., Pérez, G. y Sánchez, R. (2010). *Políticas integradas de infraestructura, transporte y logística: experiencias internacionales y propuestas internas, serie recursos naturales e infraestructura* (2da ed.). Santiago: CEPAL.
- CODEMYPE. (2005). *Plan nacional de promoción y formalización para la competitividad y desarrollo de la micro y pequeña empresa 2005-2009* (1a ed.). Lima: Ministerio de Trabajo y Promoción de empleo.
- Cohen, A. (1994). *La Creatividad de Andy* (2a ed.). México: Birmingham.
- Comisión Europea. (2000). Los retos de la política de empresa en la economía del conocimiento. En *Comunicación de la Comisión* (págs. 200-256). Bruselas.
- Croco & Santos. (2010). El sistema de fomento de las Micro y Pequeñas empresas en Brasil. En F. & Stumpo, *Políticas de apoyo a las pymesen Américas Latina* (1a ed., págs. 97-161). Santiago de Chile: CEPAL.
- Daft, R. (2004). *Administración* (SN ed.). México: Thomson.
- De la Dehesa, G. (2009). Competitividad Empresarial versus Competencia. *Mundo Pyme*, 4-6.
- Decreto Legislativo N° 1017. (2012). *Spj*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic5_per_1_dec_leg_1017.pdf
- Dessler, G. (1996). *Administración de Personal* (6a ed.). México: Prentice Hall Hispanoamericana S. A.
- Dessler, G. y Varela, R. (2009). *Administración de Recursos Humanos* (11a ed.). México: Pearson Educación.
- Dini, Marco y Stumpo, Giovanni. (2011). *Políticas para la innovación en las pequeñas y medianas empresas en América Latina* (1ra ed.). Chile: Naciones Unidas.
- Directiva N 007. (2015). *Disposiciones aplicables al registro de información en el sistema*. Lima.
- Dominguez, P. (1994). *Desempleo Problema Mundial* (1a ed.). Mexico: EDAMEX.
- Dunning, J. (2012). *Empresa multinacional y la economía global* (6a ed.). México: Fondo de Cultura Económica.
- Fernández, J. (1995). *El Proceso Administrativo*. (1a ed.). México: Diana.
- Ferraro y Stumpo. (2010). *Políticas de Apoyo a las Pymes en América Latina* (1a ed.). Chile: Naciones Unidas.
- Ferraro, Carlos y Stumpo, Giovanni. (2010). *Políticas de Apoyo a las Pymes en América Latina* (1a ed.). Chile: Naciones Unidas.
- Fonseca, O. (2008). *Vademecum Comtador* (1a ed.). Lima: Instituto de Investigación de Accountability y Control -ICCO.
- Fred, D. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica* (9a ed.). México: Pearson Educación.
- Friedman, A. (2004). *La Tecnología de la Información* (2a ed.). México: Human.
- Galan, J. y Vecino, J. (1997). *Las fuentes de rentabilidad de la empresa* (1a ed.). México: Empresa.
- Gallardo, G. &. (2013). *QUE SE PUEDE HACER CON EL PERÚ* (1a ed.). Lima: PUCP-UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO.
- Ghezzi, Piero y Gallardo, José. (2013). *Que se puede hacer con el Perú* (1a ed.). Lima: Universidad del Pacífico: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Gomez Aparicio, J. (2013). *Gestión logística y comercial* (1a ed.). Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L.

- Gómez, P. (2008). *Plan General de Contabilidad de Pymes* (1a ed.). México: Prentice Hall.
- GUEVARA, J. (2008). OIT-OMS. *DEL ESTRES EN EL TRABAJO*, 40-42.
- Gutiérrez Pulido, H. (2010). *Calidad Total y Productividad* (3a ed.). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Gutierrez, Walter y Otros. (2005). *La Constitución Comentada* (1a ed., Vol. I). Lima: Gaceta Jurídica.
- Hernandez, A. (2012). *DESARROLLO DE UN PLAN ESTRATEGICO DE LOGÍSTICA* (1° ed.). Bogotá: Universidad del Rosario.
- Hernández, J. (2008). *Ventaja competitiva. Creatividad para tu negocio* (1a ed.). México: Laredo.
- Hernandez, R. (2010). *Metodología de la Invenstigacion* (5a ed.). Mexico: Mc Graw-Hill / Interamericana Editores, S.A.
- hernandez, r. n. (2004). *salud y seguridad en el trabajo*.
- Hinostroza, S. (2012). *Historia de Grandes Empresas* (1a ed.). Lima: EDEPE.
- Hitt, M; Black, J; y Porter, L. (2006). *Administración* (1a ed.). México: Pearson Educación.
- Iguíñiz, J. y Távara, J. (1986). Reflexiones y propuestas sobre la industrialización en el Perú. En *Industrialización en América Latina - Crisis y perspectivas* (1a ed.). San José de Costa Rica: FLACSO-CEDAL.
- INEI. (2014). *Resultados de la Encuesta de Micro y Pequeña Empresa, 2013*. Instituto Nacional de Estadística e Informática, Lima y provincias. Lima: El congreso.
- Jacques, Cisneros y Morelos. (2011). *Administración de PYMES* (1a ed.). México: Pearson.
- Jaramillo, Miguel y Valdivia Nestor. (2005). *Las políticas para el financiamiento de las pymes en el Peru* (1ra ed.). Lima: Grade.
- Jones y George. (2010). *Administración Contemporánea* (2a ed.). México: Mc Graw Hill.
- Koontz, Harold y Weihrich, Heinz. (2004). *Administración una perspectiva global* (12a ed.). México: McGraw Hill.
- lazarus, r. (2003).
- Ley No 28015. (03 de 06 de 2003). *Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña empresa*. Recuperado el 03 de Octubre de 2015, de [file:///C:/Users/usuario2013/Downloads/898-2622-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/usuario2013/Downloads/898-2622-1-PB%20(1).pdf)
- Longoria, C. (2005). *Pensamiento Creativo* (2a ed.). México: CECSA.
- López Samchez, F. J. (2011). *La Administración de Recursos Humanos en la PYME* (1a ed.). México: Pearson Educacion.
- Luna Correa, J. E. (2012). *La Competitividad de Las Mypes del sector Manufacturero* (1a ed.). México: Fundación Universitaria.
- Maristany, J. (2007). *Administración de Recursos Humanos* (2a ed.). México: Pearson Educación.
- McEvoy, G. (1984). Small business personnel practices. *Journal of Small Business Management*, 01-08.
- Mondy, W. (2010). *Administracion de Recursos Humanos* (11a ed.). Mexico: Pearson Educación.
- Mondy, W. (2012). *Capital Humano* (1a ed.). México: Pearson.
- Mongrut, Samuel. (2013). El futuro del Eprendimiento. En *Cuando despertemos en 2062: Visiones del Perú en 50 años* (1a ed., págs. 293-318). Lima: UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO.

- Mora, L. (2010). *Gestión logística integral* (1a ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Münch, L. (2008). *Planeación Estratégica* (2a ed.). México: Trillas.
- Muñoz, c. (2002). *Auditoria en sistemas computacionales* (1a ed.). México: Pearson Educación de México, S. A. de C. V.
- Ocampo, P. (2009). Gerencia Logística y global. *EAN*, 113-136.
- OECD. (2010). *Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. Organización para la Competitividad y Desarrollo Económico* (1a ed.). México: Oslo.
- Olivares Leal, A. (2006). *Ventajas Competitivas Empresariales* (1a ed.). México: Pearson Educacion.
- OSCE. (2015). *Portal OSCE*. Recuperado el 25 de Octubre de 2015, de http://portal.osce.gob.pe/osce/sites/default/files/Documentos/Capacidades/Capacitacion/Virtual/curso_contratacion_obras/libro_cap3_obras.pdf
- Paredes, J. (2013). *PROCESO DE CONTROL Y SU INCIDENCIA EN LAS COMPRAS DIRECTAS EN LOS ORGANISMOS PÚBLICOS DESCENTRALIZADOS DE LIMA 2012-2013*. Lima: USMP.
- Parodi Trece, C. (2011). *Políticas Económicas y Sociales en Entornos Cambiantes* (1a ed.). Lima: Universidad del Pacífico.
- Parodi, C. (2011). *Políticas Económicas y Sociales en Entornos Cambiantes* (1a ed.). Lima: Universidad del Pacífico.
- Peres y Stumpo. (2002). *La dinámica de las pequeñas y medianas empresas industriales en América Latina y el Caribe* (1a ed.). México: CEPAL.
- Proinversión. (2006). *MYPEqueña Empresa Crece* (1a ed.). Lima: ESAN.
- Ramos, M. (2014). *Nuevo Manual Teórico Práctico de las MYPEs* (1a ed.). Lima: Berrio.
- Reta, M. (2008). *Políticas para la competitividad* (1a ed.). México: Eumed.
- Robbins, Stephen y Coulter, Mary. (2000). *Administración* (6a ed.). México: Pearson.
- Rodríguez, V. (2002). *Administración de pequeñas y medianas empresas* (1a ed.). México: Thompson.
- Ruiz, C. (2002). *Desarrollo empresarial en América Latina* (1a ed.). México: Ariel.
- Ruiz; Gago y otros. (2013). *Recursos Humanos y Responsabilidad Social Corporativa* (1a ed.). Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L.
- Saavedra, M. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento y Gestion*, 93-124.
- Sandoval; Possio y otros. (2012). *El régimen legal peruano de las micro y pequeñas empresas* (1a ed.). 2012: UPC.
- Serra, D. (2005). *La logística empresarial en el nuevo milenio* (3a ed.). Barcelona: Gestión.
- Stoner, Freeman y Gilbert, Daniel. (1996). *Administración* (6a ed.). México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Stumpo. (2007). *Pólítica de apoyo a las pequeñas y medianas empresas en América Latina: Situación actual y desafíos* (1a ed.). Buenos Aires: Desarrollo Pyme.
- Suarez, T. (2001). *La validez de la pequeña empresa como objeto de estudio*. (1a ed.). México: México UAM.
- T.U.O. (2008). *Texto Unico Ordenado de la ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de La Micro y Pequeña Empresa y al Acceso al Empleo DEcente*. Lima. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ds007-2008.pdf>

- Tarzijan, Jorge y Paredes Ricardo. (2006). *Organización Industrial para la Estrategia Empresarial* (2a ed.). México: Pearson Educación.
- Távora, J. (2010). Política Industrial y Desarrollo del Perú. En *Opciones de política económica e el Perú 2011-2015* (1a ed.). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Tejado, Javier y Iglesias Miguel. (2009). *Operaciones Administrativas de Recursos Humanos* (1a ed.). Madrid: Macmillan Profesional.
- Usaqui, J. (2010). *PLAN ESTRATÉGICO DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS PARA PARTICIPAR EN LICITACIONES ESTATALES: CASO PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA* (1a ed.). Lima: UNI.
- Vela, L. (2007). *Caracterización de las Micro y Pequeña Empresa (mypes) en el Perú y desempeño de las microfinanzas*. Recuperado el 26 de setiembre de 2015, de <http://www.empresarioperuano.com/files/images/001484.pdf>
- Verhees. (2004). "Market orientation, innovativeness, product innovation, and performance in small firms. *Journal of Small*, 86-91.
- Vertice. (2008). *Planificación de los Recursos Humanos* (1a ed.). España: Vértice Publicaciones.
- Villaran, F. (1998). *Riqueza Popular: Pasión y Gloria de la Pequeña Empresa* (1a ed.). Perú: El Congreso.
- Villaran, F. (2007). *El Mundo de la Pequeña Empresa* (S/E ed.). Lima: COPEME, CONFIEP Y MINCETUR. Recuperado el 03 de octubre de 2015, de http://www.sase.com.pe/consultores/files/2012/09/El_mundo_de_la_peque%25C3%25B1a_empresa-Fernando_Villaran-COPEME-CONFIEP-MINCETUR-Agosto2007-Carat.pdf
- Villarán, F. (2010). Políticas e instituciones de apoyo a la micro y pequeña empresa (MYPE) en el Perú. En C. Ferraro, & G. Stumpo, *Políticas de apoyo a las pymes en América Latina* (1a ed., págs. 343-384). Santiago de Chile: CEPAL.
- Villaran, Fernando y Chincaro, Samuel. (1998). *La Promoción Estatal a las PYMES en el Perú* (1a ed.). Lima: Cosude.
- Weinberger, K. (2013). Las empresas que necesitamos. En *Cuando despertemos en el 2062* (1a ed., págs. 269-291). Lima: UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO.
- Werther, W y Davis, K. (2008). *Administración de Recursos Humanos: El Capital de las Empresas* (6a ed.). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- Wheelen y Hunger. (2007). *Administración Estratégica y Política de Negocios* (10ma ed.). México: Pearson Educación.
- Wilkinson, A. (1999). Employment relations in SMEs. *Employment relations*, 206-217.
- Won Cam, D. (1997). *Los Grandes Pequeños Negocios* (1ra ed.). Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.



LISTA DE MUEBLERÍAS ESTUDIADAS

| N° | RAZON SOCIAL |
|----|--|
| 1 | MUEBLES NEGMAX |
| 2 | TABLITAS E.I.R.L. |
| 3 | TABLITAS INDUSTRIA DEL MUEBLE E.I.R.L. |
| 4 | MUEBLES NEGMA |
| 5 | MUEBLERIA ALADIN |



“POLÍTICAS DE FOMENTO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA DEL MUEBLE, PUNO 2015”

| PROBLEMA | HIPÓTESIS | VARIABLES | INDICADORES | OBJETIVOS |
|--|--|---|--|---|
| <p>PROBLEMA GENERAL -¿De qué manera contribuye las políticas de fomento en la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad de Puno?</p> | <p>HIPÓTESIS GENERAL Las políticas de fomento contribuye en la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad de Puno</p> | <p>Políticas de fomento (VI)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a capacitación y asistencia técnica • Asociatividad Empresarial • Acceso a compras estatales • Acceso a Información estadística ✓ Entidad financiera otorgante ✓ Tasas activas ✓ Monto de crédito | <p>OBJETIVO GENERAL -Evaluar la contribución de las políticas de fomento en la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad de Puno.</p> |
| <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS -¿Qué acciones y programas de desarrollo empresarial realizan las Instituciones públicas para lograr la productividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad de Puno?</p> | <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS -Las acciones y programas de desarrollo empresarial que realizan las Instituciones públicas para lograr la productividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad de Puno son la capacitación y asistencia técnica.</p> | <p>Competitividad empresarial (VD)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Efectividad ✓ Eficiencia ✓ Eficacia • Recursos tecnológicos • Innovación tecnológica • Vigilancia tecnológica | <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS. -Identificar las acciones y programas de desarrollo empresarial que realizan las Instituciones públicas para lograr la productividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad de Puno</p> |
| <p>¿Cómo contribuye el mecanismo de servicio financiero en el desarrollo de la innovación tecnológica de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad Puno?</p> | <p>•El mecanismo de servicio financiero contribuye en el desarrollo de la innovación tecnológica de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad Puno</p> | <p>Acciones y programas de desarrollo empresarial (VI)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a capacitación y asistencia técnica • Asociatividad Empresarial • Acceso a compras estatales • Acceso a Información estadística | <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS. -Determinar la contribución del mecanismo de servicio financiero en el desarrollo de la innovación tecnológica de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad Puno</p> |
| <p>¿En qué aspectos se puede mejorar los lineamientos de desarrollo empresarial para fortalecer la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas industriales de la Ciudad de Puno?</p> | <p>La propuesta de lineamientos de mejora para el desarrollo empresarial fortalecerá la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas industriales de la Ciudad de Puno</p> | <p>Productividad (VD)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Efectividad ✓ Eficiencia ✓ Eficacia | <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS. -Identificar las acciones y programas de desarrollo empresarial que realizan las Instituciones públicas para lograr la productividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad de Puno</p> |
| | | <p>Servicio financiero (VI)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Entidad financiera otorgante ✓ Tasas activas ✓ Monto de crédito | |
| | | <p>Innovación tecnológica (VD)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Recursos tecnológicos • Innovación tecnológica • Vigilancia tecnológica | |
| | | | | <p>Proponer lineamientos de mejora de desarrollo empresarial para fortalecer la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas industriales de la Ciudad de Puno</p> |



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**"POLÍTICAS DE FOMENTO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA DEL MUEBLE, PUNO 2015"**

TESIS PRESENTADO POR:**Bach. VELÁSQUEZ MIRANDA, Milton Jorge**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**FECHA DE SUSTENTACIÓN: 23 DE AGOSTO DEL 2016**

APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE : M.SC. Howard Rosas Becerra

PRIMER MIEMBRO : Lic. Adm. Braulio S. Villa Ruiz

SEGUNDO MIEMBRO: Lic. Adm. Carlos Choque Salcedo

DIRECTOR DE TESIS : Dr. Mario Aurelio Coyla Zela

ASESOR DE TESIS : Lic. Adm. Geovanna Sarela Ortega Cruz

PUNO – PERÚ

2016

Línea de investigación: Administración de Emprendimiento**Tema:** Fomento y Competitividad MyPE

"POLÍTICAS DE FOMENTO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPEs DEL SECTOR INDUSTRIA DEL MUEBLE, PUNO 2015"

"PROMOTION POLICY AND COMPETITIVENESS OF SMEs SECTOR FURNITURE INDUSTRY, PUNO CITY, 2015"

Velásquez Miranda, Milton Jorge
jorgemilton668@hotmail.com
Universidad Nacional del Altiplano-Puno

RESUMEN

Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES), sobre todo las pequeñas, tienen una gran importancia para el crecimiento económico y la generación de fuentes de empleo productivo, con múltiples beneficios para la economía local, la eficiencia colectiva del tejido empresarial y la sociedad en general, como se ha demostrado ampliamente en estudios conducidos en todo el mundo. El objetivo general es evaluar la contribución de las políticas de fomento en la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad de Puno. El presente trabajo es de enfoque cuantitativo, con alcance de investigación descriptiva. El diseño de la investigación fue no experimental – transversal. Para Identificar las acciones y programas de desarrollo empresarial que realizan las Instituciones públicas para lograr la productividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad de Puno y determinar la contribución del mecanismo de servicio financiero en el desarrollo de la innovación tecnológica de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad Puno. Se revisó diversos trabajos de los ámbitos académicos y profesionales, se corrobora con los resultados que muy pocas acciones y programas han tenido impacto significativo. Solamente ha cobrado notoriedad para el empresariado los aspectos laborales y tributarios, mas no así en los aspectos de creación de empresas, la organización y asociatividad empresarial, la gestión empresarial, la producción y productividad, el financiamiento público, las actividades económicas estratégicas, compras estatales, acceso a la información estadística. Por otro lado, para el recojo de la información se trabajó con una muestra equivalente al (40/100) % de una población de 12 Mypes industriales, a quienes se le aplicó un cuestionario de 52 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. Siendo estos los principales resultados: Durante el periodo de creación de la empresa, el 80% de las Mypes señalaron enfáticamente no haber recibido capacitación alguna por parte de las instituciones del Estado. De igual modo se dio en gestión empresarial, asociatividad, producción, productividad. La asistencia técnica solo se limitó en aspectos laborales y tributarios en donde el 80%

manifiesta haber recibido. Dichos resultados confirman la poca atención por parte del Estado hacia este rubro. Si están vivos las empresas en mención, es gracias a los ingenios en gestión de los factores de competitividad empresarial por parte de los emprendedores Puneños.

Palabras claves. Competitividad, estado, innovación, mypes, política industrial, y productividad.

INTRODUCCIÓN

El problema de reducción de pobreza, el desempleo, desigualdad, etc., está presente desde varias décadas atrás en la agenda de todos los gobernantes de nuestro país. La discusión ocupa el centro de debates políticos. Todos están de acuerdo en que deben erradicarse, pero hasta la fecha no se ha dado solución.

Desde el punto de vista económico y social, en el Perú existe la sensación de que ya se ha probado todo. Se ha pasado de modelos de desarrollo que le asignaban al Estado un papel intervencionista y protagónico en la economía (como el gobierno de Velasco entre 1968 y 1975) hasta modelos liberales, sostenidos en el libre mercado y, por lo tanto, en el sector privado como motor del desarrollo (desde 1990 hasta la actualidad 2016). En fin los gobiernos han experimentado con el país diferentes fórmulas para lograr el desarrollo y el bienestar de la población. No han tenido éxito. Hay crecimiento económico, pero no logramos desarrollo; crece el PBI pero persiste el desempleo y la pobreza; se crea riqueza pero no chorrean sus frutos.

Una cosa tienen en común las alternativas ensayadas por nuestros gobernantes: se han pensado y utilizado sólo para la formalidad, las grandes empresas Públicas y Privadas. Nunca se pensó en otras alternativas para el desarrollo. El gobierno militar, en su momento, apostó por unas cuantas empresas estatales como motores de desarrollo; hoy día se pone las esperanzas en la inversión extranjera. Todos los ojos se fijan en las empresas que aparecen en los periódicos, revistas y en las pantallas de televisión, pero no se vio como tal una tercera vía para el desarrollo; el fomento de la Micro y Pequeña Empresa (MyPEs).

En otros países como Brasil, Según Croco & Santos (2010:97) el debate sobre la importancia de las micro y pequeñas empresas (MPE) para el desarrollo económico adquirió relevancia en la década de 1980. Uno de los resultados de este cambio de postura fue la inclusión de tres artículos en la Constitución Federal de 1988, a saber: el artículo 146, inciso III, acápite d), que establece normas generales en materia tributaria y define un “tratamiento diferenciado y preferencial para las micro y pequeñas empresas”; el artículo 170, inciso IX, que dispone un “tratamiento preferencial para las pequeñas empresas brasileñas de capital nacional”, y el artículo 179, que instituye un

“tratamiento jurídico diferenciado (para las micro y pequeñas empresas), con miras a incentivarlas mediante la simplificación de sus obligaciones administrativas, tributarias, previsionales y crediticias o mediante su eliminación o reducción por ley”.

En nuestro País, las Micro y Pequeñas Empresas nacieron solas, nadie les llamó, ni les apoyó con políticas de fomento como tal. Recibieron muy poco los privilegios y favores que otorgaba el Estado a las grandes empresas formales. Las razones tal vez las más poderosas para dejar de lado a las MyPEs se debe a las anteojeras ideológicas y culturales (Villarán, 2010).

En fin las MyPEs fueron catalogadas terminantemente como un complemento o alternativa de las grandes empresas. Sin embargo son de vital importancia para la economía del país y la región. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo, tienen una gran significación, porque aportan con un 40% al PBI, y con un 80% de la oferta laboral, sin contar con el autoempleo que generan y sobre todo como importantes fuentes de innovación, adaptabilidad a los cambios e incubadoras de grandes empresas de mucho éxito.

Por otra parte el Ministerio de la Producción (2011:21) precisa que “a nivel nacional las MYPE emplean al 59,6% de la población económicamente activa, sin embargo este porcentaje varía de 43,7% hasta 88,8% según la región. Así podemos apreciar que las regiones de Lima, Piura, Arequipa, Lambayeque, Callao, Ica, Tacna, Tumbes y Moquegua, menos del 62,0% de su población se emplea en una MYPE. En cambio en las regiones de La Libertad, Cajamarca, Puno, Cusco, Junín, Ancash, Loreto, San Martín, Ayacucho, Ucayali, Huancavelica, Apurímac, Amazonas, Pasco y Madre de Dios, más del 59,6% de la población se emplea en una MYPE”.

A pesar de ello, recién en el 2003 el Estado aprobó el marco regulatorio para la promoción de la MyPEs, y nombró al MTPE como ente rector que define las políticas nacionales de promoción de las MyPEs y coordina con las entidades de los sectores público y privado, la coherencia y complementariedad de las políticas sectoriales.

Una vez resaltado la importancia de las MyPEs como motor del crecimiento económico y desarrollo del país e identificado que es uno de los sectores con menos apoyo concreto y recibido por parte del gobierno. El presente trabajo de investigación busca identificar las políticas de fomento público que contribuyen en la competitividad de las MyPEs industriales en la ciudad de Puno. Específicamente veremos la problemática de asistencia técnica, financiamiento, innovación y productividad, dado que, en esos aspectos adolecen generalmente las Mypes.

Política industrial

Según Gutierrez y Otros (2005:794) en el Artículo 59 de la Constitución Política de 1993, el Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria y brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades. Seguidamente, para Ramos (2014:17) el primer acápite del artículo 60 precisa que el Estado Reconoce el Pluralismo económico, enfatizando que la economía nacional se sustenta en la coexistencia de diversas formas de propiedad y de empresa.

En el artículo 02 del T.U.O de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del acceso al Empleo Decente, aprobado por Decreto Supremo N°007-2008-TR, publicado el 30 de setiembre de 2008, señala que 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”

Según Távara (2010:18), sostiene que hace algunas décadas muchos economistas compartían la convicción de que los países en desarrollo enfrentaban diversas «fallas de mercado» y que para resolverlas era indispensable la intervención activa del Estado. Fueron los años de las políticas industriales dirigidas a la gran transformación de las estructuras económicas para colocar a las sociedades en la senda del desarrollo. Luego vinieron los tiempos de crisis y los economistas empezaron a aceptar la idea de que los fracasos en la intervención gubernamental representaban un peligro mucho mayor que las fallas de mercado, de manera que la mejor política consistía en limitar al máximo dicha intervención, desregulando y liberalizando los mercados.

Como observa irónicamente Rodrik (2007: 99), citado por Távara (2010:19) «la realidad no ha sido muy amigable con ninguno de estos dos enfoques». En la experiencia peruana, las políticas asociadas al modelo de sustitución de importaciones, la empresa pública y la planificación centralizada, dieron lugar a desarrollos significativos en algunas industrias. Sin embargo por diversas razones no pudieron sostenerse y fracasaron en medio de graves crisis económicas (Iguíñiz &

Távora, 1986). De otro lado, las políticas de liberalización, privatización y desregulación, adoptadas a comienzos de la década de 1990, han estimulado el crecimiento económico y la expansión de algunos sectores, pero no han logrado resolver aún una serie de problemas básicos que afligen a la sociedad peruana.

Para Bianchi y Labory (2006), citado por Távora (2010:19), la persistencia de estos problemas en muchos países en desarrollo —en especial la baja calidad del empleo generado, con salarios reducidos y jornadas de trabajo prolongadas— ha dado lugar a un renacimiento de la política industrial como eje fundamental de las políticas públicas. No se trata, por cierto, de regresar a las «políticas dirigistas» de los setenta. Casi todos los economistas, incluyendo aquellos orientados por principios socialistas, están convencidos del valor de la libertad y la iniciativa privada y de las ventajas de los mercados como mecanismos descentralizados de asignación de recursos.

La política industrial tiene entonces como propósito orientar el proceso de transformación y desarrollo de una economía. Su punto de partida es el reconocimiento de que la industrialización es esencial para lograr el desarrollo y de que es posible actuar sobre este proceso a fin de renovar y fortalecer la estructura económica (Bianchi, P. y Labory, S, 2006, pág. 03). Uno de sus objetivos es mejorar la capacidad de competir de las empresas localizadas en un país o en un territorio específico en función del objetivo central de elevar la calidad de vida y el bienestar de las personas.

Competitividad

La competitividad debe ser entendida como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, lucrativa o no, de obtener y mantener ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico (Luna Correa, 2012, pág. 08)

Por su parte Reta (2008: 59) define que la competitividad es la capacidad de cualquier organización, pública o privada, para perseverar en forma ordenada y precisa ventajas comparativas que le permitan alcanzar, mantener y desarrollar determinada posición en el entorno social y económico. Agrega, La ventaja comparativa o competitiva de una empresa estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos, etc., de los que dispone, y los mismos de los que carecen sus competidores o tienen en menor medida, haciendo esto posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos. El concepto de competitividad nos hace pensar en la idea “excelencia”, con características de eficiencia y eficacia de la organización.

Competitividad empresarial.

Según Porter (1990) y Krugman (1994), citado por (Saavedra, 2012, pág. 100) han señalado que las que compiten son las empresas no las naciones; a un país lo hacen competitivo las empresas competitivas que hay en este; por lo tanto, son estas la base de la competitividad.

Solleiro y Castañón (2005), citado por (Saavedra, 2012, pág. 101) señalan que la competitividad es la capacidad de una organización para mantener o incrementar su participación en el mercado basada en nuevas estrategias empresariales, en un sostenido crecimiento de la productividad, en la capacidad interempresarial para participar en negociaciones con diferentes instituciones y otras compañías dentro de su ambiente, en un ambiente competitivo determinado por el sector y el mercado de los consumidores y en políticas introducidas por los gobiernos nacionales y alianzas económicas regionales.

Indicadores de la competitividad empresarial

Varios estudiosos del tema de la competitividad empresarial han intentado generar modelos o metodologías con el fin de determinar la competitividad en las empresas.

Para Rubio y Aragón (2006), citado por Saavedra (2012:103) la clave de la competitividad son los recursos críticos, por lo tanto será indispensable identificar estos en la pyme.

CUADRO 01
Indicadores de competitividad empresarial

| Indicadores/ autor | Rubio y Aragón (2006) | De la Cruz, Morales y Carrasco (2006) | Solleiro y Castañón (2005) | OCDE (1992) | Quiroga (2003) |
|--|-----------------------|---------------------------------------|----------------------------|-------------|----------------|
| Indicadores externos | | | X | | X |
| Tecnología | X | X | X | | X |
| Innovación | X | | | | |
| Mercadotecnia | X | X | X | X | |
| Recursos Humanos | X | X | X | X | X |
| Capacidades directivas | X | | | | X |
| Recursos financieros | X | X | X | | X |
| Cultura | x | | | | |
| Calidad | | | X | | X |
| Producción | | x | | X | X |
| Logística | | x | | | |
| Organización interna | | | X | | X |
| Compras | | | X | X | X |
| Investigación y desarrollo | | | X | X | X |
| Interacción con proveedores y clientes | | | | X | |

Fuente: Tomado del Artículo: Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme Latinoamericana (Saavedra, 2012)

RECURSOS ESTRATÉGICOS DE LAS PYME

Las coincidencias encontradas ponen de manifiesto que la mayoría de los factores críticos de éxito destacados por la literatura académica y por la profesional, se centran en los activos intangibles. Concretamente, los que aparecen con mayor frecuencia son la gestión financiera, los recursos tecnológicos y la innovación, la calidad, la dirección y gestión de los recursos humanos, la flexibilidad de la estructura organizativa, los sistemas de información y las alianzas y acuerdos de cooperación.

La mayoría de estos recursos han sido identificados también como factores de éxito de la gran empresa, lo que cuestiona su exclusividad y nos conduce a analizar el papel jugado como favorecedores del éxito competitivo en las empresas de menor tamaño, según las investigaciones revisadas (Aragón, 2005).

Recursos Financieros

La gran debilidad de los balances en la pyme hace necesaria una correcta y minuciosa planificación financiera a corto plazo, que evite uno de sus problemas más frecuentes: **la falta de liquidez**. Habitualmente el poder de negociación con entidades de crédito es inversamente proporcional al tamaño, por lo que a menor tamaño peor acceso a las fuentes de financiación ajenas. Para aumentar las posibilidades de acometer las inversiones necesarias para el desarrollo de la organización y crear una base financiera más sólida es vital constituir reservas o fondos que permitan una disminución de costes financieros. También se hace preciso un alto conocimiento de la oferta financiera y saber aprovechar las ayudas oficiales existentes (subvenciones a la explotación, subvenciones de capital, bonificaciones fiscales, subvenciones del tipo de interés, etc.). (Aragón, 2005)

Recursos tecnológicos

Donovan (1996) citado por Aragón (2005:41) sostiene que para afrontar los abundantes desafíos del entorno y poder adaptarse a las exigencias de los clientes las pyme deberán incorporar o desarrollar activos tecnológicos que les permitan posicionarse por delante de sus competidores. Los directivos, en primer lugar, deben planificar cuidadosamente las inversiones en nuevas maquinarias, procesos, y asegurar en sus recursos humanos las competencias necesarias para su manejo. Del mismo modo deben, siempre que sea posible, potenciar el desarrollo interno de la tecnología. En segundo lugar, es fundamental asegurar los recursos financieros necesarios para acometer las inversiones necesarias. Si esto no es posible se debe acudir a la cooperación tecnológica entre empresas, arma estratégica que permite

impulsar proyectos y actividades que no se podrían emprender aisladamente de forma competitiva.

Innovación

Lloyd, Reason y otros (2003), citado por Aragón (2005:41-42) señalan que el éxito de las empresas también se asocia al desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos que permitan responder a las necesidades de los clientes, adaptarse a los cambios en el entorno o bien, mejorar las oportunidades para alcanzar los objetivos de la empresa. El pequeño tamaño es fuente de ventajas en este factor competitivo. La menor burocracia, la comunicación fluida y frecuente entre las distintas áreas y, sobre todo, la gran capacidad de respuesta a los cambios del entorno, por su mayor flexibilidad y cercanía al mercado, hace que sus menores recursos no mermen su capacidad innovadora.

Tres son los pilares sobre los que se asienta la innovación en las pyme: el directivo, los trabajadores y la cooperación con otras empresas. El directivo de una pyme debe favorecer la generación y el desarrollo de nuevas ideas. Estas nuevas ideas pueden mejorar la forma en que hasta el momento se están haciendo las cosas en la empresa, o bien, cambiar radicalmente los procedimientos establecidos. (Aragón, 2005)

En segundo lugar, los recursos humanos son un elemento fundamental para el desarrollo de innovaciones muy especialmente en las pyme. Los mayores niveles de comunicación, los menores niveles de formalización que dotan de una mayor autonomía de los trabajadores y el mayor compromiso que se establece entre trabajador y empresa facilitan la participación de los trabajadores en el desarrollo de innovaciones (Gupta y Singhal, 1993; Chandler et al., 2000; Verhees et al., 2004).

Por último, y del mismo modo que ocurría con la inversión en tecnología, la limitación de recursos existente en este tipo de empresas hace que sea muchas veces imposible la creación de departamentos de I+D+i (investigación, desarrollo e innovación), por eso la cooperación entre pyme vuelve a ser una arma estratégica al generar redes colectivas de conocimiento (Verhees et al., 2004).

Calidad del producto o servicio

Otro de los factores necesarios para competir es la adecuación del conjunto de características y atributos del producto a las necesidades y expectativas del comprador. Este ajuste se ve favorecido por la implantación de sistemas de gestión de la calidad total. Aunque a corto plazo pueden suponer fuertes inversiones, a medio y

largo plazo reducen costes, originan clientes y empleados satisfechos y mejoran la productividad y los resultados de la empresa (Aragón, 2005).

Entre los elementos fundamentales de la gestión de la calidad total se encuentran: la orientación al cliente, la planificación, el compromiso y el liderazgo directivo, la calidad de la información, la formación, la existencia de un departamento de calidad, la participación de los trabajadores, la gestión de procesos, el diseño de los productos y servicios y la gestión de proveedores. Algunos de estos al no requerir sistemas complicados de gestión, se presentan sin dificultad en las empresas de menor tamaño (Ahiere y Golhar, 1996; Lee, 2004).

Recursos Humanos

Para lograr el éxito competitivo, las empresas deben establecer los mecanismos que permitan atraer candidatos cualificados, retener y motivar a los actuales empleados y establecer fórmulas que los ayuden a crecer y desarrollarse dentro de la empresa. No dar el valor requerido a la gestión de los recursos humanos constituye la principal causa de fracaso en las pyme (McEvoy, 1984).

El pequeño tamaño también es fuente de oportunidades en la gestión de los recursos humanos (Wilkinson, 1999). Concretamente esta afirmación se sustenta en el buen clima laboral existente, motivado por los excelentes canales de comunicación, los mayores niveles de flexibilidad de los trabajadores y la alta motivación laboral. La motivación del trabajador aumenta debido a la cercanía con el directivo, a la alta relación entre las tareas desarrolladas y el resultado final obtenido por la empresa y a la elevada variedad de tareas existente en los puestos. (Aragón, 2005).

Estructura organizativa flexible

Las pyme suelen presentar estructuras sencillas y poco jerárquicas. Ello les permite responder de forma rápida, eficiente y variada a los distintos tipos de cambios internos y externos. Esta orientación a la flexibilidad se ve motivada por los altos niveles de incertidumbre externa que soportan (Westhead y Storey, 1996). Mientras que la incertidumbre interna es baja, ya que el directivo está próximo a sus trabajadores y por tanto tiene más oportunidad de comprobar que sus decisiones se están llevando a cabo eficientemente, la incertidumbre externa es muy alta. Esto se debe a que su menor poder de mercado les hace depender de un número reducido de compradores, tienen un peor acceso a fuentes de financiación ajenas y una menor gama de productos y servicios. (Aragón, 2005)

Cooperación

La cooperación representa una alternativa estratégica que permite alcanzar el tamaño competitivo en ciertas actividades, sin necesidad de fusionarse y por tanto manteniendo la independencia jurídica y patrimonial. Pese a la importancia teórica y práctica de la cooperación y a pesar del apoyo institucional a la misma entre pyme (financiando los gastos del proceso), las pyme todavía se sienten recelosas a utilizar esta arma estratégica, debido a la reticencia a compartir sus decisiones con otras empresas, al excesivo individualismo de sus propietarios, a la desconfianza en el resto de cooperantes o por sentirse incapacitados para desarrollar el acuerdo (Montes y Sabater, 2002).

METODOLOGÍA

Tipo de investigación

El trabajo de investigación es de enfoque cuantitativo y de alcance de investigación descriptiva, ya que Hernandez Sampieri (2014:92) busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.

Población

Según Jany (1994:48), citado por (Bernal, 2010, pág. 160) población es “la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia” o bien, unidad de análisis.

Para el presente se decidió estudiar el sector industrial de la MYPES de la ciudad de Puno, y dentro del mismo se eligió como unidad de análisis a las mueblerías que en esencia se dedican a dos actividades: Fabricación y comercialización de muebles. Por lo tanto es allí donde se aplicaron los instrumentos de medición, luego han sido analizados los respectivos resultados. La gran mayoría se ubica en el parque industrial del centro Poblado de Salcedo.

Tamaño de la muestra

Según Bernal (2010:162) existen varias clasificaciones para los métodos de muestreo, las más usadas son: diseños probabilísticos y no probabilísticos, y diseños por atributos y por variables.

A partir de la elección de la base de datos del Directorio de la Dirección Regional de la Producción de Puno, las Mypes industriales formalmente constituidas no pasan de 12. Para efectos del presente trabajo de investigación, el tamaño de la muestra lo determinamos a través de la muestra FISHER-ARKIN-COLTON: Por tener una población menor a 500 tomamos el 40% del sector industrial de mueble calculando hallamos las siguientes muestras:

| EMPRESAS | POBLACIÓN TOTAL | MUESTRA |
|--|-----------------|-----------|
| Micro y Pequeñas empresas del sector industria del mueble debidamente constituidas, con personería jurídica. | 12 | 05 |
| TOTAL | 12 | 05 |

Población de 12 Micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble, aplicando el 40% nos dio una muestra de 05 empresas para el trabajo de investigación. Se tomó encuesta a los representantes de la empresa: Dueño-gerente o administradores.

Diseño del instrumento de medición

La variable competitividad se ha intentado medir de diferentes maneras, a lo largo de investigaciones teóricas y empíricas. A nuestro juicio son dos los mejores trabajos bien concisos: el de Saavedra (2012). Quien toma como indicadores para la competitividad empresarial a: la calidad, tecnología, capital humano, valores de la empresa, mercado, medio ambiente, normas y reglamentos técnicos. El otro es de Aragón (2005), que consigna como indicadores de competitividad a los siguientes factores: recursos financieros, tecnológicos, la innovación, calidad del producto y servicios, recursos humanos, estructura organizativa flexible, sistemas de información y cooperación organizacional.

Teniendo en consideración la complementariedad y la inclusión de algunos factores en el segundo trabajo. Se respeta las variables y se adaptan los indicadores. Con dichas variables se diseñó un instrumento de medición.

Escalas de medición

Una vez definidas las variables e indicadores, es necesario cuantificarlas para poder analizarlas y expresarlas matemáticamente. Por lo anterior, se hace necesario el uso de escalas convencionales para poder cuantificar el instrumento de medición. Para esta investigación, se utilizó la escala de medición convencional planteado por el investigador. Al responder, los individuos proporcionan información según el número de eventos ocurridos:

- a. 01 vez
- b. 02 veces
- c. 03 veces
- d. Las veces que era necesario
- e. Ninguna vez

Dicha escala convencional puede acortarse o incrementarse en el número de categorías, pero lo esencial nos ha conducido a un resultado concerniente al papel del estado en la contribución de lograr la competitividad de las Mypes del sector mueblería de nuestra ciudad de Puno.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Tras realizar unos análisis estadísticos descriptivos, se comprueba que las mypes industriales desde un inicio han estado en olvido por parte del Estado. Es así que, el 80% del total de las empresas encuestadas manifiestan no haber recibido ninguna vez en el proceso de constitución de la empresa orientación, información y procedimientos a seguir por parte del personal que labora en la institución del Estado. En este aspecto coincidimos con Turpo Castillo (2011), quien manifiesta que en la Provincia de Puno, los Gobiernos Locales no tienen interés por la Promoción del Desarrollo de las MyPEs; muy a pesar de los considerados del D.L. 1086- Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo decente y la Ley 27972 Orgánica de Municipalidades.

Por otro lado, solamente el 20% manifiesta haber recibido una vez, alguna orientación. Por otro lado, los líderes de las pequeñas empresas, tan solamente asistieron un 20% una sola vez a una capacitación sobre gestión y liderazgo organizada por una institución pública. El otro 80% asegura tajantemente no haber sido parte en ninguna oportunidad. Esta situación se debe a que “las políticas de desarrollo empresarial implementadas en el plan de desarrollo provincial Concertado de la Municipalidad Provincial de Puno son incoherentes y ambigüas en su planteamiento y no fueron aplicados a las MyPEs de acuerdo a sus objetivos; y, la falta de difusión no permite su conocimiento por parte de los directivos de las empresas, y son factores que no permiten generar ventajas competitivas de las MyPEs industriales” (Turpo Castillo: 2011)

El 60% de las empresas para estar acorde con las normas laborales y sobretodo tributarios, recibió a su debido tiempo capacitación por parte de la institución pública competente. El otro 20% afirma haber recibido un poco. En fin el otro 20 % categóricamente puntualiza no haber recibido de ningún modo.

Las empresas han desarrollado un mecanismo de producción para minimizar el desperdicio de los materiales e insumos, un 80% asevera que está basado en

medidas de corte. Esta situación se con mayor frecuencia en las medidas como en el enchape, triplay. Un 20 % asegura hacerlo basado en procesos, medidas de corte y acabados. Estas buenas acciones se lograron con iniciativa propia.

El 100% de las empresas manifestaron no haber accedido a ningún tipo de crédito público. Esta situación se da, puesto que, los programas de fomento público mayormente se han concentrado en la costa. Por dicha razón jamás las organizaciones recibieron capacitación alguna de las ventajas y desventajas de un crédito financiero estatal por parte de una Institución pública cuando las empresas tuvieron la necesidad de un apalancamiento financiero. Es así sobre la cuestión coincidimos con Huacasi Gonzáles (2014), quien enfatiza que el “financiamiento continua siendo una de las principales dificultades para el desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en el Perú, no obstante los avances experimentados en materia de desarrollo y profundidad financiera. Parte importante de estas empresas no logra acceso a condiciones formales de crédito debido a los altos costos de tasa de interés, elevados colaterales y complejos requerimientos técnicos y burocráticos, generados por problemas de asimetrías de información. Esto las obliga a recurrir a fondos propios o de proveedores.

El 20% de las empresas adquirieron 02 máquinas; el 40% en cambio adquirió 03 máquinas. Por ultimo otro 40% no ha adquirido ninguna maquinaria alguna. Cabe resaltar que en las empresas, solo una minoría tiene máquinas automatizadas y multifuncionales. La gran mayoría utilizan las maquinarias convencionales que no optimizan el tiempo a cabalidad. Por otro lado un 60% del total de los encuestados manifiestan que la maquinaria más costosa que adquirieron oscila entre [16000-20000] soles. Mientras tanto un 40% manifiesta que el costo de adquisición asciende hasta [20000 a más. Estos montos, dan a conocer que en cuestión de maquinaria no toda empresa lo tiene bien implementado, dado que, las automatizadas superan los \$60,000.00, ello hace que muchas veces tengan desabastecidas las tiendas y tengas retrasos de pedidos.

CONCLUSIONES

Tras revisar diversos trabajos de los ámbitos académico y la presente investigación, se confirma, Respecto a la Evaluación de la contribución de las políticas de fomento en la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad de Puno, no hay una contribución integral, en la medida que, solamente el trabajo realizado hasta ahora por las instituciones del Estado se ha concentrado en aspectos laborales y tributarios, mas no en otros

aspectos que realmente hubiera generado un impacto para el desarrollo de las empresas industriales.

Respecto a la Identificación de las acciones y programas de desarrollo empresarial que realizan las Instituciones públicas para lograr la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad de Puno, los resultados evidencian que muy pocas acciones y programas han tenido impacto significativo. Solamente ha cobrado notoriedad para el empresariado los aspectos laborales y tributarios, mas no así en los aspectos de creación de empresas, la organización y asociatividad empresarial, la gestión empresarial, la producción y productividad, el financiamiento público, las actividades económicas estratégicas, compras estatales, acceso a la información estadística. Esta situación se debe a que las instituciones públicas del rubro tienen limitada política de involucramiento, dado que no trabajan en base a metas y objetivos como las empresas privadas.

Concerniente a la determinación de la contribución del mecanismo de servicio financiero en el desarrollo de la innovación tecnológica de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la Ciudad Puno. Las empresas nunca han sido beneficiadas por el servicio financiero público. Los apalancamientos financieros les han sido otorgados por entidades financieras privadas; por lo tanto no hubo contribución alguna en el desarrollo tecnológico. El proceso de innovación tecnológica con que cuentan las empresas en mención son producto de trabajo y esfuerzo de cada organización.

En fin, las Mypes nacieron solas, se fortalecieron solas y siguen caminando solas. Son el motor del desarrollo económico, social y sobre todo industrial, en la medida que se van orientando a la transformación de materias primas con valor agregado.

BIBLIOGRAFÍA

- Montes; Sabater, R. (2002). "Alianzas estratégicas: modelo para la gestión del proceso de negociación. *Empresa*, 84-99.
- Ahiere y Golhar. (1996). Quality management in large versus small. *Journal of Small Business Management*, 01-11.
- Aragón, A. (2005). Factores asociados con el éxito competitivo de las pymes industriales en España. *Universia Business Review*(08), 38-51.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (3a ed.). México: Pearson.
- Bianchi, P. y Labory, S. (2006). *Manual Internacional sobre Política industrial* (1a ed.). Northampton: Edward Elgar.
- Comisión Europea. (2000). Los retos de la política de empresa en la economía del conocimiento. En *Comunicación de la Comisión* (págs. 200-256). Bruselas.
- Gutierrez, Walter y Otros. (2005). *La Constitución Comentada* (1a ed., Vol. I). Lima: Gaceta Jurídica.
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (6a ed.). Mexico: McGraw Hill.
- Huacasi Gonzales, R. (2014). *El financiamiento en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas y su efecto en la gestión de las empresas industriales de la región Puno periodo 2012-2013*. Puno.

- Iguíñiz, J. y Távora, J. (1986). Reflexiones y propuestas sobre la industrialización en el Perú. En *Industrialización en América Latina - Crisis y perspectivas* (1a ed.). San José de Costa Rica: FLACSO-CEDAL.
- Ley No 28015. (03 de 06 de 2003). *Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña empresa*. Recuperado el 03 de Octubre de 2015, de file:///C:/Users/usuario2013/Downloads/898-2622-1-PB%20(1).pdf
- Luna Correa, J. E. (2012). *La Competitividad de Las Mypes del sector Manufacturero* (1a ed.). México: Fundación Universitaria.
- McEvoy, G. (1984). Small business personnel practices. *Journal of Small Business Management*, 01-08.
- Parodi, C. (2011). *Políticas Económicas y Sociales en Entornos Cambiantes* (1a ed.). Lima: Universidad del Pacífico.
- Ramos, M. (2014). *Nuevo Manual Teórico Práctico de las MYPEs* (1a ed.). Lima: Berrio.
- Reta, M. (2008). *Políticas para la competitividad* (1a ed.). México: Eumed.
- Saavedra, M. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento y Gestion*, 93-124.
- Távora, J. (2010). Política Industrial y Desarrollo del Perú. En *Opciones de política económica e el Perú 2011-2015* (1a ed.). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Turpo Castillo, J. (2011). *Políticas de desarrollo empresarial de la Municipalidad Provincial de Puno y su incidencia en la formalización de las Mypes industriales, periodo 2008-2009*. Puno.
- Vela, L. (2007). *Caracterización de las Micro y Pequeña Empresa (mypes) en el Perú y desempeño de las microfinanzas*. Recuperado el 26 de setiembre de 2015, de <http://www.empresarioperuano.com/files/images/001484.pdf>
- Verhees. (2004). "Market orientation, innovativeness, product innovation, and performance in small firms. *Journal of Small*, 86-91.
- Villaran, F. (2007). *El Mundo de la Pequeña Empresa* (S/E ed.). Lima: COPEME, CONFIEP Y MINCETUR. Recuperado el 03 de octubre de 2015, de http://www.sase.com.pe/consultores/files/2012/09/El_mundo_de_la_peque%C3%B1a_empresa-Fernando_Villaran-COPEME-CONFIEP-MINCETUR-Agosto2007-Carat.pdf
- Villarán, F. (2010). Políticas e instituciones de apoyo a la micro y pequeña empresa (MYPE) en el Perú. En C. Ferraro, & G. Stumpo, *Políticas de apoyo a las pymes en América Latina* (1a ed., págs. 343-384). Santiago de Chile: CEPAL.
- Weinberger, K. (2013). Las empresas que necesitamos. En *Cuando despeperemos en el 2062* (1a ed., págs. 269-291). Lima: UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO.
- Wilkinson, A. (1999). Employment relations in SMEs. *Employment relations*, 206-217.

