

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ECONOMÍA



TESIS

**FACTORES DETERMINANTES DEL CRECIMIENTO DE LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL PERÚ 2013**

PRESENTADA POR:

JUAN CARLOS LARICO FLORES

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

MAGÍSTER SCIENTIAE EN ECONOMÍA

MENCIÓN EN PROYECTOS DE INVERSIÓN

PUNO, PERÚ

2018

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ECONOMÍA



TESIS

FACTORES DETERMINANTES DEL CRECIMIENTO DE LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL PERÚ 2013

PRESENTADA POR:

JUAN CARLOS LARICÒ FLORES

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

MAGÍSTER SCIENTIAE EN ECONOMÍA

MENCIÓN EN PROYECTOS DE INVERSIÓN

APROBADA POR EL JURADO SIGUIENTE:

PRESIDENTE


M. Sc. ADALBERTO CALSIN SÁNCHEZ

PRIMER MIEMBRO


M. Sc. RICHARD RENE POMA CAÑAZACA

SEGUNDO MIEMBRO


M. Sc. FAUSTINO FLORES LUJANO

ASESOR DE TESIS


Dr. ALFREDO PELAYO CALATAYUD MENDOZA

Puno, 19 de julio de 2018

ÁREA: Economía de la empresa y mercados.

TEMA: Organización y gestión de las PYMES.

DEDICATORIA

A mis padres Gualberto Larico y Julia Flores que me formaron con disciplina, pragmatismo y ser el pilar fundamental en todo lo que soy, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Con sincero afecto a mis hermanas; Faneth Roxana, Juana Beatriz y Carmen Rosa; por sus invaluables apoyos, alientos y consejos que me dieron para culminar el presente estudio.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional del Altiplano por haberme brindado la oportunidad de estudiar.

A mi asesor de tesis Dr. Alfredo Pelayo Calatayud Mendoza, por la orientación, asesoramiento y tiempo dedicado para la culminación de la presente tesis.

A la empresa “JC COMPANY S.A.C.” por el apoyo.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTOS	II
ÍNDICE GENERAL	III
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE FIGURAS	VIII
ÍNDICE DE ANEXOS	IX
RESUMEN	X
ABSTRACT	XI
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

REVISIÓN DE LITERATURA

1.1 Marco Teórico	3
1.1.1 Teoría del crecimiento endógeno	3
1.1.2 Teoría de la empresa basada en el conocimiento (TBC)	4
1.1.3 Teoría de la empresa de Coase	5
1.1.4 Teoría de la empresa de Williamson	5
1.1.5 Factor Social	7
1.1.6 Factor Económico	9
1.1.7 Factores de Éxito	10
1.1.8 Maximización del beneficio	11
1.1.9 Enfoque de Costos Marginales	15
1.1.10 Curva de Demanda de Mercado	16
1.1.11 Teoría de la contingencia para la gestión	17
1.2 Antecedentes	18

CAPÍTULO II**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

2.1 Definición del problema	24
2.2 Justificación	27
2.3 Objetivos	27
2.3.1 Objetivo General	27
2.3.2 Objetivo Especifico	27
2.4 Hipótesis	28
2.4.1 Hipótesis General	28
2.4.2 Hipótesis Específica	28

CAPÍTULO III**MATERIALES Y MÉTODOS**

3.1 Lugar de estudio	29
3.2 Población	29
3.3. Muestra	30
3.4 Método de investigación	32
3.4.1 Método de investigación del objetivo 1 y 2	32

CAPÍTULO IV**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1 Resultados Econométricos	39
4.1.1 Resultados del objetivo específico 1	39
4.1.2 Resultados del objetivo específico 2:	43
4.2 Resultados estadísticos	46
4.2.1 Identificación de la empresa e informante	46
4.2.2 Las MYPE desarrollan e implementan una cultura empresarial asociativa	54
4.2.3 Las MYPE incrementan y aplican su conocimiento sobre prácticas modernas de gestión empresarial	55
4.2.4 Las MYPE acceden e implementan nuevas tecnologías para la gestión empresarial	56

4.2.5 Las MYPEs incrementan e implementan su conocimiento sobre tecnologías de información y comunicación (TIC'S)	56
4.2.6 Las MYPEs adoptan e implementan tecnologías innovadoras para mejorar procesos productivos	57
4.2.7 Las MYPEs acceden a los servicios financieros	58
4.3 Discusiones	58
4.3.1 Hipótesis específica 1	58
4.3.2 Hipótesis específica 2	59
CONCLUSIONES	61
RECOMENDACIONES	62
BIBLIOGRAFÍA	64
ANEXOS	68

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
1. Ámbito de estudio	29
2. Módulo utilizado	30
3. Actividad económica principal de la empresa	31
4. Identificación de variables	37
5. Identificación de variables	40
6. Efectos marginales	41
7. Efectos marginales por área geográfica	45
8. Licencia municipal e incremento en ventas de la MYPE.	47
9. Licencia sectorial e incremento en ventas de la MYPE.	47
10. Organización e incremento en ventas de la MYPE.	48
11. Régimen de propiedad del local e incremento en ventas de la MYPE.	48
12. Si cuenta con FACEBOOK e incremento en ventas de la MYPE.	49
13. Si cuenta con TWITTER e incremento en ventas de la MYPE.	49
14. Sexo de los propietarios e incremento en ventas de la MYPE.	50
15. Nivel de educación de los propietarios e incremento en ventas de la MYPE.	52
16. Pertenecía a alguna organización o agrupación entre MYPE con fines empresariales	55
17. Asistió usted o el responsable de la empresa a algún evento de capacitación relacionado a la Gestión Empresarial	55
18. Participación en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión e incremento en ventas de la MYPE.	56
	vi

19. Capacitación en TIC e incremento en ventas de la MYPE.	57
20. Participar en proyectos o eventos sobre tecnologías innovadoras e incremento en ventas de la MYPE.	57
21. Accedió a algún tipo de financiamiento e incremento en ventas de la MYPE.	58

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
1. Función de costos e ingresos	14
2. Curva de Oferta de Corto Plazo para una Empresa Precio aceptante	16
3. Construcción de la Curva de Demanda de Mercado a partir de Curvas de Demanda Individuales	17
4. Curva de probabilidad de ocurrencia de un evento.	35
5. Efecto de participar en proyectos o eventos sobre tecnologías innovadoras para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios.	44
6. Edad del propietario respecto a la edad de la MYPE.	50
7. Crecimiento de la MYPE por genero respecto a edad del propietario y edad de la MYPE.	51
8. Nivel de educación del propietario respecto al crecimiento de la MYPE.	53
9. Crecimiento de la MYPE por zonas respecto a edad del propietario y edad de la MYPE..	54
10. Ubicación de la costa, sierra y selva del Perú	70

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
1. Matriz de consistencia de la investigación propuesta	69
2. Ubicación de la costa, sierra y selva del Perú	70
3. MIPYMES formales, según regiones, 2015	71
4. Evolución de la mipyme formal, 2007-2015	71
5. Perú: empresas formales, según segmento empresarial, 2015	72
6. Perú: Mipymes formales por estrato empresarial, según sección CIIU, 2015	73
7. Mipymes formales, según sector económico, 2010 y 2015	73
8. Resultados del modelo	74
9. Resultados del modelo de la costa	77
10. Resultados del modelo de la sierra	81
11. Resultados del modelo de la selva	85
12: Encuesta de micro y pequeña empresa EMYPE – 2013	88

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó con el objetivo de identificar los factores determinantes del crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú, como fuente de información se utiliza la base de datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) de la Encuesta de Micro y Pequeña Empresa 2013. Para la estimación se utilizó el método inductivo. La forma funcional del modelo se estimó a través de máxima verosimilitud, el mismo que resuelve problema en datos de corte transversal. Los resultados muestran que los factores que inciden en el incremento del nivel de ventas de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPEs) en el Perú son: edad del propietario, capacitación en tecnologías de información y comunicación, solicitud de financiamiento y participación en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión. Finalmente, el efecto de participar en proyectos o eventos sobre tecnologías para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios sobre la probabilidad de incrementar el nivel de ventas de las MYPEs en el Perú es del 12.30 % a un nivel de significancia del 1%.

Palabras claves: crecimiento, método inductivo, procesos, productos y tecnologías.

ABSTRACT

The present research work was carried out with the objective of identifying the determinants of the growth of micro and small enterprises in Perú, as a source of information the database of the National Institute of Statistics and Informatics (INEI) of the Survey is used. of Micro and Small Business 2013. For the estimation the inductive method was used. The functional form of the model was estimated through maximum likelihood, which solves the problem in cross-sectional data. The results show that the factors that affect the increase of the sales level of Micro and Small Enterprises (MSEs) in Perú are: age of the owner, training in information and communication technologies, request for financing and participation in service events on new technologies for management. Finally, the effect of participating in projects or events on technologies to improve their products, processes or service provision on the probability of increasing the level of sales of the MSEs in Perú is 12.30% at a level of significance of 1%.

Keywords: growth, inductive method, processes, products and technologies.

INTRODUCCIÓN

“Las economías más dinámicas del mundo se insertan en el proceso de globalización a través de la integración comercial como parte de su estrategia de desarrollo. Las economías regionales y locales de un país lo harán con mayor razón, la base de su crecimiento económico está en los esfuerzos para mejorar su productividad; es decir, no solo deben de mejorar su inversión en capital físico o capital humano, sino su capital social y tecnología” (Avila, 2008). “Asimismo, el proceso de globalización del comercio ha llevado a un número creciente de empresas a buscar, desarrollar y consolidar oportunidades más allá de sus mercados domésticos, con el fin de ampliar y garantizar su supervivencia”(Ruppenthal y Bausch, 2009), “de tal manera que es considerada por los gobiernos como la locomotora de la economía”(Zou y Stan, 1998).

En los países en desarrollo como en los desarrollados se sustentan en el entendido de que la micro y pequeñas empresas (MYPEs) aportan decisivamente a la creación de empleo, la dinámica económica local, la eficiencia colectiva del tejido empresarial, crecimiento económico, contribuyente potencial e impulsoras del cambio tecnológico de la economía de un país. Sin embargo, las micro y pequeñas empresas enfrentan una serie de problemas como rezago tecnológico, falta de capacitación, de información de procesos técnicos y de mercado que limitan su desarrollo y supervivencia a largo plazo. “Estudios previos indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados” (Sitharam y Hoque, 2016).

Las MYPEs en el Perú poseen un destacable comportamiento dentro del crecimiento y desarrollo económico. La estructura empresarial peruana del 2015 no presenta cambios sustanciales respecto de lo que ha venido ocurriendo en el pasado: el 95% de las empresas son microempresas, el 4,3% pequeñas empresas y 0,2% medianas empresas (Sunat. Registro Único de Contribuyente, 2015). “se estima que 9.2 millones de peruanos están involucrados en una actividad emprendedora, de los cuales el 75% tiene un periodo de operaciones de entre 0 y 42 meses, y el restante 25% sobrepasó este periodo, considerándose como empresas consolidadas” (Serida *et al*, 2013). “Por cada 100 emprendimientos en etapa temprana existen solo 23 emprendimientos consolidados, con una tendencia a seguir disminuyendo. Esto supone que en el Perú las condiciones aún son poco favorables para la consolidación empresarial” (Serida *et al.*, 2013).

El objetivo principal de la investigación es determinar los factores determinantes del crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú, con base en los resultados del presente estudio, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Ministerio de la Producción, Gobiernos Regionales, Gobiernos locales y empresas privadas, pueden tomar decisiones desde el punto de vista financiero, económico y disponer de elementos objetivos con los cuales evaluar la conveniencia de establecer proyectos, políticas de competitividad y productividad que impulsen el desarrollo empresarial, y poder reducir la alta tasa de mortalidad de las MYPEs, importante para el desarrollo del país.

Se utiliza como fuente de información la base de datos del INEI de la Encuesta de Micro y Pequeña Empresa (EMYPE) – 2013. Para la estimación se ha utilizado el método inductivo, a través del modelo Probit.

El presente documento está organizado de la siguiente manera: En el primer capítulo, se desarrolla el marco teórico y antecedentes. En el segundo capítulo, se presenta la identificación del problema, enunciado del problema, justificación, los objetivos y las hipótesis de investigación. En el tercer capítulo, lugar de estudio, población, muestra, métodos y descripción detallada de métodos por objetivos específicos. y en el cuarto capítulo, resultados, discusión, conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

REVISIÓN DE LITERATURA

1.1 Marco Teórico

1.1.1 Teoría del crecimiento endógeno

Hace hincapié en inversión en capital humano, el comercio internacional y el avance tecnológico sobre la tasa de crecimiento y el proceso de convergencia de países desarrollados y en vía de desarrollo. A diferencia de los modelos de crecimiento (Solow, 1956), la teoría del crecimiento endógeno intenta explicar cómo el progreso tecnológico se convierte en un determinante clave del crecimiento de los países. Autores como (Arrow, 1962) incorporan la noción de learning by doing en la explicación del crecimiento económico a largo plazo, mediante la cual el progreso tecnológico se considera un factor de producción endógeno.

A partir de la identificación de este factor, autores como (Lucas, 1988; Rebelo, 2010; Romer, 1986) establecen que el crecimiento es impulsado por el cambio tecnológico endógeno. En esencia, se trata de un cambio proveniente de la inversión en ciencia y tecnología y de los desbordamientos tecnológicos (spillovers) derivados de la Investigación y Desarrollo (I+D). (Romer, 1986) señala que el conocimiento es un insumo que muestra rendimientos crecientes debido a las externalidades positivas que genera. Bajo esta misma interpretación, (Aghion y Howitt, 1999; Grossman y Helpman, 2007) destacan que el capital humano procede de la acumulación formativa a través de los años de escuela y de la experticia lograda por el individuo en su lugar de trabajo. Estos autores aducen que las empresas acumulan conocimiento por medio de la I+D y

este no es un bien de libre disposición, es decir, tiene un costo, por lo que este tipo de modelos se esfuerza por esclarecer cómo se difunde la tecnología entre los países.

1.1.2 Teoría de la empresa basada en el conocimiento (TBC)

Dicha teoría sostiene que tanto la adquisición como el uso de conocimiento relevante explican los resultados competitivos de la organización (Nahapiet y Ghoshal, 1998; Yli-Renko *et al.*, 2001). Asimismo, la TBC postula la necesidad de compartir dicho conocimiento entre las diferentes personas, de tal manera de generar aprendizaje (Nonaka, 1994). La acumulación de conocimiento, su aprendizaje y aprehensión han sido considerados como factores influyentes en el proceso de internacionalización de la pequeña y mediana empresa (Knowledge y Fletcher, 2011).

La estrategia basada en el conocimiento debe comenzar por recurso intangible básico, la capacidad de las personas, que son los únicos agentes de la empresa. La estructura de las organizaciones se va construyendo a través de las interacciones entre las personas. Por lo que se puede concluir que en las organizaciones la mayoría de cosas mantienen una relación dinámica, así que sería más correcto el uso del verbo conociendo y organizando en lugar de conocimiento y organización.

Se plantea una organización basada en relaciones humanas, es decir, las personas crean estructuras para comunicarse, externas e internas. Las personas pueden utilizar sus competencias para crear valor en dos direcciones: transfiriendo y convirtiendo el conocimiento internamente o externamente en la organización a la que pertenecen. Cuando los administradores dirigen los esfuerzos de los individuos internamente, se obtienen estructuras intangibles como mejora de procesos y nuevos diseños de producto. Si por el contrario dirigen sus esfuerzos al exterior, se crean estructuras intangibles, como relaciones con los clientes, reputación y nuevas experiencias con los clientes. En contra de los bienes tangibles, el conocimiento crece cuando se usa, y se deprecia cuando no se utiliza. El valor crece cada vez que se produce una transferencia porque el mismo no abandona al creador, y, por el contrario, se enriquece con la interacción. Por ello, el conocimiento compartido es conocimiento doble. Desde el punto de vista individual hay que tener en cuenta que compartir conocimiento puede ser una pérdida de competitividad, como pérdida de oportunidades de profesión, trabajo extra y falta de

reconocimiento. Desde el punto de vista organizativo se trata de promover este tipo de relaciones y espacios de colaboración (Álvarez *et al.*, 2014).

1.1.3 Teoría de la empresa de Coase

Coase (1937) se preguntó por qué en las empresas un cuerpo administrativo coordinaba el uso de los factores productivos en reemplazo del mecanismo de precios. Su respuesta fue que esto ocurría cuando el costo de esa coordinación era menor que las transacciones correspondientes en el mercado.

El punto de partida de Coase, era que las transacciones en los mercados tienen un costo, y estos costos son más elevados cuando se trata de factores y servicios productivos. Esto ocurre porque los factores que se adquieren o contratan se aplican a procesos repetitivos y de largo plazo. No se trata de adquirir un bien o servicio ocasional, sino de asegurar una provisión continua o disponer de un activo específico. Eso eleva el costo de búsqueda, elección y contratación.

Coase explicaba cuándo conviene emplear el mecanismo de la empresa y cuando es preferible emplear el mecanismo de precios. Lo que no explicaba Coase es por qué algunos individuos organizan empresas y otros individuos trabajan para esas empresas. Él ironiza cualquier referencia a la voluntad de ciertos individuos de subordinarse, así como de tratar de ser independiente y descarta estas preferencias como una explicación de la naturaleza de la empresa.

Adicionalmente indica que en la economía hay cuatro diferentes estructuras de mercado o tipos de competencias: competencia perfecta, monopolios, mercados de competencia monopolística y los oligopolios. Todos estos mercados asignan los recursos eficientemente o ineficientemente de acuerdo a número de empresas.

1.1.4 Teoría de la empresa de Williamson

Argandoña (1994) argumenta que los costos de transacción no se pueden evitar del todo, pero mediante los contratos esto se puede reducir. Este economista reconoce a la empresa como un nexo de contratos y subraya la relevancia de conceptos clave como los derechos de propiedad y los costos de transacción que son la base para entender los

intereses particulares de los individuos que tiene que con la transacción económica en una empresa y que originan conflictos de interés.

Este trabajo completa la teoría sobre los límites de la empresa, ya que trata con detalle el tema de los costes, así como el concepto de autoridad y el posible abuso de la misma. Frente a la creencia de que la organización jerárquica es costosa debido a los procesos administrativos, Williamson argumenta que es posible ampliar el tamaño de la empresa sin variar estos procesos administrativos.

Las aportaciones más importantes de Williamson a la Teoría de la empresa van en 2 líneas:

- a) **Metodológica:** Propone una unidad de análisis para estudiar la sociedad: La transacción (que sería cualquier transformación entre unidades tecnológicamente separadas). Así, para 2 unidades diferentes la cuestión es ¿se constituye una empresa o no?

Cuando es mejor una solución u otra es lo que trata de explicar mediante: Las características de las propias transacciones:

- Cómo se distribuye la información (completitud y simetría)
- Especificidad de los activos (generales vs. específicos)
- Frecuencia con la que ocurre la transacción (alta o baja)

Así, tendríamos transacciones simples (información completa y simétrica + activos generales + frecuencia baja) y transacciones complejas (información incompleta y asimétrica + activos específicos + frecuencia alta)

Las características de las personas:

- Racionalidad limitada: Límites del cerebro para acceder a la información y conducir la relación (de transacción, en este caso)
- Oportunismo de las personas (y, por tanto, valor de la confianza)

- b) **Contratos:** Como acuerdos voluntarios sobre los términos en que va a transcurrir una transacción. Así, los contratos completos anticiparían todo lo que puede pasar en una transacción, y los pasos a dar en cada caso. Por su parte, los contratos incompletos serían un marco general que vendría acompañado de un sistema de gobierno (mecanismo de decisión en caso de escenarios no previstos en el marco general).

Así, tendríamos 3 sistemas de gobierno diferenciados: Jerárquico (la decisión la toma una de las partes de la transacción), bilateral (la decisión se toma por consenso) y trilateral (la decisión la toma un tercero ajeno a la transacción).

Hay que destacar que en los 3 casos es posible la negociación. Lo que diferencia a cada uno de ellos es la autoridad que elige el punto de ruptura. En un contrato completo también existiría la negociación (pero, en este caso, si no hay acuerdo, no hay contrato)

La teoría desarrollada por Williamson en sus trabajos, por tanto, establece que el mercado actuaría satisfactoriamente si no hubiera obstáculos (p. ej. información incompleta) para establecer y hacer cumplir contratos detallados. Una vez establecida una inversión a largo plazo por una de las partes en determinados activos (físicos o humanos), el mercado se estrecha por la dependencia mutua que tienen las dos partes. Por tanto, en ausencia de un contrato completo a largo plazo, existen unas plusvalías a negociar a posteriori. Los costes de esta negociación son más altos cuando, por la mutua dependencia, resulta difícil cambiar de socio (las pérdidas son mayores cuando no se llega a un acuerdo satisfactorio). Finalmente, Williamson establece que los costes de la negociación se pueden reducir incorporando todos los activos complementarios en la misma empresa. Así, debido al entorno legal de la empresa, se pueden evitar muchos conflictos mediante el ejercicio de la autoridad de los directivos.

1.1.5 Factor Social

Se refiere a las actividades, deseos, expectativas, grados de inteligencia y educación de las personas de una determinada sociedad.

¿Cuáles son los factores sociales que debe considerar toda empresa?

a. Organización:

Se refiere a la relación organizativa que tiene la empresa como la participación de los socios, niveles democráticos en la toma de decisiones, liderazgo y cohesión.

b. Capacidad empresarial:

Se refiere a las empresas cuya cultura se transformó de productor a empresario.

c. Desarrollo de productos:

Empresas que se han fortalecido al realizarla diversificación de productos, innovación y diseño de empaques, selección y transformación de materias primas.

d. Innovación y uso de tecnologías avanzadas:

Son las empresas sociales que hayan creado y utilicen actualmente un proceso o varios con tecnología.

e. Comercialización:

Son empresas que han logrado integrar la producción a la distribución.

f. Impacto social comunitario:

Son empresas consideradas ejemplo en sus comunidades por ser generadoras de empleo y/o dan servicios a la comunidad.

g. Integración ecológica con el medio ambiente:

Son empresas comprometidas con la ecología utilizando tecnología amigable con el medioambiente.

h. Rentabilidad y fortalecimiento financiero:

Empresas que han logrado disminuir el gasto de operación y los costos de producción en forma significativa.

i. Equidad de género:

Empresas que brindan iguales oportunidades de trabajo y desarrollo a las mujeres y a los hombres.

j. Integración de cadenas productivas:

Son aquellas empresas que han unido sus esfuerzos para compactar la oferta.

k. Impacto en el desarrollo regional:

Empresas que detonan vocaciones productivas locales, crean mecanismos reguladores de precios, promueven el arraigo en los habitantes

1.1.6 Factor Económico

Afecta el padrón de compra y el padrón de gasto de los consumidores. Los factores económicos más importantes son: la magnitud del ingreso disponible, la distribución del ingreso, la política seguida por las empresas en materia de distribución de beneficios y el estado de desarrollo económico de la sociedad.

Los factores económicos en la empresa más importantes que influyen dentro del ámbito de las empresas van a ser mencionadas a continuación, Hay que tener en cuenta que cada uno de estos efectos influyen en las empresas de una forma u otra, por lo que deben ser tenidos en cuenta en cualquier empresa antes y después de su creación.

Factores económicos permanentes

- Nivel general de la actividad económica, en donde afectan las dimensiones del mercado del país, las disponibilidades del factor trabajo y el capital social básico.
- El grado de desarrollo económico de la región, en donde está establecida la empresa, no es lo mismo tener una empresa en una región o país con alto desarrollo económico como si se trata de una zona con un desarrollo económico bajo. Las características no son las mismas, por lo que los factores de la empresa tampoco lo son.
- El índice de crecimiento de la población, según el índice de crecimiento de la población, que puede tener altos o bajos grados de natalidad o mortalidad o incluso inmigración incluye la economía de la empresa. De ello va a depender el consumo que se va a realizar, cuando la población aumenta, el PBI tiene que ser mayor que el crecimiento de la población.
- El grado de industrialización, que esté ligado al grado de especialización de la fuerza laboral, existen empresas en que se requiere un alto grado de industrialización, que cada vez es mayor. El cambio tecnológico afecta a los productos y al proceso mismo de producción.
- Los niveles remunerativos, de los niveles remunerativos dependen las remuneraciones de los trabajadores. A mayor nivel salarial mayor es la dedicación

económica que se requiere para la actividad, aunque de ello también depende la mayor capacidad de consumo. Hay que tener en cuenta también las presiones de los sindicatos para mayores remuneraciones y condiciones laborales de los trabajadores.

- La distribución de la riqueza a nivel país, según la distribución de la riqueza existirán mercados con mayor y menor capacidad de crecimiento o de rentabilidad.
- La disponibilidad de las materias primas, si no existen materias primas para la producción de la empresa su crecimiento es menor y el precio de las materias primas tiende a subir. Sin embargo, si existen materias primas suficientes su precio será inferior y se podrán nutrir las necesidades de los clientes obteniendo mayores beneficios.

Factores temporales a nivel país:

- El nivel de actividad económica coyuntural, existen una serie de elementos que configuran la situación de un país del que dependen su expansión, continuación o estancamiento de la actividad económica, lo que afecta directamente a las empresas.
- La situación de la balanza de pagos, la balanza de pagos recoge información sobre las transacciones entre residentes y no residentes de un país, y el saldo de la balanza de pagos en general dependen del régimen del tipo de cambio de la economía. Si se encuentra equilibrada tiene saldo cero.

1.1.7 Factores de Éxito

En el artículo de (Koontz *et al.*, 2012) propone una definición de este término como la unión de dos conceptos: Factores Clave de Éxito y Factores Generadores del Éxito; el primero indica que “Son todas aquellas características o atributos que el producto o servicio tienen que tener para llevar al cliente a tomar la decisión de compra” y el segundo concepto propone que “Son todos aquellos recursos y competencias tangibles e intangibles que deben estar a disposición de la empresa para poder crear una plataforma financiera, técnica y administrativa para diseñar, producir y mercadear un producto o servicio que cree ventaja competitiva sostenible para la empresa” (Koontz *et al.*, 2012) estos dos conceptos significarían entonces que para que una empresa sea exitosa, su producto o servicio debe poseer unas características que lo hagan ser distinto

a los demás, que lo hagan merecedor de ser seleccionado por los clientes, así mismo, la empresa para poder tener un producto competitivo, esta debe estar soportada técnica, financiera y administrativamente para el diseño, producción y mercadeo del producto.

Es significativo tener presente los estudios realizados sobre los principales factores de éxito en las empresas que fueron enfocados en una investigación realizada por (Aragón y Rubio, 2005) y los cuales los dividen en dos grandes grupos a analizar, desde un ambiente externo y un ambiente interno de la empresa, en el primer grupo se encuentran identificadas las variables que resultan del entorno de actuación de la empresa, es decir, por una parte las variables sociales, económicas, políticas y legales que afectan el funcionamiento de las empresas ubicadas en un determinado lugar y por otra parte las características estructurales que moldean el entorno sectorial bajo el cual se desarrolla la competencia entre empresas, en el segundo grupo están las variables propias de cada empresa, es decir los recursos físicos, técnicos, financieros, innovación y a las habilidades y conocimientos tecnológicos, organizativos, directivos entre otros.

1.1.8 Maximización del beneficio

Una empresa maximizadora de beneficios elige tanto sus factores como sus niveles de producción con el único objetivo de conseguir los máximos beneficios económicos posible. Es decir, trata de hacer de que la diferencia entre sus ingresos totales y sus costes económicos totales sea lo mayor posible (Nicholson, 2005).

1.1.9.1 La maximización de los beneficios y el marginalismo

Si las empresas son estrictas maximizadoras de los beneficios, tomaran decisiones de una manera marginal, El empresario realizara un experimento conceptual de ajustar las variables que puede controlar hasta que sea imposible aumentar más los beneficios. esto significa por ejemplo siendo una unidad más o el beneficio adicional que puede conseguirse contratando un trabajador más. En la medida en que este beneficio adicional sea positivo, se producirá más o se contratara un trabajador más. Cuando el beneficio adicional de una actividad se vuelve nulo, el empresario ha llevado esa actividad hasta el límite, por lo que sería rentable ir más allá.

1.1.9.2 La elección del nivel de producción

Como mejor se muestra esta relación entre la maximización de los beneficios y el marginalismo es examinado el nivel de producción que elige una empresa para lograr obtener los máximos beneficios posibles. En primer lugar, debemos definir los beneficios. En sus actividades, la empresa vende un nivel de producción, q , a un precio de mercado de P por unidad. Por lo tanto, los ingresos totales (IT) vienen dados por:

$$IT(q) = P(q) * q \quad (1)$$

Donde hemos tenido en cuenta la posibilidad de que el precio de venta que percibe la empresa depende de la cantidad que venda. En la producción de q , se incurre en unos costos económicos que representaremos, por medio de $CT(q)$.

La diferencia entre los ingresos y los costos se denomina beneficios económicos (π). Dado que tanto los ingresos y los costos dependen de la cantidad producida, lo mismo ocurre con los beneficios. Es decir,

$$\pi(q) = P(q) * q - CT(q) = IT(q) - CT(q) \quad (2)$$

La condición necesaria para elegir el valor de q que maximiza los beneficios se halla igualando a 0 la derivada de la ecuación (2) con respecto a q^2 .

$$\frac{d\pi}{dq} = \pi'(q) = \frac{dIT}{dq} - \frac{dCT}{dq} = 0 \quad (3)$$

Por lo que la condición de primer orden para alcanzar un máximo es que

$$\frac{dIT}{dq} = \frac{dCT}{dq} \quad (4)$$

Por lo tanto, tenemos el siguiente principio de optimización: para maximizar los beneficios económicos, la empresa debe elegir el nivel de producción en el que el ingreso marginal sea igual al costo marginal. Es decir,

$$IM = \frac{dIT}{dq} = \frac{dCT}{dq} = CM \quad (5)$$

1.1.9.3 Las condiciones de segundo orden

La ecuación (4) y (5) no es más que una condición necesaria para maximizar los beneficios. Para que sea suficiente, también es necesario que

$$\frac{d^2\pi}{dq^2} \Big|_{q=q^*} = \frac{d\pi'(q)}{dq} \Big|_{q=q^*} < 0 \quad (6)$$

O sea, que el beneficio marginal sea decreciente en el nivel óptimo de q . cuando q es menor que q^* (que es el nivel óptimo de producción), los beneficios deben ser crecientes [$\pi'(q) > 0$]; y cuando es mayor que q^* , los beneficios deben ser decrecientes [$\pi'(q) < 0$]. Solo se han obtenido los máximos beneficios posibles si se cumple esta condición.

Análisis grafico

Estas relaciones se muestran en la Figura 1, en la que el panel superior representa las funciones habituales de coste e ingreso. En donde los niveles de producción bajos, los costos son superiores a los ingresos y, por lo tanto, los beneficios económicos son negativos. En los intervalos intermedios de producción. Los ingresos son superiores a los costos; eso significa que los beneficios son positivos. Por últimos, en los niveles de producción altos, los costos aumentan rápidamente y de nuevo son superiores a los ingresos. La Figura 1 muestra la distancia vertical entre las curvas de ingresos y de costos (es decir, los beneficios). En esta figura, los beneficios alcanzan un máximo en q^* . En este nivel de producción, también es cierta que la pendiente de la curva de ingresos (ingreso marginal) es igual a la pendiente de costos (costo marginal). Es evidente en la figura que las condiciones suficientes para alcanzar un máximo también se satisfacen en este punto, ya que los beneficios aumentan a la izquierda de q^* y disminuyen a la derecha de ese nivel. Por lo tanto, el nivel de producción q^* es que permite realmente obtener unos beneficios máximos. No ocurre así con el nivel de producción q^{**} . Aun cuando el ingreso marginal sea igual al costo marginal en este nivel de producción, los beneficios son en realidad, mínimos.

El ingreso marginal debe ser igual al costo marginal para maximizar los beneficios, dado que los beneficios son los ingresos (IT) menos los costos (CT),

es evidente que los beneficios serán máximos cuando la pendiente de la función de costos (costo marginal). Esta igualdad solo es una condición necesaria para alcanzar un máximo, como puede verse comparando los puntos q^* (un verdadero máximo) y q^{**} (un verdadero mínimo) en los que el ingreso marginal es igual al costo marginal.

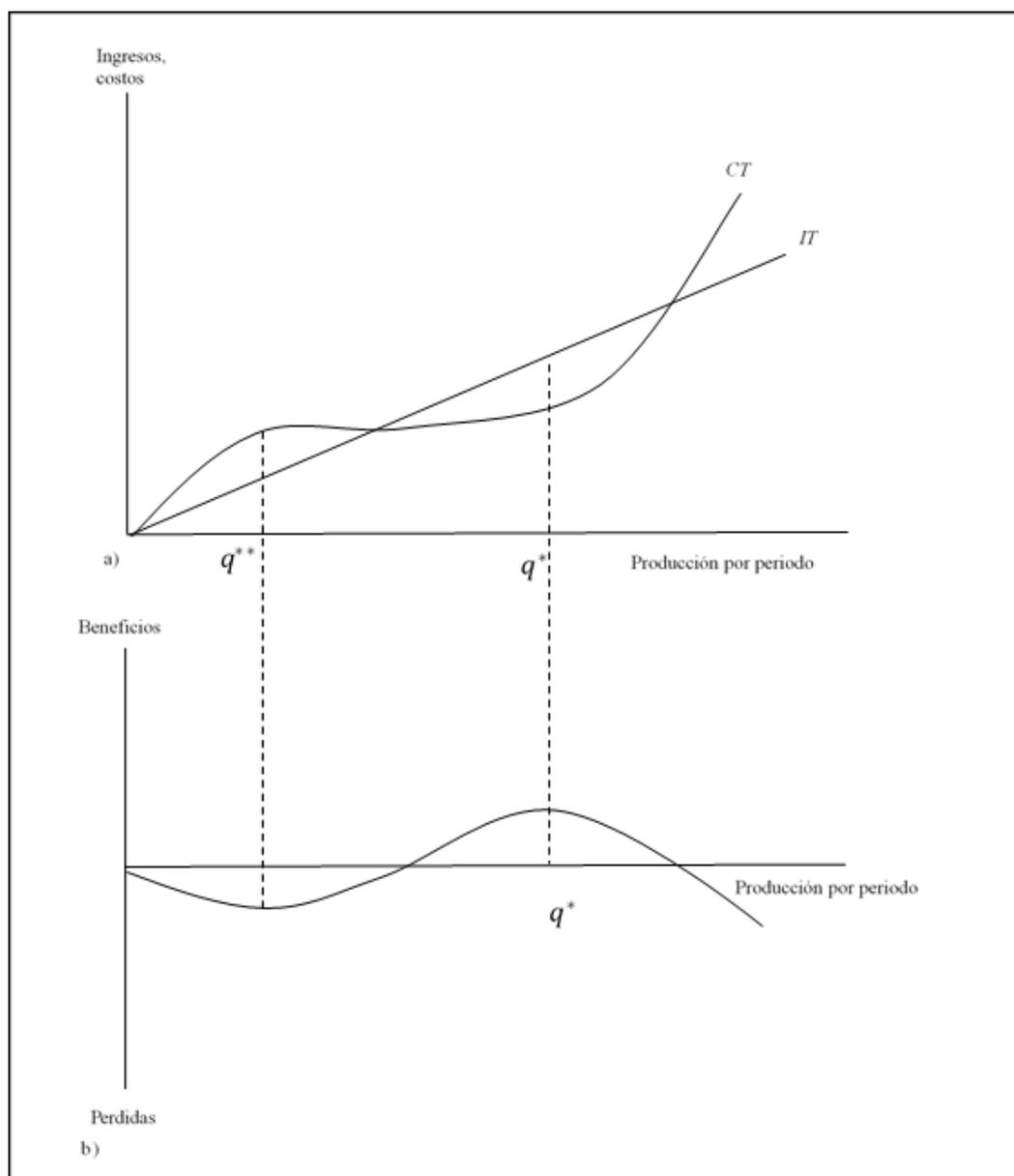


Figura 1. Función de costos e ingresos

Fuente: Nicholson (2005).

1.1.9 Enfoque de Costos Marginales

Desde el enfoque de costos marginales para la determinación de la curva de oferta a corto plazo de una empresa competitiva maximizadora de beneficios, (Nicholson, 2005) indica: "la curva de oferta de corto plazo de la empresa muestra cuánto producirá para distintos precios posibles de su producción. Para una empresa maximizadora de beneficios que toma el precio de sus productos como dado, esta curva es el segmento de pendiente positiva del coste marginal a corto plazo de la empresa por encima del mínimo del coste variable medio. Para precios inferiores a este nivel, la decisión maximizadora de beneficios de la empresa consiste en cerrar y en no producir nada".

En la Figura 2 se muestra a una empresa precio aceptante producirá el nivel de producción para el que $CM_{gcp} = P$. En P^* , por ejemplo, la empresa producirá q^* . La curva del CM_{gcp} también muestra lo que se producirá para otros precios. Sin embargo, para precios inferiores al CVM_{cp} , la empresa elegirá no producir. Las líneas gruesas del gráfico representan la curva de oferta a corto plazo de la empresa. Matemáticamente, la función oferta es:

$$q^* = f(P, v, w) \quad (1)$$

donde:

q^* = cantidad ofertada por la empresa

P = precio de mercado del producto

v = precio del factor capital

w = precio del factor mano de obra

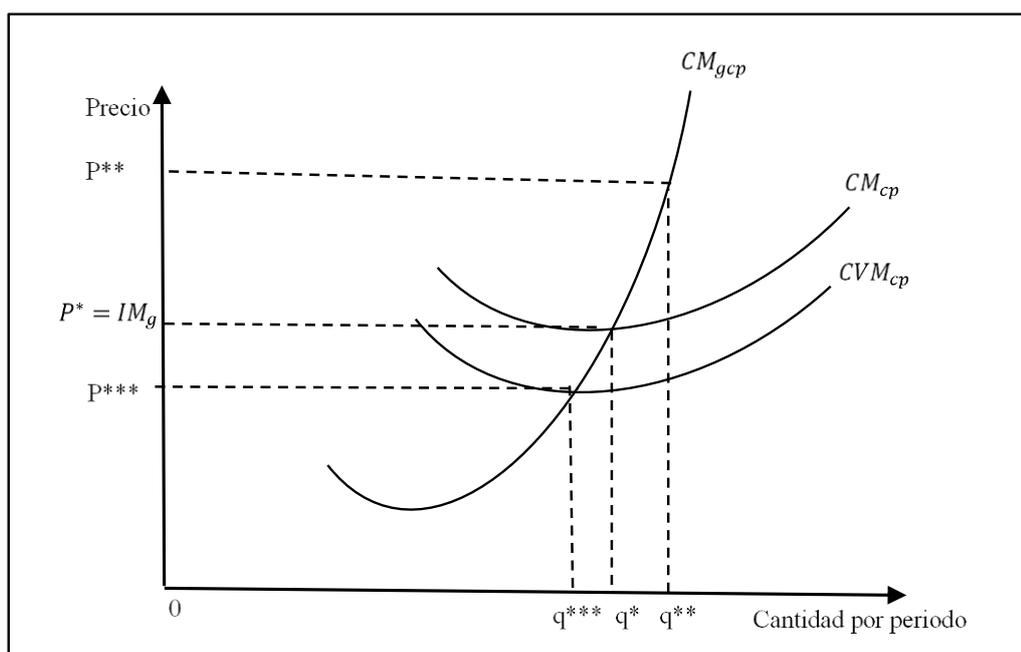


Figura 2. Curva de Oferta de Corto Plazo para una Empresa Precio aceptante

Fuente: Nicholson (2005).

1.1.10 Curva de Demanda de Mercado

Suponga que sólo hay dos bienes (X e Y) y sólo dos personas (denominadas 1 y 2) en una economía. La función de demanda de la primera persona para el bien X viene dada por:

$$X_1 = d^1x(P_x, P_Y, I_1) \quad (1)$$

y la demanda de la segunda persona del bien X viene dada por

$$X_2 = d^2x(P_x, P_Y, I_2) \quad (2)$$

Hay que destacar dos aspectos de estas funciones de demanda. Primero se supone que los dos individuos pagan los mismos precios (P_x , y P_Y). También se supone que cada uno es precio aceptante, por lo que debe aceptar los precios que prevalecen en el mercado. Segundo, la demanda de cada persona depende de su propia renta (I_1 e I_2). La cantidad total de X es simplemente la suma de las cantidades demandadas por los dos individuos. Obviamente, esta demanda de mercado dependerá de los parámetros P_x , P_Y , I_1 e I_2 . Matemáticamente,

$$X_{total} = X_1 + X_2 = d^1x(P_x, P_y, I_1) + d^2x(P_x, P_y, I_2) \quad (3)$$

$$0 X_{total} = D_x(P_x, P_y, I_1, I_2) \quad (4)$$

donde la función D_x representa la función de demanda del mercado de X (Nicholson, 2005, p. 175) Ver Figura 3.

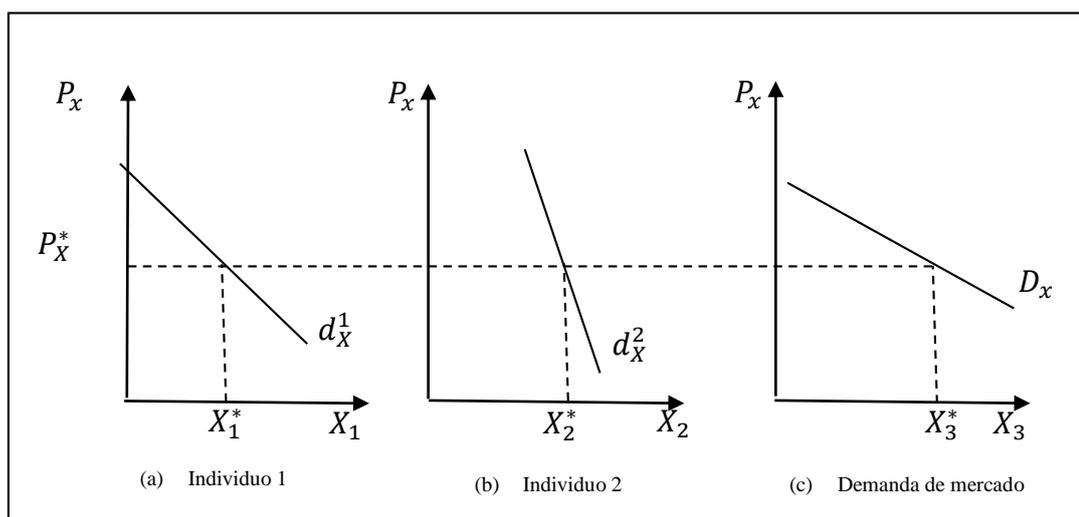


Figura 3. Construcción de la Curva de Demanda de Mercado a partir de Curvas de Demanda Individuales

Fuente: Nicholson (2005).

1.1.11 Teoría de la contingencia para la gestión

Crosby (2005) enfoque que considera que los objetivos de una organización, el diseño de la organización y de los puestos de trabajo, los recursos humanos, el medio ambiente y las capacidades propias de la gestión interactúan y afectan a las decisiones de gestión relativas a la planificación, la organización, la dirección y el control.

El enfoque de sistemas propugna que los gestores reconozcan que las organizaciones son sistemas que constan de partes interdependientes y que cualquier cambio en una parte afecta a las demás partes. Esta percepción es importante. A partir de aquí, sin embargo, los gestores han de ver como encajan las partes entre ellas. El enfoque de contingencia para la gestión puede ayudarles a comprender mejor su interdependencia.

Drucker (2005) considera que la competitividad se encuentra actualmente en un periodo de transformación. La empresa moderna ha de estar organizada de tal modo que pueda experimentar continuos cambios. Propone que para estar al día y mantener la aceleración, la competitividad ha de empeñarse en tres prácticas: La primera es el mejoramiento continuo de todo lo que hace la organización (el proceso que los japoneses conocen como kaisen). La mejora continua en los servicios, en el diseño y en el uso del producto ha de formar parte de la vida diaria de la organización. En segundo lugar, toda organización ha de aprender a explotar sus conocimientos. Aplicar el conocimiento y desarrollar un producto tras otro a partir del mismo invento es una de las prácticas más provechosas de la empresa japonesa. Finalmente, las empresas deben innovar. Todas las organizaciones pueden poner en marcha estas prácticas, pero solo lo lograrían si que hacen con el recurso más esencial: personal calificado y bien informado.

1.2 Antecedentes

La relevancia del tema de investigación se sustenta en que hasta ahora existe limitados estudios que identifique los factores determinantes del crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú. Por tanto, se ha recurrido a materiales o investigaciones relacionadas para dar soporte a la presente investigación.

A nivel internacional se tiene a los siguientes autores, donde: Trujillo y Iglesias (2012), estiman los determinantes del crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas: el caso del sector metalmecánico, aplicando tres modelos de datos de panel dinámicos para cada tamaño de empresa. Los resultados al que concluye es que la competencia local y los costos laborales explican en mayor magnitud el crecimiento de las MiPyME del sector desde la perspectiva del microempresario, un aumento del costo de la mano de obra requerido para producir una unidad de producto ocasionó una menor dinámica industrial. Por otro lado, un mayor nivel de escolaridad impactó negativamente su producción bruta. Y en términos de la competitividad interna, el logro educativo y el cambio tecnológico

Covin y Slevin (1991), analizan la contribución del espíritu empresarial en el desempeño de la empresa y articulan las condiciones en que esta contribución puede materializarse, basándose en cuatro aspectos: (a) la naturaleza del comportamiento empresarial, (b) el locus del espíritu empresarial, (c) la redundancia en algunas construcciones en el modelo, y (d) la

naturaleza del vínculo entre la postura empresarial y el rendimiento. El modelo alude a la intensidad de la iniciativa empresarial y sugiere que: (a) un mayor espíritu empresarial está asociado positivamente con los resultados financieros de la compañía; (b) la postura empresarial está claramente relacionada con la sofisticación tecnológica del entorno; (c) la postura empresarial es más positiva en relación con el rendimiento de la empresa ubicada entre las empresas de tecnología avanzada que con aquella empresa insertada en los entornos de empresas tecnológicamente sencillas; (d) la postura empresarial está positivamente vinculada con el dinamismo del entorno; (e) la postura empresarial está positivamente asociada con la hostilidad del entorno; (f) la postura empresarial es más positiva en función del rendimiento de la empresa ubicada entre las empresas en entornos hostiles que la situada entre las empresas en entornos benignos; y (g) la postura empresarial es más positiva en relación con el rendimiento de la empresa rodeada de las empresas cuyas industrias están en sus primeras fases del ciclo de vida que aquella ubicada entre las empresas cuyas industrias se encuentran en sus últimas fases del ciclo de vida.

Kantis *et al.*, (2002) en su estudio sobre Empresarialidad en Economías Emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia, Los factores que inciden en la motivación y en la adopción de la decisión final de comenzar el emprendimiento. Aspectos de tipo cultural y económico parecen incidir en la existencia de un marco más propicio en los países asiáticos. Los modelos de empresarios ejemplares juegan un papel más destacado, en tanto que los medios de comunicación contribuyen a su difusión y a proporcionar información que resultaría útil para que muchos emprendedores identifiquen la oportunidad a partir de la cual montan su proyecto. Por otra parte, los factores de tipo económico (tamaño, crecimiento y perfiles de mercados) y financieros influyen más positivamente en la decisión de comenzar las empresas en Asia. En consecuencia, junto con el deseo de realización personal y de contribución social canalizados a través del proyecto empresarial en una y otra región, es posible observar una mayor expectativa de acumular riquezas en los emprendedores asiáticos. Las condiciones de acceso al financiamiento externo para el lanzamiento del negocio y durante la etapa de desarrollo inicial son más favorables en los países asiáticos, especialmente en los ámbitos locales. En dicha región existe un abanico de distintas fuentes tales como créditos bancarios privados, apoyos de instituciones públicas nacionales, locales y una mayor presencia del capital de riesgo. De todos modos, ello no significa que el acceso al financiamiento sea un problema totalmente

resuelto en los países asiáticos, pero su magnitud parece ser significativamente inferior al que existe en América Latina. Por ese motivo, el impacto de la restricción financiera es mayor en los países latinoamericanos donde, por ese motivo, los empresarios se ven obligados a redimensionar la escala y el nivel tecnológico de arranque, y a buscar otras alternativas como créditos de proveedores y clientes o la compra de equipo de segunda mano. Los emprendedores asiáticos con dificultades para acceder al financiamiento externo, por el contrario, revelaron una mayor propensión a asociarse con otras personas para obtener recursos. La existencia de condiciones de financiamiento más desfavorables en los países latinoamericanos se refleja también en que tienen más problemas de manejo de caja durante los primeros años de vida. Otros desafíos fundamentales de esta fase son la ampliación de la cartera de clientes, conseguir personal, proveedores y equipamiento adecuado y contratar gerentes, problemas que fueron identificados de manera más frecuente por los empresarios latinoamericanos. En una y otra región estos desafíos son enfrentados con el apoyo de sus redes, destacándose la mayor contribución de otros colegas en el caso asiático.

Rodríguez (2003), asesora de Fundes, realiza un estudio sobre la realidad de la PYME colombiana, en el cual se encuestan 687 empresas de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga, pertenecientes a los sectores económicos de industria, comercio y servicios. Este estudio evidencia que el 87% de las PYMES en Colombia tienen 6 o más años de haber sido creadas, el 36% tiene entre 6 y 15 años de edad, el 22% está entre 15 y 22 años, y un 29% tiene más de 22 años. El 50% de los empresarios tiene más de 15 años en su actividad. El 24% ha sido empresario entre 11 y 15 años. El 14% lleva entre 5 y 10, y sólo el 10% tiene menos de 5 años liderando su propia empresa. El 64% de los gestores de la PYME en Colombia tiene como función principal la administración, seguido de las ventas con un 16%. En relación con el nivel educativo el 56% de los empresarios adelanta estudios universitarios, el 16% de postgrado, y el 12% alcanza el nivel técnico. Es decir, que más del 70% de los empresarios - dirigentes de las PYMES ha realizado estudios superiores. En cuanto a la edad de los empresarios se encuentra que el 56% de ellos está entre los 25 y los 45 años de edad.

Martín (2003), en su Tesis doctoral titulado “Orientación al Mercado y Proceso de Internacionalización de las Empresas”, se puede referenciar la internacionalización supone para la empresa afrontar un reto considerable, pues tal como hemos dicho, ha de situarse en

un entorno altamente competitivo, en el que será necesario perseguir constante e intensamente la obtención de una ventaja competitiva que les permita mantenerse en el mismo. Ello nos lleva a considerar la aplicación de un enfoque de gestión que se muestra como el más adecuado para operar en entornos turbulentos y altamente competitivos: la orientación al mercado. Dicho enfoque constituye un recurso del aprendizaje organizativo que, explotado a través de la estrategia, persigue la obtención de un mayor valor para el cliente, de forma que se pueda engendrar una ventaja competitiva sostenible. Adicionalmente corrobora que la orientación al mercado tiene una influencia positiva y directa sobre la adquisición de conocimiento en los mercados exteriores, lo que implica que, cuanto mayor sea la orientación al mercado de la empresa mejor será la adquisición de conocimiento sobre los mercados exteriores lo que facilitará tanto el acceso como el desarrollo en esos mercados.

Vargas y del Castillo (2008), proponen un modelo de promoción de capacidades endógenas para promover ventajas competitivas sostenibles y alta productividad en el Perú. El estudio introduce un framework de promoción de la productividad y la competitividad sostenida en la pequeña empresa, con énfasis en las capacidades endógenas y una combinación eficiente de intervenciones externas. En donde los servicios de desarrollo empresarial tienen incidencia limitada porque dependen solo de intervenciones externas, a diferencia de los emprendimientos exitosos, que se explican mejor por capacidades endógenas.

Franco (2012), en su tesis doctoral titulado “los factores determinantes del dinamismo de la PYMES en Colombia”, en donde determina el crecimiento de planta de personal en las empresas, durante los últimos 5 años, la mayoría tuvo tasas de crecimiento de más de 5 veces su tamaño inicial, con respecto a la edad de los empresarios, la mayoría son mayores a 36 años, y muestra que el recurso humano tiene mayor influencia en el dinamismo de las PYMES que los recursos tangibles e intangibles. Por tanto, concluye que los factores que influyen positivamente en el dinamismo empresarial son los recursos tecnológicos, posicionamiento de la marca, habilidades empresariales, características de flexibilidad, y educación empresarial.

Gómez (2013), escribió la tesis titulada: Factores que inciden en el crecimiento de las microempresas de la ciudad de Quetzaltenango, Tesis. En el estudio se comprueba que la capacitación se da, de los maestros a los ayudantes y los ayudantes a los aprendices, de los

cuales el 20% cuenta con estudios universitarios y el resto ha asistido a estudios escolares. La mayoría de los propietarios de las microempresas consideran que ha crecido de forma normal, y que no han tenido necesidad de solicitar préstamos, siempre han trabajado con capital propio, los cuales desconocen aspectos administrativos, y están dispuestos a realizar los cambios que sean necesarios en la dirección de su microempresa con el propósito de lograr superarse. Ya que actualmente existe demasiada competencia y por lo mismo las ventas son bajas.

Mora (2013), en su tesis doctoral titulado “Políticas macroeconómicas, deterioro en el bienestar social y la viabilidad de las pymes y empresas de economía social para incentivar el desarrollo económico local: un análisis empírico del caso mexicano (1983 – 2012)”, comprueba empíricamente los efectos severos, de las políticas macroeconómicas en la reducción del bienestar económico y social de la población mexicana de escasos recursos económicos y con carencias sociales profundas. El análisis del estudio demuestra los efectos positivos de las MiPyMEs para reducir la pobreza y aumentar el bienestar económico territorial. Y la falta de financiamiento es una de las causas principales de la alta mortandad de las MiPyMEs en México. Y por cada incremento del 1% en el gasto social por parte del gobierno, la pobreza se reduce en 0,1946%. Adicionalmente, concluye que una política de desarrollo económico local mediante la promoción de las MiPyMEs para corregir las desigualdades económicas y sociales de emprendimientos económicos son capaces de crear riqueza, empleos dignos, mejorar la calidad de vida, frenar la emigración y disminuir las tensiones sociales existentes el día de hoy ante la imposibilidad de millones de habitantes para obtener los ingresos necesarios para su subsistencia diaria. De igual forma demostró los efectos positivos de las MiPyMEs para reducir la pobreza y aumentar el bienestar económico territorial.

Sobreira (2015), Analiza las barreras para la consolidación de un mercado de servicios basado en el conocimiento: un enfoque empresarial. A través de evidencias basadas en el panel de innovación tecnológica, PITEC, tesis doctoral. España. Del trabajo que existe una serie de factores que tienen repercusión sobre los resultados de la innovación en las empresas; bien sobre la introducción de nuevos productos o servicios, o bien sobre el impacto en el peso de las ventas de éstos sobre el total de las ventas. De todas ellas, destacan el grado de internacionalización, la intensidad del gasto en I + D + i y el tamaño, tanto para

las empresas en general como para las PYMES de manera especial. desde dos ópticos complementarios; por un lado, la relacionada con los beneficios de la innovación abierta sobre la introducción de nuevos productos; por otro, la vinculada al beneficio económicos de las prácticas de innovación abierta a través del impacto que los tres arquetipos tienen sobre el porcentaje de las ventas de las empresas que se deben a la comercialización de nuevos productos y servicios introducidos en el mercado respecto al total de las ventas. Adicionalmente concluye que el impacto de los tres arquetipos de innovación abierta, “inbound”, “outbound” y “coupled”; en el desempeño de la innovación en las empresas en general y en las PYMES en particular. No obstante, el impacto no es simétrico; es decir, es distinto el relativo a la introducción de nuevos productos y servicios que el que se produce sobre el porcentaje de las ventas de los productos y servicios innovadores introducidos en el mercado sobre el total de las ventas. Este resultado implica, por tanto, que el impacto es mayor sobre la “creación” (creating) que sobre los “beneficios” (profiting).

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Definición del problema

En un mundo caracterizado por rápidos cambios, establecer estrategias de desarrollo empresariales es una herramienta fundamental. Sin embargo, hasta no hace mucho tiempo, las empresas estaban condicionadas por las ventas. Las organizaciones centraban sus energías en cambiar la mentalidad de los clientes para que se adaptara al producto: “cualquier color con tal de que sea negro” (McKenna, 2011). A medida que se desarrolló la tecnología y aumentó la competencia, las empresas cambiaron su enfoque y se convirtieron en organizaciones condicionadas por el cliente. Estas empresas expresaron una nueva voluntad de cambiar sus productos para que se ajustaran a las peticiones de los clientes: “díganos qué color quiere usted” (McKenna, 2011). Además, son menos burocráticas, más rápidas para reaccionar y están más dispuestas a tomar riesgos (Angeles, 2014; Mitchell y Singh, 1993), gozan de mayor flexibilidad y tienden a una mayor motivación colectiva (Nooteboom, 1999).

Actualmente, en los países en desarrollo como en los desarrollados las micro y pequeñas empresas (MYPEs) es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la creación de empleo, la dinámica económica local, la eficiencia colectiva del tejido empresarial, crecimiento económico, innovación, conocimiento, contribuyente potencial e impulsoras del cambio tecnológico de la economía de un país, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican. Por lo que “las micro y pequeñas empresas generan efectos positivos para reducir la pobreza y aumentar

el bienestar económico territorial” (Mora, 2013). “de tal manera que es considerada por los gobiernos como la locomotora de la economía” (Zou y Stan, 1998).

Sin embargo, las micro y pequeñas empresas presentan problemas relacionados con el acceso a los mercados de tecnología, recursos humanos, capitales, información de procesos técnicos y asistencia técnica especializada que limitan su desarrollo y supervivencia a largo plazo. “Ya que existen factores que influyen positivamente en el dinamismo empresarial como los recursos tecnológicos, posicionamiento de la marca, habilidades empresariales, características de flexibilidad, y educación empresarial” (Franco, 2012). “Estudios previos indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados” (Arinaitwe, 2006).

En el contexto actual, la apertura comercial del Perú dentro de un marco de política neoliberal, está generando nuevas realidades que afectan los mercados nacionales, y el escenario de los espacios regionales en el Perú está inserto entre dos procesos dominantes: la creciente apertura externa mediante la búsqueda de integración y tratados de libre comercio y; una apertura hacia adentro expresada en un proceso de descentralización territorial que implica la conformación de macro regiones que tengan no solo mayor viabilidad fiscal que los actuales departamentos, sino que también se constituyan en unidades geoeconómicas capaces de enfrentar los desafíos de la creciente internacionalización de la economía peruana.

“El Perú exhibe un nivel de productividad aún bajo y heterogéneo, alta presencia de empleo informal, altos niveles de desigualdad del ingreso, bajo nivel de innovación, débil institucionalidad y una canasta exportadora todavía poco diversificada y concentrada en recursos naturales. En particular, los principales retos de la economía peruana están asociados a factores tales como: Heterogeneidad productiva, Empleo e informalidad y poca diversificación productiva” (Plan Nacional de Diversificación Productiva, 2013).

La estructura empresarial peruana del 2015 no presenta cambios sustanciales respecto de lo que ha venido ocurriendo en el pasado: el 95% son microempresas, el 4,3% son pequeñas empresas, el 0,2% son medianas empresas y el 0.5% son gran empresa (ver anexo 5). Según el sector económico de las MYPEs, el sector comercio representa el 44.3%, servicios representa el 41.1%, manufactura representa el 8.8%, construcción representa el 3.3%,

agropecuario representa el 1.4%, minería representa el 0.8% y pesca representa el 0.2% (Sunat, 2015). Esta estructura, marcada por la ausencia relativa de pequeñas y medianas empresas, representa una debilidad para el desarrollo del sector privado, y de la economía en general, pues las grandes empresas no cuentan con una base sólida para la subcontratación ni una oferta de proveedores estable, de calidad y en crecimiento (Villarán, 2000). Además, “las pequeñas empresas deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo, y sus probabilidades de perdurar más de cinco años son bajas” (Sausser, 2005).

Según estadísticas de la SUNAT (2015), al tercer año una de cada tres empresas no logra pasar la barrera del tercer año. Las posibilidades de éxito de cada nuevo emprendedor son, entonces, reducidas, especialmente en segmentos de bajo valor agregado en los que pueden ser fácilmente desplazados por las grandes empresas.

De acuerdo al estudio de Global Entrepreneurship Monitor realizado en el Perú, se estima que 9.2 millones de peruanos están involucrados en una actividad emprendedora, de los cuales del total de las MYPEs el 75% tiene un periodo de operaciones de entre 0 y 42 meses, y el restante 25% sobrepasó este periodo, considerándose como empresas consolidadas. Asimismo, de este 25%, solamente el 3% ha llevado a cabo proyectos emprendedores, como el desarrollo de nuevos productos o el ingreso a nuevos mercados (Serida *et al.*, 2013).

Según la central de información crediticia (Sentinel, 2013), existen 3.5 millones de micro y pequeñas empresas en el Perú, de las cuales 2.23 millones (63%) cuentan con algún crédito en el sistema financiero regulado. De ese total, el 25% (552,114) tiene una calificación crediticia que no es normal, es decir que presentan atrasos de algún tipo en el pago de sus préstamos, de acuerdo a criterios de la SBS. “Esa es una cifra alta que hay que alertar y mejorar”, señaló Yanina Cáceres, directora de negocios de Sentinel.

Por tanto, la pregunta a plantearse es:

Pregunta general:

- ¿Cuáles son los factores determinantes del crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú?

Pregunta específica:

- ¿Cuáles son los factores socioeconómicos determinantes del crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú, año 2013?
- ¿Cómo influye participar en proyectos o eventos sobre tecnologías para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios en el crecimiento de las MYPEs en el Perú, año 2013?

2.2 Justificación

La propuesta de investigación se justifica debido a que, en nuestro país son limitados los estudios y análisis empírico que evalúen los factores determinantes del crecimiento de las micro y pequeñas empresas, constituyendo el objetivo de incrementar sus ventas cada año para incrementar sus utilidades y de incrementar sus probabilidades de éxito, disminuyendo las tasas de mortalidad de estas empresas y aumentar sus posibilidades de supervivencia en el largo plazo, siendo el motor del desarrollo económico y social del país. Por lo que el estudio permitirá conocer de los factores que determinan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú a instituciones públicas (Gobierno central, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Ministerio de la Producción, Gobiernos Regionales y Gobiernos locales) y privadas con la finalidad de plantear acciones que sirvan de referencia para establecer estrategias que impulsen el desarrollo empresarial que amerita atención especial para favorecer el desarrollo del capital económico, humano y social, en especial de las nuevas generaciones, estableciendo estrategias que impulsen políticas de competitividad y productividad, importante para el desarrollo del país.

2.3 Objetivos

2.3.1 Objetivo General

- Identificar los factores determinantes del crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú.

2.3.2 Objetivo Especifico

- Identificar los factores socioeconómicos determinantes del crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú.

- Evaluar el efecto de participar en proyectos o eventos sobre tecnologías para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios sobre el crecimiento de las MYPEs en el Perú.

2.4 Hipótesis

2.4.1 Hipótesis General

- El crecimiento de las MYPEs en el Perú depende de factores socioeconómicos y de la participación en proyectos o eventos.

2.4.2 Hipótesis Específica

- Los factores socioeconómicos que influyen sobre el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú son: edad del propietario, acceso a financiamiento, participación en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión y capacitación en tecnologías de información y comunicación.
- El efecto de participar en proyectos o eventos sobre tecnologías para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios sobre el crecimiento de las MYPEs en el Perú es positivo.

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 Lugar de estudio

El estudio considera como ámbito de estudio la sierra, selva y costa del Perú (variable dominio de la Tabla 1).

Tabla 1

Ámbito de estudio

Variable	Descripción	Codificación EMYPE-2013
Dominio	Ámbito de estudio	1=costa 2=sierra 3=selva

Fuente: En base a EMYPE – 2013.

3.2 Población

La población estará conformada por la totalidad de microempresas que es de 1 270 009 y pequeñas empresas que es de 68 243 (Fuente: Sunat, registro único del contribuyente 2012), la cual se define como la persona natural o jurídica autónoma en sus decisiones financieras y de administración, propietaria o administradora de uno o más establecimientos dedicados a la producción de bienes o servicios comprendidas en alguna de las actividades económicas investigadas. Según el Artículo 5 del Título II del Capítulo I de la Ley N° 30056, las características de las micro y pequeñas empresas establece en función de sus niveles de ventas anuales: Microempresa, ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), Pequeña empresa, ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) y Medianas empresas, ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 Unidades

Impositivas Tributarias (UIT). Según los resultados del XI Censo Nacional de Población del INEI. 2007, la población es de 28 millones 220 mil 764 habitantes, de los cuales en la región Costa reside el 54,6% de habitantes, en la Sierra el 32% y en la Selva el 13,4%.

3.3. Muestra

La muestra incluye aquellos micro y pequeñas empresas de la costa, sierra y selva del Perú. La fuente de información es la Encuesta de Micro y Pequeña Empresa (EMYPE) 2013. El módulo utilizado para el presente estudio se describe en la tabla 2 (en total 1 módulo). Después de filtrar la base de datos, el tamaño de la muestra final es de 1672 micro y pequeñas empresas, el mismo que se detalla en la Tabla 3.

Tabla 2

Módulo utilizado

Código de modulo	Descripción del modulo	Información obtenida	Nombre del archivo
166	Capítulos del 01 al 12	Variables relacionadas principales características de la micro y pequeña empresa, educación, genero, edad del propietario, edad de la micro y/o pequeña empresa, capacitación, licencia, organización y acceso al crédito	Capitulos_del_01_al_12.sav

Fuente: En base a EMYPE – 2013.

Tabla 3

Actividad económica principal de la empresa

Actividad económica principal de la empresa	Freq.	Percent	Cum.
Elaboración de productos lácteos.	21	1.26%	1.26%
Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería.	6	0.36%	1.61%
Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel.	484	28.95%	30.56%
Fabricación de artículos de piel.	5	0.30%	30.86%
Fabricación de artículos de punto y ganchillo.	21	1.26%	32.12%
Curtido y adobo de cueros, adobo y teñido de pieles.	27	1.61%	33.73%
Fabricación de maletas, bolsos de mano, y artículos de talabartería y guarnicionería.	19	1.14%	34.87%
Fabricación de calzado.	233	13.94%	48.80%
Aserraderos y acepilladura de madera.	30	1.79%	50.60%
Fabricación de hojas de madera para enchapado; fabricación de tableros contrachapados, laminados, de partículas y otros tableros y paneles.	2	0.12%	50.72%
Fabricación de partes y piezas de carpintería para edificios y construcciones.	34	2.03%	52.75%
Fabricación de recipientes de madera	1	0.06%	52.81%
Fabricación de otros productos de madera	33	1.97%	54.78%
Fabricación de productos metálicos para	273	16.33%	71.11%
Forja, prensado y laminado de metales;	5	0.30%	71.41%
Fabricación, tratamiento y revestimiento	49	2.93%	74.34%
Fabricación de artículos de cuchillería	6	0.36%	74.70%
Fabricación de otros productos de metal	92	5.50%	80.20%
Fabricación de muebles	297	17.76%	97.97%
Fabricación de joyas y artículos conexo	32	1.91%	99.88%
Fabricación de joyas de imitación y artículos conexos	2	0.12%	100.00%
Total	1,672	100.00%	

Fuente: En base a EMYPE – 2013.

3.4 Método de investigación

El presente trabajo de investigación se guía por el método inductivo.

3.4.1 Método de investigación del objetivo 1 y 2

El análisis Probit se originó en el campo de los bioensayos. Fue Bliss (1934) quien sugirió el término probit por la contracción de “probability unit”. Probit ajusta modelos de máxima verosimilitud con una variable dependiente dicotómica que toma valores 0/1. Este método sugiere que se elija como estimados los valores de los parámetros que maximicen el logaritmo de la función de verosimilitud (Maddala, 1998). Goldberg (1964) propuso el modelo Probit, suponiendo que la variable de respuesta Y_i^* sigue la siguiente forma:

$$Y_i^* = \beta' X_i + u_i \quad (1)$$

Donde: $Y_i^* = \text{ventas}$

En la práctica Y_i^* es una variable no observable, lo que se advierte es una variable discreta definida como:

$$Y = 1 \text{ si } Y_i^* > 0, Y = 0 \text{ de otra manera} \quad (2)$$

Es posible observar, si una empresa presenta un incremento en el nivel de ventas o no. Es decir, observamos $Y=1$ o $Y=0$. Sin embargo, no podemos observar la función de utilidad de la empresa en la cual pondera el costo de oportunidad y tampoco podemos observar si la empresa realiza o no un análisis costo-beneficio en el momento del crecimiento. Todo esto que no vemos está representado por la variable latente Y^* . Bajo este modelo $\beta' X_i$ es $E(Y_i^* | X_i)$. De las expresiones anteriores obtenemos:

$$Prob(Y_i = 1) = Prob(u_i > -\beta' X_i) = 1 - F(-\beta' X_i) \quad (3)$$

Donde, F es la función de distribución acumulativa de u . En este caso, los valores de Y son exactamente las realizaciones de un proceso binomial. La función de verosimilitud para este modelo es:

$$L = \prod_{y_i=0} F(-\beta' X_i) \prod_{y_i=1} [1 - F(-\beta' X_i)] \quad (4)$$

La forma funcional para F en (4) dependerá de los supuestos que se tengan para la distribución del término de error u_i en (1). Si la función de distribución de u_i es logística, tenemos un modelo Logit, cuya forma funcional es igual a:

$$F(-\beta'X_i) = \frac{\exp(-\beta'X_i)}{1+\exp(-\beta'X_i)} = \frac{1}{1+\exp(\beta'X_i)} \quad (5)$$

Por consiguiente;

$$1 - F(-\beta'X_i) = \frac{\exp(\beta'X_i)}{1+\exp(\beta'X_i)} \quad (6)$$

Por otra parte, el modelo Probit supone que la distribución de los errores u_i se distribuyen como una normal con media cero y varianza constante. En este caso:

$$F(-\beta'X_i) = \int_{-\infty}^{-\beta'X_i/\sigma} \frac{1}{(2\pi)^{1/2}} \exp\left(-\frac{t^2}{2}\right) dt \quad (7)$$

Si X_{ik} es el k-ésimo elemento del vector de variables explicativas X_i , y si β_k

k es el k-ésimo elemento de β . Entonces, la derivada de la probabilidad dada para un modelo Probit es:

$$\frac{\partial}{\partial X_{ik}} \Phi(X'_i\beta) = \phi(X'_i\beta)\beta_k \quad (8)$$

$$\frac{\partial}{\partial X_{ik}} L(X'_i\beta) = \frac{\exp(X'_i\beta)}{[1+\exp(X'_i\beta)]^2} \beta_k \quad (9)$$

Estas derivadas son los efectos marginales. Para la estimación, necesarios para predecir los cambios en las variables independientes sobre la probabilidad del incremento en el nivel de ventas de las micro y pequeñas empresas.

Los modelos probit utilizan una distribución normal acumulativa en lugar de una distribución logística, pero en todo lo demás los comentarios anteriores resultan aplicables. En la comparación que algunos autores hacen de modelos probit y logit frente al análisis discriminante, no hay resultados concluyente (Laitinen, 1999) aunque (Lennox, 1999) sí obtiene mejores resultados con probit y logit, posiblemente por una mejor especificación de las variables. (Baum, 2006) realiza una comparación entre logit y probit encontrando que las muestras donde la proporción de probabilidades es

diferente serán sensibles a la elección de la función de distribución acumulativa. Por tanto, como la distribución logística (logit) tiene colas más gruesas, dará lugar a un mejor ajuste del modelo.

Para evaluar el funcionamiento de los modelos de regresión logística, (Altman, Sabato, & Nicholas, 2012) construyen curvas ROC (Receiver Operating Characteristics), que representan la tasa de positivos verdaderos frente a falsos positivos como umbral de discriminación entre cambios de empresas fracasadas y no fracasadas. El área bajo la curva ROC es una medida de precisión en la predicción, donde el valor 1 representa un modelo perfecto. Tanto el coeficiente de Gini como el estadístico Kolmogorov - Smirnov (K-S) normalmente utilizados por los analistas de scoring derivan de esta medida.

En la práctica, con el modelo probit se obtiene las mismas conclusiones que con el logit, con la desventaja de que los coeficientes probit son más difíciles de interpretar, por eso su menor utilización. Ya que se tiene por base una curva normal estándar, el probit no es recomendado cuando existen muchos casos asimétricos o con otra distribución que no sea la normal (Pampel, 2000). La forma funcional que nos determina la probabilidad es básicamente lo que diferencia al modelo Logit del modelo Probit. Siendo, en el caso del modelo Logit la función de distribución logística y en el modelo Probit la función de distribución normal.

Especificación econométrica

Para las estimaciones usaremos una especificación econométrica que permita medir los signos de los estimadores por el modelo probit, Este tipo de especificación puede visualizarse mejor en la figura siguiente.

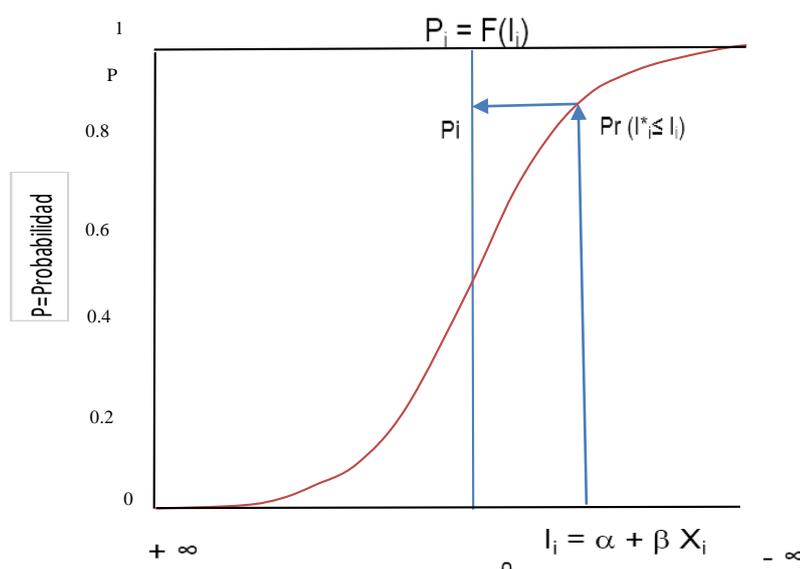


Figura 4. Curva de probabilidad de ocurrencia de un evento.

En donde en el gráfico la altura de las curvas mide la probabilidad que ocurra el evento correspondiente a $Y=1$ para cada valor posible del índice lineal $\beta X_i'$. La variable dependiente Y puede ser un conjunto de ceros y unos, donde 1 representa la ocurrencia de uno de los dos posibles resultados o puede ser la proporción de veces que ocurre cada uno de los dos resultados. El modelo se ajusta usando la máxima verosimilitud o los mínimos cuadrados ponderados. Para probar la significancia de los coeficientes del modelo se realizan pruebas de cociente de verosimilitud. Se puede graficar los valores que toma el modelo ajustado y las predicciones generadas a partir del mismo, también se pueden graficar los residuos atípicos.

Por tanto, tendremos que:

$$E[Y] = p(Y = 1) = \int_{-\infty}^{\beta_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k \beta_k} \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \exp\left(-\frac{t^2}{2}\right) dt \dots (10)$$

Especificación del modelo:

$$\begin{aligned} Probit[P(ventas = 1)] = & \beta_1 + \beta_2 * Nivel_educativo + \beta_3 * Genero + \beta_4 * \\ & Edad_propietario + \beta_5 * Organización + \beta_6 * Capacitación_TIC + \beta_7 * \\ & Event_py_tecnología_innovación + \beta_8 * Licencia_municipal + \beta_9 * \\ & Licencia_sectorial + \beta_{10} * Propiedad_empresa + \beta_{11} * \\ & Accedió_financiamiento + \beta_{12} * Capacitación_gestión_empresarial + \beta_{13} * \end{aligned}$$

$$\text{Participar_tecnología_gestión} + \beta_{14} * \text{Facebook} + \beta_{15} * \text{Twitter} + \beta_{16} * \text{Edad_MYPE} + ut. \quad (11)$$

La variable binaria representa la probabilidad de responder SI a la pregunta de incremento su nivel de ventas con respecto al año anterior. Esta variable depende del nivel educativo, edad, genero del propietario de la micro y pequeña empresa. La ecuación (11) se estima por medio del método de máxima verosimilitud, a través del programa econométrico STATA 12. El detalle e identificación de variables se presenta en la Tabla 4.

Tabla 4

Identificación de variables

	Pregunta	Notación de INEI	Codificación según INEI	Nueva Notación	Nueva Codificación
Variable dependiente	¿En el año 2012, ha incrementado sus ventas con respecto al año anterior?	P12_1_1	1=Si 2=No	Ventas	1=Si 0=No
Variable independiente	Año de operación de la empresa	P2_4	Años de operación	Edad_MYPE	En años hasta 2012
	Organización de la empresa	P2_10	1=Persona natural 2=Sociedad anónima 3=Sociedad anónima cerrada 4=Sociedad comercial de responsabilidad limitada 5=Empresa individual de responsabilidad limitada 6=otro	Organización_Empresa	1=Persona natural 2=Sociedad anónima 3=Sociedad anónima cerrada 4=Sociedad comercial de responsabilidad limitada 5=Empresa individual de responsabilidad limitada 6=otro
	¿Tiene licencia Municipal?	P2_11_1	1=Si 2=No	Licencia_municipal	1=Si 0=No
	¿Tiene licencia sectorial?	P2_11_2	1=Si 2=No	Licencia_sectorial	1=Si 0=No
	Régimen de propiedad del local principal de la empresa	P2_12	1=Propio 2=Alquilado 3=Prestado 4=Otro	Propiedad_empresa	1=Propio 2=Alquilado 3=Prestado 4=Otro
	¿La empresa cuenta con Facebook?	P2_15_1	1=Si cuenta con Facebook 0=en otro caso	Facebook	1=Si 0=No
	¿La empresa cuenta con Twitter?	P2_15_1	1=Si cuenta con Twitter 0=en otro caso	Twitter	1=Si 0=No
	Sexo del propietario de la MYPE	P2_17	1=Masculino 2=Femenino	Genero	1=Masculino 0=Femenino
	Edad del propietario de la MYPE	P2_18	Años cumplido	Edad_propietario	Años cumplidos
	Ultimo nivel de estudio alcanzado del propietario de la MYPE	P2_19	1=Sin nivel 2=Inicial 3=Primaria incompleta 4=Primaria completa 5=Secundaria incompleta 6=Secundaria completa 7=Superior no univ. Incompleta 8=Superior no univ. Completa 9=Superior univ. Incompleta 10=Superior univ. Completa	Nivel_educativo	1=Sin nivel 2=Inicial 3=Primaria incompleta 4=Primaria completa 5=Secundaria incompleta 6=Secundaria completa 7=Superior no univ. Incompleta 8=Superior no univ. Completa 9=Superior univ. Incompleta 10=Superior univ. Completa
	¿En el año 2012, pertenecía a alguna organización o agrupación entre MYPE con fines empresariales?	P3_1	1=Si 2=No	Organización	1=Si 0=No
	¿asistió usted o el responsable de la empresa a algún evento de capacitación relacionado a la Gestión Empresarial?	P4_1	1=Si 2=No	Capacitación_gestión_empresarial	1=Si 0=No
	¿ha participado en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión?	P5_1	1=Si 2=No	Participar_tecnología_gestión	1=Si 0=No
	¿participó en algún curso o servicio de capacitación sobre tecnologías de información y comunicación?	P6_1	1=Si 2=No	Capacitación_TIC	1=Si 0=No
	¿participó en proyectos o eventos (seminarios, ferias, exposiciones) sobre tecnologías innovadoras para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios?	P7_1	1=Si 2=No	Event_Py_tecnología_innovación	1=Si 0=No
¿su empresa accedió a algún tipo de financiamiento?	P10_2	1=Si 2=No	Accedió_financiamiento	1=Si 0=No	

Fuente: En base a EMYPE-2013

Según la revisión de la literatura realizada por (Weinzimmer, 1998), el 83% de los estudios analizados sobre crecimiento en micro y pequeñas empresas utilizaban las ventas y aproximadamente el 75% de estos estudios utilizan exclusivamente las ventas como medida única de crecimiento. (Hoy, McDougall, & D'Souza, 1992) defiende la utilización de la variable ventas como mejor medida del crecimiento ya que refleja tanto los cambios en tamaño a corto y largo plazo y es de fácil acceso.

Según (Nicholson, 2005) la elección del nivel de producción mejor se muestra esta relación entre la maximización de los beneficios y el marginalismo es examinado el nivel de producción que elige una empresa para lograr obtener los máximos beneficios posibles. por lo que un incremento en el nivel de ventas representa un mayor beneficio y esto representa el crecimiento de las MYPEs.

Finalmente, el crecimiento está representado por nivel de ventas como unidad de medida en las MYPEs teniendo en cuenta a (Hoy et al., 1992; Nicholson, 2005; Weinzimmer, 1998). Es que se consideró en el presente trabajo de investigación la palabra crecimiento en el título del presente trabajo de investigación.

a) Uso de materiales, equipos, instrumentos, insumos, entre otros.

Materiales: Encuestas de EMYPE – 2013, Internet, textos, revistas, trabajos de grado, papers y otros documentos.

Programas de computación: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point, Stata, adobe PDF, Paint, y google earth.

Equipos: Computadora portátil, impresora, proyector, fotocopiadora y movilidad para el traslado

b) Aplicación de prueba estadística inferencial.

- Para la primera hipótesis se va utilizar el “t” estadístico para probarlo.
- Para la segunda hipótesis se va utilizar el “t” estadístico para probarlo.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados Econométricos

4.1.1 Resultados del objetivo específico 1

La forma funcional del modelo se estimó a través de máxima verosimilitud con el programa stata 12. La estimación del incremento en el nivel de ventas de las MYPEs se realiza mediante un proceso de análisis de varias regresiones econométricas utilizando modelos Probit. Para la elección de las mejores regresiones se siguen los criterios económicos y econométricos, siguientes:

- Que los coeficientes de las variables tengan los signos esperados, es decir, que los signos de los coeficientes estimados para las variables explicativas reflejen una relación lógica con la variable dependiente.
- Que los coeficientes de las variables independientes sean significativos a un cierto nivel aceptable de confiabilidad.
- Que el logaritmo de la función de máxima verosimilitud del modelo (log-likelihood) sea mejor para la estimación del incremento en el nivel de ventas de las micro y pequeñas empresas para seleccionar la mejor regresión.

Los resultados de las regresiones para el cálculo del incremento en el nivel de ventas de las micro y pequeñas empresas se presentan en la Tabla 5, en dicho cuadro también se presentan las variables utilizadas en la estimación, los coeficientes de cada variable y su respectivo t-estadístico. De las tres regresiones que se presentan se selecciona el modelo 1 que se especifica con las siguientes variables: nivel educativo alcanzado por el

propietario, genero, edad del propietario, organización, capacitación en tecnologías de información y comunicación, participar en proyectos o eventos sobre tecnologías innovadoras para mejorar sus productos, procesos y prestación de servicio, licencia municipal, licencia sectorial, propiedad de la empresa, acceso a financiamiento, capacitación relacionado a la gestión empresarial y participar en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión, Facebook, Twitter y edad de la MYPE.

Tabla 5

Identificación de variables

Especificaciones			
Variable	(1)	(2)	(3)
Nivel_educativo	.01541	.01449	
Genero	.04904	.05222	
Edad_propietario	-.00724**	-.00749**	-.00695**
Organización	.08459	.08366	
Capacitación_TIC	.31415**	.32139**	.32177**
Event_py_tecnología_innovación	.30476***	.30376***	.31098***
Licencia_municipal	-.01266		
Licencia_sectorial	-.14494		
Propiedad_empresa	-.04474	-.04502	
Accedió_financiamiento	.35318***	.35216***	.35622***
Capacitación_gestión_empresarial	.10512	.10654	.12465
Participar_tecnología_gestión	.28855**	.29027**	.30186**
Facebook	.05652		
Twitter	-.06088		
Edad_MYPE	-.00005		
_cons	-.20490	-.1944	-.15316
r2_p	.04383	.04358	.04237
chi2	99.872	99.299	96.536
ll	-1089.3	-1089.6	-1090.9
N	1672	1672	1672

legend: * p<.1; ** p<.05; *** p<.01

Para la correcta interpretación del modelo, se determinó los efectos marginales del modelo, obteniéndose los siguientes efectos marginales:

Tabla 6

Efectos marginales

Marginal effects after probit	
Variable	dy/dx
Accedió_financiamiento *	.1389021
Participar_tecnología_gestión *	.1196968
Edad_propietario	-.0027198
Capacitación_gestión_empresarial *	.0490815
Capacitación_TIC *	.1276293
Event_Py_tecnología_innovación *	.1230677

(*) dy/dx is for discrete change of dummy variable from 0 to 1

Cada uno de los coeficientes se explica de la siguiente manera:

- Si la empresa accede a algún tipo de financiamiento (Accedió_financiamiento), la probabilidad de incrementar el nivel de ventas de la MYPE es de 13.89 %.
- Ante la asistencia del propietario o del responsable de la empresa a algún evento de capacitación relacionado a la Gestión Empresarial (Capacitación_gestión_empresarial), la probabilidad de incrementar el nivel de ventas de la MYPE es de 4.90 %.
- Ante un incremento en un año en la edad del propietario (Edad_propietario), la probabilidad se reduce en el nivel de ventas de la MYPE en un 0.27 %.
- Si la MYPE participa en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión (Participar_tecnología_gestión), la probabilidad de incrementar su nivel de ventas de la MYPE es de 11.96 %.
- Si la MYPE participa en cursos o servicios de capacitación sobre tecnologías de información y comunicación (Capacitación_TIC), la probabilidad de incrementar su nivel de ventas de la MYPE es de 12.76 %.
- Si la MYPE participa en proyectos o eventos (seminarios, ferias, exposiciones) sobre tecnologías innovadoras para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios (Event_Py_tecnología_innovación), la probabilidad de incrementar su nivel de ventas de la MYPE es de 12.30 %.

De las tres regresiones que se presentan se selecciona el modelo 1, que se especifica con las siguientes variables: nivel educativo alcanzado por el propietario, genero, edad del propietario, organización, capacitación en tecnologías de información y comunicación, participar en proyectos o eventos sobre tecnologías innovadoras para mejorar sus productos, procesos y prestación de servicio, licencia municipal, licencia sectorial, propiedad de la empresa, acceso a financiamiento, capacitación relacionado a la gestión empresarial y participar en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión, Facebook, Twitter y edad de la MYPE. Los resultados del modelo 1 muestra que los signos de los coeficientes que acompañan a las variables son los esperados y se mantienen en los tres modelos, el modelo predice correctamente (62.98 %) según el porcentaje de predicción, hay buena dependencia en el modelo en términos del log-likelihood en donde el modelo 1 presenta el máximo valor, el estadístico Chi-cuadrado es 99.871748, el valor crítico de una chi-cuadrado al 5% de significancia con 15 grados de libertad es 24.9958, por lo que se rechaza la hipótesis conjunta de que los coeficientes de todas las variables explicativas sean todos cero.

La participación de la MYPE en proyectos o eventos (seminarios, ferias, exposiciones) sobre tecnologías innovadoras para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios (Event_py_tecnología_innovación) guarda una relación positiva con la variable dependiente, influyendo positivamente en el incremento del nivel de ventas de la MYPE. Por otro lado, el coeficiente de la variable Accedió_financiamiento que representa, si la empresa accedió a algún tipo de financiamiento tiene signo positivo, por lo afecta positivamente en el incremento del nivel de ventas de la MYPE.

La variable edad del propietario (Edad_propietario) tiene signo negativo, explicable porque, aquellas MYPEs cuyo propietario es más joven tienen mayor probabilidad de incrementar sus ventas. Por otro lado, el coeficiente de la variable Capacitación_TIC que representa capacitación en tecnologías de información y comunicación tiene signo positivo, por lo afecta positivamente en el incremento del nivel de ventas de la MYPE. La participación de la MYPE en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión (Participar_tecnología_gestión) guarda una relación positiva con la variable dependiente, porque participar en eventos de este tipo influye positivamente en el incremento del nivel de ventas de la MYPE.

Existen variables representativas, aunque con menores valores de los estadísticos “t”. En este sentido merece destacar las siguientes variables: nivel de educación del propietario (Nivel_educativo) cada vez mayor, aumenta la probabilidad de que la MYPE incremente su nivel de ventas, esto corrobora lo esperado a priori, es decir, mientras que el nivel educativo del propietario sea mayor el nivel de ventas de la MYPE será mayor. Por otro lado, el coeficiente de la variable Genero tiene signo positivo, reflejando que los propietarios varones generan un mayor incremento del nivel de ventas en la MYPE. El coeficiente de la variable Organización, como se esperaba, es positivo. Esto nos indica que pertenecer a una organización entre MYPEs con fines empresariales tienen mayor probabilidad de incrementar su nivel de ventas. El coeficiente de la variable Licencia_municipal que representa si la MYPE cuenta con licencia municipal tiene signo negativo. Esto indica que no es determinante en el incremento del nivel de ventas de la MYPE. El coeficiente de la variable Licencia_sectorial que representa si la MYPE cuenta con licencia sectorial tiene signo negativo, de igual manera no es determinante en el incremento del nivel de ventas. La participación en capacitaciones relacionados a la gestión empresarial guarda una relación positiva con la variable dependiente, influyendo positivamente en el incremento del nivel de ventas de la MYPE. Por otro lado, si la empresa cuenta con Facebook guarda una relación positiva con la variable dependiente, influyendo positivamente en el incremento del nivel de ventas de la MYPE. Y finalmente si la empresa cuenta con Twitter guarda una relación negativa con la variable dependiente, influyendo negativamente en el incremento del nivel de ventas de la MYPE, esto se debe a que muy poco usa este medio.

4.1.2 Resultados del objetivo específico 2:

De acuerdo a la tabla 6 del ítem 4.1.1 se observa que aquellas MYPEs que participan en proyectos o eventos (seminarios, ferias, exposiciones) sobre tecnologías innovadoras para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios (Event_Py_tecnología_innovación) entre MYPEs con fines empresariales, tienen mayor probabilidad de poder incrementar el nivel de ventas. Por tanto, el efecto es positivo, el mismo que a priori se esperaba una relación positiva y significativa con respecto al incremento del nivel de ventas de la MYPE. Para una mejor visualización del efecto, se puede observar en la figura 5.

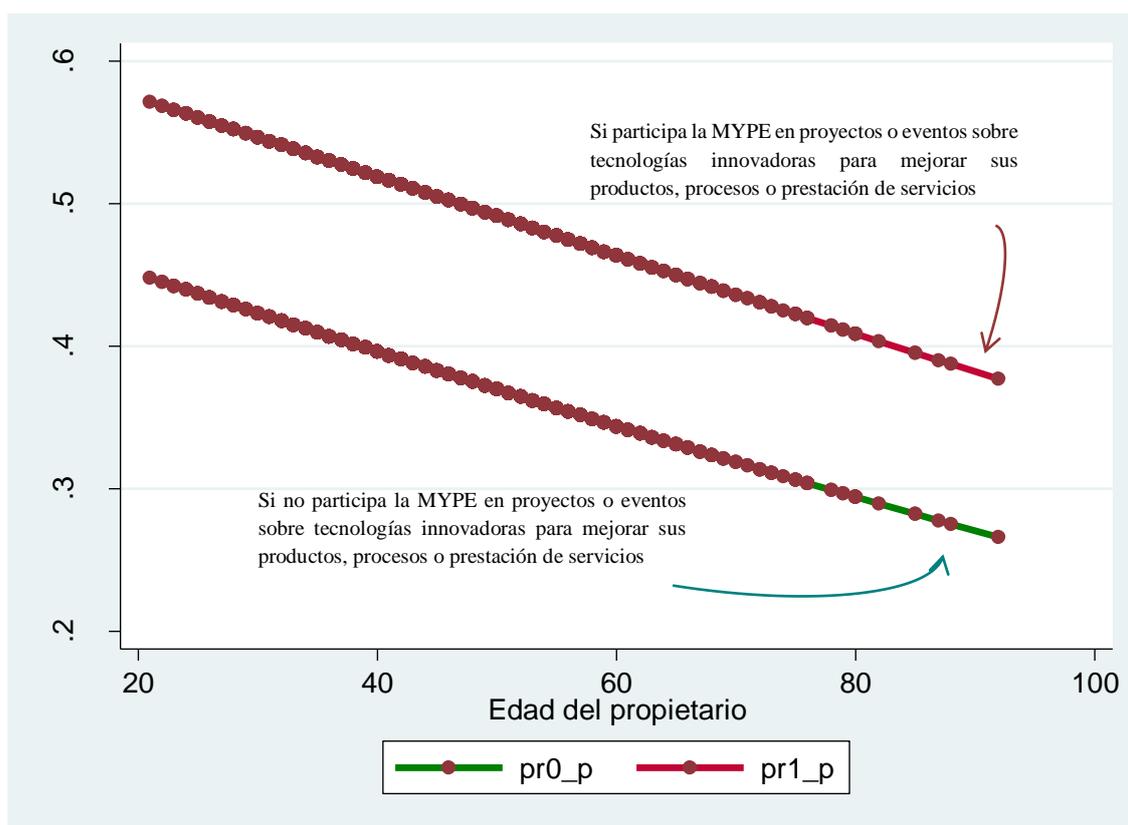


Figura 5. Efecto de participar en proyectos o eventos sobre tecnologías innovadoras para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios.

Análisis de Efectos marginales por zonas (Costa, sierra y selva)

Una vez analizado y validado el modelo econométrico, se procede a estimar los efectos marginales por zonas. Con el propósito de ver el comportamiento de las variables por zonas (costa, sierra y selva). El resumen de los resultados según área geográfica, los coeficientes y lo efectos marginales de cada una de las variables se muestra en el Tabla 7.

Tabla 7

Efectos marginales por área geográfica

Variable	Área geográfica					
	Costa		Sierra		Selva	
	Coefficientes	Efectos marginales	Coefficientes	Efectos marginales	Coefficientes	Efectos marginales
Nivel_educativo	.02343182	.0102693	.00679518	-	.08161546	-
Genero	.08807122	-	-.00504002	-	-.21774512	-
Edad_propietario	-.00818189**	-.0029249	-.0034418	-	-.01443755	-
Organización	.22845929	.0934317	-.11741902	-	-.92932592	-
Capacitación_TIC	.34147036	.1490949	.30698871	.1278199	(omitted)	-
Event_py_tecnología_innovación	.24589107*	.1100577	.27869143*	.1142234	(omitted)	-
Licencia_municipal	-.00661031	-	.03608998	-	-.22906251	-
Licencia_sectorial	-.06108095	-	-.26975811	-	(omitted)	-
Propiedad_empresa	-.03436996	-	-.06153385	-	-.33026318	-
Accedió_financiamiento	.30926843***	.122732	.32852862***	.1314939	1.3873897***	.4922573
Capacitación_gestión_empresarial	.11643609	-	.03621849	-	.6417403	-
Participar_tecnología_gestión	.2093562	.096409	.33962738	.1424075	(omitted)	-
Facebook	.08263707	-	.04435249	-	-.27367385	-
Twitter	.03187146	-	-.19418283	-	(omitted)	-
Edad_MYPE	.00969225	.0039851	-.01653042*	-.0073424	-.04005919	-.0175521
_cons	-.42416607	-	.06545792	-	.53600942	-
Pseudo R2	.03372438		.0491141		.27627886	
LR chi2	48.359129		36.203971		19.663844	
Porcentaje de Predicción	65.31%		60.90%		73.58%	
Log Likelihood	-692.79614		-350.46808		-25.755	
Obs	1081		532		53	

Leyenda: * p<.1; ** p<.05; *** p<.01

Cada uno de los coeficientes se explica de la siguiente manera:

- Si el grado de instrucción (Nivel_educativo) del propietario de la MYPE aumenta en un nivel superior en la costa, la probabilidad de incrementar el nivel de ventas es del 1.026 %.
- Ante un incremento en un año en la edad de la MYPE (Edad_MYPE), la probabilidad de incrementar el nivel de ventas de la MYPE en la costa es del 0.39%. Sin embargo, en la sierra se reducirá en un 0.073% y en la selva se reduce en un 1.75%.
- Ante un incremento en un año en la edad del propietario (Edad_propietario), la probabilidad de incrementar el nivel de ventas de la MYPE se reducirá en un 0.29 % en la costa.

- Pertenecer a una organización (Organización) entre MYPEs con fines empresariales en la costa, tiene mayor probabilidad de incrementar su nivel de ventas en un 9.34%.
- Si la MYPE participa en cursos o servicios de capacitación sobre tecnologías de información y comunicación (Capacitación_TIC), la probabilidad de incrementar el nivel de ventas de la MYPE aumenta en un 14.90 % en la costa y en un 12.78% en la sierra.
- Si la MYPE participa en proyectos o eventos (seminarios, ferias, exposiciones) sobre tecnologías innovadoras para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios (Event_py_tecnología_innovación), la probabilidad de incrementar el nivel de ventas de la MYPE aumenta en un 11 % en la costa y en un 11.42% en la sierra.
- Si la empresa accede algún tipo de financiamiento (Accedió_financiamiento), la probabilidad de incrementar el nivel de ventas de la MYPE aumenta en un 12.27 % en la costa, en un 13.14% en la sierra y en un 49.22% en la selva.
- Si la MYPE participa en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión (Participar_tecnología_gestión), la probabilidad de incrementar el nivel de ventas de la MYPE aumenta en un 9.64 % en la costa y en un 14.24 en la sierra.

4.2 Resultados estadísticos

4.2.1 Identificación de la empresa e informante

4.2.1.1 De la empresa

Las MYPEs que cuentan con licencia municipal el 42.11% han incrementado sus ventas, en cambio aquellas MYPEs que no cuentan con licencia municipal el 42.76% ha incrementado sus ventas (ver Tabla 8). Sin embargo, se observa que del total de MYPEs el 36.36% no cuenta con licencia municipal por lo que existe economía informal, es decir si tiene licencia se puede decir que es más formal.

Tabla 8

Licencia municipal e incremento en ventas de la MYPE.

¿cuenta con licencia municipal?	¿En el año 2012, ha incrementado sus ventas con respecto al año anterior?		Total
	No	Si	
No	348	260	608
	57.24%	42.76%	100.00%
Si	616	448	1,064
	57.89%	42.11%	100.00%
Total	964	708	1,672
	57.66%	42.34%	100.00%
	100.00%	100.00%	100.00%

Las MYPEs que cuentan con licencia sectorial el 38.46% han incrementado sus ventas, en cambio de aquellas MYPEs que no cuentan con licencia sectorial han incrementado sus ventas el 42.41% (ver Tabla 9). Sin embargo, se observa que del total de MYPEs el 98.44% no cuenta con licencia sectorial.

Tabla 9

Licencia sectorial e incremento en ventas de la MYPE.

¿cuenta con licencia sectorial?	¿En el año 2012, ha incrementado sus ventas con respecto al año anterior?		Total
	No	Si	
No	948	698	1,646
	57.59%	42.41%	100.00%
Si	16	10	26
	61.54%	38.46%	100.00%
Total	964	708	1,672
	57.66%	42.34%	100.00%
	100.00%	100.00%	100.00%

Las MYPEs que forman parte de una organización con fines empresariales el 50.91% han incrementado sus ventas, en cambio de aquellas MYPEs que no formaron parte de una organización solamente el 41.74% han incrementado sus

ventas (ver Tabla 10). Por lo que las MYPEs que forman parte de una organización con fines empresariales tienen mayor probabilidad de incrementar sus ventas.

Tabla 10

Organización e incremento en ventas de la MYPE.

¿En el año 2012, pertenecía a alguna organización o agrupación entre MYPE con fines empresariales?	¿En el año 2012, ha incrementado sus ventas con respecto al año anterior?		Total
	No	Si	
No	910	652	1,562
	58.26%	41.74%	100.00%
	94.40%	92.09%	93.42%
Si	54	56	110
	49.09%	50.91%	100.00%
	5.60%	7.91%	6.58%
Total	964	708	1,672
	57.66%	42.34%	100.00%
	100.00%	100.00%	100.00%

Las MYPEs que cuentan con local propio el 42.72% han incrementado sus ventas, y el 41.99% de MYPEs que cuenta con local alquilado han incrementado sus ventas y finalmente el 42.36% de MYPES que cuenta con local prestado han incrementado sus ventas (ver Tabla 11).

Tabla 11

Régimen de propiedad del local e incremento en ventas de la MYPE.

Régimen de propiedad del local principal de la empresa	¿En el año 2012, ha incrementado sus ventas con respecto al año anterior?		Total
	No	Si	
Propio	429	320	749
	57.28%	42.72%	100.00%
	44.50%	45.20%	44.80%
Alquilado	402	291	693
	58.01%	41.99%	100.00%
	41.70%	41.10%	41.45%
Prestado	132	97	229
	57.64%	42.36%	100.00%
	13.69%	13.70%	13.70%
Otro	1	0	1
	100.00%	0.00%	100.00%
	0.10%	0.00%	0.60%
Total	964	708	1,672
	57.66%	42.34%	100.00%
	100.00%	100.00%	100.00%

Las MYPEs que cuentan con Facebook el 48.32% han incrementado sus ventas, en cambio aquellas MYPEs que no cuentan con Facebook el 41.76% ha incrementado sus ventas (ver Tabla 12).

Tabla 12

Si cuenta con Facebook e incremento en ventas de la MYPE.

¿La empresa cuenta con FACEBOOK?	¿En el año 2012, ha incrementado sus ventas con respecto al año anterior?		Total
	No	Si	
No	887	636	1,523
	58.24%	41.76%	100.00%
Si	92.01%	89.83%	91.09%
	77	72	149
Si	51.68%	48.32%	100.00%
	7.99%	10.17%	8.91%
Total	964	708	1,672
	57.66%	42.34%	100.00%
	100.00%	100.00%	100.00%

El 47.37% de las MYPEs que cuentan con Twitter han incrementado sus ventas, en cambio aquellas MYPEs que no cuentan con Twitter el 42.29% han incrementado sus ventas (ver Tabla 13).

Tabla 13

Si cuenta con Twitter e incremento en ventas de la MYPE.

¿La empresa cuenta con TWITTER?	¿En el año 2012, ha incrementado sus ventas con respecto al año anterior?		Total
	No	Si	
No	954	699	1,653
	57.71%	42.29%	100.00%
Si	98.96%	98.73%	98.86%
	10	9	19
Si	52.63%	47.37%	100.00%
	1.04%	1.27%	1.14%
Total	964	708	1,672
	57.66%	42.34%	100.00%
	100.00%	100.00%	100.00%

4.2.1.2 Del informante (Conductor de la MYPE)

En cuanto al género de los propietarios, el 67.34% de los entrevistados son varones y el 32.66% son mujeres y en ambos géneros tanto hombres como mujeres han incrementado sus niveles en venta; puesto que en el caso de los varones más del 43 % incremento sus niveles en venta y en el caso de mujeres más del 40 % también incrementaron sus niveles en venta (ver Tabla 14).

Tabla 14

Sexo de los propietarios e incremento en ventas de la MYPE.

Sexo del propietario	¿En el año 2012, ha incrementado sus ventas con respecto al año anterior?		Total
	No	Si	
Mujer	327	219	546
	59.89%	40.11%	100.00%
Varón	33.92%	30.93%	32.66%
	637	489	1,126
Varón	56.57%	43.43%	100.00%
	66.08%	69.07%	67.34%
Total	964	708	1,672
	57.66%	42.34%	100.00%
	100.00%	100.00%	100.00%

Los propietarios de las MYPE respecto a la edad de la MYPE, se observa que existe emprendedores o jóvenes microempresarios (ver Figura 6).

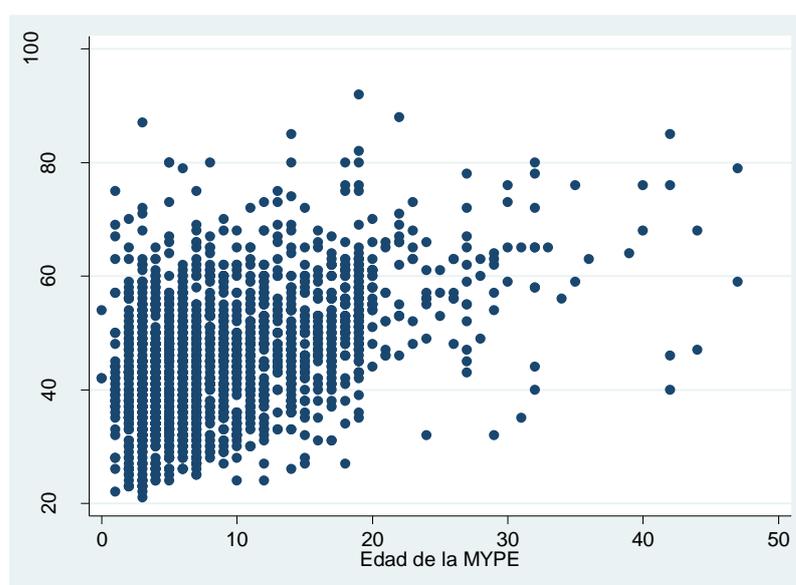


Figura 6. Edad del propietario respecto a la edad de la MYPE.

Aquellas MYPEs cuyos propietarios son más jóvenes tienen mayor probabilidad de incrementar sus ventas, por lo que existe emprendedores o jóvenes microempresarios tanto en mujeres como en varones (ver Figura 9).

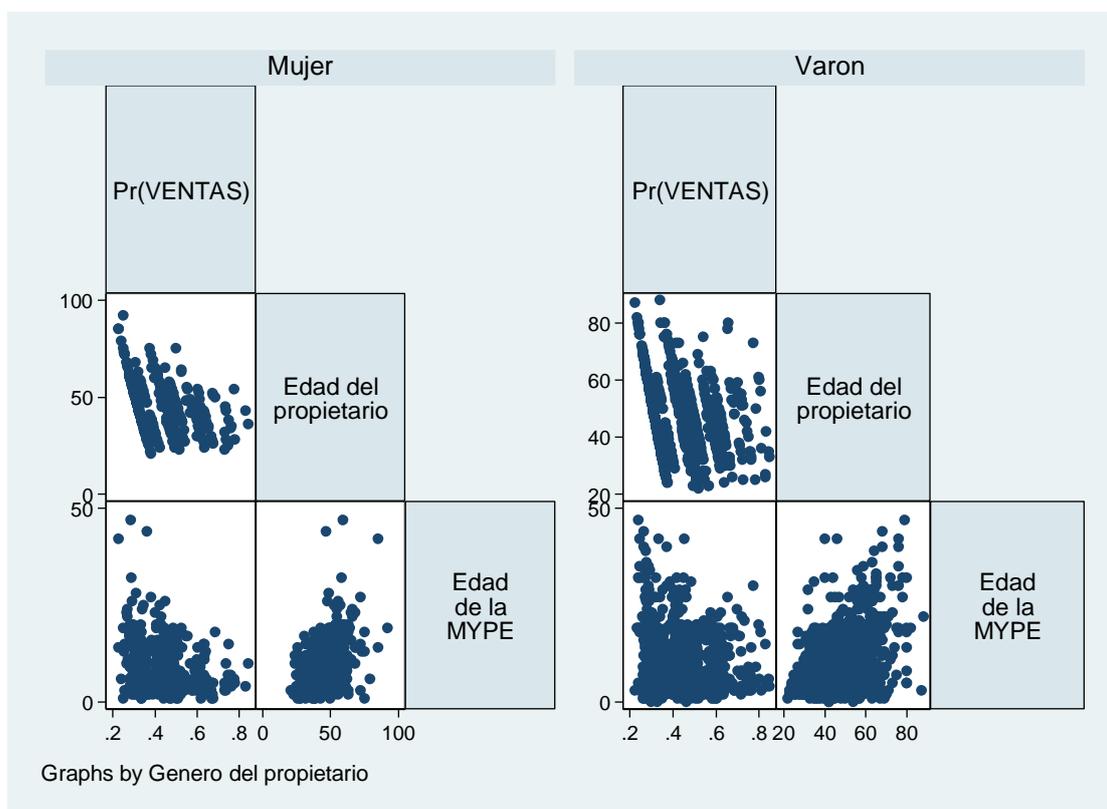


Figura 7. Crecimiento de la MYPE por genero respecto a edad del propietario y edad de la MYPE.

En la Tabla 15, se observa que el 0,06% de los propietarios de la MYPE tiene nivel educativo inicial, mientras que el 1,73% tienen nivel de educación primaria incompleta, el 4,90% tiene el nivel de educación primaria completa, el 4% tienen nivel de educación secundaria incompleta, el 33,01% tienen nivel de educación secundaria completa, el 5,08% tienen nivel de superior no universitaria incompleta, el 16,09% tienen nivel de superior no universitaria completa, el 9,21% tienen nivel de superior universitaria incompleta y el 25,54% tiene nivel de educación superior universitaria completa. Por lo que a medida que aumenta el nivel educativo alcanzado por el propietario también el nivel de ventas va en aumento.

Tabla 15

Nivel de educación de los propietarios e incremento en ventas de la MYPE.

Nivel educativo del propietario	¿En el año 2012, ha incrementado sus ventas con respecto al año anterior?		Total
	No	Si	
Inicial	0	1	1
	0.00%	100.00%	100.00%
Primaria incompleta	18	11	29
	62.07%	37.93%	100.00%
Primaria Completa	46	36	82
	56.10%	43.90%	100.00%
Secundaria incompleta	48	25	73
	66%	34%	100%
Secundaria completa	331	221	552
	59.96%	40.04%	100.00%
Superior no univ. inc	55	30	85
	64.71%	35.29%	100.00%
Superior no univ. com	148	121	269
	55.02%	44.98%	100.00%
Superior univ. Incomp	94	60	154
	61.04%	38.96%	100.00%
Superior univ. Comple	224	203	427
	52.46%	47.54%	100.00%
Total	964	708	1,672
	57.66%	42.34%	100.00%
	100.00%	100.00%	100.00%

En la Figura se observa que a un mayor nivel de educación alcanzado del propietario de la MYPE mayor es el nivel de ventas, frente a un menor nivel educativo alcanzado por el propietario de la MYPE menor es su nivel en ventas (ver Figura 8). En general se cumple con lo esperado a priori.

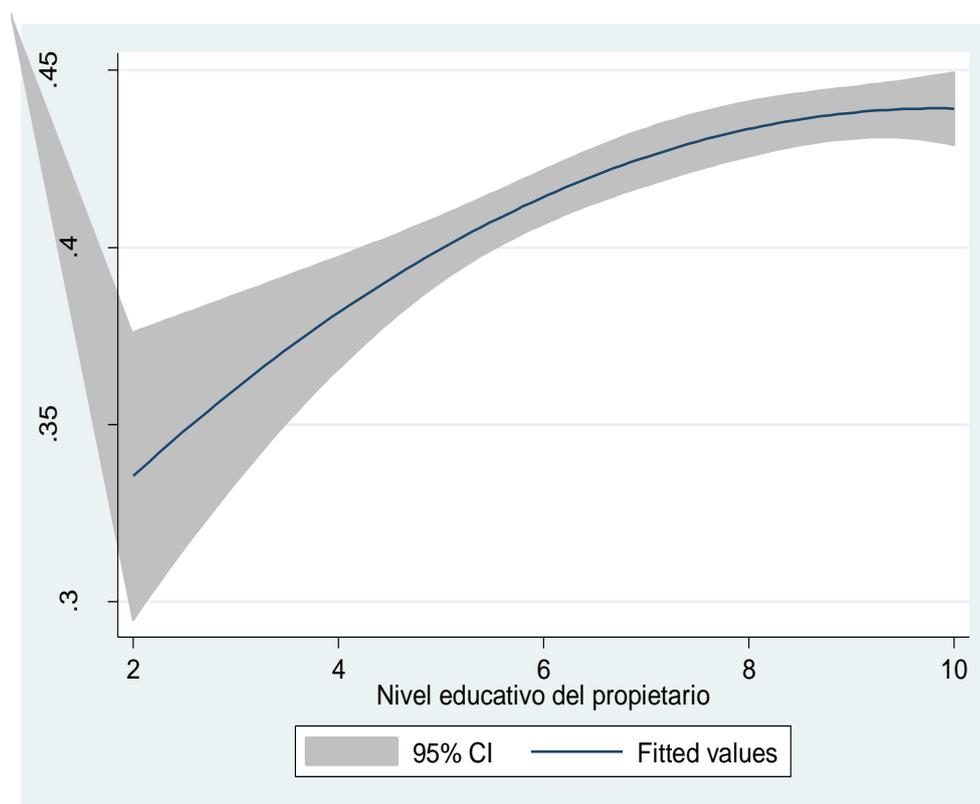


Figura 8. Nivel de educación del propietario respecto al crecimiento de la MYPE.

En cuanto a las MYPEs por zonas (costa, sierra y selva) los resultados indican que aquellas MYPEs cuyo propietario es más joven tienen mayor probabilidad de incrementar sus ventas. Respecto a las MYPEs que tienen una menor antigüedad tienen mayor probabilidad de incrementar sus ventas. (ver Figura 9).

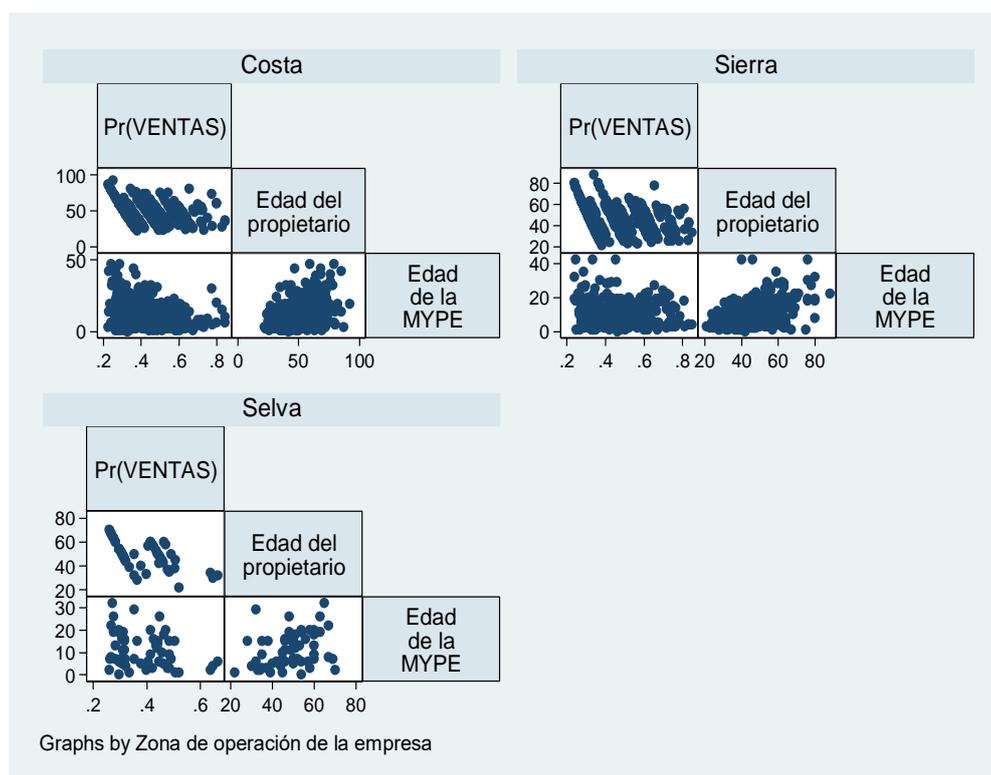


Figura 9. Crecimiento de la MYPE por zonas respecto a edad del propietario y edad de la MYPE.

4.2.2 Las MYPE desarrollan e implementan una cultura empresarial asociativa

Las MYPEs que pertenecen a alguna organización o agrupación entre MYPE con fines empresariales el 50.91% han incrementado sus ventas, en cambio el 41.74% de aquellos MYPEs que no pertenecen a alguna organización o agrupación entre MYPE con fines empresariales ha incrementado sus ventas (ver Tabla 16), por lo que las MYPEs que participan en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión tienen mayor probabilidad de incrementar sus ventas. Dado que en el mundo globalizado quienes compiten entre sí no son las empresas o los productos por sí solos, sino las cadenas productivas; y, dado que ninguna actividad productiva puede desenvolverse de manera aislada, pues existen relaciones de interdependencia entre los agentes económicos que configuran una participación en conjunto y articulada

Tabla 16

Pertenecía a alguna organización o agrupación entre MYPE con fines empresariales

¿En el año 2012, pertenecía a alguna organización o agrupación entre MYPE con fines empresariales?	¿En el año 2012, ha incrementado sus ventas con respecto al año anterior?		Total
	No	Si	
No	910	652	1,562
	58.26%	41.74%	100.00%
	94.40%	92.09%	93.42%
Si	54	56	110
	49.09%	50.91%	100.00%
	5.60%	7.91%	6.58%
Total	964	708	1,672
	57.66%	42.34%	100.00%
	100.00%	100.00%	100.00%

4.2.3 Las MYPE incrementan y aplican su conocimiento sobre prácticas modernas de gestión empresarial

Las MYPEs que han participado en eventos de capacitación relacionado a la gestión empresarial el 53.92% han incrementado sus ventas, en cambio el 39.88% de aquellos MYPEs que no ha participado a algún evento de capacitación relacionado a la gestión empresarial ha incrementado sus ventas (ver Tabla 17), por lo que las MYPEs que participan en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión tienen mayor probabilidad de incrementar sus ventas.

Tabla 17

Asistió usted o el responsable de la empresa a algún evento de capacitación relacionado a la Gestión Empresarial

¿asistió usted o el responsable de la empresa a algún evento de capacitación relacionado a la Gestión Empresarial?	año 2012, ha incrementado sus ventas con respecto al año anterior?		Total
	No	Si	
No	829	550	1,379
	60.12%	39.88%	100.00%
	86.00%	77.68%	82.48%
Si	135	158	293
	46.08%	53.92%	100.00%
	14.00%	22.32%	17.52%
Total	964	708	1,672
	57.66%	42.34%	100.00%
	100.00%	100.00%	100.00%

4.2.4 Las MYPE acceden e implementan nuevas tecnologías para la gestión empresarial

Las MYPEs que han accedido o implementado nuevas tecnologías para la gestión empresarial el 63.39% han incrementado sus ventas, en cambio el 40.83% de aquellos MYPEs que no han accedido o implementado nuevas tecnologías para la gestión ha incrementado sus ventas (ver Tabla 18), por lo que las MYPEs que participan en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión tienen mayor probabilidad de incrementar sus ventas.

Tabla 18

Participación en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión e incremento en ventas de la MYPE.

¿ha participado en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión?	¿En el año 2012, ha incrementado sus ventas con respecto al año anterior?		Total
	No	Si	
No	923	637	1560
	59.17%	40.83%	100.00%
	95.75%	89.97%	93.30%
Si	41	71	112
	36.61%	63.39%	100.00%
	4.25%	10.03%	6.70%
Total	964	708	1672
	57.66%	42.34%	100.00%
	100.00%	100.00%	100.00%

4.2.5 Las MYPEs incrementan e implementan su conocimiento sobre tecnologías de información y comunicación (TIC'S)

Las MYPEs que han participado en capacitaciones sobre TIC el 64.37% han incrementado sus ventas, en cambio aquellas MYPEs que no participan en algún curso o servicio de capacitación sobre TIC solamente el 41.14% ha incrementado sus ventas (ver Tabla 19)

Tabla 19

Capacitación en TIC e incremento en ventas de la MYPE.

¿participó en algún curso o servicio de capacitación sobre tecnologías de información y comunicación?	¿En el año 2012, ha incrementado sus ventas con respecto al año anterior?		Total
	No	Si	
No	933	652	1,585
	58.86%	41.14%	100.00%
	96.78%	92.09%	94.80%
Si	31	56	87
	35.63%	64.37%	100.00%
	3.22%	7.91%	5.20%
Total	964	708	1,672
	57.66%	42.34%	100.00%
	100.00%	100.00%	100.00%

4.2.6 Las MYPEs adoptan e implementan tecnologías innovadoras para mejorar procesos productivos

Las MYPEs que han adoptado o implementado tecnologías innovadoras el 59.68% han incrementado sus ventas, en cambio de aquellos MYPEs que no han adoptado o implementado tecnologías innovadoras para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios solamente el 39.25% ha incrementado sus ventas (ver Tabla 20).

Tabla 20

Participar en proyectos o eventos sobre tecnologías innovadoras e incremento en ventas de la MYPE.

¿participó en proyectos o eventos (seminarios, ferias, exposiciones) sobre tecnologías innovadoras para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios?	¿En el año 2012, ha incrementado sus ventas con respecto al año anterior?		Total
	No	Si	
No	862	557	1,419
	60.75%	39.25%	100.00%
	89.42%	78.67%	84.87%
Si	102	151	253
	40.32%	59.68%	100.00%
	10.58%	21.33%	15.13%
Total	964	708	1,672
	57.66%	42.34%	100.00%
	100.00%	100.00%	100.00%

4.2.7 Las MYPEs acceden a los servicios financieros

Las MYPEs que han accedido a algún tipo de financiamiento el 51.02% han incrementado sus ventas, en cambio aquellas MYPEs que no han accedido a algún tipo de financiamiento el 34.62% han incrementado sus ventas (ver Tabla 21).

Tabla 21

Accedió a algún tipo de financiamiento e incremento en ventas de la MYPE.

¿su empresa accedió a algún tipo de financiamiento?	¿En el año 2012, ha incrementado sus ventas con respecto al año anterior?		Total
	No	Si	
No	578	306	884
	65.38%	34.62%	100.00%
Si	59.96%	43.22%	52.87%
	386	402	788
Si	48.98%	51.02%	100.00%
	40.04%	56.78%	47.13%
Total	964	708	1,672
	57.66%	42.34%	100.00%
	100.00%	100.00%	100.00%

4.3 Discusiones

4.3.1 Hipótesis específica 1

A partir de los resultados encontrados en el ítem 4.1.1 aceptamos la hipótesis específica 1 que establece que los factores socioeconómicos que influyen en el incremento del nivel ventas de las micro y pequeñas empresas en el Perú son: edad del propietario, solicitud de financiamiento, participación en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión y capacitación en tecnologías de información y comunicación.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene (Covin y Slevin, 1991; Franco, 2012; Gómez, 2013; Kantis *et al.*, 2002; Rodríguez, 2003) quienes señalan que los factores que influyen positivamente en el dinamismo empresarial tiene mucho que ver con la tecnológica, nivel educativo, edad y capacitación en tecnologías de información y comunicación. Estos autores expresan que estos factores son los que más determinan

el incremento del nivel de ventas de las MYPEs. Ello es acorde con lo que en este estudio se halla.

Pero en lo que no concuerdan el estudio de los referidos autores con el presente es que ellos menciona existen una variedad de factores que influyen en el comportamiento del empresario potencial, desde la motivación misma para ser empresario hasta los contactos que le ayudan a resolver los problemas que se va encontrando en el proceso de creación y crecimiento de la empresa (Kantis *et al.*, 2002), “posicionamiento de la marca, habilidades empresariales, características de flexibilidad, y educación empresarial” (Franco, 2012), y que la competencia local y los costos laborales explican en mayor magnitud el incremento del nivel de ventas de las MYPEs (Trujillo & Iglesias, 2012) y que en los países en vía de desarrollo pueden no incrementar su productividad en razón a que la baja calidad de la capacitación laboral dificulta la adopción de nuevas tecnologías (Acemoglu y Zilibotti, 2014). Y lo anterior obedece a que todas las organizaciones que se dedican a manejar pequeña empresa vienen desde antes y tendrá mejor éxito quien utilice los mejores métodos o sistemas de capacitación (Gómez, 2013). En este estudio no se encuentran estos resultados.

Adicionalmente en este estudio no se encuentra relación directa con participación en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión y capacitación en tecnologías de información y comunicación, ya que en los estudios o antecedentes solo menciona capacitación, sin especificar a qué tipo de capacitación está haciendo referencia.

4.3.2 Hipótesis específica 2

A partir de los resultados encontrados en el ítem 4.1.2 aceptamos la hipótesis específica 2 que establece que el efecto de participar en proyectos o eventos sobre tecnologías para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios sobre el incremento del nivel de ventas de las MYPEs en el Perú es positivo. el mismo que a priori se esperaba una relación positiva y significativa con respecto al incremento del nivel de venta de la MYPE.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene (Covin y Slevin, 1991; Kantis *et al.*, 2002), quienes señalan que el nivel tecnológico es importante para mejorar sus

productos. Estos autores expresan que las empresas que más innovación tecnológica presenta, más es el incremento del nivel de ventas de las MYPEs. Que influyen positivamente en el dinamismo empresarial (Franco, 2012). La mejora continua en los servicios, en el diseño y en el uso del producto ha de formar parte de la vida diaria de la organización (Drucker, 2005). Por lo que la postura empresarial está claramente relacionada con la sofisticación tecnológica del entorno (Covin & Slevin, 1991). Ello es acorde con lo que en este estudio se halla.

Adicionalmente en este estudio no se encuentra relación directa sobre el efecto de participar en proyectos o eventos sobre tecnologías para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios, ya que en los estudios o antecedentes solo menciona nivel tecnológico o tecnología genéricamente, sin especificar a qué tipo de tecnología está haciendo referencia.

CONCLUSIONES

- Según el ranking de los efectos marginales las variables más determinantes en el incremento del nivel de ventas de las MYPEs son: acceso al financiamiento, participación en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión, capacitación en tecnologías de información y comunicación, participar en proyectos o eventos sobre tecnologías innovadoras para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios, asistencia del propietario o del responsable de la empresa a algún evento de capacitación relacionado a la gestión empresarial y edad del propietario.
- De acuerdo al modelo Probit elegido el efecto de participar en proyectos o eventos sobre tecnologías para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios sobre el incremento en el nivel de ventas de las MYPEs en el Perú es positivo y es significativo al 1%. Esto se debe a la utilización de nuevos conocimientos, tecnologías, sistemas productivos, estrategias, toma de decisiones, lo que obliga también a pensar diferente, no sólo actuar, sin lo cual no lograríamos obtener todas las posibilidades y que se transforme en un imperativo para el crecimiento de las MYPEs.

RECOMENDACIONES

- A los representantes de las micro y pequeñas empresas deben de tomar en cuenta según los efectos marginales las variables de acceso al financiamiento, participación en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión, capacitación en tecnologías de información y comunicación, participar en proyectos o eventos sobre tecnologías innovadoras para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios, asistencia del propietario o del responsable de la empresa a algún evento de capacitación relacionado a la gestión empresarial y edad del propietario que son de mucha importancia para el incremento en el nivel de ventas de las MYPEs con el propósito de mejorar el manejo y funcionamiento.
- Al Estado, debe promover un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPEs y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de un plan de desarrollo nacional y planes estratégico sectoriales en especial del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Ministerios de la Producción, Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales en coordinación directa con el Centro Nacional de Planeamiento (CEPLAN), en un marco de articulación territorial e interinstitucional entre los tres niveles de gobierno, para mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación, articulación productiva y comercial de las MYPEs.
- Finalmente, en el contexto actual para el crecimiento y desarrollo económico del Perú es muy importante contar con MYPEs formales, organizadas, competitivas y sólidas que puedan operar en entornos turbulentos y altamente competitivos. Por lo que se recomienda hacer este tipo de estudios a la comunidad académica y entidades del sector en la medida que los datos u información estén disponibles para años

posteriores, por lo que se exhorta a profundizar y seguir con las investigaciones y así poder contar con MYPEs más sostenibles y altamente competitivos.

BIBLIOGRAFÍA

- Aghion, P., & Howitt, P. (1999). Endogenous Growth Theory. *Cambridge, MA, MIT Press, 1998.*, 17(2), 225–228. <https://doi.org/10.1080/08109029908629552>
- Altman, E. I., Sabato, G., & Nicholas, W. (2012). The Value of Qualitative Information in Sme Risk Management. *Abc*, 12(3), 1–40. <https://doi.org/10.1177/0969733007082112>
- Álvarez, D., Dobarro, A., Álvarez, L., Núñez, J. C., & Rodríguez, C. (2014). La violencia escolar en los centros de educación secundaria de Asturias desde la perspectiva del alumnado. *Educacion XXI*, 17(2), 337–360. <https://doi.org/10.5944/educxx1.17.1.11494>
- Angeles, R. (2014). Using the Technology-Organization-Environment Framework for Analyzing Nike’s “Considered Index” Green Initiative, a Decision Support System-Driven System. *Journal of Management and Sustainability*, 4(1), 96–113. <https://doi.org/10.5539/jms.v4n1p96>
- Aragón, A., & Rubio, A. (2005). Factores asociados con el éxito competitivo de las pyme industriales en España. *Universia Business Review*, 8, 36–51.
- Argandoña, A. (1994). La estructura interna de la empresa en la vision de coase. *Documento de Investigacion*, 271.
- Arinaitwe, J. K. (2006). Factors Constraining the Growth and Survival of Small Scale Businesses. A Developing Countries Analysis. *Journal of American Academy of Business*, 167–178.
- Arrow, K. (1962). The Economic Implications of Learning by Doing” , The Review of Economic Studies. *The Review of Economic Studies*, 29(3), 155–173. <https://doi.org/10.2307/2295952>
- Avila, E. (2008). Elementos teóricos - Metodológicos para el estudio de cadenas productivas agropecuarias. Enfoques teóricos y reflexiones. Cusco, Perú. *Ruway*, 1.
- Baum, T. (2006). Low cost air travel : social inclusion or social exclusion ? *Tourism , Culture and Communication*, 7.
- Bliss, C. I. (1934). The Method of Probits. *Science*, 79(2037), 38–39.

<https://doi.org/10.1126/science.79.2037.38>

- Coase, R. H. (1937). The Nature of the Firm. *Economica*, 4(16), 386–405.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x>
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior.
- Crosby, P. B. (2005). Crosby's 14 Steps To Improvement. *Quality Progress*, (December), 60–64.
- Drucker, P. F. (2005). Gestionarse a sí mismo. *Harvard Business Review*, 83(1), 12.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Franco, M. (2012). Factores determinantes del dinamismo de las pymes en Colombia. *Universitat Autònoma de Barcelona*, 1–287.
- Goldberg, E. D. (1964). The Oceans as a Geological System*. *Transactions of the New York Academy of Sciences*, 27(1 Series II), 7–19. <https://doi.org/10.1111/j.2164-0947.1964.tb03480.x>
- Gómez, J. M. (2013). Factores que Inciden en el Crecimiento de las Microempresas de la ciudad de Quetzaltenango. *Tesis*, 110.
- Grossman, G. M., & Helpman, E. (2007). Protection for Sale. *American Economic Review*, 84(4), 833–850.
- Hoy, F., McDougall, P. P., & D'Souza, D. E. (1992). Strategies and environments of high-growth firms. In D.L. Sexton and J.D. Kasarda (Eds.). *The State of the Art of Entrepreneurship*. Boston: PWS-Kent, 341–357.
- Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002). Empresarialidad en economías emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el este de Asia. *Washington: BID.*, 1–139. Retrieved from <http://www.iadb.org/sds/sme> o http://www.iadb.org/sds/ifm_s.htm
- Knowledge, S., & Fletcher, M. (2011). Processes of rapidly internationalising firms : longitudinal case studies of Deposited on : 02 September 2011 Enlighten – Research publications by members of the University of Glasgow Knowledge Assimilation Processes of Rapidly Internationalising Firms :, 18(September), 475–501.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administracion una perspectiva global y empresarial*. México D.F.
- Laitinen, E. K. (1999). Estimating likelihood of filing a petition for reorganization and bankruptcy : evidence from Finland, 15–40.
- Lennox, C. S. (1999). Audit quality and auditor size: An evaluation of reputation and deep pockets hypotheses. *Journal of Business Finance and Accounting*, 26(7–8), 789–805.
<https://doi.org/10.1111/1468-5957.00275>
- Lucas, R. E. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary*

Economics, 22(1), 3–42. [https://doi.org/10.1016/0304-3932\(88\)90168-7](https://doi.org/10.1016/0304-3932(88)90168-7)

- Martín, J. (2003). Orientación al Mercado y Proceso de Internacionalización de las Empresas. *Universidad de Malaga - Tesis Doctoral*, 292. Retrieved from <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/2568/1669952x.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- McKenna, R. (2011). Marketing is everything. *Harvard Business Review*, 69(1), 65–79.
- Mitchell, W., & Singh, K. (1993). Death of the Lethargic: Effects of Expansion into New Technical Subfields on Performance in a Firm's Base Business, 152–180. Retrieved from <https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/orsc.4.2.152>
- Mora, A. (2013). *Políticas macroeconómicas, deterioro en el bienestar social y la viabilidad de las Pymes y empresas de economía social para incentivar el desarrollo económico local : un análisis empírico del caso mexicano (1983-2012)*. Historia. Huelva. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242. <https://doi.org/10.2307/259373>
- Nicholson, W. (2005). *Teoría Microeconómica. Principios Básicos y Ampliaciones (88 E d.)* (Thomson Ed). España.
- Nonaka, I. (1994). Dynamic Theory Knowledge of Organizational Creation. *Organization Science*, 5(1), 14–37. <https://doi.org/10.1287/orsc.5.1.14>
- Nooteboom, B. (1999). Innovation, learning and industrial organisation. *Cambridge Journal of Economics*, 23(2), 127–150. <https://doi.org/10.1093/cje/23.2.127>
- Pampel, F. C. . (2000). *Logistic Regression: A Primer*. Sage Publications, 2000 (Vol. Volumen 13). California - USA. Retrieved from <https://books.google.com.pe/books?id=lfzSqxFceq0C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Plan Nacional de Diversificación Productiva, P. (2013). *Plan Nacional de Diversificación Productiva*. Lima - Peru. Retrieved from www.produce.gob.pe
- Rebelo, S. (2010). Long-Run Policy Analysis and Long-Run Growth, 99(3), 500–521. <https://doi.org/10.1086/261764>
- Rodríguez, A. G. (2003). La realidad de la pyme colombiana : desafío para el desarrollo. *FUNDES*, xix(ill. ; 26 cm.), 186. Retrieved from <https://searchworks.stanford.edu/view/5555066>
- Romer, P. (1986). Increasing returns and long-run growth. *Journal of Political Economy*, 94(5), 1002–1037. <https://doi.org/10.1086/261420>
- Ruppenthal, T., & Bausch, A. (2009). Research on export performance over the past 10 years: a narrative review. *European J. of International Management*, 3(3), 328. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2009.026995>

- Sentinel. (2013). Analisis del “Jueves Negro” para la Economía Mundial. *BOLETIN CM NOTICIAS*, 21.
- Serida, J., Nakamatsu, K., Borda, A., & Morales, O. (2013). *Perú 2013: Global Entrepreneurship Monitor. Global Entrepreneurship Monitor*.
- Sitharam, S., & Hoque, M. (2016). Factors affecting the performance of small and medium enterprises in KwaZulu-Natal, South Africa. *Problems and Perspectives in Management*, 14(2-2), 277–288. [https://doi.org/10.21511/ppm.14\(2-2\).2016.03](https://doi.org/10.21511/ppm.14(2-2).2016.03)
- Sobreira, L. J. (2015). Análisis de las barreras para la consolidación de un mercado de servicios basado en el conocimiento: un enfoque empresarial. Evidencias basada en el panel de innovación tecnológica, PITEC. *TESIS DOCTORAL*, 158.
- Solow, R. M. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth. *Source: The Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65–94. <https://doi.org/10.2307/1884513>
- Trujillo, J., & Iglesias, W. (2012). Determinantes Del Crecimiento De Las Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas Colombina: El Caso Del Sector Metalmeccanico, (32), 41–76.
- Vargas, B., & del Castillo, C. (2008). Competitividad Sostenible de la Pequeña Empresa: Un modelo de promoción de capacidades endógenas para promover ventajas competitivas sostenibles y alta productividad. *Journal of Economics*, 13, 59-80–17. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.1697>
- Villarán, F. (2000). Las PYMEs en la estructura empresarial peruana. *Servicios Para El Desarrollo*, (511), 37.
- Weinzimmer, L. (1998). Measuring organizational growth: Issues, consequences and guidelines. *Journal of Management*, 24(2), 235–262. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(99\)80061-0](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(99)80061-0)
- Yli-Renko, H., Autio, E., & Sapienza, H. J. (2001). Social capital, knowledge acquisition, and knowledge exploitation in young technology-based firms. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), 587–613. <https://doi.org/10.1002/smj.183>
- Zou, S., & Stan, S. (1998). The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997. *International Marketing Review*, 15(5), 333–356. <https://doi.org/10.1108/02651339810236290>



ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia de la investigación propuesta

Planteamiento del Problema	Hipótesis	Objetivo (s)	Variable (s)	Indicador (es)	Método (s)	Estadística
Pregunta general	Hipótesis General	Objetivo General				
¿Cuáles son los factores determinantes del crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú 2012?	El crecimiento de las MYPES en el Perú depende de factores socioeconómicos y de la participación en proyectos o eventos.	Identificar los factores determinantes del crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú.				
Pregunta específica	Hipótesis Específica	Objetivo Específico				
	Los factores que influyen sobre el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú son: edad del propietario, solicitud de financiamiento, participación en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión y capacitación en tecnologías de información y comunicación	Identificar los factores socioeconómicos determinantes del crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú.	Acceso a financiamiento	0=No accedió a financiamiento. 1=Si accedió a financiamiento		
¿Cuáles son los factores socioeconómicos determinantes del crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú, año 2012?			participación en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión	0=No participo. 1=Si participo	Probit	T estadístico
			capacitación en tecnologías de información y comunicación	0=No participo. 1=Si participo		
			Genero del propietario de la micro y/o pequeña empresa	0=Femenino 1=Masculino		
¿Cómo influye participar en proyectos o eventos sobre tecnologías para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios en el crecimiento de las MYPES en el Perú, año 2012?	El efecto de participar en proyectos o eventos sobre tecnologías para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios sobre el crecimiento de las MYPES en el Perú es positivo.	Evaluar el efecto de participar en proyectos o eventos sobre tecnologías para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios sobre el crecimiento de las MYPES en el Perú el desempeño del crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú.	Capacitación	0=No participa en eventos o proyectos 1= Si participa en eventos o proyectos	Probit	T estadístico

Anexo 2. Ubicación de la costa, sierra y selva del Perú



Figura 10. Ubicación de la costa, sierra y selva del Perú

Fuente: Google maps 2016

Anexo 3. MIPYMES formales, según regiones, 2015

Regiones	Número	Part. %
Amazonas	9 452	0,6
Ancash	47 167	2,8
Apurímac	14 157	0,8
Arequipa	95 651	5,7
Ayacucho	20 848	1,2
Cajamarca	35 803	2,1
Callao	54 063	3,2
Cusco	69 134	4,1
Huancavelica	7 121	0,4
Huánuco	23 385	1,4
Ica	43 657	2,6
Junín	59 366	3,5
La Libertad	87 871	5,2
Lambayeque	56 023	3,3
Lima	797 564	47,4
Loreto	29 158	1,7
Madre de Dios	11 718	0,7
Moquegua	11 138	0,7
Pasco	10 504	0,6
Piura	65 412	3,9
Puno	35 987	2,1
San Martín	32 772	1,9
Tacna	27 132	1,6
Tumbes	12 526	0,7
Ucayali	25 072	1,5
Total	1 682 681	100

Nota: El tamaño empresarial es determinado de acuerdo con la Ley N° 30056

Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2015
Elaboración: PRODUCE - Dirección de Estudios Económicos de Mype e Industria (DEMI)

Anexo 4. Evolución de la mipyme formal, 2007-2015

Evolución de la mipyme formal, 2007-2015

Año	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Total Mipyme
2007	893 266	42 889	1 590	937 745
2008	994 974	49 503	1 841	1 046 318
2009	1 074 235	50 637	1 885	1 126 757
2010	1 138 091	55 589	2 031	1 195 711
2011	1 221 343	61 171	2 325	1 284 839
2012	1 270 009	68 243	2 451	1 340 703
2013	1 439 778	70 708	2 520	1 513 006
2014	1 518 284	71 313	2 635	1 592 232
2015	1 607 305	72 664	2 712	1 682 681

Nota: El estrato empresarial es determinado de acuerdo con la Ley N° 30056. Parámetro referencial para la gran empresa (aquella cuyas ventas anuales son mayores a 2 300 UIT)

Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2007-2015
Elaboración: PRODUCE - Dirección de Estudios Económicos de Mype e Industria (DEMI)

Anexo 5. Perú: empresas formales, según segmento empresarial, 2015

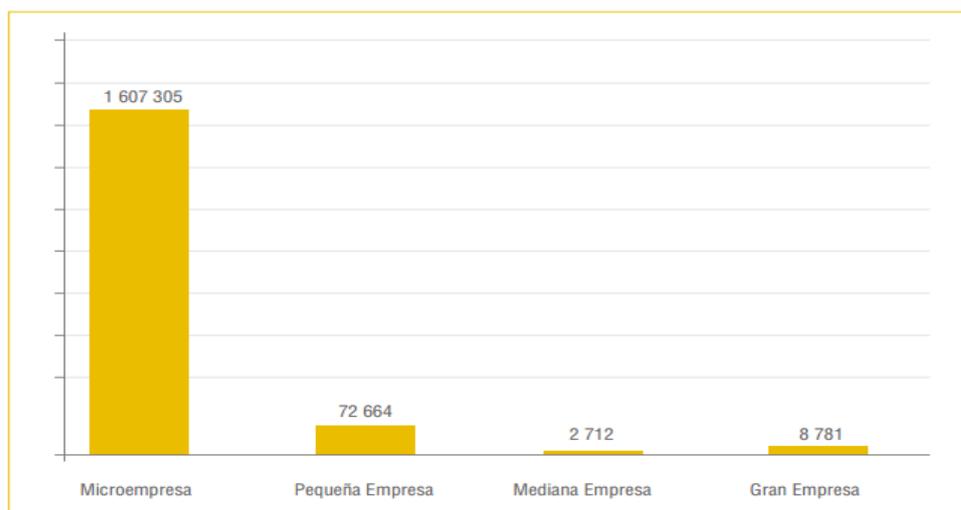
Perú : empresas formales, según segmento empresarial, 2015

Estrato empresarial 1	Nº de empresas	%
Microempresa	1 607 305	95,0
Pequeña Empresa	72 664	4,3
Mediana empresa	2 712	0,2
Total de mipymes	1 682 681	99,5
Gran Empresa	8 781	0,5
Total de empresas	1 691 462	100,0

1/ El estrato empresarial es determinado de acuerdo con la Ley N° 30056. Se considera gran empresa a aquella cuyas ventas anuales son mayores a 2 300 UIT.

Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2015
Elaboración: PRODUCE - Dirección de Estudios Económicos de Mype e Industria (DEMI)

Perú: empresas formales, según segmento empresarial, 2015



Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2014
Elaboración: PRODUCE - Dirección de Estudios Económicos de Mype e Industria (DEMI)

Anexo 6. Perú: Mipymes formales por estrato empresarial, según sección CIU, 2015

Perú: Mipymes formales por estrato empresarial, según sección CIU, 2015

Sección	Descripción	Total Mipyme
G	Comercio al por mayor y menor	745 295
K	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	226 459
O	Otras activ. De servicios comunitarias, sociales y personales	174 470
D	Industrias manufactureras	148 732
I	Transporte ,almacenamiento y comunicaciones	130 723
H	Hoteles y restaurantes	117 969
F	Construcción	55 083
A	Agricultura ganadería caza y silvicultura	24 184
N	Actividades de servicios sociales y de salud (privada)	22 674
M	Enseñanza(privada)	15 090
C	Explotación de minas y canteras	13 669
B	Pesca	3 497
J	Intermediación financiera	3 383
E	Suministro de electricidad, gas y agua	1 453
Total		1 682 681

Nota: El estrato empresarial es determinado de acuerdo con la Ley N° 30056.

Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2015
Elaboración: PRODUCE - Dirección de Estudios Económicos de Mype e Industria (DEMI)

Anexo 7. Mipymes formales, según sector económico, 2010 y 2015

Mipymes formales, según sector económico, 2010 y 2015

Sector económico	Mipyme 2010		Mipyme 2015		VAP ¹ 2010-2015
	N°	%	N°	%	
Comercio	547,651	45.8	745,295	44.3	6.4
Servicios	462,850	38.7	692,221	41.1	8.4
Manufactura	121,242	10.1	148,732	8.8	4.2
Construcción	31,898	2.7	55,083	3.3	11.5
Agropecuario	22,202	1.9	24,184	1.4	1.7
Minería	6,375	0.5	13,669	0.8	16.5
Pesca	3,493	0.3	3,497	0.2	0.0
Total	1,195,711	100	1,682,681	100	7.1

1/ Variación Anual Promedio

Nota: El estrato empresarial es determinado de acuerdo con la Ley N° 30056

Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2010 y 2015
Elaboración: PRODUCE - Dirección de Estudios Económicos de Mype e Industria (DEMI)


```
Iteration 0: log likelihood = -1139.2667
Iteration 1: log likelihood = -1089.7036
Iteration 2: log likelihood = -1089.6171
Iteration 3: log likelihood = -1089.6171
```

```
Probit regression                               Number of obs =      1672
                                                LR chi2(10)      =      99.30
                                                Prob > chi2      =      0.0000
Log likelihood = -1089.6171                    Pseudo R2       =      0.0436
```

Crecimiento	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Nivel_educativo	.0144979	.0165569	0.88	0.381	-.017953	.0469489
Genero	.0522238	.0677916	0.77	0.441	-.0806453	.1850929
Edad_propietario	-.0074979	.0029186	-2.57	0.010	-.0132183	-.0017775
Organización	.083659	.1289923	0.65	0.517	-.1691613	.3364792
Capacitación_TIC	.321397	.1500465	2.14	0.032	.0273111	.6154828
Event_py_tecnología_innovación	.3037562	.093913	3.23	0.001	.1196901	.4878222
Propiedad_empresa	-.0450214	.0462077	-0.97	0.330	-.1355869	.045544
Accedió_financiamiento	.3521661	.0637857	5.52	0.000	.2271484	.4771837
Capacitación_gestión_empresarial	.1065489	.0895695	1.19	0.234	-.0690041	.2821019
Participar_tecnología_gestión	.2902723	.1352706	2.15	0.032	.0251467	.5553978
_cons	-.1944377	.2256378	-0.86	0.389	-.6366795	.2478042

. estimates store PROBIT2

```
Probit regression                               Number of obs =      1672
                                                LR chi2(6)       =      96.54
                                                Prob > chi2      =      0.0000
Log likelihood = -1090.9985                    Pseudo R2       =      0.0424
```

Crecimiento	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Edad_propietario	-.0069533	.0027904	-2.49	0.013	-.0124224	-.0014843
Participar_tecnología_gestión	.301866	.1349019	2.24	0.025	.0374631	.5662689
Capacitación_TIC	.3217739	.1499887	2.15	0.032	.0278015	.6157463
Event_py_tecnología_innovación	.3109819	.0937422	3.32	0.001	.1272506	.4947132
Accedió_financiamiento	.3562214	.0635618	5.60	0.000	.2316427	.4808002
Capacitación_gestión_empresarial	.1246565	.0882018	1.41	0.158	-.0482158	.2975289
_cons	-.1531596	.1384423	-1.11	0.269	-.4245016	.1181823

. estimates store PROBIT3

. est tab PROBIT1 PROBIT2 PROBIT3, star(0.01 0.05 0.10) stat(r2_p, chi2 ll N)

Variable	PROBIT1	PROBIT2	PROBIT3
Nivel_educ~o	.01541106	.01449795	
Genero	.04904299	.05222383	
Edad_propi~o	-.00724052**	-.00749789**	-.00695335**
Organización	.0845967	.08365896	
Capacitaci~C	.31415932**	.32139695**	.32177389**
Event_py_t~n	.30476134***	.30375616***	.31098193***
Licencia_m~l	-.01266986		
Licencia_s~l	-.14494176		
Propiedad_~a	-.04474296	-.04502144	
Accedió_fi~o	.35318949***	.35216606***	.35622143***
Capacitaci~l	.10512508	.10654887	.12465655
Participar~n	.28855235**	.29027225**	.30186599**
Facebook	.05652182		
Twitter	-.0608864		
Edad_MYPE	-.00005653		
_cons	-.20490967	-.19443765	-.15315964
r2_p	.04383159	.04358029	.04236777
chi2	99.871748	99.299138	96.536373
ll	-1089.3308	-1089.6171	-1090.9985
N	1672	1672	1672

legend: * p<.1; ** p<.05; *** p<.01

Probit model for Crecimiento

Classified	True		Total
	D	~D	
+	214	125	339
-	494	839	1333
Total	708	964	1672

Classified + if predicted Pr(D) >= .5
True D defined as Crecimiento != 0

Sensitivity	Pr(+ D)	30.23%
Specificity	Pr(- ~D)	87.03%
Positive predictive value	Pr(D +)	63.13%
Negative predictive value	Pr(~D -)	62.94%
False + rate for true ~D	Pr(+ ~D)	12.97%
False - rate for true D	Pr(- D)	69.77%
False + rate for classified +	Pr(~D +)	36.87%
False - rate for classified -	Pr(D -)	37.06%
Correctly classified		62.98%

Marginal effects after probit
 $y = \text{Pr}(\text{Crecimiento}) \text{ (predict)}$
 $= .42126049$

variable	dy/dx	Std. Err.	z	P> z	[95% C.I.]	X
Edad_p~o	-.0027198	.00109	-2.49	0.013	-.004859 - .000581	45.9145
Partic~n*	.1196968	.05356	2.23	0.025	.014716 .224677	.066986
Capaci~C*	.1276293	.05945	2.15	0.032	.011113 .244145	.052033
Event_~n*	.1230677	.03716	3.31	0.001	.050227 .195908	.151316
Accedi~o*	.1389021	.02457	5.65	0.000	.09074 .187064	.471292
Capaci~l*	.0490815	.03491	1.41	0.160	-.019332 .117495	.175239

(*) dy/dx is for discrete change of dummy variable from 0 to 1

Anexo 9. Resultados del modelo de la costa

***** Determinando el modelo probit *****

*****COSTA*****

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Propiedad_~a	1081	1.666975	.6695154	1	4
Facebook	1081	.0869565	.2819018	0	1
Twitter	1081	.0101758	.1004069	0	1
Edad_propi~o	1081	46.62535	11.40627	22	92
Nivel_educ~o	1081	7.526364	1.95919	3	10
Edad_MYPE	1081	10.07123	7.173867	0	47
Licencia_m~l	1081	.6725254	.4695092	0	1
Licencia_s~l	1081	.0111008	.1048226	0	1
Genero	1081	.6484736	.4776679	0	1
Organización	1081	.0545791	.227262	0	1
Capacitaci~l	1081	.1452359	.3525016	0	1
Participar~n	1081	.052729	.2235953	0	1
Capacitaci~C	1081	.0360777	.1865698	0	1
Event_py_t~n	1081	.1147086	.3188175	0	1
Accedió~fi~o	1081	.4190564	.493633	0	1
Crecimiento	1081	.3783534	.4852009	0	1



```
Iteration 0: log likelihood = -716.9757
Iteration 1: log likelihood = -692.8263
Iteration 2: log likelihood = -692.79614
Iteration 3: log likelihood = -692.79614
```

```
Probit regression                               Number of obs   =       1081
                                                LR chi2(15)     =        48.36
                                                Prob > chi2     =       0.0000
log likelihood = -692.79614                    Pseudo R2      =       0.0337
```

Crecimiento	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Nivel_educativo	.0234318	.0211445	1.11	0.268	-.0180106	.0648743
Genero	.0880712	.08482	1.04	0.299	-.078173	.2543154
Edad_propietario	-.0081819	.0040459	-2.02	0.043	-.0161117	-.000252
Organización	.2284593	.1759402	1.30	0.194	-.1163772	.5732958
Capacitación_TIC	.3414704	.2178024	1.57	0.117	-.0854146	.7683553
Event_py_tecnologia_innovación	.2458911	.1305432	1.88	0.060	-.0099688	.5017509
Licencia_municipal	-.0066103	.0872418	-0.08	0.940	-.177601	.1643804
Licencia_sectorial	-.0610809	.376127	-0.16	0.871	-.7982763	.6761144
Propiedad_empresa	-.03437	.06134	-0.56	0.575	-.1545942	.0858543
Accedió_financiamiento	.3092684	.0802788	3.85	0.000	.151925	.4666119
Capacitación_gestión_empresarial	.1164361	.119666	0.97	0.331	-.118105	.3509771
Participar_tecnologia_gestión	.2093562	.1809962	1.16	0.247	-.1453899	.5641023
Facebook	.0826371	.1457533	0.57	0.571	-.2030341	.3683083
Twitter	.0318715	.3936478	0.08	0.935	-.7396641	.803407
Edad_MYPE	.0096922	.0062777	1.54	0.123	-.0026118	.0219963
_cons	-.4241661	.2843348	-1.49	0.136	-.9814521	.13312

```
estimates store PROBIT1
```

```
Iteration 0: log likelihood = -716.9757
Iteration 1: log likelihood = -694.20292
Iteration 2: log likelihood = -694.17841
Iteration 3: log likelihood = -694.17841
```

```
Probit regression                               Number of obs   =       1081
                                                LR chi2(10)    =       45.59
                                                Prob > chi2    =       0.0000
Log likelihood = -694.17841                    Pseudo R2      =       0.0318
```

Crecimiento	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Nivel_educativo	.0228862	.0207841	1.10	0.271	-.01785	.0636223
Genero	.0999579	.0841307	1.19	0.235	-.0649352	.2648509
Edad_propietario	-.0057086	.0036352	-1.57	0.116	-.0128334	.0014162
Organización	.2370167	.1753491	1.35	0.176	-.1066613	.5806947
Capacitación_TIC	.36341	.2158027	1.68	0.092	-.0595555	.7863755
Event_py_tecnología_innovación	.2333453	.1297978	1.80	0.072	-.0210537	.4877443
Propiedad_empresa	-.0468605	.0605471	-0.77	0.439	-.1655305	.0718096
Accedió_financiamiento	.3033878	.0800304	3.79	0.000	.1465311	.4602445
Capacitación_gestión_empresarial	.1227068	.1194222	1.03	0.304	-.1113563	.35677
Participar_tecnología_gestión	.2091954	.1803004	1.16	0.246	-.1441868	.5625776
_cons	-.4195708	.2827555	-1.48	0.138	-.9737614	.1346198

```
. estimates store PROBIT2
```

```
Probit regression                               Number of obs   =       1081
                                                LR chi2(6)     =       40.86
                                                Prob > chi2    =       0.0000
Log likelihood = -696.54408                    Pseudo R2      =       0.0285
```

Crecimiento	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Edad_propietario	-.0054706	.0034857	-1.57	0.117	-.0123024	.0013612
Organización	.2550119	.1740912	1.46	0.143	-.0862006	.5962243
Capacitación_TIC	.4065946	.2136562	1.90	0.057	-.0121638	.8253531
Event_py_tecnología_innovación	.2790049	.1267124	2.20	0.028	.0306531	.5273567
Accedió_financiamiento	.3173594	.0794098	4.00	0.000	.1617191	.4729997
Participar_tecnología_gestión	.2520001	.178015	1.42	0.157	-.0969028	.6009031
_cons	-.2684278	.1723543	-1.56	0.119	-.6062362	.0693805

```
. estimates store PROBIT3
```

```
. estimates store PROBIT3
. est tab PROBIT1 PROBIT2 PROBIT3, star(0.01 0.05 0.10) stat(r2_p, chi2 ll N)
```

Variable	PROBIT1	PROBIT2	PROBIT3
Nivel_educ~o	.02343182	.02288619	
Genero	.08807122	.09995789	
Edad_propi~o	-.00818189**	-.00570862	-.00547063
Organizaci3n	.22845929	.23701671	.25501189
Capacitaci~C	.34147036	.36341002*	.40659464*
Event_py_t~n	.24589107*	.2333453*	.2790049**
Licencia_m~l	-.00661031		
Licencia_s~l	-.06108095		
Propiedad_~a	-.03436996	-.04686049	
Accedi3fi~o	.30926843***	.30338779***	.31735943***
Capacitaci~l	.11643609	.12270683	
Participar~n	.2093562	.20919541	.25200011
Facebook	.08263707		
Twitter	.03187146		
Edad_MYPE	.00969225		
_cons	-.42416607	-.41957077	-.26842785
r2_p	.03372438	.03179646	.02849695
chi2	48.359129	45.594584	40.863237
ll	-692.79614	-694.17841	-696.54408
N	1081	1081	1081

legend: * p<.1; ** p<.05; *** p<.01

Probit model for Crecimiento

Classified	True		Total
	D	~D	
+	71	44	115
-	338	628	966
Total	409	672	1081

Classified + if predicted Pr(D) >= .5
True D defined as Crecimiento != 0

Sensitivity	Pr(+ D)	17.36%
Specificity	Pr(- ~D)	93.45%
Positive predictive value	Pr(D +)	61.74%
Negative predictive value	Pr(~D -)	65.01%
False + rate for true ~D	Pr(+ ~D)	6.55%
False - rate for true D	Pr(- D)	82.64%
False + rate for classified +	Pr(~D +)	38.26%
False - rate for classified -	Pr(D -)	34.99%
Correctly classified		64.66%

Marginal effects after probit
 y = Pr(Crecimiento) (predict)
 = .37576327

variable	dy/dx	Std. Err.	z	P> z	[95% C.I.]	X
Edad_p~o	-.0020758	.00132	-1.57	0.117	-.004668 .000516	46.6253
Organi~n*	.0994012	.06907	1.44	0.150	-.035968 .23477	.054579
Capaci~C*	.159801	.08484	1.88	0.060	-.006489 .326091	.036078
Event_~n*	.1085624	.0501	2.17	0.030	.010362 .206763	.114709
Accedi~o*	.1208969	.03023	4.00	0.000	.061648 .180146	.419056
Partic~n*	.0982158	.07062	1.39	0.164	-.04019 .236622	.052729

(*) dy/dx is for discrete change of dummy variable from 0 to 1

Anexo 10. Resultados del modelo de la sierra

***** Determinando el modelo probit *****

*****SIERRA*****

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Propiedad_~a	532	1.765038	.7561794	1	3
Facebook	532	.0958647	.2946826	0	1
Twitter	532	.0150376	.1218169	0	1
Edad_propi~o	532	44.14662	11.41633	21	88
Nivel_educ~o	532	7.366541	2.006357	2	10
Edad_MYPE	532	8.821429	6.613066	0	42
Licencia_m~l	532	.5281955	.4996742	0	1
Licencia_s~l	532	.0263158	.1602234	0	1
Genero	532	.7218045	.448532	0	1
Organización	532	.0883459	.2840643	0	1
Capacitaci~l	532	.2349624	.4243744	0	1
Participar~n	532	.0977444	.2972482	0	1
Capacitaci~C	532	.0883459	.2840643	0	1
Event_py_t~n	532	.2349624	.4243744	0	1
Accedió_fi~o	532	.5902256	.4922548	0	1
Crecimiento	532	.5131579	.5002973	0	1


```

Probit regression                               Number of obs   =       532
                                                LR chi2(5)      =       31.51
                                                Prob > chi2     =       0.0000
Log likelihood = -352.81297                    Pseudo R2      =       0.0428
    
```

Crecimiento	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Edad_propietario	-.0074047	.004958	-1.49	0.135	-.0171222	.0023128
Participar_tecnología_gestión	.3500315	.2065885	1.69	0.090	-.0548747	.7549376
Capacitación_TIC	.2968327	.2141039	1.39	0.166	-.1228032	.7164686
Event_py_tecnología_innovación	.2823143	.1417454	1.99	0.046	.0044984	.5601301
Accedió_financiamiento	.3275128	.1146073	2.86	0.004	.1028868	.5521389
_cons	.0437668	.2415697	0.18	0.856	-.4297011	.5172347

```

. estimates store PROBIT3

. est tab PROBIT1 PROBIT2 PROBIT3, star(0.01 0.05 0.10) stat(r2_p, chi2 ll N)
    
```

Variable	PROBIT1	PROBIT2	PROBIT3
Nivel_educ~o	.00679518	-.00089818	
Genero	-.00504002	-.02373582	
Edad_propi~o	-.0034418	-.00815029	-.00740471
Organización	-.11741902	-.11331341	
Capacitaci~C	.30698871	.30406791	.2968327
Event_py_t~n	.27869143*	.27851443*	.28231426**
Licencia_m~l	.03608998		
Licencia_s~l	-.26975811		
Propiedad_~a	-.06153385	-.05436095	
Accedió_fi~o	.32852862***	.32846277***	.32751285***
Capacitaci~l	.03621849	.04203386	
Participar~n	.33962738	.33386004	.35003146*
Facebook	.04435249		
Twitter	-.19418283		
Edad_MYPE	-.01653042*		
_cons	.06545792	.19751042	.0437668
r2_p	.0491141	.04410973	.04275199
chi2	36.203971	32.515055	31.514206
ll	-350.46808	-352.31254	-352.81297
N	532	532	532

Legend: * p<.1; ** p<.05; *** p<.01

Probit model for Crecimiento

Classified	True		Total
	D	~D	
+	183	119	302
-	90	140	230
Total	273	259	532

Classified + if predicted $Pr(D) \geq .5$
 True D defined as Crecimiento $\neq 0$

Sensitivity	$Pr(+ D)$	67.03%
Specificity	$Pr(- \sim D)$	54.05%
Positive predictive value	$Pr(D +)$	60.60%
Negative predictive value	$Pr(\sim D -)$	60.87%
False + rate for true ~D	$Pr(+ \sim D)$	45.95%
False - rate for true D	$Pr(- D)$	32.97%
False + rate for classified +	$Pr(\sim D +)$	39.40%
False - rate for classified -	$Pr(D -)$	39.13%
Correctly classified		60.71%

Marginal effects after probit

$$y = Pr(\text{Crecimiento}) (\text{predict})$$

$$= .51473808$$

variable	dy/dx	Std. Err.	z	P> z	[95% C.I.]	X
Edad_p~o	-.002952	.00198	-1.49	0.135	-.006826 .000922	44.1466
Partic~n*	.1367771	.07792	1.76	0.079	-.015934 .289488	.097744
Capaci~C*	.1165119	.0818	1.42	0.154	-.043813 .276837	.088346
Event_~n*	.1115598	.05518	2.02	0.043	.00341 .219709	.234962
Accedi~o*	.1300736	.04512	2.88	0.004	.041637 .21851	.590226

(*) dy/dx is for discrete change of dummy variable from 0 to 1

Anexo 11. Resultados del modelo de la selva

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Propiedad_~a	59	1.440678	.6764814	1	3
Facebook	59	.0677966	.2535545	0	1
Twitter	59	0	0	0	0
Edad_propi~o	59	48.83051	10.98612	22	70
Nivel_educ~o	59	7.491525	1.501412	3	10
Edad_MYPE	59	11.33898	7.684759	0	32
Licencia_m~l	59	.9491525	.2215719	0	1
Licencia_s~l	59	0	0	0	0
Genero	59	.6949153	.4643957	0	1
Organización	59	.0677966	.2535545	0	1
Capacitaci~l	59	.1864407	.392805	0	1
Participar~n	59	.0508475	.2215719	0	1
Capacitaci~C	59	.0169492	.1301889	0	1
Event_py_t~n	59	.0677966	.2535545	0	1
Accedió_fi~o	59	.3559322	.4829047	0	1
Crecimiento	59	.440678	.50073	0	1

note: Licencia_sectorial omitted because of collinearity

note: Twitter omitted because of collinearity

Iteration 0: log likelihood = -35.586951

Iteration 1: log likelihood = -25.854235

Iteration 2: log likelihood = -25.755302

Iteration 3: log likelihood = -25.755029

Iteration 4: log likelihood = -25.755029

Probit regression	Number of obs	=	53
	LR chi2(10)	=	19.66
	Prob > chi2	=	0.0326
Log likelihood = -25.755029	Pseudo R2	=	0.2763

Crecimiento	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
Nivel_educativo	.0816155	.1582889	0.52	0.606	-.2286251 .391856
Genero	-.2177451	.4514254	-0.48	0.630	-1.102523 .6670324
Edad_propietario	-.0144375	.0227035	-0.64	0.525	-.0589355 .0300604
Organización	-.9293259	.974215	-0.95	0.340	-2.838752 .9801005
Capacitación_TIC	0	(omitted)			
Event_py_tecnología_innovación	0	(omitted)			
Licencia_municipal	-.2290625	1.365872	-0.17	0.867	-2.906123 2.447998
Licencia_sectorial	0	(omitted)			
Propiedad_empresa	-.3302632	.348063	-0.95	0.343	-1.012454 .3519279
Accedió_financiamiento	1.38739	.4739395	2.93	0.003	.4584854 2.316294
Capacitación_gestión_empresarial	.6417403	.7480065	0.86	0.391	-.8243255 2.107806
Participar_tecnología_gestión	0	(omitted)			
Facebook	-.2736739	1.012579	-0.27	0.787	-2.258293 1.710945
Twitter	0	(omitted)			
Edad_MYPE	-.0400592	.0306476	-1.31	0.191	-.1001274 .020009
_cons	.5360094	2.131357	0.25	0.801	-3.641374 4.713393

. estimates store PROBIT1

```

Probit regression                               Number of obs   =       53
                                                LR chi2(7)      =      17.74
                                                Prob > chi2     =     0.0132
Log likelihood = -26.714773                    Pseudo R2      =     0.2493
    
```

Crecimiento	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Nivel_educativo	.0954339	.1493674	0.64	0.523	-.1973208	.3881886
Genero	-.2208169	.4371648	-0.51	0.613	-1.077644	.6360103
Edad_propietario	-.0222022	.0210685	-1.05	0.292	-.0634958	.0190913
Organización	-1.063026	.921846	-1.15	0.249	-2.869811	.7437586
Capacitación_TIC	0	(omitted)				
Event_py_tecnología_innovación	0	(omitted)				
Propiedad_empresa	-.2137407	.3305273	-0.65	0.518	-.8615623	.4340809
Accedió_financiamiento	1.37227	.4530291	3.03	0.002	.4843494	2.260191
Capacitación_gestión_empresarial	.6730007	.6779315	0.99	0.321	-.6557207	2.001722
Participar_tecnología_gestión	0	(omitted)				
_cons	-.0205716	1.787658	-0.01	0.991	-3.524317	3.483174

. estimates store PROBIT2

```

Probit regression                               Number of obs   =       53
                                                LR chi2(2)      =      14.82
                                                Prob > chi2     =     0.0006
Log likelihood = -28.178187                    Pseudo R2      =     0.2082
    
```

Crecimiento	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Edad_propietario	-.0287717	.0199771	-1.44	0.150	-.0679261	.0103827
Accedió_financiamiento	1.276587	.3905783	3.27	0.001	.5110672	2.042106
_cons	.6454455	1.020085	0.63	0.527	-1.353884	2.644775

. estimates store PROBIT3

. est tab PROBIT1 PROBIT2 PROBIT3, star(0.01 0.05 0.10) stat(r2_p, chi2 ll N)

Variable	PROBIT1	PROBIT2	PROBIT3
Nivel_educativo	.08161546	.09543389	
Genero	-.21774512	-.22081693	
Edad_propietario	-.01443755	-.02220223	-.0287717
Organización	-.92932592	-1.0630264	
Capacitación_TIC	(omitted)	(omitted)	
Event_py_tecnología_innovación	(omitted)	(omitted)	
Licencia_materia	-.22906251		
Licencia_servicio	(omitted)		
Propiedad_empresa	-.33026318	-.21374067	
Accedió_financiamiento	1.3873897***	1.3722702***	1.2765866***
Capacitación_gestión_empresarial	.6417403	.67300066	
Participar_tecnología_gestión	(omitted)	(omitted)	
Facebook	-.27367385		
Twitter	(omitted)		
Edad_MYPE	-.04005919		
_cons	.53600942	-.02057164	.64544552
r2_p	.27627886	.24930988	.20818767
chi2	19.663844	17.744357	14.817529
ll	-25.755029	-26.714773	-28.178187
N	53	53	53

legend: * p<.1; ** p<.05; *** p<.01

Probit model for Crecimiento

Classified	True		Total
	D	~D	
+	14	6	20
-	7	26	33
Total	21	32	53

Classified + if predicted Pr(D) >= .5
 True D defined as Crecimiento != 0

Sensitivity	Pr(+ D)	66.67%
Specificity	Pr(- ~D)	81.25%
Positive predictive value	Pr(D +)	70.00%
Negative predictive value	Pr(~D -)	78.79%
False + rate for true ~D	Pr(+ ~D)	18.75%
False - rate for true D	Pr(- D)	33.33%
False + rate for classified +	Pr(~D +)	30.00%
False - rate for classified -	Pr(D -)	21.21%
Correctly classified		75.47%

Marginal effects after probit
 $y = \text{Pr}(\text{Crecimiento}) (\text{predict})$
 $= .37815774$

variable	dy/dx	Std. Err.	z	P> z	[95% C.I.]	X
Edad_p~o	-.0109387	.00758	-1.44	0.149	-.025805 .003927	49.9623
Accedi~o*	.4718315	.12902	3.66	0.000	.218949 .724714	.377358

(*) dy/dx is for discrete change of dummy variable from 0 to 1

Anexo 12: Encuesta de micro y pequeña empresa EMYPE – 2013



ENCUESTA DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA 2013

CUESTIONARIO CONFIDENCIAL
Decreto Legislativo N° 604 Ley de Organización y Funciones del INEI.
Decreto Supremo N° 043-2001-PCM del Secreto Estadístico y Confidencialidad de la Información.



Doc.02.01

N° Cuestionario	

CAPÍTULO I: LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

A. UBICACIÓN GEOGRÁFICA		Código	B. UBICACIÓN MUESTRAL (Sólo para el INEI)			
1. Departamento			4. Sector de Trabajo		6. Zona	
2. Provincia			5. Área de Trabajo		7. Manzana	
3. Distrito					8. Frente	

9. Dirección (Circule el tipo de vía y anote la dirección donde se ubica la Empresa)

Nombre de Avenida (1), Jirón (2), Calle (3), Pasaje (4), Carretera (5), Prolongación (6), Otro (7)	N° puerta	Block	Interior	Piso	Manzana	Lote	Km.

10. Referencia de la dirección

CAPÍTULO II: IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA E INFORMANTE

2.1. DE LA EMPRESA

1. Número de RUC	2. Razón social o apellidos y nombres del propietario			
3. Nombre comercial de la empresa				
4. Año de inicio de operaciones	5. Página Web	6. Correo electrónico	7. Teléfono fijo	8. Teléfono móvil

9. Actividad económica principal de la empresa (Anote en el recuadro el Código CIU Rev. 4, de la actividad, según Tabla N° 1) <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin: 5px;"></div>	11. ¿Tiene licencia: 11.1 Municipal? Si ____ 1 No ____ 2 11.2 Sectorial? Si ____ 1 No ____ 2	13. ¿Tiene título de propiedad del local principal de la empresa? Si ____ 1 No ____ 2 → Pase a 14 13.1 ¿El título se encuentra registrado? Si ____ 1 No ____ 2
10. Organización de la empresa (Circule una alternativa) Persona natural1 Sociedad anónima2 Sociedad anónima cerrada3 Sociedad comercial de responsabilidad limitada...4 Empresa individual de responsabilidad limitada...5 Otra6 (Especifique)	12. Régimen de propiedad del local principal de la empresa (Circule una alternativa) Propio1 Alquilado2 Prestado3 Otro4 (Especifique)	14. Área del local principal: Terreno <input style="width: 40px;" type="text"/> (m ²) Construida <input style="width: 40px;" type="text"/> (m ²) (Números enteros)
15. ¿La empresa cuenta con redes sociales? Facebook1 Otro3 Twitter2 No tiene4		

2.2. DEL INFORMANTE (Conductor de la MYPE o Responsable de la Gestión de la empresa)

16. Apellidos y nombres del propietario de la MYPE (Llenar sólo si es persona natural o EIRL, pregunta 10)	17. Sexo	18. Edad	19. Último nivel de estudios alcanzado	Sin nivel1 Inicial2 Primaria Incompleta3 Primaria completa4 Secundaria Incompleta5 Secundaria completa6 Superior no univ. Incompleta7 Superior no univ. completa8 Superior univ. Incompleta9 Superior univ. completa10
	M F	1 2	Código	
20. Apellidos y nombres del informante y cargo	21. Sexo	22. Edad	23. Último nivel de estudios alcanzado	
Conductor1 Administrador2 Gerente3 Contador4 Otro (Especifique)5	M F			
Apellidos y nombres	1 2		Código	

ENTREVISTA Y SUPERVISIÓN

VISITA	Entrevista				Supervisión del Jefe de Equipo y/o Coordinador (a) Departamental				
	Fecha	Hora De	Hora A	Resultado de la visita (*)	Próxima visita Fecha	Próxima visita Hora	Fecha	Tipo de Errores encontrados	Calificación del diligenciamiento
PRIMERA							Diligenciamiento1	Concepto2	Bueno1
SEGUNDA							Observación		Regular2
TERCERA									Malo3

Resultado Final de la Encuesta

Fecha	Dia	Mes	Año
(*) Resultado			

(*) CÓDIGOS DE RESULTADO

Completa1	Rechazo4	Act. no investigada7
Incompleta2	No ubicada5	Otro8
Ausente3	Pendiente con cita6	(Especifique)

CAPÍTULO III: LAS MYPE DESARROLLAN E IMPLEMENTAN UNA CULTURA EMPRESARIAL ASOCIATIVA

Las preguntas de este capítulo, permitirán determinar si la MYPE pertenece a alguna organización o agrupación con fines empresariales, con la finalidad de negociar con proveedores, acceder a mercados, servicios financieros, obtener información y asistencia técnica, entre otras.

ASOCIATIVIDAD.- Mecanismo de cooperación voluntaria entre dos o más empresas para realizar negocios conjuntos en mejores condiciones y lograr resultados favorables para la empresa.

<p>1. ¿En el año 2012, pertenecía a alguna organización o agrupación entre MYPE con fines empresariales?</p> <p>Si.....1 No.....2 → Pase a 8</p>	<p>5. ¿Cuáles fueron los motivos por las que pertenecía o se incorporó a una o más organizaciones o agrupaciones al 31 de diciembre de 2012? (Lea y circule una o más alternativas, anotando la prioridad)</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Para negociar con proveedores</td> <td style="width: 5%;">1</td> <td style="width: 15%; border: 1px solid black; text-align: center;">Prioridad</td> </tr> <tr> <td>Para acceder a servicios financieros</td> <td>2</td> <td style="border: 1px solid black;"></td> </tr> <tr> <td>Para acceder a mercados</td> <td>3</td> <td style="border: 1px solid black;"></td> </tr> <tr> <td>Para acceder a información empresarial.....</td> <td>4</td> <td style="border: 1px solid black;"></td> </tr> <tr> <td>Para acceder a capacitación y asistencia técnica</td> <td>5</td> <td style="border: 1px solid black;"></td> </tr> <tr> <td>Otro</td> <td>6</td> <td style="border: 1px solid black;"></td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">(Especifique)</p>	Para negociar con proveedores	1	Prioridad	Para acceder a servicios financieros	2		Para acceder a mercados	3		Para acceder a información empresarial.....	4		Para acceder a capacitación y asistencia técnica	5		Otro	6	
Para negociar con proveedores	1	Prioridad																	
Para acceder a servicios financieros	2																		
Para acceder a mercados	3																		
Para acceder a información empresarial.....	4																		
Para acceder a capacitación y asistencia técnica	5																		
Otro	6																		
<p>2. ¿En el año 2012, se incorporó a alguna organización o agrupación entre MYPE con fines empresariales?</p> <p>Si.....1 No.....2</p>	<p>6. ¿Con qué frecuencia participó en las reuniones de la organización o agrupación a la que pertenecía o se incorporó? (Lea y circule la alternativa que corresponda)</p> <p>Semanal..... 1 Quincenal..... 2 Mensual..... 3 Trimestral..... 4 Semestral..... 5 Anual..... 6</p>																		
<p>3. ¿A qué tipo de organización o agrupación pertenecía o se incorporó? (Circule una o más alternativas)</p> <p>Asociación..... 1 Cooperativa..... 2 Consorcio..... 3 Grupo sin personería jurídica para realizar operaciones empresariales..... 4 Otro..... 5 (Especifique)</p>	<p>7. ¿Las relaciones de asociatividad que tuvo en el 2012, con organizaciones o agrupaciones, le han permitido aumentar sus contactos comerciales y mejorar sus oportunidades de negocios, en aspectos como: (Lea y circule una o más alternativas)</p> <p>Negociar con proveedores..... 1 Acceder a mercados..... 2 Acceder a información y asistencia técnica..... 3 Acceder a servicios financieros..... 4 Otro..... 5 (Especifique)</p> <p style="text-align: right;">Pase a Cap. IV</p>																		
<p>4. ¿De qué institución(es) recibió información, consejería o sensibilización, para pertenecer o incorporarse a la organización o agrupación? (Indicar las dos más relevantes)</p> <p>1. _____ 2. _____ Por cuenta propia..... 3</p>	<p>8. ¿Por qué no pertenece a una organización o agrupación? (Circule una o más alternativas)</p> <p>Limita mi capacidad de decisión..... 1 Limita el acceso a los servicios..... 2 Pérdida de confidencialidad de la información (know how)..... 3 No recibiría beneficios..... 4 Falta de conocimiento..... 5 Otro..... 6 (Especifique)</p>																		

CAPÍTULO IV: LAS MYPE INCREMENTAN Y APLICAN SU CONOCIMIENTO SOBRE PRÁCTICAS MODERNAS DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Las preguntas de este capítulo, permitirán determinar si usted ha tenido acceso a capacitación sobre Prácticas Empresariales Modernas, como cursos de formalización, ventas al Estado, atención al cliente, marketing, planes de negocios, gestión financiera, gestión de recursos humanos, entre otros.

GESTIÓN EMPRESARIAL.- Son las actividades relacionadas con la dirección, organización, planificación y control de la empresa, entre otras.

<p>1. Durante el año 2012, ¿asistió usted o el responsable de la empresa a algún evento de capacitación relacionado a la Gestión Empresarial?</p> <p>Si.....1 No.....2 → Pase a 3</p>	<p>2. ¿Cuáles son las principales razones por las que no se capacitó? (Circule una o más alternativas)</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Falta de recursos</td> <td style="width: 5%;">1</td> <td style="width: 15%; border: 1px solid black; text-align: center;">Prioridad</td> </tr> <tr> <td>No lo creía necesario</td> <td>2</td> <td style="border: 1px solid black;"></td> </tr> <tr> <td>Falta de tiempo</td> <td>3</td> <td style="border: 1px solid black;"></td> </tr> <tr> <td>Falta de interés</td> <td>4</td> <td style="border: 1px solid black;"></td> </tr> <tr> <td>Falta de información.....</td> <td>5</td> <td style="border: 1px solid black;"></td> </tr> <tr> <td>Otro</td> <td>6</td> <td style="border: 1px solid black;"></td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">(Especifique)</p> <p style="text-align: right;">Pase a Cap. V</p>	Falta de recursos	1	Prioridad	No lo creía necesario	2		Falta de tiempo	3		Falta de interés	4		Falta de información.....	5		Otro	6	
Falta de recursos	1	Prioridad																	
No lo creía necesario	2																		
Falta de tiempo	3																		
Falta de interés	4																		
Falta de información.....	5																		
Otro	6																		

3 Considerando tres de los principales cursos de capacitación en gestión empresarial que usted participó en el año 2012, señale las características más importantes de la capacitación recibida, alguno de ellos, estuvo relacionado a Formalización?

Si..... 1 No..... 2

(Lea las modalidades, métodos de capacitación y tipos de evaluación, circule la alternativa y anote la información que corresponda)

N°	Anote los nombres de los tres (03) principales cursos de capacitación en gestión empresarial recibidos en el 2012. (Considere el orden de importancia)	Código del Tema	¿Cuál fue la modalidad de capacitación?	¿Cuál fue el método de capacitación?	¿Cuál fue la duración de la capacitación? (N° Horas)	¿Se aplicó examen o prueba de entrada y salida?		¿Qué institución lo capacitó?	¿Cómo califica la capacitación recibida?			Evaluación del aprendizaje ^{IV}		¿Aplicó en su empresa los conocimientos adquiridos?		¿En qué áreas de la empresa aplicó el aprendizaje?
						Si	No		Instructores	Contenidos	Materiales	V	F	Si	No	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)		(7)	(8)			(9)		(10)		(11)
1						1	2	1				1	2	1	2	
2						1	2	2				1	2	1	2	
3						1	2	3				1	2	1	2	

(3) MODALIDAD

- Capacitación presencial.....1
- Capacitación virtual.....2
- Asesoría.....3
- Asistencia técnica.....4
- Otro.....5
(Especifique)

(4) MÉTODO

- Expositivo.....1
- Expositivo-participativo.....2
- Dinámica grupal.....3
- Juego de roles.....4
- Asesoramiento personal.....5
- En simuladores.....6
- Otro.....7
(Especifique)

(7) INSTITUCIÓN QUE CAPACITÓ

- 1.....
- 2.....
- 3.....

(8) CALIFICACIÓN

- Muy bueno.....1
- Bueno.....2
- Regular.....3
- Malo.....4

(11) ÁREA

- Dirección y gerencia.....1
- Administración.....2
- Marketing y ventas.....3
- Producción.....4
- Contabilidad y finanzas.....5
- Otro.....6

Para uso del Encuestador: En el siguiente cuadro, se presentan los cursos de gestión empresarial más importantes. Los cursos mencionados en la columna (1) por el informante serán considerados de gestión, sólo si tienen relación con alguno de los temas siguientes:

Código	(2) TEMAS DE GESTIÓN EMPRESARIAL	
1	Formalización	9 Marketing
2	Compras estatales	10 Cadena de suministros
3	Instrumentos financieros	11 Gestión financiera
4	Exportaciones	12 Negocios por internet
5	Calidad	13 Innovación
6	Marcas y franquicias	14 Gestión de recursos humanos
7	Atención al cliente	15 Seguridad laboral
8	Planes de negocios	

TABLA DE PREGUNTAS PARA LA COLUMNA 9

1/ ENCUESTADOR: Inicie la evaluación del tema de la siguiente manera: "Sr(a) voy a leerle la siguiente pregunta, le agradeceré conteste usted si es VERDADERA o FALSA".

TEMA A EVALUAR	PREGUNTA PARA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE SOBRE GESTIÓN EMPRESARIAL
1 Formalización	¿La cantidad de socios de una sociedad comercial de responsabilidad limitada – SRL – es de un mínimo de 2 y máximo de 20?
2 Compras estatales	¿Para participar en un proceso de selección con el Estado es necesario inscribirse en el Registro Nacional de Proveedores?
3 Instrumentos financieros	¿El factoring es adecuado para las MYPES, que tienen gran parte de sus ventas en cuentas por cobrar?
4 Exportaciones	¿Los documentos de embarque incluyen factura comercial, packing list y certificado de origen y calidad?
5 Calidad	¿La calidad de mi producto depende únicamente de la calidad de las materias primas que utilizó?
6 Marcas y franquicias	¿Es obligatorio registrar mi marca en INDECOPI, de lo contrario no podré vender mi producto?
7 Atención al cliente	¿La atención al cliente se orienta a conseguir nuevos clientes y a retener a los clientes ya existentes?
8 Planes de negocios	¿Los planes de negocios sólo son útiles cuando se cumplen las proyecciones tal cual están previstas en el documento?
9 Marketing	¿Desarrollar una buena estrategia de marketing promueve el incremento de las ventas de mi negocio?
10 Cadena de suministros	¿El objetivo de la gestión de la cadena de suministros es velar porque las relaciones con mis proveedores sean de las mejores?
11 Gestión financiera	¿La gestión financiera consiste en elaborar los estados financieros de una empresa?
12 Negocios por internet	¿Internet facilita las comunicaciones a bajo costo, ya sea con clientes actuales, clientes potenciales o proveedores?
13 Innovación	¿La innovación únicamente se puede dar en el campo de la tecnología?
14 Gestión de recursos humanos	¿La única manera de premiar a un trabajador esforzado es mediante incremento salarial?
15 Seguridad laboral	¿La higiene laboral está relacionada con la prevención de enfermedades ocupacionales?

CAPÍTULO VI: LAS MYPE INCREMENTAN E IMPLEMENTAN SU CONOCIMIENTO SOBRE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC'S)

Las preguntas de este capítulo, permitirán determinar si la MYPE participó en cursos o servicios para la formación de capacidades en tecnologías de información y comunicación aplicada a la mercadotecnia, tales como: el diseño de página web, transacciones comerciales con proveedores y compradores, operaciones de banca electrónica, ofimática, entre otros.

TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.- Conjunto de técnicas utilizadas en los diversos procesos de transmisión de información a la empresa como: Equipos de procesamiento, almacenamiento de datos y equipos de comunicación.

1. Durante el año 2012, ¿participó en algún curso o servicio de capacitación sobre tecnologías de información y comunicación?
 Sí.....1 No.....2 → **Pase a Cap. VII**

2. ¿Cuáles fueron los cursos o servicios sobre tecnologías de información y comunicación en los que participó?
 (Lea cada una de las alternativas para los cursos o servicios y el estado de implementación de la tecnología, circule la alternativa y anote la información que corresponda).

Cursos o servicios	¿Participó en curso o servicio?		¿Cuál fue la modalidad del curso o servicio?	¿Cuál fue la duración del curso o servicio? (N° Horas)	¿Qué institución lo capacitó?	¿Cuál fue el estado de implementación de la tecnología en su empresa durante el 2012?			
	Sí	No				¿Estaba previsto?	¿En proceso?	¿Implementado?	¿No tuvo interés?
(1)	(2)		(3)	(4)	(5)	(6)			
1. Diseño de página web?	1	2			1	1	2	3	4
2. Transacciones comerciales con proveedores por internet?	1	2			2	1	2	3	4
3. Transacciones comerciales con compradores por internet?	1	2			3	1	2	3	4
4. Operaciones de banca electrónica?	1	2			4	1	2	3	4
5. Operaciones con instituciones públicas?	1	2			5	1	2	3	4
6. Redes sociales?	1	2			6	1	2	3	4
7. Ofimática?	1	2			7	1	2	3	4
8. Otro? _____ (Especifique)	1	2			8	1	2	3	4

(3) MODALIDAD

Capacitación presencial..... 1
 Capacitación virtual..... 2
 Asesoría..... 3
 Asistencia técnica..... 4
 Otro..... 5
 (Especifique)

(5) INSTITUCIÓN QUE CAPACITÓ

1..... 4..... 7.....
 2..... 5..... 8.....
 3..... 6.....

CAPÍTULO VII: LAS MYPE ADOPTAN E IMPLEMENTAN TECNOLOGÍAS INNOVADORAS PARA MEJORAR PROCESOS PRODUCTIVOS

Las preguntas de este capítulo, permitirán conocer si su empresa participó en proyectos o eventos de capacitación para la aplicación o introducción de nuevas o mejores tecnologías innovadoras para mejorar productos, procesos o prestación de servicios.

TECNOLOGÍA DE INNOVACIÓN.- Es la renovación y ampliación de un nuevo o mejor producto, proceso o prestación de servicio, introducido en el mercado; así como, una mejora en la organización y gestión de la empresa.

1. Durante el año 2012, ¿participó en proyectos o eventos (seminarios, ferias, exposiciones) sobre tecnologías innovadoras para mejorar sus productos, procesos o prestación de servicios?
 Sí.....1 No.....2 → **Pase a Cap. VIII**

2. Durante el año 2012, ¿cuáles fueron los proyectos o eventos de formación de tecnología innovadora en los que participó?
 (Lea cada una de las alternativas para los proyectos o eventos y el estado de implementación de la tecnología, circule la alternativa y anote la información que corresponda).

Proyectos o eventos	¿Participó en proyectos o eventos?		¿Cuál fue la modalidad del proyecto o evento?	¿Cuál fue la duración del proyecto o evento? (N° Horas)	¿Qué institución lo capacitó?	¿Cuál fue el estado de implementación de la tecnología en su empresa durante el 2012?			
	Sí	No				¿Estaba previsto?	¿En proceso?	¿Implementado?	¿No tuvo interés?
(1)	(2)		(3)	(4)	(5)	(6)			
1. Nuevos o mejores productos?	1	2			1	1	2	3	4
2. Nuevos o mejores servicios?	1	2			2	1	2	3	4
3. Nuevos o mejores procesos de fabricación o producción?	1	2			3	1	2	3	4
4. Nuevos o mejores procesos con proveedores y compradores?	1	2			4	1	2	3	4
5. Otro? _____ (Especifique)	1	2			5	1	2	3	4

(3) MODALIDAD

Capacitación presencial..... 1
 Capacitación virtual..... 2
 Asesoría..... 3
 Asistencia técnica..... 4
 Otro..... 5
 (Especifique)

(5) INSTITUCIÓN QUE CAPACITÓ

1..... 4.....
 2..... 5.....
 3.....

CAPÍTULO VIII: EQUIPOS Y SERVICIOS INFORMÁTICOS DE LAS MYPE

1. En el año 2012, ¿su empresa disponía de los siguientes equipos y servicios informáticos? Señale la cantidad de equipos informáticos utilizados en cada área de la empresa. (Lea cada una de las alternativas de los equipos, circule la alternativa y anote la información que corresponda).

Nº	Equipos	Dispones		Cantidad	Antigüedad		Cantidad de equipos en áreas de la MYPE				
		Si	No		Menor a 3 años	Mayor a 3 años	Dirección y gerencia	Administración	Mercado y ventas	Producción	Contabilidad y finanzas
	(1)	(2)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
1	Computadora de escritorio	1	2	1	2						
2	Computadora portátil (laptop, notebook y/o tablet)	1	2	1	2						
3	Multifuncional	1	2	1	2						
4	Impresora	1	2	1	2						
5	Escáner	1	2	1	2						
6	Proyector	1	2	1	2						
7	Fotocopiadora	1	2	1	2						
8	Teléfono con acceso a internet (Smart phone)	1	2	1	2						
9	Otro _____ (Especifique)	1	2	1	2						

Encuestador: Sólo conteste las preguntas 2, 3 y 4, si dispone de computadora de escritorio o portátil. Si todas las respuestas son negativas, pase a Capítulo IX.

2. ¿Qué tipo de servicio de comunicación tenía su empresa? (Lea y circule una o más alternativas)

Internet 1
 Intranet 2
 Otro 3 (Especifique)

No tiene 4 → **Pase a 4**

3. ¿Qué tipo de conexión tiene su empresa y cómo califica el servicio? (Lea y circule una o más alternativas)

Tipo de Conexión	Código	Proveedor	Cómo califica el servicio recibido			
			Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
Conexión simple (Línea dedicada)	1		1	2	3	4
Conexión de banda ancha (ADSL)	2		1	2	3	4
Conexión inalámbrica de terceros (USB inalámbrica)	3		1	2	3	4
Conexión satelital	4		1	2	3	4
No sabe	5		1	2	3	4
Otro _____ (Especifique)	6		1	2	3	4

Arrendatario 1
 Claro 2
 Movistar 3
 Netel 4
 Otro 5 (Especifique)

4. ¿Qué tipo de sistemas de gestión (software) tenía en el año 2012? (Lea y circule una o más alternativas)

Contable - tributario 1
 Ventas 2
 Personal 3
 Finanzas 4
 Logística 5
 Producción 6
 Soporte informático 7
 Otro 8 (Especifique)
 Ninguno 9

CAPÍTULO IX: LAS MYPE INCREMENTAN SU ACCESO A INFORMACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO

Las preguntas de este capítulo, permitirán conocer si la MYPE participó en eventos de capacitación o tuvo acceso a información relacionada con la oferta de servicios financieros en servicios financieros otorgados por las instituciones del sistema financiero (banca comercial, cajas municipales, entre otras), Organismos no gubernamentales (ONG's); que proveen de servicios financieros a las MYPE en su localidad.

SERVICIOS FINANCIEROS.- Servicios financieros ofertados a grupos de escasos recursos; así como, a la micro y pequeña empresa.

<p>1. Durante el 2012, ¿participó usted en algún evento de capacitación o tuvo acceso a información relacionada con la oferta de servicios financieros?</p> <p>Si.....1 No..... 2</p>	<p>3. En su localidad, ¿qué tipo de institución presta servicios de financiamiento a las MYPE? (Lea y circule una o más alternativas)</p> <p>Banco 1 Caja municipal..... 2 Caja rural 3 EDPYME 4 Organismos no gubernamentales (ONG's)..... 5</p> <p>Otro 6 (Especifique)</p>
<p>2. ¿Cuáles son los criterios más importantes para adoptar la decisión de solicitar financiamiento para su empresa? (Lea y circule una o más alternativas)</p> <p>Tasas de interés 1 Plazos de pago 2 Garantías solicitadas 3 Prestigio de la entidad financiera..... 4 Recomendaciones de terceros..... 5 Beneficios que otorga la entidad..... 6</p> <p>Otro 7 (Especifique)</p>	<p>4. En su localidad, ¿qué productos conoce usted que oferten las instituciones financieras para las MYPE? (Lea y circule una o más alternativas)</p> <p>Créditos para capital de trabajo 1 Créditos para inversión en activo fijo..... 2 Seguros 3 Ahorros 4 Factoring o descuento de facturas 5 Cartas fianza 6 Productos financieros estructurados..... 7 No conoce 8</p> <p>Otro 9 (Especifique)</p>

CAPÍTULO X: LAS MYPE ACCEDEN A LOS SERVICIOS FINANCIEROS

Las preguntas de este capítulo, permitirán determinar si la empresa accedió a servicios financieros y manifiestan su conformidad con los servicios recibidos.
FINANCIAMIENTO.- Es el conjunto de recursos monetarios, financieros y de capital que complementan los recursos propios de una empresa.

<p>1. Durante el año 2012, ¿su empresa solicitó algún tipo de financiamiento?</p> <p>Si.....1 No..... 2 → Pase a Cap. XI</p>	<p>5. ¿Por qué no está conforme con el financiamiento recibido? (Circule una o más alternativas)</p> <p>No me otorgaron el monto que solicité..... 1 Altos intereses 2 Altas comisiones..... 3 Me lo dieron tarde..... 4 Periodo de gracia muy corto..... 5 Otro 6 (Especifique)</p>
<p>2. Durante el año 2012, ¿su empresa accedió a algún tipo de financiamiento?</p> <p>Si..... 1 → Pase a 4 No..... 2</p>	<p>6. ¿En qué tipo de institución obtuvo el financiamiento? (Lea y circule una o más alternativas)</p> <p>Banco..... 1 Caja municipal..... 2 Caja rural 3 EDPYME..... 4 Organismos no gubernamentales (ONG's) 5 Otro 6 (Especifique)</p>
<p>3. ¿Cuáles fueron las dificultades que tuvo para no acceder al financiamiento solicitado? (Lea y circule una o más alternativas)</p> <p>Presentar garantías (Hipotecas/avales/prendas) 1 Demostrar los ingresos de la empresa 2 Poco tiempo de funcionamiento de la empresa..... 3 Cumplir con la documentación exigida 4 Calificación de centrales de riesgo 5 Otro 6 (Especifique) Pase a Cap. XI</p>	<p>7. ¿Cuál fue el destino o uso que le dio al financiamiento recibido? (Lea y circule una o más alternativas)</p> <p>Para capital de trabajo..... 1 Para inversión en activo fijo..... 2 Ambos..... 3 Otro 4 (Especifique)</p>
<p>4. ¿Está conforme con el financiamiento recibido?</p> <p>Si..... 1 → Pase a 6 No..... 2</p>	

CAPÍTULO XI: INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD DE LAS MYPE

Las preguntas de este capítulo, relevarán información de los ingresos y gastos realizados por la MYPE durante el año 2012, para estimar su productividad. **PRODUCTIVIDAD.**- Es la relación del valor de los bienes y servicios producidos entre el valor de los recursos utilizados, en un periodo determinado.

1. Estado de Ganancias y Pérdidas al 31 de Diciembre de 2012 (Registre la información en nuevos soles, sin considerar céntimos)

PCGE	Cuentas	Clave	Nuevos Soles
701-709-741	Ventas netas de mercaderías	1	
691	Costo de ventas de mercaderías	2	
80	Margen comercial (01-02)	3	
702+703-709-741	Ventas netas de productos	4	
707-741	Prestación de servicios netos	5	
71	(+/-) Variación de la producción almacenada	6	
72	Producción de activo inmovilizado	7	
81	Producción del ejercicio (04 + 05 +/- 06 + 07)	8	
	Producción total (03 + 08)	9	
602+603+604+609	Compra de materias primas, materiales auxiliares suministros y repuestos, envases y embalajes, costo vinculados con las compras.	10	
612+613+ 614	(+/-) Variación de materias primas, materiales auxiliares suministros y repuestos, envases y embalajes.	11	
63	Gastos de servicios prestados por terceros	12	
	Consumo intermedio (10 +11 +12)	13	
82	Valor agregado (09 - 13)	14	
62	Gastos de personal, Directores y Gerentes	15	
64	Gastos por tributos netos	16	
759	Otros Ingresos de gestión (Incluyendo subsidios gubernamentales)	17	
83 ó 874	Excedente bruto de explotación (14 - 15 - 16 + 17)	18	
65	Otros gastos de gestión	19	
66	Pérdida por medición de activos no financieros al valor razonable	20	
68	Valuación y deterioro de activos y provisiones	21	
73	Descuentos, rebajas y bonificaciones obtenidas	22	
75	Otros Ingresos de gestión	23	
76	Ganancia por medición de activos no financieros al valor razonable	24	
78	Cargas cubiertas por provisiones	25	
84	Resultado de explotación (18 - 19 - 20 - 21 + 22+23 + 24 + 25)	26	
77	Ingresos financieros	27	
67	Gastos financieros	28	
85	Resultado antes de participaciones e impuestos (26 + 27 - 28)	29	
87	Participación de los trabajadores	30	
88	Impuesto a la renta	31	
89	Determinación del resultado del ejercicio (29 - 30 - 31)	32	

2. Gastos en servicios y otros gastos de gestión en el año 2012

(Registre la información en nuevos soles, sin considerar céntimos)

PCGE	Cuentas	(Nuevos soles)
62	Gastos de personal	
624	Capacitación	
63	Gastos de servicios prestados por terceros	
632	Asesoría y consultoría	
65	Otros gastos de gestión	
653	Suscripciones	
654	Licencias y derechos de vigencia	
658	Gestión medioambiental	
659	Otros gastos	

3. Personal ocupado y remuneraciones pagadas en el año 2012

(Registre la información en nuevos soles, sin considerar céntimos)

Categoría ocupacional	Clave	Número promedio de trabajadores			Remuneración total (Nuevos Soles)
		Total (1)	Hombres (2)	Mujeres (3)	
Empleador (dueños o socios)1/	01				
Trabajadores administrativos	Permanentes	02			
	Eventuales 2/	03			
Trabajadores operativos	Permanentes	04			
	Eventuales 2/	05			
Total (01 al 05)	06				
Personal no remunerado 3/	07				
Personal de empresas de servicios y cooperativas	08				

1/ Incluye a los que estén en planillas

2/ Trabajadores contratados por un periodo determinado de tiempo.

3/ Incluye a familiares no remunerados, al propietario o conductor MYPE.

ENCUESTADOR: UTILICE ESTE ESPACIO PARA REALIZAR LOS CÁLCULOS QUE ESTIME PERTINENTES.

CAPÍTULO XII: GESTIÓN ADMINISTRATIVA, ACCESO AL MERCADO Y SERVICIOS OFRECIDOS A LAS MYPE

Las preguntas de este capítulo, relevará información sobre los mecanismos de gestión para incrementar el número de clientes o acceder a nuevos mercados. Asimismo, relevará información sobre las actividades de gestión que ha realizado la empresa, en el inicio de operaciones y su permanencia en el mercado, y el conocimiento de los servicios brindados por instituciones públicas o privadas, en beneficio de las MYPE.

1. Las MYPE mejoran su posicionamiento en el mercado

1.1 ¿En el año 2012, ha incrementado sus ventas con respecto al año anterior?

Si.....1 No.....2 → **Pase a 2**

1.2 ¿El incremento registrado se debe a?

- Incremento del número de clientes.....1
- Nuevos mercados.....2
- Incremento de la producción.....3
- Incremento de los precios.....4
- Ninguno.....5 → **Pase a 2**

1.3 Señale Ud. los mecanismos de gestión que generó mayores costos para incrementar el número de clientes o acceder a nuevos a mercados. (Lea y circule una o más alternativas y anote el orden de importancia).

Concepto	Orden de importancia
Ventas al crédito.....1	
Acceso al crédito.....2	
Financiamiento mediante arrendo.....3	
Contratos de colaboración.....4	
Otro.....5	
(Especifique)	

Nota: La pregunta 2.1 solo será contestada si el año de inicio de operaciones (Pregunta 4 Cap. I) es igual a 2012.

2. Días utilizados en servicios de gestión administrativa de la empresa

Señale el número de días que utilizó en las actividades administrativas siguientes:

Actividades administrativas	Tipo de servicios	Días utilizados en el trámite (Números enteros)
(1)	(2)	(3)
2.1 Ingreso al mercado	1. Constitución de la empresa	
	2. Obtención del RUC	
	3. Obtención de licencia de funcionamiento	
	4. Autorización sectorial	
	5. Registros de planillas y/o contratos laborales	
	6. Otros registros y permisos (Especifique)	
2.2 Permanencia en el mercado	1. Tributos (SUNAT, Municipales, otros)	
	2. Contratos (Proveedores, clientes)	

3. Percepción y opinión de los Servicios que brinda el Estado en beneficio de las MYPE

(Lea y circule una o más alternativas)

Tipo de Servicio	¿Recibió el servicio?		¿Cuál es su percepción u opinión del servicio?						
	Si	No	Oportuno		Simple		Completo o integral		
			Si	No	Si	No	Si	No	
(1)	(2)		(3)		(4)		(5)		
1. Tributario									
1.1. Obtener RUC	1	2	1	2	1	2	1	2	
1.2. Pago de impuestos	1	2	1	2	1	2	1	2	
2. Régimen laboral									
2.1. Registro de planillas	1	2	1	2	1	2	1	2	
3. Licencia municipal	1	2	1	2	1	2	1	2	
4. Licencias sectoriales									
4.1. DIGESA	1	2	1	2	1	2	1	2	
4.2. MINCETUR	1	2	1	2	1	2	1	2	
4.3. Otros.....	1	2	1	2	1	2	1	2	
(Especifique)									
5. Inscripción REMYPE	1	2	1	2	1	2	1	2	
6. Otro.....	1	2	1	2	1	2	1	2	
(Especifique)									

CAPÍTULO XIII: LOS TRABAJADORES MYPE INCREMENTAN SUS DESTREZAS TÉCNICO PRODUCTIVAS EN LAS LABORES QUE REALIZAN

Las preguntas de este capítulo, permitirán identificar el acceso a cursos de capacitación adecuada de los trabajadores operarios de las MYPE, a fin de mejorar sus conocimientos, habilidades y aptitudes en las labores que desempeñan.

1. Durante el año 2012, ¿cuántos trabajadores operarios, incluido usted, han recibido capacitación o asistencia técnica relacionada con la actividad económica que realiza su empresa?

Total operarios	Sexo	
	Hombres	Mujeres

Ninguno.....1 → **Termine la encuesta**

2. Identifique a los trabajadores operarios que se han capacitado en el año 2012:
(Añote el nombre de los operarios capacitados, que proporcionará el conductor MYPE, lea las alternativas, circule y anote la información que corresponda)

Operario	Nombre	Sexo		¿Cuál fue el método de capacitación?	¿Cuál fue la duración de la capacitación (Nº Horas)	¿Qué institución lo capacitó?	¿El curso o tema estuvo relacionado con el trabajo desarrollado?		¿Cómo califica el contenido del curso?
		Hombre	Mujer				Si	No	
(1)	(2)	(3)		(4)	(5)	(6)	(8)		(9)
1		1	2			1	1	2	
2		1	2			2	1	2	
3		1	2			3	1	2	
4		1	2			4	1	2	
5		1	2			5	1	2	
6		1	2			6	1	2	
7		1	2			7	1	2	
8		1	2			8	1	2	
9		1	2			9	1	2	
10		1	2			10	1	2	

(4) MÉTODO

Expositivo.....1
 Expositivo participativo.....2
 En laboratorio.....3
 En el puesto de trabajo.....4
 Asistido.....5
 Otro.....6
 (Especifique)

(5) INSTITUCIÓN QUE CAPACITÓ

1. 6
 2. 7
 3. 8
 4. 9
 5. 10

(7) APLICACIÓN

Al inicio.....1
 Al término.....2
 Al inicio y término.....3
 No hubo.....4

(9) CALIFICACIÓN

Muy Bueno.....1
 Bueno.....2
 Regular.....3
 Malo.....4

CAPÍTULO XIV: LOS TRABAJADORES MYPE SON CALIFICADOS

Las preguntas de este capítulo, permitirán identificar a los trabajadores operarios que luego de haber participado de una capacitación adecuada, han mejorado el desempeño en sus funciones, según la evaluación otorgada por el conductor de la MYPE.

1. ¿Cuál es la evaluación que usted haría a cada uno de los operarios que nominó en el capítulo anterior?
(Lea las alternativas, circule la información que corresponda)

Operario	Mejora en el desempeño de los trabajadores operarios después de una capacitación adecuada											
	¿Mejoró su productividad?			¿Mejoró en la calidad de los productos elaborados y servicios prestados?			¿Disminuyó la cantidad del material desechado? (mermas)			¿Mejoró sus habilidades?		
	Bueno	Regular	Maló	Bueno	Regular	Maló	Bueno	Regular	Maló	Bueno	Regular	Maló
(1)	(2)			(3)			(4)			(5)		
1	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
2	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
5	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
6	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
7	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
8	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
9	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
10	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3

INFORMACIÓN PARA CONTROL DEL INEI				
Funcionarios de la encuesta:	Cod.	Apellidos y Nombres	DNI	
Encuestador	1			
Jefe de Equipo	2			
Coordinador Departamental	3			
Supervisor Nacional	4			

Glosario de Términos

<p>Empresa.- es la persona natural o jurídica autónoma en sus decisiones financieras y de administración, propietario(a) o administrador(a) de uno o más establecimientos dedicada a la producción de bienes o servicios, comprendidos en alguna de las actividades económicas.</p> <p>MYPE.- siglas de micro y pequeña empresa, es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, cuyas características se encuentran amparadas bajo la Ley de Promoción y Formalización – Ley N° 28015.</p> <p>Capítulo I: Localización de la empresa</p> <p>Ubicación geográfica.- nombre del departamento, provincia, y distrito donde se encuentra ubicada la empresa.</p> <p>Ubicación muestral.- es el sector y área de trabajo, zona, manzana y frente de la empresa seleccionada en la muestra.</p> <p>Dirección.- tipo de vía, la dirección de la empresa, así como la referencia de la dirección para una mejor ubicación de la empresa.</p> <p>Capítulo II: Identificación de la empresa e informante</p> <p>2.1 De la empresa</p> <p>Número de RUC.- número asignado a la empresa por la SUNAT.</p> <p>Razón social o apellidos y nombres del propietario.- razón social de la empresa o los apellidos y nombres del propietario de la empresa.</p> <p>Año de inicio de operaciones.- año en que inició sus operaciones la empresa.</p> <p>Página web y correo.- dirección URL de la página web y el correo electrónico de la empresa.</p> <p>Teléfono fijo y móvil.- número de teléfono fijo y móvil que dispone la empresa.</p> <p>Actividad económica principal.- código de la principal actividad económica que la empresa desarrolló en el período de referencia 2012.</p> <p>Organización jurídica.- tipo de organización con la que ha sido constituida la empresa.</p> <p>Régimen de propiedad del local principal.- régimen de propiedad del local principal donde funciona la empresa.</p> <p>Título de propiedad del local principal de la empresa.- escritura que acredita la propiedad del local de la empresa.</p> <p>Registro del título de propiedad.- inscripción del título de propiedad en la SUNARP.</p> <p>Área del terreno del local principal.- es el área que esta comprendida dentro del perímetro del terreno del local principal.</p> <p>Área construida del local principal.- es el área que ocupa el local principal de la empresa, incluyendo, si fuera el caso, los pisos que la empresa ocupa para el desarrollo de sus actividades. El área construida comprende la que se encuentra dentro del perímetro de paredes y techos construidos de material noble.</p> <p>2.2 Del Informante</p> <p>Informante.- es la persona que proporcionará la información requerida por el encuestador, puede ser el propietario, conductor MYPE o la persona que la empresa designe como tal.</p> <p>Conductor MYPE.- responsable de la conducción administrativo - operativo de la empresa.</p> <p>Último nivel de estudios que alcanzó.- nivel educativo del Informante y/o Conductor de la empresa.</p> <p>Capítulo III: Las MYPE desarrollan e implementan una cultura empresarial asociativa</p> <p>Asociatividad.- Mecanismo de cooperación voluntaria entre dos o más empresas para realizar negocios conjuntos en mejores condiciones y lograr resultados favorables para la empresa.</p>	<p>Cultura empresarial.- es el bagaje de conocimientos que se adquiere respecto a la empresa como actividad generadora de bienes o servicios.</p> <p>Organización o agrupación.- son asociaciones que pueden ser formales (Asociaciones, Cooperativas, Consorcios, entre otras) o no formales (Comités, redes empresariales o grupos sin denominación específica).</p> <p>Capítulo IV: Las MYPE incrementan y aplican su conocimiento sobre prácticas modernas de gestión empresarial</p> <p>Prácticas de gestión empresarial.- son aquellas que se emplean en la dirección, organización, planificación y control de las diferentes funciones de una empresa.</p> <p>Prácticas de administración moderna.- son aquellas que se obtienen mediante la participación del conductor de la empresa en cursos de capacitación presenciales, virtuales, pasantías, asesorías o tutorías.</p> <p>Capítulo V: Las MYPE acceden e implementan nuevas tecnologías para la gestión empresarial</p> <p>Transferencia de tecnología.- es la transmisión de conocimiento sistemático para la elaboración de un producto, la aplicación de un proceso o la prestación de un servicio.</p> <p>Servicios para la gestión.- son tecnologías relativas a formas de organización, dirección, gestión de procesos, planeamiento estratégico, gestión de la calidad, administración de recursos humanos, entre otras.</p> <p>Capítulo VI: Las MYPE incrementan e implementan su conocimiento sobre tecnologías de información y comunicación (TIC's)</p> <p>Tecnología de información y comunicación.- es el conjunto de técnicas utilizadas en los diversos procesos de transmisión de información a la empresa como: Equipos de procesamiento, almacenamiento de datos y equipos de comunicación.</p> <p>Capítulo VII: Las MYPE adoptan e implementan tecnologías innovadoras para mejorar procesos productivos</p> <p>Tecnología de innovación en productos.- es la introducción exitosa en el mercado o en la sociedad de un proceso, bien o servicio que contenga al menos un componente nuevo o significativamente mejorado.</p> <p>Tecnología de innovación productiva de servicios o bienes.- es la introducción de productos o servicios nuevos o mejorados, en sus características funcionales o usos previstos.</p> <p>Tecnología de innovación productiva de procesos.- es la implementación de métodos nuevos o mejorados, de producción o distribución, llevados a cabo en general a través de equipos, técnicas o software.</p> <p>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 formas de organización, dirección, gestión de procesos, planeamiento estratégico, gestión de la calidad, administración de recursos humanos y otras.</p> <p>Capítulo VIII: Equipos y servicios informáticos de las MYPE</p> <p>Equipos informáticos.- Son equipos electrónicos capaz de recibir un conjunto de instrucciones y ejecutarlas realizando cálculos sobre los datos numéricos, o bien compilando y correlacionando otros tipos de información como, computadoras de escritorio, portátiles, impresoras, escáner, proyector, fotocopiadora, entre otros.</p> <p>Internet.- conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. El acceso a internet por lo general es brindado por un proveedor.</p> <p>Intranet.- red de ordenadores privados que utiliza tecnología internet para compartir de forma segura cualquier información o programa del sistema operativo, para evitar que cualquier usuario de internet pueda ingresar.</p>
---	--

<p>Capítulo IX: Las MYPE incrementan su acceso a información del sistema financiero</p> <p>Gastos asociados al crédito.- comprende gastos tales como: intereses, impuestos, comisiones, gastos notariales y seguros, que aumentan los costos del crédito.</p> <p>Créditos para capital de trabajo.- crédito orientado a atender las necesidades de una empresa para poder operar normalmente, para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, entre otros. Se conoce como activo corriente (efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).</p> <p>Créditos para inversión en activo fijo.- crédito orientado a financiar a mediano o largo plazo, proyectos de inversión, adquisición de maquinaria, ampliación y mejoramiento de infraestructura, adquisición de inmuebles, entre otros.</p> <p>Capítulo X: Las MYPE acceden a los servicios financieros</p> <p>Entidades de Desarrollo a la Pequeña y Micro Empresa (EDPYME)- instituciones cuya especialidad consiste en otorgar financiamiento preferentemente a los empresarios de la pequeña y micro empresa.</p> <p>Garantía.- es el respaldo real o patrimonial, solicitado por las entidades financieras para otorgar créditos y asegurarse el cobro final del crédito otorgado.</p> <p>Capítulo XI: Incremento de productividad de las MYPE</p> <p>Productividad.- es la relación de la cantidad de bienes y servicios producidos entre la cantidad de recursos utilizados en la producción, en un periodo determinado.</p> <p>Productividad del trabajo.- es la relación entre la producción real y la cantidad del insumo trabajo incorporado en el proceso de producción, es decir, la productividad del trabajo mide el aporte promedio de cada persona ocupada en la generación del valor agregado.</p> <p>Ventas netas de mercaderías.- es el valor de las ventas de aquellos productos no manufacturados por el establecimiento, vendidos en las mismas condiciones en que se adquirieron, menos las devoluciones, descuentos y rebajas.</p> <p>Costo de ventas de mercadería.- es el costo de la mercadería comprada que se ha vendido, durante un periodo de tiempo, el cual puede estar influenciado por los inventarios sean estos iniciales o finales.</p> <p>Ventas netas de productos.- es el valor de las ventas de los productos terminados, sub productos, desechos y desperdicios manufacturados por la empresa, menos las devoluciones, descuentos y rebajas.</p> <p>Prestación de servicios netos.- son los ingresos por prestación de servicios que ha tenido la empresa, menos descuentos y rebajas.</p> <p>Cargas de personal.- representa las remuneraciones al trabajador tanto en efectivo como en especie, así como las distintas contribuciones para seguridad y previsión social, las asignaciones familiares, y en general todas las cargas que benefician al personal.</p>	<p>Tributos.- son los gastos por los impuestos, cánones, derechos aduaneros, cotizaciones con carácter de tributos, tributos a gobiernos locales y otros.</p> <p>Ingresos diversos.- son los ingresos obtenidos no relacionados con la actividad de la empresa.</p> <p>Ingresos excepcionales.- ingresos provenientes de la enajenación de bienes de los activos fijos tangibles e intangibles de la empresa.</p> <p>Personal ocupado.- es el número de trabajadores permanentes o eventuales que durante el periodo de referencia se encontraban ejerciendo una labor remunerada o no para la empresa.</p> <p>Capítulo XII: Gestión administrativa, acceso al mercado y servicios ofrecidos a las MYPE</p> <p>Ingreso al mercado.- son las actividades administrativas que desarrolla la empresa para formalizarse en el mercado, frente al Estado o ante las personas naturales o jurídicas con las que va relacionarse como proveedor o consumidor de bienes y servicios.</p> <p>Permanencia en el mercado.- son las actividades que realiza la empresa para renovar los permisos o licencias para continuar su gestión, así como los compromisos contractuales que establece en el marco de la formalidad de sus actividades.</p> <p>Mejoramiento en el posicionamiento de la empresa.- es la mejora de la performance de la gestión de la empresa, expresada en un incremento de sus ventas.</p> <p>Capítulo XIII: Los trabajadores MYPE incrementan sus destrezas técnico productivo en las labores que realizan</p> <p>Capacitación.- es la formación de capacidades, aprendizaje de nuevos conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al aumento de la calidad, productividad en el desempeño del individuo en el desarrollo de una actividad.</p> <p>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.</p> <p>Capítulo XIV: Los trabajadores MYPE son calificados</p> <p>Trabajador calificado.- es el que está preparado con todos los requisitos que se le exigen para desempeñar el empleo o tarea asignada.</p> <p>Trabajador operativo.- es el trabajador cuyas principales funciones se realizan en las áreas de producción, maestranza, mantenimiento, control de calidad y logística.</p> <p>Siglas</p> <p>DIGESA.- Dirección General de Salud Ambiental.</p> <p>EDMYPE.- Entidad de Desarrollo para la Pequeña y Micro Empresa.</p> <p>MINCETUR.- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.</p> <p>ONG.- Organismo no gubernamental.</p> <p>REMYPE.- Registro Nacional de Micro y Pequeña Empresa.</p>
---	---

TABLA N° 1					
Códigos de Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) revisión 4.					
Elaboración de productos lácteos	1050	Fabricación de calzado	1520	Foja, prensado, estampado y laminado de metales; pulvimetalurgia	2591
Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería	1073	Aserrados y acepilladura de madera	1610	Fabricación, tratamiento y revestimiento de metales	2592
Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel	1410	Fabricación de hojas de madera para enchapado; fabricación de tableros contrachapados, laminados, de partículas y otros tableros y paneles	1621	Fabricación de artículos de cuchillería, herramientas de mano y artículos de ferretería	2593
Fabricación de artículos de piel	1420	Fabricación de partes y piezas de carpintería para edificios y construcciones	1622	Fabricación de otros productos de metal	2599
Fabricación de artículos de punto y ganchillo	1430	Fabricación de recipientes de madera	1623	Fabricación de muebles	3100
Curtido y adobo de cueros; adobo y tejido de pieles	1511	Fabricación de otros productos de madera; de artículos de corcho, paja y materiales trenzables	1629	Fabricación de joyas y artículos conexos	3211
Fabricación de maletas, bolsos de mano, y artículos de talabartería y guarnicionería	1512	Fabricación de productos metálicos para uso estructural	2511	Fabricación de joyas de imitación y artículos conexos	3212
Observaciones					