

UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA



ESCUELA DE POSGRADO

DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

TESIS

**NIVEL DE COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO DE LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS EN VILLA EL SALVADOR**

PRESENTADO POR: MARCO ANTONIO TIPISMANA NEYRA

Para optar el grado de DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

ASESOR: DR. FERNANDO RAFAEL VIGIL CORNEJO

2 0 2 1

DEDICATORIA

A mi familia y todas las personas que contribuyeron a la realización del trabajo de investigación

AGRADECIMIENTOS

A las autoridades y docentes de la Escuela de Posgrado que han contribuido con mi formación profesional

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS.....	6
INDICE DE TABLAS	7
RESUMEN.....	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I : FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.1 MARCO FILOSÓFICO	12
1.2 MARCO HISTÓRICO	16
1.3. MARCO TEÓRICO	21
1.4. MARCO CONCEPTUAL	68
CAPÍTULO II: EL PROBLEMA, OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y VARIABLES	72
2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	72
2.1.1. Descripción de la Realidad Problemática.....	72
2.1.2. Antecedentes Teóricos.....	77
2.1.3. Definición del Problema.....	79
2.2. FINALIDAD Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	80
2.2.1. Finalidad.....	80
2.2.2. Objetivo General y Específicos.....	80
2.2.3. Delimitación del estudio	81
2.2.4. Justificación e importancia del estudio.....	81
2.3. HIPÓTESIS Y VARIABLES	82
2.3.1. Hipótesis Principal y Específicas.....	82
2.3.2. Variables e Indicadores.....	82
CAPÍTULO III: MÉTODO, TÉCNICA, E INSTRUMENTOS	84
3.1. POBLACIÓN Y MUESTRA	84
3.2. DISEÑO (S) A UTILIZAR EN EL ESTUDIO	85
3.3. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	86
3.4. PROCESAMIENTO DE DATOS	86

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	87
4.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	87
4.2 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	108
4.3 DISCUSIÓN DE RESULTADOS	112
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	114
5.1 CONCLUSIONES.....	114
5.2 RECOMENDACIONES	115
BIBLIOGRAFÍA.....	116
ANEXOS.....	119
MATRIZ DE COHERENCIA INTERNA.....	120
ENCUESTA	121

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 CONOCEN LO QUE ES UN LIDERAZGO GLOBAL EN COSTOS	87
FIGURA 2 APLICAN UN LIDERAZGO GLOBAL EN COSTOS.....	89
FIGURA 3 CONOCEN LO QUE ES UNA DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO	90
FIGURA 4 APLICAN UNA DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO EN SUS NEGOCIOS.....	91
FIGURA 5 TIENE UNA INFRAESTRUCTURA FÍSICA ADECUADA	92
FIGURA 6 APLICAN DIVERSAS FORMAS DE FABRICACIÓN.....	93
FIGURA 7 OPTIMIZAN LOS RECURSOS UTILIZADOS COMO LAS MATERIAS PRIMAS	94
FIGURA 8 OPTIMIZACIÓN EN LA COMPRA DE MATERIAS PRIMAS	95
FIGURA 9 CONOCEN LO QUE ES UNA SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	96
FIGURA 10 APLICAN UNA SEGMENTACIÓN DE MERCADO	97
FIGURA 11 DESARROLLAN DISTINTOS DISEÑOS DE PRODUCTOS DE ACUERDO CON LA NECESIDAD DE LOS CLIENTES.....	98
FIGURA 12 CONOCEN LO QUE ES INNOVACIÓN DE PRODUCTOS	99
FIGURA 13 NIVEL DE INVERSIÓN EN INNOVACIÓN DE PRODUCTOS, PROCESOS O EN GESTIÓN.....	100
FIGURA 14 NIVEL DE INVERSIÓN EN EL DESARROLLO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS.....	101
FIGURA 15 DESARROLLAN INNOVACIÓN DE PRODUCTOS EN SUS NEGOCIOS	102
FIGURA 16 CONOCEN LO QUE ES INNOVACIÓN DE PROCESOS	103
FIGURA 17 DESARROLLAN INNOVACIÓN DE PROCESOS EN SUS NEGOCIOS.....	104
FIGURA 18 CONOCEN LO QUE ES INNOVACIÓN DE LA GESTIÓN.....	105
FIGURA 19 DESARROLLAN INNOVACIÓN DE LA GESTIÓN EN SUS NEGOCIOS.....	106
FIGURA 20 ADECUADA GESTIÓN EMPRESARIAL PARA MEJORAR LA TOMA DE DECISIONES.....	107

INDICE DE TABLAS

TABLA 1 CONOCEN LO QUE ES UN LIDERAZGO GLOBAL EN COSTOS	87
TABLA 2 APLICAN UN LIDERAZGO GLOBAL EN COSTOS	89
TABLA 3 CONOCEN LO QUE ES UNA DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO	90
TABLA 4 APLICAN UNA DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO EN SUS NEGOCIOS	91
TABLA 5 TIENE UNA INFRAESTRUCTURA FÍSICA ADECUADA.....	92
TABLA 6 APLICAN DIVERSAS FORMAS DE FABRICACIÓN	93
TABLA 7 OPTIMIZAN LOS RECURSOS UTILIZADOS COMO LAS MATERIAS PRIMAS.....	94
TABLA 8 OPTIMIZACIÓN EN LA COMPRA DE MATERIAS PRIMAS.....	95
TABLA 9 CONOCEN LO QUE ES UNA SEGMENTACIÓN DE MERCADO	96
TABLA 10 APLICAN UNA SEGMENTACIÓN DE MERCADO EN SUS NEGOCIOS	97
TABLA 11 DESARROLLAN DISTINTOS DISEÑOS DE PRODUCTOS DE ACUERDO CON LA NECESIDAD DE LOS CLIENTES	98
TABLA 12 CONOCEN LO QUE ES INNOVACIÓN DE PRODUCTOS	99
TABLA 13 NIVEL DE INVERSIÓN EN INNOVACIÓN DE PRODUCTOS, PROCESOS O EN GESTIÓN	100
TABLA 14 NIVEL DE INVERSIÓN EN EL DESARROLLO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS	101
TABLA 15 DESARROLLAN INNOVACIÓN DE PRODUCTOS EN SUS NEGOCIOS.....	102
TABLA 16 CONOCEN LO QUE ES INNOVACIÓN DE PROCESOS.....	103
TABLA 17 DESARROLLAN INNOVACIÓN DE PROCESOS EN SUS NEGOCIOS	104
TABLA 18 CONOCEN LO QUE ES INNOVACIÓN DE LA GESTIÓN	105
TABLA 19 DESARROLLAN INNOVACIÓN DE LA GESTIÓN EN SUS NEGOCIOS	106
TABLA 20 ADECUADA GESTIÓN EMPRESARIAL PARA MEJORAR LA TOMA DE DECISIONES	107

RESUMEN

El objetivo general del trabajo de investigación fue determinar la relación del nivel de competitividad con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

En cuanto al tipo de investigación fue descriptivo porque estableció la relación entre dos variables y el nivel aplicado por el uso de encuestas, el método y diseño del estudio fue descriptivo correlacional porque trató de precisar la covariación entre las variables nivel de competitividad y el desarrollo de las micro y pequeñas empresas.

La población estuvo constituida por 48 MYPES de Villa El Salvador y la muestra fueron 40 empresarios o administradores elegidos al azar.

En cuanto al instrumento se utilizó una encuesta elaborada con 20 enunciados para evaluar el nivel de competitividad relacionado con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas. El cual fue debidamente validado por expertos.

Para la comprobación de hipótesis se utilizó la prueba de correlación de Spearman por tratarse de variables cualitativas utilizando el margen de error de 0.01.

Los resultados fueron que tanto el liderazgo global en costos, la diferenciación de producto y la segmentación de mercado incrementan en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

Finalmente, quedo comprobado en el estudio que el Nivel de competitividad incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

Palabras clave: Nivel de Competitividad, Liderazgo global en Costos, Diferenciación de producto, Segmentación de mercado y Desarrollo de las micro y pequeñas empresas.

ABSTRACT

The general objective of the research work was to determine the relationship of the level of competitiveness with the development of micro and small enterprises in Villa El Salvador.

Regarding the type of research, it was descriptive because it established the relationship between two variables and the level applied by the use of surveys, the method and design of the study was descriptive and correlational because it tried to determine the covariation between the variables level of competitiveness and the development of micro and small businesses.

The population consisted of 48 MYPES from Villa El Salvador and the sample was 40 entrepreneurs or administrators chosen at random.

Regarding the instrument, a survey made with 20 statements was used to evaluate the level of competitiveness related to the development of micro and small enterprises. Which was duly validated by experts.

For hypothesis testing, the Spearman correlation test was used as it was qualitative variables using a margin of error of 0.01.

The results were that both global leadership in costs, product differentiation and market segmentation increase in the development of micro and small companies in Villa El Salvador.

Finally, it was proven in the study that the level of competitiveness increases the development of micro and small companies in Villa El Salvador.

Keywords: Competitiveness Level, Global Leadership in Costs, Product Differentiation, Market Segmentation and Development of micro and small companies.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador cobra cada vez mayor importancia en el sentido de promueve nuevos puestos de trabajo y genera fuentes de ingresos a familias que emprenden negocios de diversa índole.

Es muy conocido el emprendimiento en el sector industrial en este distrito, que demuestra un crecimiento y sostenibilidad en el tiempo.

En lo referente al nivel de competitividad podemos citar las afirmaciones de Flores (2008) quien define a la competitividad como un término multidimensional que no posee una definición específica, debido a los diferentes niveles y factores cualitativos y cuantitativos que intervienen en su determinación.

Indica, además, que comprende la existencia de diversos enfoques de análisis e indicadores para su medición. Precisa que es un concepto universal utilizado como fórmula para el crecimiento económico de los países y como condición necesaria cuando se trata de ganar participación en los mercados internacionales.

En cuanto al desarrollo de micro y pequeñas empresas podemos citar a Gonzales (2013) quien sostiene que son las pequeñas y medianas empresas, las organizaciones dominantes en todos los países del continente y que representan más de 95% de los negocios existentes en el mundo y cuentan con algunas ventajas competitivas con respecto a las grandes empresas, debido a su menor tamaño y facilidad de adaptarse a los cambios en la economía y patrones de la demanda.

La tesis ha sido estructurada en capítulos que permiten seguir la secuencia de la investigación de la siguiente forma:

En el Capítulo I se presentan los Fundamentos Teóricos, citando el marco filosófico, marco teórico y el marco conceptual.

En el Capítulo II se realiza el planteamiento del problema de investigación, describiendo la realidad problemática, los antecedentes teóricos y definiendo el problema general y los problemas específicos relacionados con las variables. Se presentan también los objetivos, las hipótesis y la clasificación, así como la definición operacional de variables. En el Capítulo III se desarrolla la Metodología, tipo, nivel, método y diseño del estudio, se precisan la población, muestra y muestreo; las técnicas de recolección de datos y las técnicas del procesamiento de la información.

En el Capítulo IV se realiza la Presentación y Análisis de Resultados, se cita la información recogida mediante tablas y gráficos; se presenta también la comprobación de hipótesis y la discusión de los resultados.

Finalmente, se precisan las Conclusiones y Recomendaciones a las cuales ha arribado el trabajo de investigación.

Capítulo I : Fundamentos Teóricos de la Investigación

1.1 Marco Filosófico

Para abordar el constructo Competitividad debemos situarnos en las décadas de los años 60 y 70, en las cuales, las estrategias competitivas de las empresas industriales se orientaban a la fabricación en masa para lograr mejoras sustanciales y diferencias de costos.

Aunque en la actualidad el reducir costes es una condición necesaria para alcanzar competitividad, no es suficiente debido a las características en el comportamiento de los consumidores y la creciente competencia entre países originado por el fenómeno de la Globalización de la economía.

Los autores como Gabiña, J. (1996) y Umble, M. y M. L. Srikanth (1995) señalan que existen dos tipos de competitividad:

Competitividad estratégica = Innovación + Anticipación + Velocidad

Competitividad operativa = Costes + Calidad + Flexibilidad + Plazos de entrega

Con respecto a esta última y en aproximación al constructo, los autores como Umble, M. y M. L. Srikanth (1995) y Russell, R. y B. Taylor (1998) manifiestan que actualmente para que una empresa se considere competitiva desde el punto de vista operativo, debe diseñar su estrategia, para cumplir ciertas condiciones:

- ✓ precios competitivos
- ✓ productos de excelente calidad
- ✓ alto nivel de servicio al cliente (velocidad y variedad).

Resulta importante, considerar la adopción de nuevas estrategias que le permitan alcanzar mayores niveles de competitividad, que es lo que el mercado exige en el momento actual. Por tanto, una de las posibilidades que se presenta como alternativa viable para el sector productivo, la constituyen las técnicas de manufactura modular, las cuales se fundamentan en los principios de la filosofía JIT (justo en tiempo) según su traducción al castellano; en lo sucesivo se empleará la abreviatura JIT que es como comúnmente se conoce en el argot académico y empresarial).

Filosofía de la Competitividad: Justo a Tiempo (Jit)

Esta referida a una filosofía de producción, que se desarrolló inicialmente en las empresas japonesas y que persigue como principal estrategia competitiva, la reducción de los ciclos de fabricación, el aumento de la flexibilidad, de la calidad y la reducción de costes, a través de un enfoque logístico de tipo *Pull*.

Según el autor Domínguez Machuca, J. A. y otros (1998) esta filosofía *justo a tiempo* tiene como principio básico: "que los clientes sean servidos justo en el momento preciso, exactamente en la cantidad requerida, con productos de máxima calidad y mediante un proceso de producción que utilice el mínimo de inventario posible y que se encuentre libre de cualquier despilfarro o costo innecesario.

Cabe precisar que en el sistema JIT, el tamaño ideal del lote es un ítem y para alcanzarlo, se necesita de una producción estructurada, de tal forma que la distribución de planta facilite el manejo de lotes de este tamaño. La idea es aproximar a cero las acumulaciones de piezas en espera de ser procesadas y con ello lograr los resultados siguientes:

- ✓ Invertir lo mínimo en inventarios.
- ✓ Reducir los tiempos de entrega de la producción.
- ✓ Reaccionar más rápidamente ante los cambios de la demanda.
- ✓ Descubrir cualquier problema en la calidad.

Por tanto, se puede afirmar que, las empresas japonesas, pioneras en la aplicación del JIT, reconocen al exceso de inventario (ya sea de materias primas, en proceso y de producto terminado) como "el enemigo número uno" de la productividad, ya que, por lo general, la tendencia en los procesos manufactureros ha sido siempre el protegerse usando niveles apropiados o excesivos de inventario contra contingencias. Es así como algunos problemas, tales como el índice de piezas rechazadas, se solucionan produciendo algunas unidades de más; y los pedidos a los proveedores se hacen con una gran anticipación y en una cantidad mayor a la realmente necesaria.

Por estas razones, los esfuerzos de mejora para alcanzar mejores niveles superiores de competitividad, deben enfocarse, a la reducción del nivel de inventarios y así poder empezar a visualizar los verdaderos problemas de la empresa, a través de un proceso de mejoramiento continuo. Esta forma de gestionar el sistema productivo, unido al cumplimiento de una serie de elementos necesarios para su implementación práctica exitosa, ha llevado a muchos productores japoneses a convertirse en fabricantes de categoría mundial.

Concepto de Manufactura Modular

De acuerdo con Rubinfeld (1990) la manufactura modular se define como un cambio profundo en la naturaleza técnico-filosófica en la forma de operar una empresa, que nace a partir de las nuevas necesidades del mercado y que implica una nueva actitud de todos los integrantes de la empresa sin importar su nivel jerárquico, tendiente a crear un marco de mejora continua y un sistema flexible orientado hacia las necesidades del cliente.

Castillo (1993) desde el punto de vista filosófico, acoge los conceptos JIT; y desde el punto de vista técnico, exige la desintegración de las líneas rígidas de producción y la adopción de un sistema de trabajo en equipo, bajo la conformación de grupos de trabajo polivalentes y autónomos, que trabajan bajo los criterios de calidad total.

Módulo y requisitos fundamentales

Un módulo, es un equipo de trabajadores asignados a la fabricación de un producto específico, organizados, de forma tal, que el producto fluya de forma rápida y sincronizada según el orden de sus operaciones. Para lograr ello, es necesario previamente estimar los tiempos de producción por cada operación y mediante la aplicación de expresiones matemáticas, llegar a un modelo de distribución de cargas de trabajo o balanceo modular, buscando el aprovechamiento del factor humano, las máquinas y el espacio.

Uno de los requisitos fundamentales para el éxito en el funcionamiento de un módulo, lo constituye la integración de sus componentes como un verdadero equipo de trabajo, con una alta conciencia de calidad y actitud de mejora continua, que permita acercarse a niveles de cero defectos en el corto plazo, con altos indicadores de eficiencia en la operación.

Lo anterior, hace imprescindible que la alta gerencia esté convencida de la necesidad del cambio y de las ventajas que este traería, así como de las medidas a tomar para evitar el fracaso.

Posteriormente, es necesario capacitar al nivel medio de la organización, especialmente en las técnicas de organización modular y coordinación de grupos de trabajo, para finalmente, concientizar y hacer partícipe del cambio al personal de planta, que es quien determina el éxito o fracaso de su funcionamiento.

El siguiente paso, consiste en diseñar y conformar cada uno de los grupos de trabajo de acuerdo con las necesidades del programa de producción.

Se debe aclarar que, el cambio hacia un esquema de producción grupal, genera una reacción de reserva en los empleados, necesitándose un tiempo prudencial para su asimilación, el cual depende, en gran medida, del esfuerzo de los directivos y del clima organizacional existente en ese momento. Por ello, se recomienda comenzar con la creación de un módulo piloto, que permita afianzar los conocimientos en la aplicación de la técnica y a la vez vencer la resistencia al cambio del resto de los empleados.

Ventajas Competitivas

Los aportes importantes, que los sistemas de manufactura modular ofrecen se evidencian en la mejora de los siguientes aspectos:

- ✓ Reducción de costes de producción, representado en el aumento de la eficiencia de la mano de obra, reducción del inventario en proceso y la disminución de los gastos por concepto de manejo de materiales.

- ✓ Aumento en el servicio al cliente, ya que se reduce el ciclo de fabricación y entrega.
- ✓ Mejora la calidad, debido a que es posible implantar sistemas autocontrolados, además, porque es más fácil la detección temprana de errores debido al bajo nivel de inventarios.
- ✓ Mejor aprovechamiento de la superficie de la planta.
- ✓ dado que el reordenamiento de los equipos y la disminución de los niveles de inventario, elimina recorridos innecesarios y la necesidad de espacios para
- ✓ el almacenaje.
- ✓ Disminuyen los índices de fluctuación y ausentismo del personal creando un mejor clima laboral.

1.2 Marco Histórico

Nivel de Competitividad

Buscando información sobre la evolución del nivel de competitividad encontramos al autor Sanjines (2002) quien señala que, la competitividad se trata sobre todo en que una organización logre mantenerse y permanecer en el mercado a largo plazo; en 1990 un profesor de Harvard llamado Michael Porter hizo un trabajo de investigación cuyo objetivo era porque algunas naciones tienen éxito y otras fallan en competencia internacional y encontró atributos que impedían la creación de una ventaja competitiva.

Entre esos atributos se encontraron la rivalidad de firmas importantes, estructura y estrategia pero había dos factores que influían de manera importante: oportunidad y el gobierno; y en México se vio afectado por el factor de la oportunidad en las pequeñas empresas que querían surgir fue la falta de apoyo del gobierno no pudieron surgir. Sin embargo, en la actualidad muchas pequeñas empresas han podido surgir y entrar al mercado de la competitividad y esas pequeñas empresas las conocemos como las “microempresas” el gobierno les brindó apoyo económico dándoles préstamos y esas empresas consiguieron éxito gracias a su estrategia a largo plazo.

Martínez, Álvarez, García, Del valle (1999) sostienen que, los recursos humanos han servido para que las empresas puedan encontrar una buena dirección dentro de las organizaciones y tener una selección de personal y un liderazgo enfrente de la organización con más eficiencia y motivación para las personas que la conforman; pero en tiempo atrás se vio afectada por el exceso de presión laboral sin un trato equitativo ni oportunidades de progreso, ni satisfacción del trabajador ni seguridad en el mismo, siendo así, varias empresas no pudieron globalizarse.

Frederick Taylor y Henri Fayol fueron los precursores para tener las bases de los recursos humanos, mencionan que existen ventajas pero también desventajas que son limitaciones, como por ejemplo: la inflación, la volatilidad en las cotizaciones del dinero y la incertidumbre política, los cuales frenan a las inversiones nacionales y extranjeras.

Desarrollo de las Mypes

Sobre el particular, Centty (2002) sostiene que, no sólo en el Perú el sector de la pequeña y microempresa es revalorizado y tomado en cuenta dentro del escenario económico y el panorama de las nuevas sociedades. A nivel mundial, la revalorización del sector PYMES y de las PYMES como unidades productivas de pequeña escala se dan a partir de los años 70 debido principalmente a cambios estructurales como el crecimiento de los servicios, es decir que el antiguo paradigma de que solo son empresas aquellas unidades de producción que producen bienes o tangibles cambia rotundamente desde que las facturaciones por servicios de consultorías empresariales, tratamientos clínicos, respaldo o soporte técnico y la valorización del conocimiento como factor de producción de riqueza; empiezan a generar bonanza y valor agregado a los intangibles que con el tiempo se comienzan a valorizar como un activo tanto como las infraestructuras o maquinarias en las principales economías; paralelamente el crecimiento de los productos informáticos en un contexto en que los cambios se dan día a día y en que la obsolescencia se cuenta por segundos, las empresas se ven en la necesidad de reducir su tamaño para

contar con mayor eficiencia, es decir se hacen pequeños los productos y se hacen pequeñas las empresas.

Otro fenómeno importante que acelera este crecimiento de la pequeña y microempresa es la caída de las 500 grandes empresas en Estados Unidos en los últimos 20 años, en especial a fines de los años 70, donde este país decide adoptar el modelo neoliberal descartando el Keynesianismo que le había salvado la vida en la depresión de los 30. En este periodo, debido a la gran envergadura de las empresas norteamericanas en cuanto a su tamaño y su estructura de personal (A pesar de que sus productos eran duraderos pero costosos, combinado con el hecho de que en toda su producción se encontraba un margen de merma que en el largo plazo se traducía en pérdida de recursos financieros y de competitividad), que ocasiona que estas empresas y la misma economía Norteamericana perdieran espacio en un mercado internacional cada vez más competitivo, es que se agota el modelo Fordista y Taylorista de gran escala; y Japón bajo una nueva Filosofía de Juran y Deming de la Calidad Total y el Kaizen comienza a tener un papel protagónico dentro del espacio económico dominando nuevos mercados entre ellos el norteamericano, con productos de alta tecnología al alcance de la mayoría de los consumidores, Japón rompe los paradigmas de la Empresa y domina al mundo nuevamente de la mano de su producción y de la estrategia de tercerizar su producción de una ETN (Empresa Transnacional) a un conjunto de PYMES subcontratistas.

Como hemos observado el panorama competitivo de las principales economías comienza a desarrollar nuevas estrategias para dominar nuevos mercados y ganar nuevos segmentos, esto se refleja en el crecimiento económico de Japón, Alemania, los Tigres del Asia, Canadá y el mismo EEUU. Sin embargo, en muchos de estos países todavía no encuentra una solución coherente, las políticas de subsidios y de seguros contra el desempleo son alguna forma de solucionar temporalmente este problema, en países con menos desarrollo el estado empresario fracasó (Caso Latinoamérica) y trajo consigo un proceso hiperinflacionario de orden continental, la pobreza en estos bloques aumentaba y la migración de la población de países pobres hacia países desarrollados

crecía, convirtiéndose esta población migrante en una mayor carga para estas sociedades, es por tanto que la idea de que cada cual construya su fuente de trabajo es aceptada con mucha algarabía ya que le quedaba tan solo al estado dotar de un mejor y mayor marco de promoción para que aparezca este nuevo sector de empresas familiares de pequeña escala o las denominadas PYMES.

Algunos investigadores en el Perú como Fernando Villarán y Hernando de Soto durante la década de los ochenta en diversos espacios difunden la idea de las ventajas que ofrece este nuevo sector, consultores y gurús de la talla de Peter Senge y Peter Drucker consideran que todos podemos ser empresarios tan solo identificando una oportunidad de negocio que nos permita en el largo plazo crecer sobre estas ganancias consolidando una empresa sobre la base de un negocio. La concepción de que para ser empresario se necesitaba de grandes capitales y de espacios físicos de gran envergadura cambia dentro de los nuevos esquemas en las escuelas de negocios, así como cambia el esquema del prototipo de empresario; que del hombre cosmopolita con estudios en el extranjero, que vive en una zona residencial, que maneja buenos carros, viste de terno y corbata y es de test blanca; los nuevos paradigmas del empresario consideran un nuevo prototipo del hombre común que lucha día a día para ganar nuevos clientes y que en el caso peruano exalta la figura de un chinito que de dueño de una pequeña tienda se convierte en uno de los empresarios de mayor éxito en el rubro de los supermercados, o que viniendo de lo más profundo del Perú hoy en día es dueño de gran parte de Gamarra.

Para contar con un mayor panorama estadístico podríamos mencionar que en EEUU el 40% de las PYMES muere antes de los 5 años, las 2/3 partes pasa a la segunda generación y tan solo el 12% sobrevive a la tercera generación. Además, existen en los EEUU 22,1 millones de negocios que generan 129 millones de puestos de empleo y ocupa 5.8 personas por empresa.

En otros países del mundo, considerando a los miembros del G – 7 como es el caso de Japón existen un promedio de 9.1 millones de pequeñas empresas que generan 67.2 millones empleos, el promedio de ocupación por empresa es de

7.4 personas. Mientras que en Italia trabajan 5.2 personas por empresa (Emilia Romagna).

Bajo este panorama es que el sector PYME toma mayor fuerza en el contexto económico y social de nuestro país, donde como ya habíamos afirmado con anterioridad se establece toda una línea de promoción del sector por parte del estado principalmente.

1.3. Marco Teórico

NIVEL DE COMPETITIVIDAD

Horta y Jung, (2002) señalan que, la competitividad de las empresas depende de factores en tres niveles: el primer nivel es la competitividad del país, que incluye variables como la estabilidad macroeconómica, la apertura y acceso a mercados internacionales o la complejidad de la regulación para el sector empresarial; el segundo nivel se refiere a la infraestructura regional; un tercer nivel que explica la competitividad de las empresas tiene que ver con lo que ocurre dentro de la propia empresa.

Barquero, (2003) sostiene que, la competitividad empresarial se deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización (reflejados en precio y en calidad del producto final) con relación a los de sus rivales en un mercado específico.

Porter (1990) y Krugman (1994) han señalado que las que compiten son las empresas no las naciones, a un país lo hacen competitivo las empresas competitivas que hay en éste. Por lo tanto son éstas las bases de la competitividad.

Solleiro y Castañón (2005) consideran que la competitividad es un concepto complejo y puede ser estudiado desde diferentes enfoques y disciplinas; por lo cual no es posible establecer una definición única; en parte debido a que su utilidad reside en identificar vías para fomentar empresas que contribuyan a elevar los niveles reales de bienestar.

Dussel, (2001) sostiene que, la competitividad es definida como el proceso de integración dinámica de países y productos a mercados internacionales, dependiendo tanto de las condiciones de oferta como de las de demanda

Padilla, (2006) indica que, la competitividad está relacionada con la capacidad de incrementar el nivel de vida de los habitantes, de generar incrementos sostenidos en productividad, de insertarse exitosamente en los mercados

internacionales, entre otros La competitividad refleja la medida en que una nación, en un sistema de libre comercio y condiciones equitativas de mercado, puede producir bienes y servicios que superen la prueba de los mercados internacionales, al tiempo que mantiene e incrementa el ingreso real de su población a largo plazo.

World Economic Forum, (2009) señala que, el concepto de competitividad involucra componentes estáticos y dinámicos: aunque la productividad de un país está claramente determinada por la habilidad de sostener sus niveles de ingreso, también es uno de los determinantes centrales de los rendimientos de la inversión, el cual es uno de los factores clave para explicar una economía en crecimiento.

Abdel y Romo (2004) manifiestan que, existe un conjunto de estudios iniciales sobre la competitividad que estuvieron enfocados al análisis del débil desempeño de las empresas estadounidenses con respecto a las de otros países, en especial Japón, en sectores dominados tradicionalmente por los norteamericanos. Estudios más recientes se concentran en el uso de políticas gubernamentales en el nivel microeconómico para fomentar el desarrollo de las empresas que pertenecen a un sector en particular; así es entonces como surge la preocupación por la competitividad empresarial, cuyos aspectos veremos a continuación.

Martínez y Álvarez, (2006) señalan que, a la cadena productiva y la revisión del entorno, a la noción de competitividad sistémica, de regionalización, *clusters* y territorios competitivos. Esta evolución nos permite enfrentar nuevos retos: globalización, internacionalización y desregulación de mercados; aplicar nuevas estrategias basadas en la gestión tecnológica, la gestión del conocimiento, la cooperación; a ver el mercado no solo como local sino también aventurarse al mercado internacional y sus exigencias.

De la Cruz, Morales y Carrasco (2006) sostienen que el desarrollo de capacidades en un sector y sus empresas contribuye a impulsar la competitividad de una gama de productos o servicios; estas también influyen profundamente en

las capacidades de crecimiento y diferenciación competitiva de una gama de productos mucho más allá que en el éxito o fracaso de un producto único. Así, también, a través de las capacidades el sector determina directamente el monto de inversiones, la asunción de riesgos y el horizonte temporal necesario para conseguir su posicionamiento en el mercado.

Flores (2008) señala que, la competitividad es un término multidimensional que no posee una definición específica, debido a los diferentes niveles y factores cualitativos y cuantitativos que intervienen en su determinación, asimismo comprende la existencia de diversos enfoques de análisis e indicadores para su medición. Además, es un concepto universal utilizado como fórmula para el crecimiento económico de los países y como condición necesaria cuando se trata de ganar participación en los mercados internacionales.

Fajnzylber (1988) sostiene que, la competitividad consiste en la capacidad de un país para sostener y expandir su participación en los mercados internacionales y elevar simultáneamente el nivel de vida de su población. Esto exige el incremento de la productividad y por ende, la incorporación de progreso tecnológico. Porter (1990) coincide en que la competitividad de una nación debe ser capaz de producir un alto nivel de vida para sus ciudadanos y debe estar vinculada también a la productividad utilizando sus recursos naturales, humanos, de capital, la formación de clústers y la innovación.

La cadena de valor y el análisis de costos

Porter (2019) señala que, el comportamiento de costos y la posición relativa de la compañía proviene de las actividades relacionadas con el valor que la compañía efectúa al competir en un sector industrial. Por tanto, un análisis significativo examina los que se hacen en ellas y no los totales. Cada actividad posee su propia estructura al respecto y el comportamiento de sus costos puede verse afectado por los nexos y las interrelaciones con otras actividades tanto dentro de la compañía como fuera de ella. Se obtiene una ventaja si ella consigue un costo acumulado menor en las actividades de valor que sus competidores.

Definición de la cadena de valor para el análisis de costos

El punto de arranque del análisis de costos consiste en definir una cadena de valor y en asignarles a las actividades los costos operativos y los activos. Las actividades de la cadena contienen ambas características en forma de capital fijo y de trabajo. Los insumos comprados forman parte del costo de cada actividad, pudiendo afectar a los costos operativos (insumos operativos comprados) y a los activos (activos adquiridos). La necesidad de asignar activos a las actividades de valor se debe a que el total de activos en una actividad y la eficiencia de su uso a menudo son importantes para el costo de ellas.

En el análisis de costos, la división de la cadena de valor genérica en actividades individuales deberá reflejar tres principios que no se excluyen entre ellos:

- ❖ El monto y el crecimiento del costo representados por la actividad,
- ❖ El comportamiento del costo de la actividad,
- ❖ Las diferencias de los competidores en la ejecución de la actividad.

Conviene separar las actividades para analizar los costos si estas representan un porcentaje significativo o hacen que los costos de operación o de los activos aumenten con rapidez. Por lo regular, a las empresas les resulta fácil identificar los grandes componentes de su costo, pero a menudo no consideran las actividades más pequeñas pero crecientes que con el tiempo modifican su estructura de costos. Las que constituyen un porcentaje pequeño y estable de costos o de activos se agrupan en categorías generales.

También hay que separar las actividades si presentan varios factores de costos que en seguida se explican más a fondo. No hay inconveniente para agrupar las de factores similares. Por ejemplo, la publicidad y la promoción suelen asignarse a actividades independientes porque el costo de la primera es sensible a la escala y es común que el de la segunda sea variable. Las actividades que una unidad de negocios comparte con otras deben considerarse también como una actividad independiente, pues las condiciones de otras unidades de negocios

incidirán en su comportamiento de costos. Lo mismo puede decirse de cualquier actividad que tenga nexos importantes con otras. En la práctica, no siempre se conocen los factores al empezar un análisis, de ahí que haya que repetir varias veces la identificación de las actividades. Una división inicial de la cadena de valor en actividades representará la mejor conjetura de las diferencias más importantes en el comportamiento de costos. Después podrían agregarse o separarse las actividades a medida que el análisis vaya detectando las diferencias o semejanzas en este aspecto. Casi siempre se analiza primero una cadena agregada de valor y luego se investigan con mayor detenimiento las que resulten importantes.

El comportamiento de los competidores es una prueba final para separar las actividades relacionadas con valor. Conviene examinar por separado las más importantes cuando un competidor las realiza de modo distinto. Por ejemplo, People Express y otras líneas austeras ofrecen un servicio a bordo distinto a las líneas aéreas de pasaje y carga como American, Eastern, TWA y United. Las diferencias de los competidores plantean la posibilidad de que una actividad sea la fuente de una ventaja o desventaja relativa de costo.

Asignación de costos y activos

Los costos operativos y los activos a las actividades relacionadas con valor se asignan tras identificar su cadena de valor. Los primeros se asignan a aquellas a las que se destinaron. Los activos se asignan a las que utilizan, controlan o influyen más en su uso. En teoría se trata de algo bastante sencillo, aunque tal vez sea un proceso lento. Los registros contables a menudo se rehacen para igualar los costos con las actividades de valor y no con las clasificaciones contables, más que nada, en áreas como gastos generales e insumos adquiridos.

Los activos son caros, y su selección y uso a menudo requieren un compromiso con los costos operativos; por ello han de asignarse a las actividades de valor en una forma que permita analizar el comportamiento de los costos. Asignarlos a las actividades es más complicado que asignar los costos operativos. Se

acostumbra reagrupar las cuentas de los activos para que correspondan a las actividades; es preciso evaluarlos de un modo más consistente. Hay dos métodos generales para asignarlos: 1) determinar su valor en libros (o de reposición), comparándolos después con los costos operativos o 2) traducir su valor en libros (o de reposición) en costos operativos mediante cargos de capital. Ambos métodos de valuación plantean problemas. El valor en libros no tiene significado por ser sensible al momento de la primera compra y a las políticas contables. A menudo es difícil calcular el valor de reposición. Por otra parte, los programas de depreciación a menudo son arbitrarios, lo mismo que los cargos de capital de los activos fijos y circulantes. El método con que se valúen deberá reflejar las características de la industria, las cuales a su vez originan los prejuicios o sesgos más importantes que se encuentran en los datos y en las consideraciones prácticas al momento de recabarlos. En el análisis se indican los sesgos propios del método escogido. A veces, el análisis de costos se esclarece cuando los activos se asignan con varias técnicas.

Los costos y los activos de las actividades compartidas de valor se asignarán inicialmente a la cadena de valor de la unidad de negocios, aplicando los métodos que la compañía utilice en ese momento, basados casi siempre en alguna fórmula. Por ejemplo, el comportamiento del costo de una actividad compartida se refleja en conjunto y no solo la parte atribuible a una unidad de negocios. Por ejemplo, el costo de una actividad compartida sensible a la escala dependerá del volumen de todas las unidades en cuestión. Además, las fórmulas de asignación aplicables tal vez no solo reflejan sus economías, sino que tal vez fueron diseñadas por razones de comodidad o por consideraciones políticas. A medida que avanza el análisis será posible refinar los costos de las actividades compartidas empleando métodos más significativos basados en el comportamiento de costo de las actividades.

El periodo escogido para asignar los costos y los activos a las actividades de valor debe ser representativo del desempeño de la firma. Conviene tener presentes las fluctuaciones estacionales o cíclicas y las épocas de discontinuidad; que los afectarán. La comparación en varios momentos

esclarece el efecto de los cambios de estrategia y sirve para diagnosticar el comportamiento de los costos. Por ejemplo, cuando se observan los cambios de una actividad durante periodos sucesivos, se resaltan los efectos del aprendizaje; en cambio, cuando se comparan los realizados durante periodos de niveles bastante diversos de actividad, se obtendrán indicaciones acerca de la sensibilidad a la escala y la función del uso de la capacidad.

Conviene recordar que para asignar los costos y los activos no se requiere la misma precisión que en la presentación de informes financieros. A menudo las estimaciones son más que suficientes para poner de relieve los problemas estratégicos, y sirven para asignar los costos y los activos a las actividades de valor cuando se necesite una gran inversión para generar cifras exactas de los costos. Habrá que buscar la precisión con mayor esfuerzo conforme avance el análisis y se compruebe la importancia de algunas actividades para la ventaja costos. Por último, quizá una firma descubra que los rivales asignan en forma diferente los costos de operación y los activos. La forma en que miden sus costos es importante porque influirá en su comportamiento. En parte, el análisis de costos de la competencia consiste en tratar de diagnosticar los métodos de costo de ellos.

Primer corte en el análisis de costos

La asignación de costos y activos genera una cadena de valor que ejemplifica de manera gráfica la distribución de los costos de la compañía. Llega a ser revelador dividir el costo de cada actividad de valor en tres categorías: 1) insumos operativos adquiridos, 2) costos de recursos humanos y 3) activos por categoría principal. Es viable señalar las proporciones de la cadena de valor para que reflejen la distribución de costos y activos entre las actividades.

Incluso la asignación inicial de los costos y operativos y de los activos a la cadena de valor llegan a indicar áreas donde es posible reducirlos. Por ejemplo, los insumos operativos adquiridos con frecuencia constituyen una parte más grande de los costos de la que en general se percibe porque rara vez se acumulan todos los de la cadena de valor. Otras ideas útiles se obtienen al agrupar las

actividades en directas, indirectas y las relacionadas con el aseguramiento de la calidad, como se señaló en el capítulo 2, y al acumular los costos en cada categoría. Con frecuencia las ocasiones no reconocen los enormes costos crecientes y tienden a centrarse de manera exclusiva en los directos. En muchas compañías, los primeros no solo constituyen una gran proporción del costo total, sino que además crecen con mayor rapidez que otros elementos. Con el advenimiento de sistemas complejos de información y de procesos automatizados han empezado a disminuir los costos directos, pero se han incrementado muchísimo los indirectos al tener requerimientos como mantenimiento y programadores para preparar cintas de máquinas. Por ejemplo, en la industria de fabricación de válvulas los costos indirectos constituyen más de 10% del costo total.

También sucede que la suma de todas las actividades del aseguramiento de calidad en la cadena de valor es demasiado grande. En muchos sectores industriales, ello ha llevado a la conclusión cada vez más frecuente de que se logran grandes ahorros con otros métodos de aseguramiento de la calidad aparte de la inspección, el ajuste y las pruebas.

Comportamiento de los costos

La posición en costos se debe al comportamiento de sus actividades de valor. El comportamiento de los costos depende de varios factores estructurales que influyen en ellos, llamados factores de costos. Algunos se combinan para determinar el precio de una actividad en particular. Los más importantes difieren entre las empresas de una misma industria, si se emplean varias cadenas de valor. La posición relativa de una empresa en una actividad de valor dependerá del lugar que ocupe frente a factores importantes.

Factores de los costos

Diez grandes factores rigen el comportamiento de las actividades relacionadas con valor respecto a los costos: 1) economías de escala, 2) aprendizaje, 3) patrón de uso de la capacidad, 4) nexos, 5) interrelaciones, 6) integración, 7)

oportunidad, 8) políticas discrecionales, 9) ubicación y 10) factores institucionales. Los factores son las causas estructurales del costo de una actividad, pudiendo estar más o menos bajo el control de la firma. A menudo interactúan para determinar el comportamiento de una actividad en particular, y el impacto relativo del comportamiento de una actividad respecto al costo diferirá en gran medida entre las actividades, de ahí que un solo factor por ejemplo, la escala o la curva de aprendizaje nunca sea el único determinante de la posición en esta área. Diagnosticar los factores de cada actividad de la empresa permite conocer a fondo las fuentes de su posición relativa en esta área y la manera de modificarla.

Economías o des economías de escala

Los costos de una actividad de valor suelen estar sujetos a economías o des economías de escala. Las primeras se originan en la capacidad de ejecutar actividades de modo diferente y con mayor eficiencia en grandes cantidades o en la capacidad de amortizar el precio de los intangibles como la publicidad o la I+D con volúmenes más grandes de ventas. Estas resultan de las eficiencias en la realización de una actividad a más alta escala, lo mismo que del incremento proporcional de infraestructura o de los gastos generales necesarios para apoyar una actividad conforme crece. Los costos de extracción en una mina de bauxita disminuirán menos con este tipo de ahorro que los costos de infraestructura.

La tecnología y la ventaja competitiva

Porter (2019) señala que, el cambio tecnológico es uno de los principales factores de la competencia. Desempeña un papel de primer orden en el cambio estructural, lo mismo que en la creación de nuevas industrias. También es un gran igualador porque deteriora la ventaja competitiva incluso de firmas bien consolidadas y empuja otras hacia la vanguardia. Muchas de las grandes empresas actuales nacieron de cambios tecnológicos que supieron explotar. El cambio tecnológico ocupa un lugar prominente entre los aspectos que modifican las reglas de la competencia.

Pero pese a su importancia, la relación entre este y la competencia en general no se conoce bien. El cambio tecnológico tiende a ser considerado valioso por sí mismo: se piensa que es buena cualquier modificación que pueda introducirse. Se considera que competir en industrias de “alta tecnología” es un medio para alcanzar la rentabilidad; en cambio, se ven con desdén otras industrias de “baja tecnología”. El éxito de la competencia internacional, gran parte de la cual se funda en la innovación tecnológica, ha alentado a las compañías aún más para que inviertan en tecnología, a veces con poco espíritu crítico.

La importancia del cambio tecnológico no es intrínseca, pero lo es cuando afecta a la ventaja competitiva y a la estructura de una industria. No todos los cambios aportan beneficios estratégicos; en ocasiones estos perjudican la posición competitiva de la firma y el atractivo de la industria. Una alta tecnología no garantiza la rentabilidad. De hecho, debido a su estructura desfavorable, muchos sectores industriales de alta tecnología son mucho menos redituables que los de “baja tecnología”.

La tecnología impregna la cadena de valor de la organización y confina a las tecnologías relacionadas de manera directa con el producto. En efecto, no existe una industria de baja tecnología si se adopta esta perspectiva más amplia. A menudo se produce un desastre estratégico cuando a una industria se le considera madura desde el punto de vista tecnológico. Más aún, muchas innovaciones importantes para la ventaja competitiva son triviales y no ofrecen avances científicos. La innovación tiene consecuencias estratégicas de mucha trascendencia para las compañías de alta y de baja tecnología.

Existen nexos significativos entre el cambio tecnológico, la ventaja competitiva y la estructura de la industria. No se centra en ciertas tecnologías ni en cómo administrar el área de I+D, sino en las formas de reconocer y aprovechar su importancia competitiva. Se ofrece una perspectiva bastante amplia de la tecnología porque todo aspecto de esta en la cadena de valor repercute en la competencia.

Existe relación entre tecnología y ventaja competitiva, partiendo de la función que aquella ocupa en la cadena de valor y de la capacidad resultante de lograr costos bajos o diferenciación mediante las actividades de valor. La tecnología moldea la estructura de una industria. Tras establecer este planteamiento se estudian los métodos con que se selecciona una estrategia tecnológica. Esta debe incluir decisiones acerca de las tecnologías importantes en las cuales invertir, si se buscará o no el liderazgo en ellas, y cómo y cuándo obtenerla en concesión. Después se explica la manera en que se pronostica el trayecto del cambio tecnológico a medida que evolucione la industria, aspecto crucial al escoger la estrategia tecnológica. Por último, se resumen los pasos en que se formula la estrategia.

Tecnología y ventaja competitiva

La tecnología afecta a la ventaja competitiva si contribuye en forma decisiva a determinar la posición relativa en costos o la diferenciación. Incide en ambas, pues está presente en toda actividad de valor e interviene en la creación de nexos entre actividades. La tecnología susceptible de emplearse en una de ellas a menudo resulta de otros factores como escala, oportunidad o interrelaciones. Por ejemplo, la escala permite usar equipo automático de ensamblado de alta velocidad y, por su parte, la oportunidad temprana permite que las compañías eléctricas aprovechen la energía hidroeléctrica mientras se cuenta con sitios para ello. En tales casos, la tecnología no es la fuente de la ventaja competitiva, sino el resultado de otras ventajas. Sin embargo, la tecnología utilizada en una actividad de valor suele ser un factor cuando refleja una decisión de política tomada en forma independiente de otros factores. Si una compañía descubre una tecnología más eficiente para ejecutar una actividad que sus rivales, ganará una ventaja competitiva.

Además de afectar al costo o a la diferenciación por sí misma, la tecnología también altera la ventaja competitiva cambiando otros factores del costo o de la singularidad o incidiendo en ellos. El desarrollo tecnológico incrementa o reduce las economías de escala, hace posibles las interrelaciones donde antes no lo

eran, genera oportunidades para ventajas de oportunidad e incide casi en cualquier otro factor de los costos o de la singularidad. Por tanto, una compañía se sirve del desarrollo tecnológico para alterar los factores en una forma que lo favorezcan o para ser la primera en aprovecharlos.

Dos buenos ejemplos explican cómo la tecnología modifica la posición relativa en costos: los procesos de la industria del aluminio. El drástico incremento de los costos de la energía la ha convertido en el costo más grande de la fundición de aluminio, convirtiendo varias empresas en fabricantes con costos elevados debido al precio de la energía. A esta categoría pertenece la mayoría de los fundidores japoneses. Para sortear el problema ponen mucho empeño en la reducción carbotérmica, una tecnología revolucionaria que disminuye de manera extraordinaria el consumo de energía al convertir en forma directa la bauxita y metales afines en lingotes de aluminio, sin el paso intermedio de la alúmina. En este caso, una nueva tecnología es un factor de política de costos. Al disminuir el consumo de energía, la reducción carbotérmica también aminora la importancia de la ubicación y de factores institucionales como los costos porque la ubicación y las políticas gubernamentales de precios de la energía repercuten de manera profunda en el precio de la electricidad.

El otro ejemplo de la función de la tecnología en el costo se halla en las semifabricaciones de aluminio, donde una nueva tecnología de procesos llamada fundición continua se presenta como una sustitución de los altos hornos. Al parecer, no abatirá los costos en una escala eficiente, pero es menos sensible. Si da buenos resultados podrá anular la ventaja de escala de los grandes semifabricantes y permitirá ubicar las plantas más cerca de los clientes, y así se reducirá el relativo costo elevado del transporte en regiones antes atendidas con productos enviados desde instalaciones bastante distantes. En este caso, la nueva tecnología no parece ser un impulso de costos, pero afecta a otra (escala y otra ubicación) y repercute en la posición en costos de firmas con dependencia asimétrica respecto a su posición frente a dichos factores.

La función de la tecnología en la diferenciación se ejemplifica en Federal Express, empresa que reconfiguró la cadena de valor en la entrega de paquetes pequeños y logró entregas más rápidas y confiables. Las nuevas tecnologías utilizadas en su cadena de valor eran decisiones de política, pero también mejoraron las economías de escala y aportaron la ventaja del primer participante. Así pues, a medida que la compañía obtenía una gran participación en el mercado, el costo de igualar su diferenciación se volvía demasiado alto para sus rivales. Este ejemplo demuestra asimismo que no es obligatorio que un notable desarrollo tecnológico consista en adelantos científicos ni en tecnologías hasta antes desconocidas. A menudo la ventaja competitiva se basa en cambios simples en la forma de realizar actividades o de combinar las tecnologías existentes.

La tecnología de una organización a menudo está interrelacionada con la de sus clientes, de ahí que el cambio tecnológico de estos pueda incidir en la ventaja competitiva tanto como el que se produce dentro de ella. Esto se observa más que nada en las estrategias de diferenciación. Por ejemplo, un distribuidor que antes se distinguía por efectuar funciones de control de precios e inventario para sus detallistas quizá pierda esa diferenciación al adoptar sistemas electrónicos de punto de venta. Asimismo, los cambios en la tecnología de los proveedores impulsan o deterioran la ventaja competitiva si influyen en los factores de costos o de singularidad en la cadena de valor de una firma.

Tecnología y competencia

Todas las empresas utilizan gran cantidad de tecnologías. Todo cuanto hacen se basa en algún tipo de tecnología, aunque una (o más) domine el producto o el proceso de producción. La importancia de la tecnología en la competencia no depende de su valor científico ni de su prominencia en el producto físico.

Cualquiera de las que utiliza una firma influye de modo decisivo en la competencia. La tecnología es importante para esta si afecta mucho la ventaja competitiva o la estructura de la industria.

Tecnología y cadena de valor

La cadena de valor es la herramienta fundamental para conocer la función de la tecnología en la ventaja competitiva. Una empresa, como un conjunto de actividades, es un grupo de tecnologías. La tecnología se halla en toda actividad de valor, y el cambio tecnológico afecta a la competencia por su impacto real en cualquiera de ellas.

Toda actividad relacionada con valores aplica alguna tecnología para combinar los insumos y los recursos humanos a fin de generar algún producto. Esa tecnología puede ser tan trivial como un simple conjunto de procedimientos de personal, o incluir algunas disciplinas científicas o subtecnologías. Por ejemplo, la tecnología del manejo de materiales que se emplea en logística a veces incluye disciplinas como ingeniería industrial, electrónica y tecnología de materiales. La tecnología de una actividad de valor es una combinación de esas subtecnologías. La tecnología también se encuentra en los insumos que se utilizan en cada actividad de valor, tanto en los insumos consumibles como en los bienes de capital. La tecnología integrada a los insumos interactúa con otras subtecnologías para generar el nivel de desempeño de la actividad.

La tecnología no solo interviene en las actividades primarias, sino también en las de apoyo. El diseño auxiliado por computadora es un ejemplo de una tecnología que apenas empieza a utilizarse en el desarrollo de productos nuevos y que comienza a reemplazar las formas tradicionales de hacerlo. En varios tipos de tecnología descansa la realización de otras actividades de apoyo, entre ellas las que no suelen considerarse de origen tecnológico. Las compras abarcan procedimientos y tecnologías para colocar pedidos e interactuar con los proveedores. Los avances en los sistemas de información ofrecen la posibilidad de revolucionar las compras, modificando los procedimientos y facilitando la

obtención de nexos con los proveedores. La administración de recursos humanos recurre a la investigación y a tecnologías de la motivación para impartir capacitación. La infraestructura contiene una amplia gama de tecnologías, desde el equipo de oficina hasta la investigación legal y la planeación estratégica.

En particular, la tecnología de los sistemas de información es perceptible en la cadena de valor, puesto que toda actividad crea y utiliza información. Los sistemas se usan en la programación, el control, la optimización, la medición y la realización de actividades en otra forma. Así, en la logística de entrada se emplea algún tipo de sistema de información para controlar el manejo de materiales, para programar las estrategias y administrar el inventario de las materias. Por otra parte, un sistema de información interviene en el procesamiento de pedidos, en la administración de proveedores y en la programación de la fuerza de mantenimiento. Esta tecnología influye mucho en los nexos entre actividades de todo tipo porque para coordinarlos y optimizarlos se requiere flujo de información entre ellas. El rápido cambio tecnológico de los sistemas de información empieza a ejercer un impacto profundo en la competencia y en las ventajas competitivas debido a la función tan amplia de la información en la -cadena de valor.

Otra tecnología bastante común en la cadena de valor es la administrativa o de oficina porque ambas funciones deben efectuarse como parte de muchas actividades relacionadas con valores. Aunque la tecnología administrativa se incluye en la tecnología de los sistemas de información, se encuentra separada porque tiende a pasar inadvertida. El cambio en la forma de realizar este tipo de funciones es una de las modalidades más importantes de las tendencias tecnológicas que se dan hoy día en muchas compañías, aunque pocas le destinan parte considerable de sus recursos.

Las tecnologías se relacionan en varias actividades de valor, y en esto se funda una gran fuente de nexos dentro de la cadena; la tecnología del producto está ligada a la del mantenimiento de un producto, mientras que la de componentes está vinculada a la tecnología global del producto. En casos extremos, una tecnología cambiante en una actividad requerirá reconfigurar de manera radical

la cadena de valor. Por ejemplo, con la transición a las piezas de cerámica de motor puede prescindirse del maquinado y de otros pasos de la manufactura; además, se producen otros impactos en la cadena de valor. También los nexos con los proveedores y los canales suelen mostrar interdependencia en las tecnologías con que se efectúan las actividades.

El sistema de reservaciones Sabré de American Airlines constituye un buen ejemplo de la interdependencia de la tecnología en las actividades de valor. La aerolínea arrienda terminales de computadora a las agencias de viajes que permiten automatizar las reservaciones y la venta de boletos. El sistema ofrece una fuente de diferenciación, pero al mismo tiempo se emplea para emitir boletos, pases de abordar y programar rutas. Además, American Airlines vende los listados del sistema a otras aerolíneas.

Las tecnologías de una empresa muestran una evidente interdependencia con las de sus clientes. Los puntos de contacto entre ambas, expuestos en el capítulo anterior, definen las áreas de interdependencia potencial. Así, la tecnología de productos influye en la de productos y procesos, y viceversa; en cambio, la tecnología del procesamiento de pedidos influye en los métodos de compras del cliente y a su vez recibe el influjo de ellos.

En conclusión, la tecnología aparece en todas las áreas y depende en parte de los canales del cliente y de la tecnología de los proveedores. Por eso el desarrollo tecnológico comprende áreas fuera de los límites tradicionalmente establecidos para I+D, y abarca ante todo a proveedores y clientes. En diversos grados, algunas integradas en la cadena de valor son específicas de una industria, pero muchas no. La automatización de las oficinas y el transporte son de muchas áreas donde las tecnologías críticas no son en gran medida propias de la industria. En consecuencia, el desarrollo tecnológico importante para una empresa ocurre en otras industrias. Las características anteriores influyen en la función de la tecnología en la ventaja competitiva.

Pruebas de un cambio tecnológico conveniente

El nexo entre cambio tecnológico y ventaja competitiva sugiere varias pruebas para determinar su dirección adecuada. El nexo que introduce una compañía originará una ventaja competitiva sustentable en las condiciones que a continuación se comentan.

El cambio tecnológico reduce los costos o mejora la diferenciación; el liderazgo tecnológico se sostiene. El cambio tecnológico aumenta la ventaja competitiva si aminora el costo o facilita la diferenciación y protege contra la imitación. Más adelante se explicarán los factores que determinan la sustentabilidad del liderazgo tecnológico.

El cambio tecnológico modifica los factores del costo o de la singularidad en favor de una compañía. Cuando se modifica la tecnología de una actividad de valor, o la de un producto en formas que repercutan en ella, sus factores cambian. Por tanto, aun cuando se imite el cambio tecnológico, dará una ventaja competitiva a la empresa si esta los inclina a su favor. Por ejemplo, un nuevo proceso de ensamblado con mayor sensibilidad a la escala que los anteriores beneficiará más a una compañía con gran participación que a las pioneras, aunque los competidores la adopten con el tiempo.

La introducción del cambio tecnológico se traduce en ventajas para el primer participante, además de las propias de la tecnología. Aun cuando se imita al innovador, el hecho de serlo reportará algunas ventajas del primer innovador en el costo o en la diferenciación que subsisten al esfumarse el liderazgo en costo. A continuación, se comentan las ventajas y desventajas del primer participante.

Con el cambio tecnológico mejora la estructura global de la industria. Un cambio tecnológico que mejore la estructura global es conveniente aun cuando sea fácil copiarlo.

El cambio tecnológico que no cumple con los requisitos anteriores no mejorará la posición competitiva, aunque represente un gran avance. Destruirá la ventaja competitiva si no aprueba los ensayos ni produce el efecto contrario especificado en ellas; por ejemplo, desvirtuar el costo o la singularidad en favor de los competidores. A veces una compañía se halla en una situación donde el cambio

tecnológico consigue sortear una prueba, pero empeora su posición a través de otra.

Tecnología y estructura de la industria

La tecnología también será un factor importante de la estructura global de la industria si la tecnología empleada en una actividad de valor se generaliza. Si se difunde puede afectar a las cinco fuerzas competitivas y mejorar o deteriorar el atractivo del sector industrial. Por tanto, aun cuando la tecnología no aporte una ventaja competitiva a una firma, estará en condiciones de incidir en las utilidades de todas. Por el contrario, cuando sí la produce, llega a perjudicar la estructura al ser imitado. Su efecto potencial en la estructura significa que una empresa no podrá establecer su estrategia sin tener en cuenta los impactos estructurales.

Tecnología y barreras contra la entrada

El cambio tecnológico es un factor eficaz de este tipo de barreras. Aumenta o reduce las economías de escala casi en cualquier actividad de valor. Por ejemplo, los sistemas flexibles de manufactura a menudo las reducen. El cambio tecnológico también las eleva en el proceso mismo del desarrollo al acelerar el ritmo de la introducción de la nueva producción o al aumentar la inversión requerida en el nuevo modelo. El cambio tecnológico es además el fundamento de la curva de aprendizaje. Esta se origina en las mejoras de aspectos como diseño, rendimiento y rapidez de las máquinas, todo lo cual es un tipo de cambio tecnológico. El cambio aporta otras ventajas absolutas de costos como los diseños de productos baratos o modificar el capital necesario para competir en un sector industrial. La transición de la tecnología de procesamiento por lotes a la de procesamiento continuo en la producción de almidón y jarabe de maíz ha incrementado de modo significativo el capital requerido por ejemplo, en la molienda húmeda de maíz.

El cambio tecnológico también influye de manera decisiva en la configuración del patrón de la diferenciación de los productos en un sector industrial. Así, en el empaquetado de aerosoles ha propiciado su estandarización y los ha convertido

casi en un producto de consumo básico, pero sin eliminar la capacidad de contratar empacadores que se diferencien en las características del producto. El cambio tecnológico eleva o reduce los costos cambiantes. Las decisiones de los competidores en esta área hacen que los clientes se vean obligados a volver a capacitar al personal o a reinvertir en equipo auxiliar cuando cambien de proveedor. El cambio tecnológico también influye en el acceso a la distribución al permitir prescindir de los canales actuales (como sucede con el telemercadeo) o, por el contrario, al intensificar la dependencia de la industria respecto a los canales (p. ej., cuando se requiere más demostración del producto y más servicio después de la venta).

Tecnología y poder del cliente

El cambio tecnológico modifica la relación de negociación entre una industria y los compradores. Su función en la diferenciación y en los costos cambiantes contribuye a determinar el poder de compra. Asimismo, el cambio de tecnología influye en la facilidad de integración hacia atrás por parte del cliente, un elemento importantísimo de su poder negociador. Por ejemplo, en la industria de la computación, la rápida disminución del precio de las computadoras, impulsada por el cambio tecnológico, afecta bastante la capacidad de empresas como ADP para vender tiempo compartido, ya que muchos usuarios compran ahora sus propias computadoras.

Tecnología y poder de los proveedores

El cambio de tecnología influye en la relación de negociación entre una industria y sus proveedores; por ejemplo, elimina la necesidad de comprarle a un grupo poderoso de ellos o, por el contrario, obliga a un sector industrial a comprarle a un proveedor nuevo y poderoso. Así, en la industria de techos comerciales, la introducción de membranas de hule para techo vino a propiciar el ingreso de fuertes proveedores de resina en vez de los menos fuertes de asfalto. El cambio tecnológico permite asimismo utilizar varios insumos sustitutos en un producto, consolidando el poder negociador contra los proveedores. Por ejemplo, la industria de latas se benefició de la feroz competencia entre las compañías de

aluminio y de acero por suministrarlas, impulsada por el cambio tecnológico en las latas de aluminio. La inversión en tecnología permite utilizar a muchos proveedores, pues crea el conocimiento interno de la tecnología de los proveedores, con lo cual se termina la dependencia respecto a cualquiera de ellos.

Tecnología y sustitución

Quizás el efecto más conocido de la tecnología en la estructura de la industria es el que tiene en la sustitución. Esta depende del valor en relación con el precio de productos rivales y con los costos cambiantes asociados al intercambio entre ellos. El cambio tecnológico crea productos o usos por completo nuevos que sustituyen a otros (p. ej., la fibra de vidrio reemplazó al plástico y la madera, los procesadores de palabras sustituyeron las máquinas de escribir y los hornos de microondas relevaron los ordinarios) e influye en el precio y en el valor relativo de los sustitutos y en sus costos cambiantes. La esencia del proceso de sustitución la constituye la lucha tecnológica por el precio/valor relativo entre las industrias que producen sustitutos bastante semejantes.

Tecnología y rivalidad

La tecnología afecta en diversas formas la índole y la base de la rivalidad entre competidores. A veces modifica de manera radical la estructura de costos y así influye en las decisiones de precios. Por ejemplo, la transición a la tecnología de proceso continuo en la industria de la molienda del maíz húmedo antes mencionada elevó también el costo fijo, ocasionando con ello una mayor rivalidad. Debido a los adelantos en la tecnología de construcción de barcos, un incremento parecido en el costo fijo como porcentaje del costo total acompaña al aumento del peso muerto de los tanques petroleros. La función de la tecnología en la diferenciación del producto y en los costos cambiantes también contribuye de modo importante a la rivalidad.

Otro impacto posible en la rivalidad se realiza por el efecto de la tecnología en las barreras de salida. La automatización en el manejo de materiales las ha elevado en algunas industrias de distribución porque el equipo del manejo está

especializado en ciertos bienes que se desplazan a través de los almacenes. Por tanto, las instalaciones de propósito general de antaño se han convertido en instalaciones especializadas y de capital intensivo.

Cambio tecnológico y las fronteras de la industria

El cambio tecnológico contribuye de modo decisivo a modificar las fronteras de la industria. La frontera en ocasiones es imprecisa por la arbitraria distinción del producto de un sector industrial y sus sustitutos; o la que se da entre los participantes actuales y las empresas instaladas y los participantes, proveedores o clientes potenciales. Con todo, conviene precisar que, sin importar dónde decida trazar las fronteras, el cambio tecnológico las ensancha o las estrecha.

El cambio tecnológico ensancha las fronteras de diversas maneras. Reduce los costos del transporte u otros costos logísticos, con lo cual amplía el ámbito geográfico del mercado. Eso fue lo que sucedió en Estados Unidos durante las décadas de 1960 y 1970, con el advenimiento de los transportistas de cargas de gran volumen. El cambio tecnológico que disminuye el costo de responder a las diferencias del mercado nacional ayuda a globalizar las industrias. También mejora el desempeño de los productos y atrae más clientes (y competidores) al mercado. Por último, a veces aumenta la interrelación entre los sectores industriales. En algunos como el de los servicios financieros, o el de las computadoras y telecomunicaciones, empieza a diluir las fronteras y a integrar algunos.

Cambio tecnológico y el atractivo de la industria

Algunas veces se piensa que con el cambio tecnológico siempre mejora la estructura de una industria, pero la realidad indica que tiene las mismas probabilidades de perjudicarla. Su efecto en el atractivo de la industria dependerá de su impacto en cinco factores. Si eleva las barreras contra el ingreso, elimina a proveedores poderosos y aísla una industria de los sustitutos estará en condiciones de mejorar la rentabilidad de una industria. Pero acabará con ella si aumenta el poder del cliente o debilita las barreras contra el ingreso.

El potencial del cambio tecnológico para alterar la estructura de una industria plantea un dilema a la empresa que proyecte una innovación. La innovación que aumenta su ventaja competitiva puede acabar por minar la estructura de la industria, aun cuando los rivales la imiten. Cuando se selecciona una estrategia tecnológica y se efectúan inversiones en tecnología es preciso reconocer la doble capacidad del cambio tecnológico para moldear la ventaja competitiva y la estructura de la industria.

Estrategia tecnológica

La estrategia tecnológica es la forma en que una compañía realiza el desarrollo y emplea la tecnología. Aunque abarca la función de organizaciones formales e I+D, debe ser más amplia debido al impacto generalizado de la tecnología en la cadena de valor. Como el cambio tecnológico influye en la estructura de la industria y en la ventaja competitiva, la estrategia tecnológica se convierte en elemento esencial de la estrategia competitiva global de una empresa. Con todo, la estrategia tecnológica no es más que uno de los elementos de la estrategia competitiva global, y debe ser compatible con las decisiones en otras actividades de valor y ser reforzadas por ellas. Por ejemplo, una estrategia tendiente a lograr diferenciarse en el desempeño de los productos perderá gran parte de su impacto si no se cuenta con vendedores capacitados en cuestiones técnicas que expliquen sus ventajas al cliente, y si el proceso de producción no contiene suficientes medidas de control de calidad.

La estrategia tecnológica debe incluir tres aspectos generales:

- ❖ determinar las tecnologías a desarrollar,
- ❖ decidir si se busca el liderazgo en esas tecnologías,
- ❖ establecer la función de las licencias tecnológicas.

Las decisiones en los tres aspectos deberán basarse en cómo la estrategia tecnológica mejorará la ventaja competitiva sustentable.

La selección de las tecnologías que se desea desarrollar

El tipo de ventaja competitiva que quiere obtenerse constituye la esencia de la estrategia tecnológica. Las que se apliquen serán las que más favorezcan la estrategia genérica de la empresa, teniendo presente las probabilidades de éxito que ofrezcan.

En muchas compañías, los programas de I+D se deben más bien al interés científico que a la ventaja competitiva que se busca. No obstante, Por ejemplo, el programa de un líder en costos debe contener una fuerte dosis de proyectos tendientes a reducir el costo en todas las actividades de valor que representan una parte considerable de él, así como proyectos para abatirlo en el diseño por medio de la ingeniería de valores. El grado de I+D que un líder en costos dedique al desempeño del producto debe ser suficiente para mantener la paridad con los competidores en vez de incorporar características costosas o metas que no concuerden con la estrategia de la empresa.

También es importante que la estrategia tecnológica trascienda en cuanto a I+D de productos y procesos, tal como se definen de manera tradicional.

La tecnología abarca la totalidad de la cadena de valor; el costo relativo y la diferenciación dependen de su totalidad. Por ello, un análisis sistemático de todas las tecnologías de la empresa resalta las áreas donde se debe reducir el costo o mejorar la diferenciación. Por ejemplo, hoy día el departamento de sistemas de información incide más en el cambio tecnológico en algunas compañías que el de I+D. También merecen especial atención otras tecnologías importantes: transporte, manejo de materiales, comunicaciones y automatización de las oficinas. Por último, es preciso coordinar el desarrollo en todos los aspectos tecnológicos para garantizar la uniformidad y explotar sus interdependencias.

Crown Cork and Seal constituye un excelente ejemplo del nexo existente entre la estrategia tecnológica y la ventaja competitiva. Trata ante todo de seleccionar las industrias que pueden ser sus clientes y les ofrece latas junto con un servicio excelente. Realiza poca o nula investigación básica y no innova productos. Más

bien, su departamento de I+D está organizado para resolver problemas concretos del cliente en forma oportuna y para imitar las innovaciones de manera rápida y eficaz. Así pues, esa organización respalda de manera clara su estrategia de concentración o enfoque. Sus políticas tecnológicas difieren de forma bastante notable de las de American Can o Continental Group, que ofrecen amplias líneas de empaquetado además de las latas. Invierten grandes cantidades en la investigación de materiales básicos y de nuevos productos.

El nexo entre el cambio tecnológico y la ventaja competitiva rige la selección de tecnologías específicas dentro de la cadena de valor donde deben concentrarse las actividades de desarrollo. Una compañía debería enfocarse en las tecnologías que tienen el máximo impacto sustentable en el costo o en la diferenciación, ya sea en forma directa o al cumplir con los otros criterios descritos. Dichos criterios permiten clasificar los cambios tecnológicos que aportarán el máximo beneficio competitivo. El costo de perfeccionar la tecnología debe valorarse atendiendo a su beneficio y a la probabilidad de lograr el mejoramiento.

Las compañías a menudo deben decidir entre tratar de perfeccionar una tecnología bien establecida con que realizan una actividad de valor o invertir en otra. Por ejemplo, en la fundición de aluminio podrían concentrarse en mejorar el proceso Hall-Heroult, hoy día en uso, o intentar desarrollar la reducción carbotérmica. Las tecnológicas parecen pasar por un ciclo de vida donde los primeros grandes avances ceden ante los incrementales posteriores. Ello significa que el compromiso entre costo y beneficio cuando se perfeccionan tecnologías maduras es menor (aunque quizá más seguro) que cuando se mejoran las recientes.

Sin embargo, quizá sea una suposición peligrosa que se cumple por sí misma. Es posible suponer, pero con gran cautela, que una tecnología ya alcanzó su madurez. Por ejemplo, se han logrado grandes avances en la eficiencia del proceso Hall-Heroult, aunque se inventó antes de 1900. Asimismo, el ahorro de combustible en los motores diésel de alta velocidad creció mucho desde 1974. La tecnología diésel tiene más de 80 años de haberse introducido y se le

consideraba madura en comparación con las turbinas de gas, pero estos motores han logrado ampliar la brecha con relación a las turbinas.

Consultando la literatura encontramos que Porter (2019) señala que existen tres estrategias genéricas que hacen posible la medición de los niveles de competitividad:

- a. Liderazgo global en costos:** esta estrategia requiere que se posea un conocimiento profundo de la cadena de valor para así identificar en cuales se pueden hallar las ventajas en costos. El análisis de las actividades en la cadena de valor se realiza desde el punto de vista de impulsores de costos. El motor principal de la estrategia de liderazgo de costos es la curva de experiencia, según la cual el costo unitario de producción disminuye con el número acumulado de unidades producidas. Esta ventaja se considera de carácter sostenible, puesto que no es fácil de imitar por los seguidores mientras no cambie la tecnología de producción. En contraste, las economías de escala pueden ser imitadas más fácilmente.

- b. Diferenciación de producto:** Implica que la unidad de negocios ofrece algo único, inigualado por sus competidores y que es valorado por sus compradores más allá del hecho de ofrecer simplemente un precio inferior. Es necesario comprender la fuente potencial central de diferenciación que surge de las actividades de la cadena de valor y el despliegue de la pericia necesaria para que dichas potencialidades se hagan realidad. Esta exige la creación de algo que sea percibido como único en toda la industria. Los enfoques respecto de la diferenciación pueden adquirir muchas formas: diseño o imagen de marca, tecnología, características, servicio al cliente, red de corredores u otras dimensiones.

c. Enfoque o concentración de mercado: La estrategia de concentración, conocido como segmentación o especialización - tanto la basada en costes como en diferenciación- se caracteriza por la elección previa de un segmento, mercado local, fase del proceso productivo y por ajustar una estrategia óptima que responda a las necesidades específicas de los clientes escogidos. Se trata, por tanto, no de ser los mejores en costos o diferenciación del mercado, pero sí de ser los mejores en el segmento escogido. La concentración puede apoyarse en la existencia de tipologías distintas de compradores (con estrategias de compra distintas), en la existencia de canales de distribución distintos (venta directa, por minoristas, por representantes, por correo, etc., etc.) y en la posibilidad de ofrecer variedades distintas de productos: tamaño, calidad, precio, prestaciones, entre otras características.

Según el Informe de Competitividad Global 2016-2017, nos indica que:

Existen una gran cantidad de definiciones sobre Competitividad. El Foro Económico Mundial que ha medido la competitividad entre países desde 1979 la define como “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país”. Otras son diferentes sutilmente, pero en general tienen la palabra “productividad”.

Otra manera de pensar sobre qué hace a un país competitivo es considerar cómo promueve nuestro bienestar realmente. Una economía competitiva, creemos, es una economía productiva. Y la productividad conduce al crecimiento, que permite niveles de ingresos más altos, y es de esperar, a riesgo de sonar simplista, a un mayor bienestar.

La productividad es importante porque se descubrió que es el principal factor que conduce al crecimiento y los niveles de ingresos. Y los niveles de ingresos están relacionados estrechamente con el bienestar humano. Por lo tanto, la

comprensión de los factores que permiten que se produzca esta cadena de eventos es muy importante.

Básicamente, el aumento de la competitividad significa aumento de la prosperidad. En el Foro Económico Mundial, sostienen que las economías competitivas son aquellas con más probabilidad de crecer de forma sustentable e inclusiva, lo que significa más probabilidad de que todos los miembros de la sociedad se beneficien con los frutos del crecimiento económico.

Desglosan la competitividad de los países en 12 áreas diferentes, o pilares, que agrupan en tres subíndices. Estos son “requisitos básicos” que incluyen instituciones, infraestructura, entorno macroeconómico y salud y educación primaria. A estos pilares los denominan elementos “básicos” ya que suelen ser los primeros que abordan los países en etapas tempranas de desarrollo.

Luego sigue el subíndice de “potenciadores de eficiencia”. Básicamente miramos los mercados, ya sea el funcionamiento de mercados financieros, laborales o de bienes, pero también consideramos la capacitación y educación superior, la preparación tecnológica, que mide qué tan bien las economías están preparadas para la transición a economías basadas en conocimientos, más avanzadas.



Nuestro último pilar, la innovación y la sofisticación, consta de dos pilares: sofisticación e innovación comercial. Estas son áreas más complejas de competitividad que requieren una economía que pueda aprovechar negocios de clase mundial y establecimientos de investigación, como también un gobierno de apoyo, innovador. Los países que tienen calificaciones más altas en estos pilares suelen ser economías avanzadas con producto bruto interno alto per cápita.

En general, el mundo está mejorando cada vez más en medir cosas, pero no obstante siempre hay puntos difíciles en cualquier ejercicio de evaluación comparativa. A pesar de nuestros mejores esfuerzos, todavía no hemos encontrado una manera segura de incluir un registro ambiental de un país en la calificación de competitividad. Tampoco intentamos medir si, o en qué grado, la competitividad hace feliz a la gente, si bien existen otros que sí intentan medir esto. ¿Un país competitivo significa que puede enfrentar el futuro mejor? Una vez más, la respuesta es sí y no: algunos países invierten en el comienzo de la Cuarta Revolución Industrial en maneras que todavía no hemos encontrado una forma confiable de medir. Esta última área es un foco de trabajo considerable aquí estos días.

Al margen de algunos países que suben y otros que bajan, el conjunto de datos de este año nos da una visión sobre tres áreas que continúan siendo importantes para los responsables políticos en 2016. Con el debate sobre la globalización cada vez más politizado, con quienes se oponen y la culpan por aumentar los niveles de desigualdad y externalizar el trabajo de fabricación, y los defensores que enfatizan el papel que ha jugado en sacar a millones de personas de la pobreza, realmente vemos que la apertura de los países cuando se trata de intercambiar bienes y servicios entre sí ha decrecido continuamente, si bien de manera lenta, en los últimos 10 años. Con la apertura directamente relacionada con el crecimiento económico, esto parece significativo, en especial porque la tendencia parece provenir principalmente del abuso de barreras no arancelarias, que son sutiles y con frecuencia difíciles de detectar.

The top 10 most competitive global economies	
Global Competitiveness Report 2016-2017	Global rank*
Switzerland	1
Singapore	2
United States	3
Netherlands	4
Germany	5
Sweden	6
United Kingdom	7
Japan	8
Hong Kong SAR	9
Finland	10

Source: The Global Competitiveness Report 2016-2017
 *2016-2017 rank out of 138 economies.

Con cada economía avanzada que ha experimentado alguna forma de estímulo monetario como flexibilización cuantitativa desde la gran recesión, el informe también nos ayuda a entender por qué algunos países han sido más eficientes que otros en reactivar el crecimiento sostenido. Al comparar la competitividad de las economías que han participado en programas de estímulos monetarios durante este período, encontramos que aquellos con clasificaciones altas de competitividad tuvieron más éxito en el impulso del crecimiento económico que los que tenían clasificaciones más bajas, incluso cuando estos últimos ampliaron sus balances financieros del banco central en una mayor cantidad.

El informe ofrece una idea sobre cómo varían las prioridades para las naciones en las etapas tempranas de desarrollo. Mientras que los motores básicos de la competitividad como la infraestructura, salud, educación y mercados con buen funcionamiento siempre serán importantes, los datos del informe sugieren que el rendimiento de una nación en términos de disposición tecnológica, sofisticación

e innovación de negocios ahora tiene la misma importancia en conducir la competitividad y el crecimiento. Esto es importante para los responsables políticos y los líderes en mercados emergentes que deben tener en cuenta que la realidad, cuando se trata de ayudar a la economía a progresar en la escala de ingresos, tiene muchos más matices de lo que habían creído previamente.

La eficiencia y la optimización de los costos. Esto es lo que produce y mantiene las ventajas competitivas. Para la empresa, mejora de la Competitividad implica el incremento de su capacidad constante para Crear Valor Económico Sostenible, asumiendo un nivel de riesgo aceptable. Para el sector industrial, mejora de la Competitividad implica el incremento de la capacidad conjunta de las empresas que lo componen de Crear Valor Económico Sostenible. Para la ciudad, región o país, mejora de la Competitividad implica el incremento de su capacidad de atraer inversiones, industrias y turismo para que las empresas involucradas puedan crear Valor Económico Sostenible; y la ciudad, la región o el país, crear Valor Social Sostenible para maximizar la prosperidad y la calidad de vida de su población. Definimos a la competitividad como el emergente sistémico de la interacción entre la productividad (el lado de la oferta o supply side) y el posicionamiento (el lado de la demanda o demand side). (Levy, 2011, p18)

Un cluster es un conjunto de empresas e instituciones que operan a través de redes abiertas en torno a una actividad económica base, concentrada geográfica o sectorialmente, donde cada componente contribuye a una mayor eficiencia y efectividad colectiva.

La Competitividad en sentido amplio es un emergente de la combinación entre la Productividad Interna de los procesos, el Posicionamiento Externo de las marcas, todo esto sobre la base del capital humano, la tecnología de información y comunicación, y la logística. La Productividad depende de la Eficiencia (hacer correctamente las cosas) en la Optimización de los Recursos en la Cadena de Valor.

La Eficiencia depende del efecto escala, del efecto experiencia en los costos y de la accesibilidad de los recursos en relación a la competencia.

La Efectividad depende del descubrimiento de los diferentes segmentos que constituyen el Mercado y de cuáles de esos segmentos son elegidos como blancos de mercado.

La Logística depende de la determinación del despliegue del stock (inventarios) de productos finales o insumos en un determinado espacio geográfico (cadena de stocks). Comprende el flujo de esos inventarios entre los distintos eslabones del cluster, desde el insumo inicial hasta la compra final (cadena de distribución física), la circulación física de cada "cosa" entre la cadena de stocks y la cadena de distribución (canal) y el flujo de información sobre la situación de esa "cosa" en cada instante. (Levy:2011)

DESARROLLO DE LA MICRO Y MEDIANA EMPRESA

Gonzales (2013) sostiene que, las pequeñas y medianas empresas son las organizaciones dominantes en todos los países del continente, representan más de 95% de los negocios existentes en el mundo y cuentan con algunas ventajas competitivas con respecto a las grandes empresas, debido a su menor tamaño y facilidad de adaptarse a los cambios en la economía y patrones de la demanda.

Gelmetti (2006) señala que, las PYME contribuyen al sector de la economía sobre el que debería centrarse la atención del Gobierno, destinando esfuerzos y recursos para revertir la indefensión que padecen. La estrategia del desarrollo empresarial debe ser la parte central de toda política económica, y debe además ser consistente con una estrategia macroeconómica orientada al crecimiento y como elemento clave para la sustentabilidad de la misma, para lo cual será imprescindible la acción conjunta de cuatro actores claves: Gobierno, sector productivo, área del conocimiento (centros científicos, tecnológicos y académicos) y organizaciones representativas de la sociedad civil.

Miranda (2005) explica lo siguiente “informalidad laboral a la exclusión total o parcial de las normas que conforman al derecho del trabajo. Este fenómeno se produce en la economía formal e informal, y puede ser conocida desde una aproximación a las unidades de producción (empresa) o a las circunstancias específicas de los trabajadores”. Agregando además que: “La informalidad laboral de la economía informal presenta causas aparentemente estructurales al sistema capitalista, el capital se concentra en los países centrales mientras que, los excedentes que se trasladan a la periferia originan que gran parte de las unidades de producción de nuestros países no puedan acceder al sistema. Desde la perspectiva de los trabajadores la economía formal no produce los puestos de trabajo suficientes (en cantidad y calidad), y nuestros desempleados al carecer de una protección social efectiva se sumergen en la informalidad para subsistir en unidades de producción informales o convertirse en trabajadores autónomos

Micro y pequeña empresa

Bernilla (2018) precisa que una empresa puede ser definida como una entidad que, operando en forma organizada, combina la técnica y los recursos para elaborar productos o prestar servicios con el objeto de colocarlos en el mercado para obtener una ganancia.

Esta definición abarca todo tipo de empresa, grande, mediana, pequeña, o microempresa independientemente de la magnitud de sus recursos humanos o económicos.

Expuesto esto, surge una serie de interrogantes: ¿Cómo diferenciar una micro y pequeña empresa, de una mediana o grande? ¿Qué criterio debemos emplear para identificar Y clasificar una empresa como micro y pequeña empresa? ¿Qué característica ha de tener esta para ser objeto de dicha clasificación?

No existe una respuesta fácil a esta serie de preguntas, ya que cualquier criterio o requisitos independientemente exigidos no podrán definir a cabalidad al micro

o pequeña empresa. Generalmente la micro y pequeña empresa se ha definido desde diversos puntos de vista, así tenemos:

a) Por su Dimensión:

Se considerará el monto de la inversión, volumen o valor de la producción, valor de ventas, etc.

b) Por la Tecnología:

Nivel de tecnología no sofisticada; inversión por trabajador (se considera tecnología incorporada a la maquinaria). ' "

c) Por su Organización:

Nivel de organización incipiente, métodos de negociación directos. Como vemos, no es fácil establecer una definición clara y precisa de lo que es la Micro y Pequeña Empresa. Todo depende de cuáles son las dimensiones y/o limitaciones que tenga la empresa, para hacer una clasificación.

Característica de la micro, pequeña y mediana empresa.

De acuerdo a la Ley MYPE, D. S. N° 007-2008-TR modificado por la Ley N° 30056, los criterios para categorizar a las empresas son:

Micro Empresa:

- Sus ventas anuales deben ser hasta el monto máximo de 150 UIT. Pequeña Empresa:
- Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.

Mediana Empresa:

Ventas anuales mayores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

(•)Las empresas constituidas antes de la entrada en vigencia de la Ley N° 30056 se rigen por los requisitos de acogimiento al régimen de la micro y pequeña empresa regulados en el D. Leg. 1086.

Aspectos característicos de la micro y pequeña empresa

Generalmente se resaltan los siguientes elementos característicos:

- a) **Administración independiente:** (Usualmente dirigida y operada por el propio dueño)
- b) **Incidencia no significativa en el mercado:** El área de operaciones es relativamente pequeña y principalmente local.
- c) **Escasa especialización en el trabajo:** Tanto en el aspecto productivo como en el administrativo; en este último el empresario atiende todos los campos: ventas, producción, finanzas, compras, personal, etc.
- d) **Actividad no intensiva en capital:** Denominado también con predominio de mano de obra.
- e) **Limitados recursos financieros:** (El capital de la Empresa es suministrado por el propio dueño)
- f) **Tecnología:** Existen dos opiniones con relación a este punto:
 1. Aquellos que consideran que la Pequeña Empresa utiliza tecnología en relación al mercado que abastece, esto es, resaltar la capacidad creativa y adopción de tecnología de acuerdo al medio.
 2. Aquellos que resaltan la escasa información tecnológica que caracterizan algunas actividades de pequeña escala.

Criterios para la implementación de una pequeña empresa industrial

IDEA	Pensamiento expresado en conceptos
MERCADO	Tipo y cantidad de productos (tamaño del mercado) Localización y comercialización
ASPECTOS PRODUCTIVOS	Métodos y medios de producción (Selección de maquinaria y equipo, materias suministros, servicios auxiliares y mano de obra)
ASPECTOS ECONOMICOS	Cálculos, costos y rentabilidad
ASPECTOS FINANCIEROS	Visualización de fuentes financieras disponibles
ORGANIZACION	Organizar y relacionar el trabajo para alcanzar efectivamente las metas fijadas.

Marco Jurídico Legal de la MYPE

Políticas del estado para promover las Mypes

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

Lineamientos estratégicos del estado para la MYPE

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

- 1) Promueve y desarrolla programas e instrumentos que estimulen la creación, el desarrollo y la competitividad de la MYPE, en el corto y largo plazo y que favorezcan la sostenibilidad económica, financiera, social de los actores involucrados.
- 2) Promueve y facilita la consolidación de la actividad y tejido empresarial, a través de la articulación intersectorial e intrasectorial, regional y de las relaciones entre unidades productivas de distintos tamaños, fomentando al mismo tiempo la asociatividad de las MYPE y la integración en cadenas productivas y distributivas y líneas de actividad con ventajas distintivas para la generación de empleo y desarrollo socio económico.
- 3) Fomenta el espíritu emprendedor y creativo de la población y promueve la iniciativa e inversión privada, interviniendo en aquellas actividades en las que resulte necesario complementar las acciones que lleva a cabo el sector privado en apoyo a las MYPE.
- 4) Busca la eficiencia de la intervención pública, a través de la especialización

por actividad económica y de la coordinación y concertación interinstitucional.

- 5) Difunde la información y datos estadísticos que cuenta el Estado y que gestionada de manera pública o privada representa un elemento de promoción, competitividad y conocimiento de la realidad de las MYPE.
- 6) Prioriza el uso de los recursos destinados para la promoción, financiamiento y formalización de la MYPE organizadas en consorcios, conglomerados o asociaciones.
- 7) Propicia el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen o laboran en la MYPE, a las oportunidades que ofrecen los programas de servicios de promoción, formalización y desarrollo.
- 8) Promueve la participación de los actores locales representativos de la correspondiente actividad productiva de la MYPE, en la implementación de políticas e instrumentos y acciones en los espacios regionales y locales o en las cadenas productivas y distributivas.
- 9) Promueve la asociatividad y agremiación empresarial, como estrategia de fortalecimiento de la MYPE.
- 10) Prioriza y garantiza el acceso de la MYPE a mecanismos eficientes de protección de los derechos de propiedad intelectual.
- 11) Promueve el aporte de la cooperación técnica de los organismos internacionales, orientada al desarrollo y crecimiento de las MYPE.
- 12) Promueve la prestación de servicios empresariales por parte de las universidades, a través de incentivos en las diferentes etapas de los proyectos de inversión, estudios de factibilidad y mecanismos de facilitación para su puesta en marcha.

Aplicaciones e Implicaciones del TUO de la ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial, antes llamado TUO de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, en la Mype.

Desde el año 2003 con la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa - Ley 28015 - las Mypes han empezado a ser reconocidas por el gobierno para mejorar sus condiciones laborales y tributarias, desde entonces se han ido publicando diferentes leyes y reglamentos con el fin de promover la formalización de la Mype.

Con la publicación del TUO de la ley de Promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, en la Mype, D. S. N° 013-2013-PR0DUCE y su reglamento D.S. N° 008-2008-TR, se dan mayores beneficios para que las Mypes puedan formalizarse con más agilidad y a un menor costo.

Últimamente el gobierno a través de la Ley N° 30056 ha modificado varios artículos del D.S. N° 008-2008-TR como la denominación que ahora es TUO de la ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial, entre otras que iremos explicando, esto con el fin de facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.

De acuerdo a esta ley, tenemos:

Definición de Mype: La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Con las modificaciones de la ley N° 30056, se categoriza a las empresas sólo por sus ventas anuales y se crea un nuevo nivel de empresa:

- **Micro empresa:** Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT (Unidades Impositivas Tributarias).
- **Pequeña empresa:** Ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 UIT.
- **Mediana empresa:** Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta un monto máximo de 2300 UIT.

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

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

Determinación del nivel de ventas:

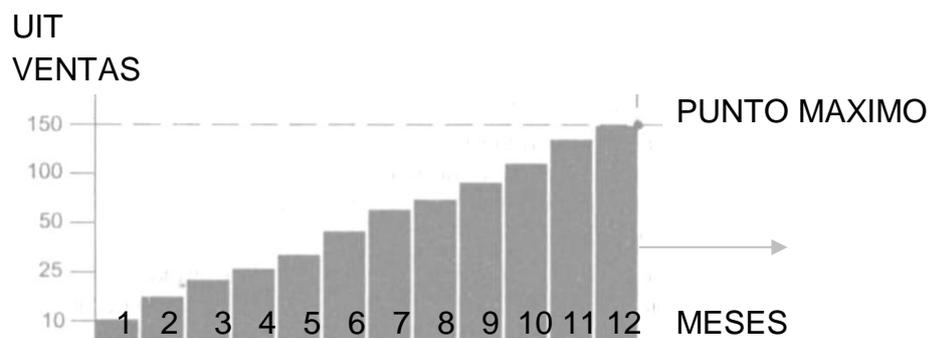
Los niveles de venta anuales deben entenderse de la siguiente manera:

- Son los ingresos netos anuales gravados con el Impuesto a la Renta que resultan de la sumatoria de los montos de tales ingresos consignados en las declaraciones juradas mensuales de los pagos a cuenta del Impuesto a la Renta, tratándose de contribuyentes comprendidos en el Régimen General del Impuesto a la Renta.
- Son también los Ingresos netos anuales que resultan de la sumatoria de los montos de tales ingresos consignados en las declaraciones juradas mensuales del Régimen Especial del Impuesto a la Renta, tratándose de contribuyentes de este Régimen.
- Y aquellos ingresos brutos anuales que resultan de la sumatoria de los montos de tales ingresos consignados en las declaraciones juradas mensuales del Nuevo RUS, tratándose de contribuyentes de este Régimen.

Condiciones Especiales:

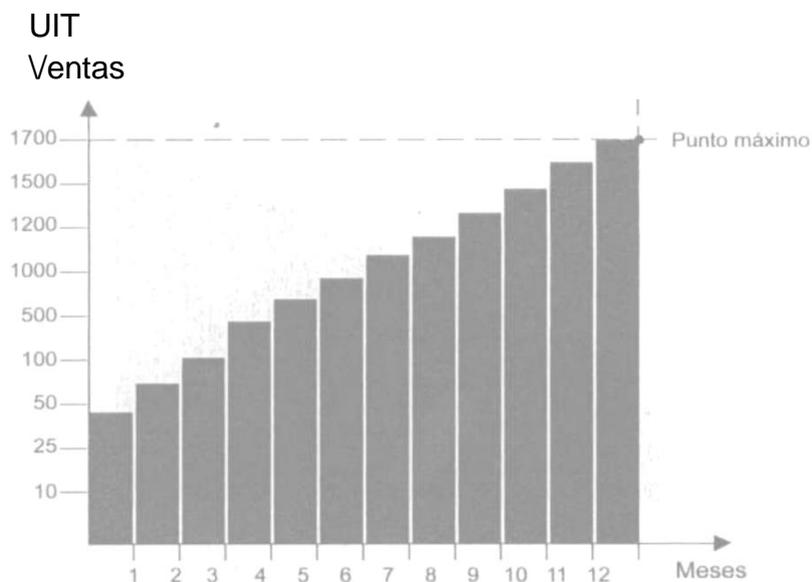
- El Régimen Laboral Especial es de naturaleza permanente y únicamente aplicable a la micro y pequeña empresa. La micro empresa que por un período de (2) años calendarios consecutivos excede el monto máximo de ventas anuales, podrá conservar el régimen especial laboral por (1) año calendario adicional consecutivo. En el caso de las pequeñas empresas, si superara durante (2) años consecutivos el nivel de venta establecido podrán conservar durante (3) años adicionales el mismo régimen laboral. Luego de este periodo, la empresa pasaría definitivamente al régimen laboral que le corresponda de acuerdo a su nivel de ventas.

NIVEL DE VENTAS DE UNA MICRO EMPRESA



Párametro de niveles en ventas anuales equivalentes a 150 UIT como máximo para Micro Empresa

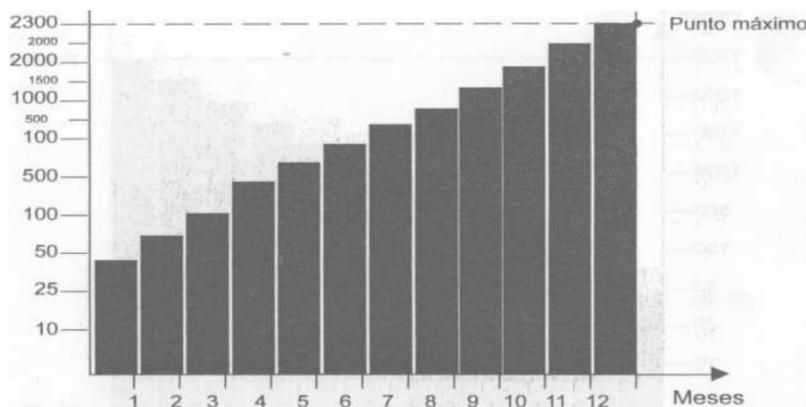
NIVEL DE VENTAS DE UNA PEQUEÑA EMPRESA



Ventas en los 12 meses del año que no sobre pase el equivalente a 1700 UIT como máximo en 3 años de lo contrario será excluida del Régimen, dejando de ser pequeña empresa.

NIVEL DE VENTAS DE UNA MEDIANA EMPRESA

UIT
Ventas



Ventas anuales superiores a 1,700 UIT y hasta un monto máximo de 2,300 UIT.

- Durante el año adicional que se le da a la microempresa, sus trabajadores serán obligatoriamente asegurados como afiliados regulares del Régimen Contributivo de ESSALUD y opcionalmente, podrán afiliarse al Sistema Nacional de Pensiones o al Sistema Privado de Administración de Fondo de Pensiones.
- Los trabajadores de las microempresa también gozan de los derechos colectivos reconocidos por la legislación peruana y en los convenios internacionales.
- Este régimen laboral especial de la microempresa puede ser mejorado por convenio individual o colectivo con los trabajadores, o por decisión unilateral del empleador.

Formalización de la MYPE

Las Micro y pequeñas empresas MYPES se han convertido en la mayor fuerza empresarial del país, produciendo artículos de calidad y a un buen precio, empleando a cerca de un 70% de trabajadores del país, ellas han hecho que nuestro país se levante poco a poco ya que muchas Mypes no solo están en el mercado nacional sino que cada vez están más insertas en el mercado extranjero a través de las exportaciones.

Sin embargo casi 2 millones de Mypes aún se mantienen en la informalidad, esto muy lejos de ser una ventaja para ellos es una amenaza, puesto que al no estar reconocidas por ley, no están protegidas jurídicamente, sus trabajadores no gozan de ningún beneficio, no pueden aprovechar los concursos públicos o compras del estado, no pueden ser subcontratadas por empresa grandes y medianas, ni tampoco tienen la oportunidad de ser reconocidas en el mercado interno y externo, además de estar en constante presión por parte de las autoridades, acarreándoles un pago extra por no estar al día en su formalización.

Ante esto el gobierno ha tomado medidas que buscan la formalización de las Mypes, estas medidas se concretan en el TUO de la Ley del Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial , D. S. N° 013-2013-PRODUCE (modificado por Ley N° 30056) esta ley promueve el registro de las Mypes que se encuentran en la informalidad en un tiempo máximo de 72 horas a través del REMYPE, siempre y cuando cumplan con las características principales para estar catalogadas como micro, pequeña o mediana empresa según el artículo 5o de esta Ley.

Una vez formalizadas, las micro, pequeñas y medianas empresas se verán beneficiadas con la obtención de mayores oportunidades que ofrece el mercado, como son la asociación entre empresas del mismo sector, las diversas capacitaciones que brindan las instituciones gubernamentales y no gubernamentales, la probabilidad de ser proveedores del estado; otro gran

beneficio es el acceso a liquidez a través del uso de la factura negociable y el financiamiento externo al que puede acceder a través de los bancos, cajas municipales, rurales y demás financieras que ven con más seguridad a una empresa formalizada.

Los beneficios de la formalidad también recaen sobre las personas que trabajan dentro de la empresa ya que gozan de los beneficios laborales básicos, como son sueldo mínimo, seguro de salud, pensiones, vacaciones, gratificaciones, etc.

Alcances de la formalización

De acuerdo con el TUO de la Ley del Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial, el estado fomenta la formalización de estas unidades productivas mediante la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior.

Para que una MYPE pueda acogerse a esta ley, no necesita constituirse como persona jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual.

No obstante, la MYPE podrá adoptar voluntariamente la forma de Empresa de Responsabilidad Limitada (EIRL), o cualquiera de las formas societarias previstas.

Constitución de empresas en línea

En lo que a constitución de empresas se refiere, la norma precisa que la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (Sunat), la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (Sunarp) y el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (Reniec) implementarán un sistema de constitución de empresas en líneas que permita que el trámite concluya en un plazo no mayor de 72 horas. La implementación será progresiva, según lo permitan las condiciones técnicas en cada localidad.

Otro de los beneficios que aceleran el proceso de formalización de las MYPES es que su constitución como persona jurídica se realizará mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta correspondiente. Para ello, el Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CODEMYPE) promueve la reducción de los costos regionales y notariales ante la Sunarp y Colegios de Notarios.

5.4 Procedimiento y requisitos para la constitución legal de la persona jurídica de una empresa

1. Reunión (de los socios o Personas Jurídicas)

Para elegir la figura empresarial de acuerdo a normas legales (Ley General de Sociedades).

- E.I.R.L.
- S.C.R.L. Tda.
- S.A.A.
- S.A.C.
- S.C., etc.

2. Identificación de la razón social

Este trámite se realiza para evitar que el nombre que hayamos elegido para nuestra empresa duplique el de otras empresas.

Para ello se siguen los siguientes pasos:

1. Seleccionar el nombre.
2. Identificar el nombre propuesto.

Según los siguientes pasos se puede constituir la empresa:

- Se realiza el trámite de identificación de la razón social en la oficina de los Registros Públicos, previo pago del derecho.
- Este trámite demora tres días, luego de los cuales esa oficina entrega una constancia de búsqueda (Certificado de búsqueda mercantil) que señala si hay o no otra empresa con ese nombre.

En caso negativo procede el nombre propuesto por usted; en caso

positivo tendrá que escoger otro nombre y reiniciar el trámite.

3. Elaboración de minuta

(Objetivos, Fines, Actividades, Estatutos)

La minuta es el documento que resume el estatuto de la empresa.

El estatuto contiene las normas que van a regir a la empresa. Estas son reguladas por la ley y deben representar la voluntad de sus dueños.

Para obtener la minuta se siguen los siguientes pasos:

- 3.1. Datos personales de los socios, nombres y apellidos, D.N.I., L.M. RUC, Ocupación, Estado Civil, Domicilio, Nombre del cónyuge, Domicilio Legal de la Empresa, Aportes del Capital Social (Capital en efectivo en Cta. Cte. a nombre de la empresa, mínimo 25% pagados, capital en bienes, muebles e inmuebles sustentados con facturas).
- 3.2. Reunir a los posibles socios para que discutan el contenido del estatuto. Se debe contar con asesoría legal a fin de conocer las exigencias que plantea la ley y entender cada uno de los términos del compromiso.
- 3.3. Redactar la minuta, lo cual debe ser hecho por-un abogado.
- 3.4. Aprobar la minuta en reunión de todos los socios.
- 3.5. Suscribir la minuta, con la firma del abogado y del representante de los socios.

4. Testimonio de constitución notarial (Escritura Pública)

El testimonio de constitución es el documento legal que el notario otorga para dar fe de la conformación de la empresa.

Para obtener el testimonio se siguen los siguientes pasos:

- 4.1. Realizar un depósito bancario en cuenta corriente a nombre de la empresa por el 25% del capital declarado en la minuta.
- 4.2. Pagar al Fondo Mutual del abogado el 1/1,000 del capital social suscrito. Este pago se deposita en la cuenta corriente del Colegio de Abogados.
- 4.3. Llevar a la notaría la minuta, los comprobantes de los pagos anteriores y la fotocopia de la libreta electoral de los representantes de la empresa para

que el notario elabore el testimonio de constitución. Este trámite demora veinte días útiles.

4.4. Los socios irán a la notaría para firmar y poner su huella digital.

5. Inscripción SUNAT (RUC)

Formularios

- (*) 2119 (Empresa)
- 2046 (Establecimientos Anexos)
- 2054 (Representantes Legales)

(*) Para la constitución como persona jurídica se realizará mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta correspondiente.

6. Autorización de impresión de comprobantes de pago

Formulario 806

- Régimen General
- Régimen Especial

7. Licencia de funcionamiento municipal

- Municipalidad de su jurisdicción distrital

8. Inscripción a ESSALUD

- Empleadores, a partir del mes de enero del 2008, mediante la planilla electrónica los trabajadores son inscritos y por intermedio de la SUNAT el Ministerio de Trabajo es informado sobre los trabajadores que tiene cada empresa.
- Los trabajadores deben inscribirse en la ONP o AFP

9. Adquisición de registros contables de acuerdo a su forma de constitución con efecto tributario

- **RUS:** No están obligados a llevar contabilidad - D.Leg. 777
- **RER:** Llevan Registros Compras y Ventas
- **Régimen General:** Contabilidad Completa - D.L. 774

10. Legalización de los libros contables

Los libros contables deben ser legalizados por un Notario Público (Leg. N° 26002) o por un Juez de Paz Letrado (Ley N° 26501)

Pasos para constitución de empresas online

El Estado Peruano, para promover la formalización de la MYPE y acelerar su crecimiento económico, ha puesto en marcha, a través del Programa Crecemype del Ministerio de la producción, un ambicioso proyecto de formalización online que permite la constitución de empresas en menos de 72 horas.

A continuación, veremos la nueva forma de constitución de empresas en línea diseñada por el gobierno para mejorar el tiempo de trámite.

Pasos a seguir:

1. Ingreso al portal:

Para realizar el siguiente servicio, es necesario que previamente los socios verifiquen que el nombre de la empresa a constituir esté libre, e inmediatamente hace la reserva del mismo por 30 días o más, en las oficinas de SUNARP.

El trámite se inicia ingresando al Portal www.crecemype.pe, dónde 1 encontrarán el link "Ingresa aquí. Constituye tú empresa en 72 horas". El link los llevará al portal de Constitución de empresas en línea, en esa página encontrarán la opción constituya su empresa en 72 horas, al darle click observarán una serie de pasos que lo ayudarán a constituir su empresa, incluso encontrarán los modelos estandarizados de las minutas que podrá descargar, completar y volver a subirlos para seguir su trámite, pero si usted requiere de asesoría en el portal encontrará las direcciones de las entidades que los brindan, solo dando click al cono de "asesoría personalizada".

2. Selección de Notaría

Uno de los pasos es seleccionar el tipo de empresa que desea constituir y ubicar la notaría con la cual realizará su trámite. En forma automática se le remitirá a la notaría (elegida) la información que (usted) ha ingresado.

El notario prepara la escritura con los datos recibidos electrónicamente y genera el Código Único de operación (CUO) y la constancia de apertura de cuenta en el Banco, si el capital social es con dinero ó solamente una Declaración Jurada de Bienes y Rentas.

3. Firma de escritura

Los socios se constituyen en la notaría para firmar la Escritura Pública y realizan un único pago de derechos correspondientes a la notaría y a la SUNARP.

El notario da fe de la identidad, capacidad, libertad y conocimiento de los socios y valida la identidad del representante legal y socios.

4. Firma ante notario

Luego se envía el parte notarial electrónicamente con la firma digital a la SUNARP y un parte físico de respaldo, con el Código de Barras Matricial. El notario remite el parte electrónico con la firma digital a SUNARP y el parte físico de respaldo con el código de barras (provisional).

5. Comparación física / digital

La SUNARP recibe el parte electrónico y lo compara con el parte físico con código de barras utilizando un escáner y software encriptador y lo archiva. Luego califican el parte y lo inscribe. Seguidamente, la SUNARP solicita en línea y de forma automática a SUNAT la generación del RUC, y éste le devuelve en un tiempo promedio de 15 segundos, estos datos son publicados en la página de SUNARP y en el Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas (PSCE), finalmente envían los datos a la notaría.

6. **Generación del RUC y clave SOL**

La SUNAT con la generación del RUC otorga automáticamente la clave SOL, que será entregada en la notaría elegida.

7. **Entrega de RUC y clave SOL**

En un plazo no mayor de 72 horas, el ciudadano recoge en la notaría el testimonio de Constitución de su empresa junto con su constancia de inscripción de SUNARP, así como su RUC (aún inactivo) y la clave SOL proporcionada por la SUNAT.

1.4. **Marco Conceptual**

1. **Administración:** en términos generales es la ciencia social, compuesta de principios, técnicas y prácticas cuya aplicación a conjuntos humanos, permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo a través de los cuales se puede alcanzar propósitos comunes que individualmente no es posible lograr.
2. **Aprender:** Usar información actual y aprender de las experiencias pasadas para tomar decisiones más inteligentes y/o planear correcciones necesarias a medio camino.
3. **Competitividad:** es un rasgo positivo para cualquier mercado porque en primer lugar significa que hay un público amplio para la venta de un determinado producto, en segundo determina la existencia de estrategias de comercialización avanzadas en las cuales trabajar y por último de una estructura tanto a nivel de productores como de profesionales en el sector que pueden ser de suma utilidad en la búsqueda. (Porter: 2019)
4. **Costos:** Una empresa logra el liderazgo en costes cuando tiene valores inferiores a los de sus competidores para un producto o servicio semejante o comparable en calidad. Gracias a la ventaja en costes la

empresa consigue rebajar sus precios hasta anular el margen de su competidor.

5. **Decidir:** Estudiar bien cada problema o reto para tomar buenas decisiones o influir en ellas, que harán que la organización se beneficie.
6. **Desafiar:** Cuestionar los supuestos de la empresa; probar constantemente su validez, si lo que hemos hecho hasta ahora está bien o si podemos mejorarlo.
7. **Diferenciación:** se dice que una empresa tiene una ventaja competitiva en diferenciación de producto cuando ofrece un producto o servicio que, siendo comparable con el de otra empresa, tiene ciertos atributos o características que lo hacen que sea percibido como único por los clientes. Por ello, los clientes están dispuestos a pagar más para obtener un producto de una empresa que de otra.
8. **Emprendedor:** es aquella persona que te gusta crear, innovar, desarrollar nuevas cosas, reconocer oportunidades y aprovecharlas para cumplir un sueño, un empresario por otro lado es el que utiliza conocimientos y experiencias para hacer empresa a cambio de una retribución económica, sin embargo, un término no está tan desligado del otro, hoy en día se fusionan ambos términos para catalogar al empresario emprendedor, quien a través de su idea de negocio busca alcanzar objetivos personales.
9. **Empresa:** unidad productora de bienes y servicios homogéneos para la cual garantiza y combina el uso de factores de producción.
10. **Imaginar:** Ver y pensar en nuevas posibilidades para las políticas, optimizar las prácticas y crear productos de su compañía.
11. **Instrumento de Formalización:** Acceso con respecto al marco legal: aspectos tributarios, contables, seguridad social, licencia Municipal y acceso al mercado.

12. **Instrumento de promoción y desarrollo:** es decir brindar servicios para la competitividad tales como: servicios de capacitación, asistencia técnica, investigación e innovación, tecnología y financiamiento.
13. **Liderazgo global en costos:** está referida a la estrategia que necesita de un conocimiento sólido de la cadena de valor para hallar las ventajas de los costos.
14. **Mype:** La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.
15. **Observar:** Buscar información que ratifique o rectifique un problema dentro de la empresa, preguntar a sus colaboradores sobre cómo mejorar tal o cual situación, ellos saben más de lo que creemos.
16. **Parques Industriales:** Para la pequeña empresa cuya expresión más importante fue la de Villa el Salvador en Lima, el Parque Industrial de APIMA en Arequipa y el PORVENIR en Trujillo.
17. **Ponerse a disposición:** Ofrecer a las personas que lo rodean el conocimiento, medios y oportunidades para actuar.
18. **Razonar:** Explicarse a sí mismo y los demás el motivo. Todo cambio debe ser analizado y comprendido por todos los que laboran en la empresa para asegurar el buen desarrollo del cambio.
19. **Reflexionar:** Invertir tiempo en pensar qué funcionó bien y qué mal en sus decisiones y "reflexionar sobre el futuro" considerando los resultados posibles de sus estrategias.

20. **Segmentación:** es una estrategia que busca que las empresas conozcan los comportamientos de la gente a la hora de consumir un producto o servicio y así ofrecerles lo que realmente necesitan. Trata de conseguir que las empresas se centren en unos cuantos mercados objetivos en lugar de tratar de apuntar a todos.

Es una estrategia utilizada a menudo para pequeñas empresas, dado que no suelen tener los recursos necesarios para lograr atraer a todo el público, sino que les compensa enfocar sus esfuerzos a un segmento del mercado.

Capítulo II: El Problema, Objetivos, Hipótesis y Variables

2.1. Planteamiento del Problema

2.1.1. Descripción de la Realidad Problemática

De acuerdo al Reporte Global de Competitividad 2019, documento anual en el que ordena, en este caso a 141 países, de más a menos competitivos, el hallazgo principal es que en el período post crisis financiera de 2008, la productividad se ha reducido en el mundo todos los años.

Las diez economías más competitivas del mundo son: Singapur, Estados Unidos, Hong Kong, Países Bajos, Suiza, Japón, Alemania, Suecia, Reino Unido y Dinamarca, es decir, los sospechosos usuales. El primer latinoamericano es Chile en el lugar 33, seguido de México (48), Uruguay (54), Colombia (57), Costa Rica (62) y Perú (65), quien se encuentra a mitad de tabla y cae dos puestos respecto de igual ranking del año anterior.

Lo interesante es que el ordenamiento también se realiza a partir de una serie de variables. En el rubro instituciones, Perú ocupa el puesto 93 de 141 y se subdivide en más indicadores de los que tomaremos algunos ejemplos. En delincuencia y crimen organizado nos ubicamos en el puesto 134, a solo siete lugares del último. En confianza en la policía en la ubicación 131, en independencia del poder judicial en el 124, tasa de homicidios por 100,000 habitantes en el 108, en la protección de la propiedad intelectual en el 124 y 118 en la visión de largo plazo del gobierno.

En el pilar infraestructura, estamos en el puesto 88 de 141. Aquí destacan tanto la calidad de las carreteras (108), como la conectividad de los caminos (102). Sin una buena red vial no es posible incorporar a una gran parte del Perú a los beneficios del crecimiento económico.

La diferencia con el manejo de las grandes variables macroeconómicas incluye dos variables: inflación y dinámica de la deuda. En ambos nos encontramos en el puesto, igualados con otras 33 economías. El problema del país no se encuentra en el manejo de los grandes indicadores macroeconómicos, eso hay que mantenerlo, sin ninguna duda.

Las dificultades están en el entorno dentro del cual funciona la economía: instituciones, infraestructura y hay más. En el grado de entrenamiento de los trabajadores nos encontramos en el puesto 129, mientras que los conocimientos digitales de la población trabajadora, en el 123. Peor aún, en la enseñanza del pensamiento crítico, en el 113. La revolución educativa sigue siendo un sueño. Inclusive en la relación entre el salario y la productividad, nuestro lugar es el 102. Los salarios, a diferencia de lo que señala la teoría, no siguen a la productividad. En el número de días para iniciar un negocio (trámites y similares) ocupamos la casilla 111. En una economía en la que la inversión privada es el motor del crecimiento, parece un contrasentido.

Así las cosas, mantener la estabilidad macroeconómica es una condición necesaria pero no suficiente. Hay que implementar reformas para que esas cifras económicas se reflejen en el bienestar de todos los ciudadanos. Aunque sea algunas.

Foro Económico Mundial (WEF)

CARLOS PARODI 12/10/2019 (Diario Gestión).

Actualmente, la labor que llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican. Okpara y Wynn (2007) afirman que los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. En términos económicos, cuando un empresario de la micro o pequeña empresa crece, genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra. Además, sus ventas se

incrementan, y logra con esto mayores beneficios, lo cual contribuye, en mayor medida, a la formación del producto bruto interno (Okpara & Wynn, 2007). Sin embargo, las MYPES enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo. 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). 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 (Sauser, 2005). En el Perú, las estadísticas de la Dirección Nacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), referidas a las micro y pequeñas empresas, muestran que la participación de las MYPES en el PBI ha sido del 42% y han representado el 98% del total de empresas en el Perú (MTPE, 2007) y el 80.96% de la población económicamente activa (MTPE, 2005). Si bien las MYPES representan un papel muy importante en la economía, el terreno donde se desarrollan todavía es muy frágil, pues se observan bajos índices de supervivencia y consolidación empresarial de estas empresas (Barba-Sánchez, Jiménez-Sarzo, & Martínez-Ruiz, 2007). De acuerdo con el estudio Global Entrepreneurship Monitor realizado en el Perú, 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. 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, Borda, Nakamatsu, Morales & Yamakawa, 2005). Estas cifras evidencian la necesidad de identificar los factores que limitan el crecimiento y desarrollo de las empresas, de forma que se pueda lograr una mayor proporción de empresas consolidadas en el Perú. Sin embargo, a pesar de la importancia y contribución que realizan las MYPES, la literatura actual revela que no se han realizado estudios en el Perú que identifiquen los factores que limitan su crecimiento y desarrollo. En este sentido, el presente estudio analiza tales factores, con el objetivo de incrementar sus probabilidades de éxito, disminuir las

tasas de mortalidad de estas empresas y aumentar sus posibilidades de supervivencia en el largo plazo.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI,2018) en el Perú existen 2 millones 332 mil 218 de empresas de las cuales más del 95% están en el régimen Mype. De acuerdo con el reporte anual Doing Business del Banco Mundial (2019), el Perú ocupó el puesto 51 de 190 economías en el pilar protección de los inversionistas minoritarios.

Es importante reconocer la importancia de la micro y pequeña empresa para la dinámica económica del Perú, dada su alta tasa de concentración y alto grado de correlación con el emprendimiento. Por ese motivo es fundamental que las Mypes sigan estas reglas de oro para lograr generar ventajas competitivas sostenibles.



Reglas de Oro para mejorar la competitividad de la micro y pequeña empresa peruana

- 1) Inventar soluciones increíbles y experiencias únicas. La mejor manera para generar diferenciación es mediante la creación de soluciones originales. La oferta de valor debe ser única y diferenciada, se debe buscar tener una rápida respuesta al cliente con la finalidad de brindar el mejor servicio posible.
- 2) Extender el servicio o producto. Buscar la manera de ofrecer servicios/productos complementarios, generalmente generan mayor rentabilidad

que el producto inicial. Se debe identificar que busca el cliente y atacar rápidamente su necesidad.

3) Enfocar en el cliente. Se debe tener una obsesión por satisfacer las necesidades del cliente, en lugar de perder el tiempo obsesionándose con el competidor. La oferta de valor única, diferenciada y bien enfocada al cliente es lo que genera mayor rentabilidad.

4) Emplear plataformas digitales. La evolución del perfil del consumidor obliga al micro y pequeño empresario a buscar transformar digitalmente su negocio. Recomiendo si no tienen experiencia en esto, hacer alianzas con otras empresas, universidades o instituciones que brinden este tipo de asesoría.

5) Conversar de manera constante con los clientes. Para evitar perderlos, lograr un mejor entendimiento de los requerimientos que tienen, evitar costos innecesarios y mejorar la calidad del servicio/ producto final.

6) Innovar rápido y barato. Cree prototipos antes de lanzar el producto/servicio final, de esta manera no perderá dinero si algo falla, analice el mercado, dedique tiempo a innovar en el modelo de negocio.

7) Planificar el año. Es fundamental hacer un plan, no importa el nombre, lo que importa es crear un camino. Es necesario generar metas, objetivos, indicadores, estrategias que estén plasmadas en un documento físico o virtual.

Historia del Parque Industrial

En los 70's el Parque Industrial, se forma para instalar a medianas y grandes empresas. Su concepción cambió en 1987, convirtiéndose en algo nunca antes hecho en Lima por su concentración y consolidación de pequeñas empresas.

En julio del 87, mediante el Decreto Supremo N° 133-87-EF, se crea la Autoridad Autónoma del Proyecto Especial Parque Industrial del Cono Sur (AAPEPICS), con el fin de promover las instalaciones y desarrollo de pequeñas y medianas **empresa industriales**, a través de la provisión de infraestructura básica, asistencia técnica y crediticia, y el 28 de julio de 1987 se publica la ley N° 24877, originando la **creación del Parque Industrial**.

En el 97, se transfiere el Parque Industrial al gobierno local de Villa el Salvador, en cumplimiento al Artículo 11, de la ley N° 26652, donde se señala que transcurrido el periodo de vigencia de la CDL-PEPICS, se procederá a transferir el saldo presupuestal, y el patrimonio mueble, inmueble y documental correspondiente, bajo responsabilidad a la municipalidad.

En el 99, se institucionaliza la Mesa Pymes de VES. Firmado sus integrantes un compromiso de apoyo al sector, la Mesa está conformada por la Dirección de Desarrollo Económico de la Municipalidad de Villa El Salvador, los Gremios: **APEMICOVES** (confecciones), **ASIMVES** (madera), **APC-PIVES** (calzado), **APEMINAVES** (metal mecánica) y algunas ONGs. (REVISTA VES) Actualmente, cuenta con 48 empresas en Villa El Salvador.

2.1.2. Antecedentes Teóricos

Tesis nacionales

Buscando información en los repositorios y bibliotecas de diversas universidades nacionales encontramos las siguientes tesis:

Cajavilca Lagos Wilder Oswaldo (2018) en la tesis titulada: **Ventajas competitivas y competitividad empresarial en las empresas exportadoras peruanas, 2006-2017** de la Escuela de posgrado de la Universidad Federico Villarreal tuvo como objetivo general determinar si las ventajas competitivas empresariales influyen en la competitividad empresarial de las empresas productoras exportadoras o exportadoras comercializadoras peruanas más representativas con sede en la ciudad de Lima. La población de estudio estuvo conformada por 406 empresas exportadoras de productos tradicionales y no tradicionales, de las que se seleccionó de manera aleatoria a 184 empresas, aplicando un cuestionario a los propietarios, directores, gerentes o administradores especialistas concedores de sus empresas o de su sector, siendo la premisa general de cómo las ventajas competitivas empresariales se relacionan con la competitividad empresarial. Concluyendo que las ventajas

competitivas empresariales en costos, en diferenciación y en valores si posibilitan la competitividad empresarial.

Rios Liñan, Ivi Samanta (2017) en la tesis titulada: **Nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto - Cajamarca en el año 2017** de la Universidad Privada del Norte tuvo como objetivo principal analizar el nivel de la competitividad del potencial exportador en el sector textil del centro poblado de Porcón Alto - Cajamarca en el año 2017. El diseño de la investigación es cuantitativo, descriptivo, no experimental, además según su temporalización transversal. Como resultado de las encuestas aplicadas a los artesanos del centro poblado de Porcón Alto, se muestra que existe grandes dificultades en cuanto al conocimiento del producto textil, las ventas, comercialización, calidad se encuentra en un nivel totalmente bajo y no es suficiente para generar un nivel de competitividad al que se enfoque para un mercado nacional e internacional.

Finalmente, a partir de esta investigación se concluye que la mejora de factores relacionados con la competitividad, en este caso el factor empresarial, nacional e internacional, ayuda al crecimiento del sector textil artesanal, por ende, tener una demanda continua desde el centro poblado de Porcón Alto, y se escala hacia el mercado nacional se lograría posicionarse en un mercado internacional con un producto de calidad.

Domínguez Zevallos Alexis de Jesús - Jose Antonio Gutiérrez Rivera (2017) en la tesis titulada: **La Competitividad y El desarrollo económico de las empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna**. De la Universidad San Ignacio de Loyola tuvo como objetivo principal determinar la relación de un modelo de competitividad en el desarrollo económico de empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna, con el propósito de analizar incentivar y fomentar un modelo de competitividad que genere mayores ingresos a la empresa. La metodología elegida para la recolección de datos fue la entrevista personal directivo de 16 empresas del rubro, cuyo cuestionario, presenta un modelo de escala de Likert, brindando al encuestado la facilidad de poder graduar su opinión ante afirmaciones complejas. El modelo aplicado para

la investigación es no experimental con un tipo explicativa-correlacional. Como resultado se determinó que un Modelo de competitividad tiene relación significativamente en el desarrollo económico de las empresas Exportadoras de Orégano seco en la Región de Tacna. Esto se debe a la relación que tiene la gestión de competitividad, las estrategias de competitividad y mejoramiento de la productividad en la empresa. Además, se determinó que las estrategias de competitividad tienen relación significativa en el desarrollo económico de las empresas Exportadoras de Orégano seco en la Región de Tacna. Tomando en cuenta que la estrategia más utilizada por los empresarios, es la Diferenciación por producto.

Tesis internacionales:

Calderón Díaz Mayda Alejandra (2015) en la tesis titulada: **Análisis de la competitividad empresarial en las pymes del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano** buscó analizar la competitividad empresarial de las PYMES del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del estudio del capital humano y su contribución al mejoramiento de la competitividad empresarial de estas PYMES. Para ello se realizó una investigación cualitativa donde se entrevistaron en profundidad 25 personas entre las cuales se encuentran empresarios (as) y empleados (as) de estas organizaciones. Esta información cualitativa se procesó y analizó con la ayuda del programa de análisis de datos cualitativos Atlas Ti.7. Finalmente se presentan una serie de propuestas para mejorar la competitividad de las PYMES del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá.

2.1.3. Definición del Problema

Problema general

¿En qué medida se relaciona el Nivel de competitividad con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador?

Problemas específicos

1. ¿En qué medida se relaciona **el liderazgo global en costos** con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador?
2. ¿En qué medida se relaciona **la diferenciación de producto** con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador?
3. ¿En qué medida se relaciona **la segmentación de mercado** con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador?

2.2. Finalidad y Objetivos de la Investigación

2.2.1. Finalidad

El propósito de este trabajo de investigación es identificar en que medida el nivel de competitividad mediante las dimensiones de liderazgo global en costos, la diferenciación y la segmentación se relacionan con el desarrollo de las MYPES en Villa El Salvador - VES para brindar alternativas o propuestas que ayuden a los empresarios a innovar e invertir en nuevos productos a nivel nacional y lograr imagen y posicionamiento.

2.2.2. Objetivo General y Específicos

Objetivo General:

Determinar la relación del nivel de competitividad con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

Objetivos específicos:

1. Determinar la relación del **liderazgo global en costos** con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

2. Identificar la relación de **la diferenciación de producto** con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.
3. Precisar la relación de **la segmentación de mercado** con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

2.2.3. Delimitación del estudio

Delimitación espacial

Se realizó en las micro y pequeñas empresas de Villa El Salvador.

Delimitación temporal

El estudio se realizó entre los meses de enero a diciembre de 2019.

Delimitación social

La investigación se llevó a cabo con los empresarios y trabajadores de las micro y pequeñas empresas de Villa El Salvador.

Delimitación Conceptual

Los conceptos vertidos en el estudio fueron: nivel de competitividad, desarrollo, liderazgo global en costos, diferenciación de producto, segmentación de mercado, micro y pequeñas empresas.

2.2.4. Justificación e importancia del estudio

Vista la realidad problemática de las MYPES de Villa El Salvador el trabajo se justifica debido a que las MYPES constituyen una fuente de empleo y de desarrollo a nuestro país y debemos apoyar su sostenibilidad en el tiempo.

Es de vital importancia investigar en qué medida los niveles de competitividad permiten a las micro y pequeñas empresas poder desarrollarse en el distrito de Villa El Salvador.

2.3. Hipótesis y Variables

2.3.1. Hipótesis Principal y Específicas

Hipótesis General

El Nivel de competitividad incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

Hipótesis específicas

1. El **liderazgo global en costos** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.
2. La **diferenciación de producto** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.
3. La **segmentación de mercado** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

2.3.2. Variables e Indicadores

Nivel de Competitividad: VARIABLE INDEPENDIENTE

Desarrollo de las micro y pequeñas empresas: VARIABLE DEPENDIENTE

Definición operacional

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
NIVEL DE COMPETITIVIDAD	<ul style="list-style-type: none"> Liderazgo global en Costos 	<ul style="list-style-type: none"> Costos Infraestructura Empleo de materias primas Formas de fabricación
	<ul style="list-style-type: none"> Diferenciación producto de 	<ul style="list-style-type: none"> Tipos de Productos Calidad de los productos Diseños de productos Servicio al usuario
	<ul style="list-style-type: none"> Segmentación mercado de 	<ul style="list-style-type: none"> Líneas de productos ofrecidos
DESARROLLO DE LAS MYPES	<ul style="list-style-type: none"> Innovación de productos 	<ul style="list-style-type: none"> Uso de tecnología Diversidad de productos Nivel de distribución
	<ul style="list-style-type: none"> Procesos 	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de producción Formas de comercialización
	<ul style="list-style-type: none"> Gestión 	<ul style="list-style-type: none"> Capacidad de gestión Nivel de toma de decisiones

Capítulo III: Método, Técnica, e Instrumentos

3.1. Población y Muestra

La población estuvo constituida por 48 MYPES de Villa El Salvador.

Muestra: Para determinar la muestra óptima a investigar se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{N \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

- P : probabilidad de éxito (0.5)
- Q : Proporción de fracaso (Se asume 1-p = 0.5)
- e : Margen de error 0.05
- N : población de 48 empresarios de MYPES
- Z= Distribución Estándar 1.96

$$n = \frac{48 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{48 \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

n= 40 empresarios o administradores

La muestra estuvo constituida por 40 empresarios o administradores elegidos al azar.

3.2. Diseño (s) a Utilizar en el Estudio

Nivel de Investigación: El nivel de investigación fue aplicada, porque mediante el uso de instrumentos de recolección de datos se midieron las dos variables estudiadas.

Tipo: El tipo de Investigación fue descriptivo por su carácter buscó la asociación entre las dos variables.

Método: Descriptivo propiamente dicho porque la relación fue asociativa.

Diseño: El diseño del estudio fue descriptivo correlacional:

M1: Ox r Oy

Donde:

M1: muestra empresarios o administradores

Ox: observación de la variable nivel de competitividad

Oy: observación de la variable desarrollo de las MYPES

3.3. Técnica e Instrumento de Recolección de Datos

Se utilizó como técnica de la encuesta, Kerlinger (1979, p. 116), cuya orientación es a la valoración de unidad de la muestra estudiada, permitiendo recoger las percepciones relacionadas con las variables en estudio.

3.4. Procesamiento de datos

Una vez aplicadas las encuestas se procedió a tabular toda la información mediante la creación de una base de datos utilizando el paquete estadístico SPSS versión 27.

Posteriormente, con los datos obtenidos se elaboraron las tablas y gráficos con los resultados de tipo descriptivo, finalmente, se utilizará se realizará la comprobación de hipótesis mediante la estadística inferencial haciendo uso de la prueba estadística paramétrica de correlación de Spearman.

Capítulo IV: Presentación y Análisis de Resultados

4.1 Presentación de Resultados

A continuación, se muestra los resultados de la encuesta realizada a 40 personas del distrito de Villa el Salvador.

La misma tiene por finalidad determinar la relación del nivel de competitividad con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador.

Tabla 1
Conocen lo que es un Liderazgo Global en Costos

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	9	22.50%
De Acuerdo	14	35.00%
Indiferente	10	25.00%
En desacuerdo	7	17.50%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

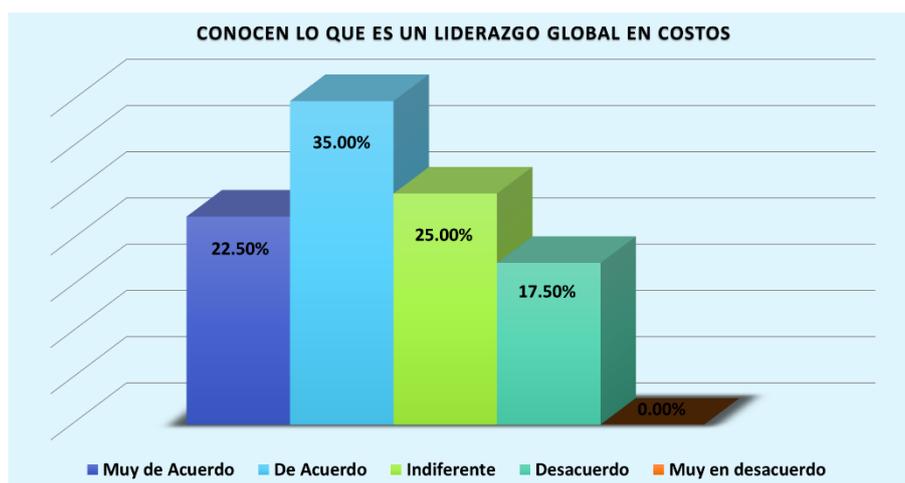


Figura 1: Conocen lo que es un Liderazgo Global en Costos

De la tabla anterior se muestran los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que

las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador conocen lo que es un liderazgo global en costos; 14 personas que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 35.00%, 10 personas que les es , lo que representa el 25.00%, 9 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 22.50%, 7 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 17.50%.

Es decir, el 57.50% está de acuerdo respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador conocen lo que es un liderazgo global en costos.

Tabla 2
Aplican un Liderazgo Global en Costos

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	11	27.50%
De Acuerdo	9	22.50%
Indiferente	9	22.50%
En desacuerdo	11	27.50%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

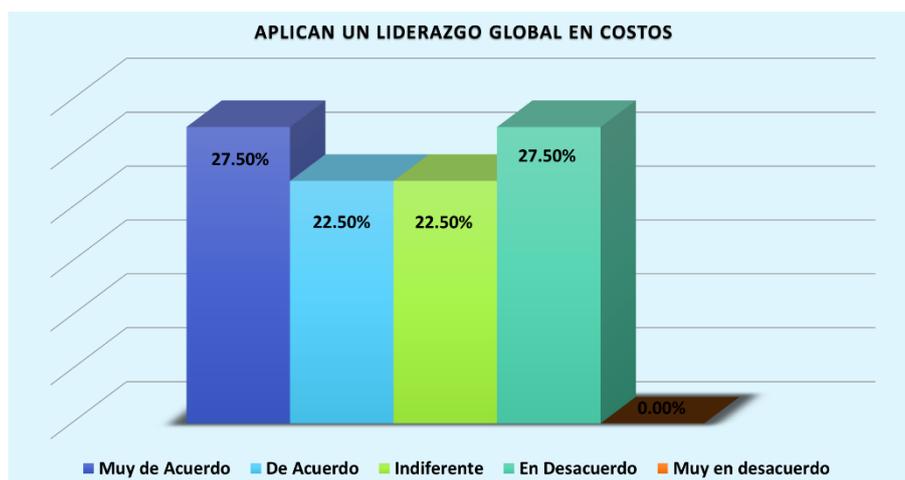


Figura 2: Aplican un Liderazgo Global en Costos

Según la tabla precedente se puede indicar los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador aplican un liderazgo global en costos; 11 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 27.50%, 11 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 27.50%, 9 personas que están de acuerdo, lo que representa el 22.50% y 9 personas que le es indiferente, lo que representa el 22.50%.

Es decir, el 50.00% está de acuerdo respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador aplican un liderazgo global en costos.

Tabla 3
Conocen lo que es una Diferenciación de Producto

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	7	17.50%
De Acuerdo	10	25.00%
Indiferente	13	32.50%
En desacuerdo	10	25.00%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

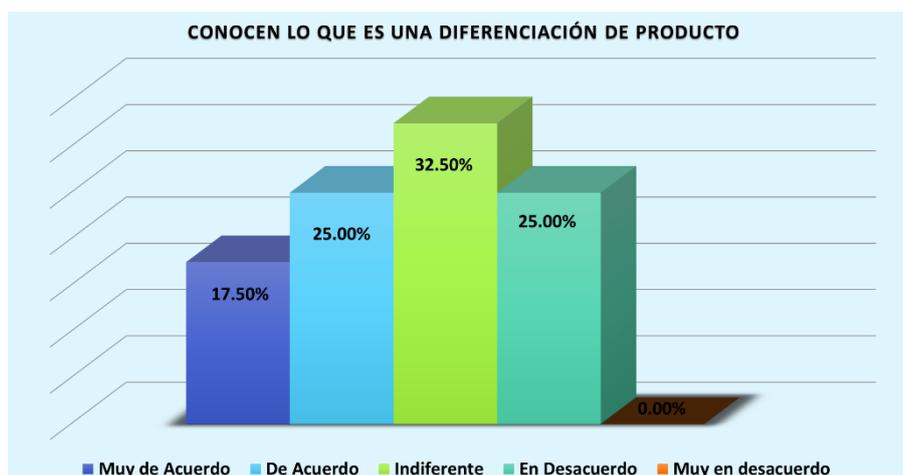


Figura 3: Conocen lo que es una Diferenciación de Producto

En la tabla anterior se aprecia los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador conocen lo que es una diferenciación de producto; 13 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 32.50%, 10 personas que están de acuerdo, lo que representa el 25.00%, 10 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 25.00% y 7 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 17.50%.

Es decir, el 42.50% está de acuerdo respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador conoce lo que es una diferenciación de producto.

Tabla 4
Aplican una Diferenciación de Producto en sus Negocios

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	6	15.00%
De Acuerdo	10	25.00%
Indiferente	10	25.00%
En desacuerdo	14	35.00%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

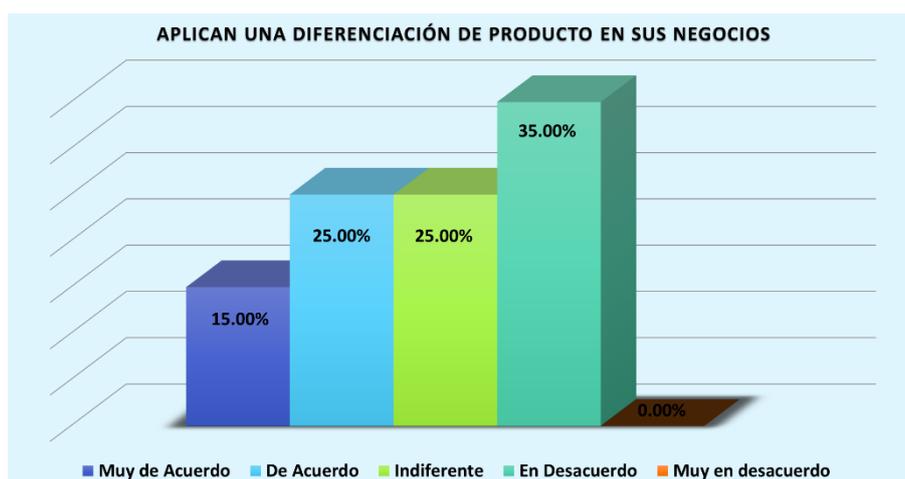


Figura 4: Aplican una Diferenciación de Producto en sus Negocios

En la tabla precedente nos indica los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador aplican una diferenciación de producto en sus negocios; 14 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 35.00%, 10 personas que están de acuerdo, lo que representa el 25.00%, 10 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 25.00% y 6 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 15.00%.

Es decir, el 40.00% está de acuerdo respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador aplican una diferenciación de producto en sus negocios.

Tabla 5
Tiene una Infraestructura Física Adecuada

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	8	20.00%
De Acuerdo	14	35.00%
Indiferente	9	22.50%
En desacuerdo	9	22.50%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

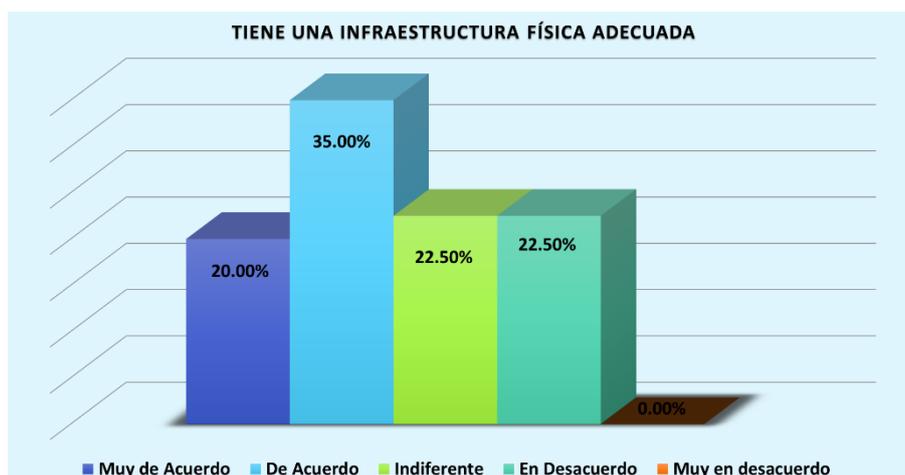


Figura 5: Tiene una Infraestructura Física Adecuada

Se puede apreciar en la tabla precedente los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador tiene una infraestructura física adecuada; 14 personas que están de acuerdo, lo que representa el 35.00%, 9 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 22.50%, 9 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 22.50% y 8 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 20.00%.

Es decir, el 55.00% está de acuerdo respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador tiene una infraestructura física adecuada.

Tabla 6
Aplican Diversas Formas de Fabricación

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	15	37.50%
De Acuerdo	9	22.50%
Indiferente	10	25.00%
En desacuerdo	6	15.00%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

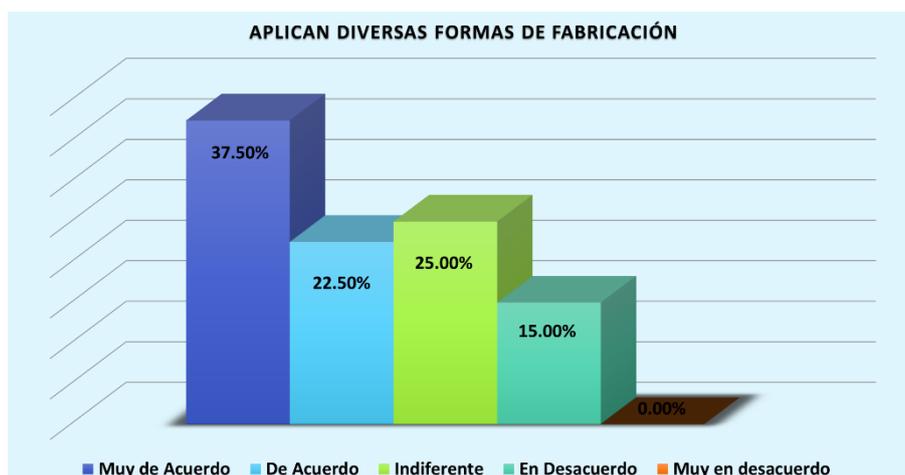


Figura 6: Aplican Diversas Formas de Fabricación

En la tabla precedente nos indica los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador aplican diversas formas de fabricación; 15 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 37.50%, 10 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 25.00%, 9 personas que están de acuerdo, lo que representa el 22.50% y 6 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 15.00%.

Es decir, el 60.00% está de acuerdo respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador aplican diversas formas de fabricación.

Tabla 6
Optimizan los Recursos Utilizados como las Materias Primas

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	15	37.50%
De Acuerdo	9	22.50%
Indiferente	10	25.00%
En desacuerdo	6	15.00%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

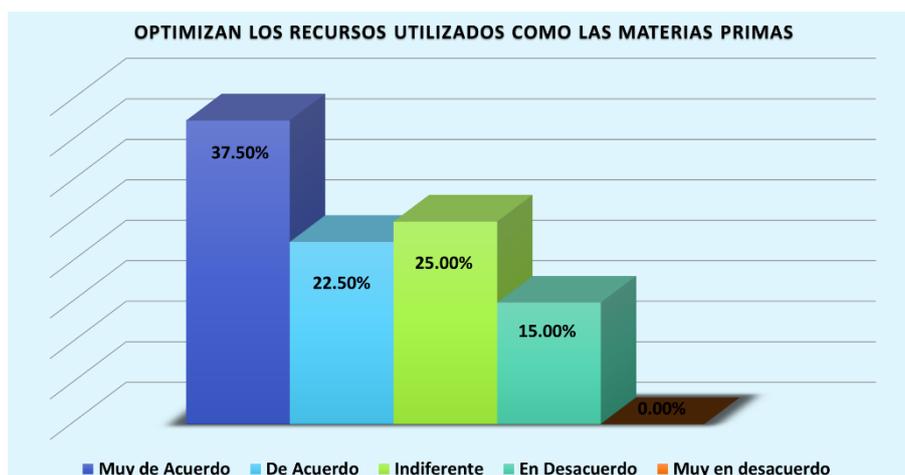


Figura 7: Optimizan los Recursos Utilizados como las Materias Primas

Según la tabla precedente se puede indicar los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que se optimizan los recursos utilizados como las materias primas; 15 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 37.50%, 10 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 25.00%, 9 personas que están de acuerdo, lo que representa el 22.50% y 6 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 15.00%.

Es decir, el 60.00% está de acuerdo respecto a si considera que se optimizan los recursos utilizados como las materias primas.

Tabla 7
Optimización en la Compra de Materias Primas

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	7	17.50%
De Acuerdo	14	35.00%
Indiferente	9	22.50%
En desacuerdo	10	25.00%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

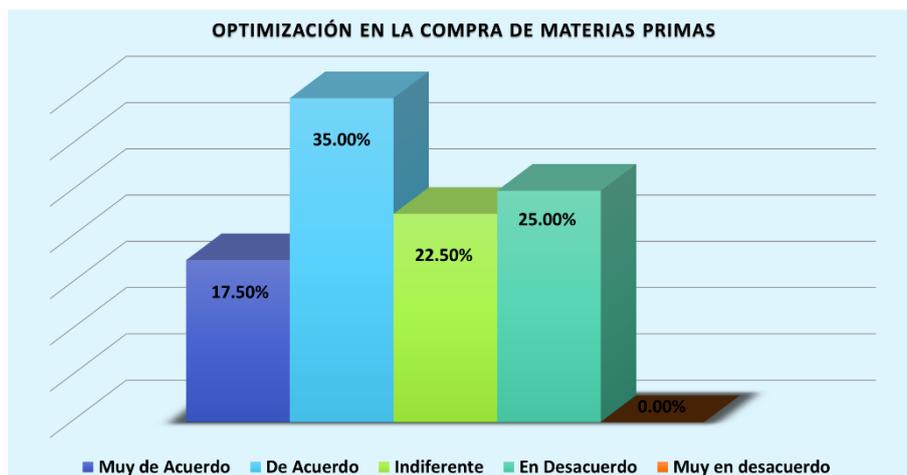


Figura 8: Optimización en la Compra de Materias Primas

Según la tabla anterior se puede apreciar los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que se optimiza la compra de materias primas para evitar excesos de gastos de almacenamiento; 14 personas que están de acuerdo, lo que representa el 35.00%, 10 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 25.00%, 9 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 22.50% y 7 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 17.50%.

Es decir, el 52.50% está de acuerdo respecto a si considera que se optimiza la compra de materias primas para evitar excesos de gastos de almacenamiento.

Tabla 8
Conocen lo que es una Segmentación de Mercado

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	11	27.50%
De Acuerdo	13	32.50%
Indiferente	8	20.00%
En desacuerdo	8	20.00%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

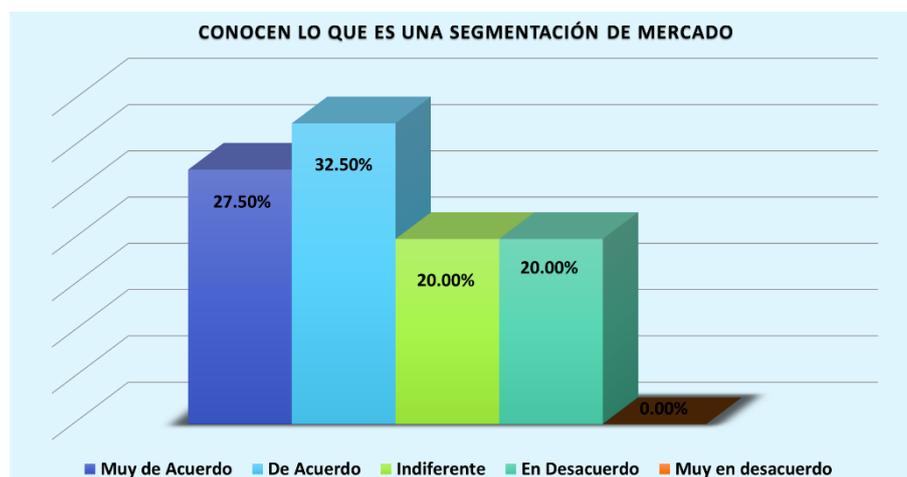


Figura 9: Conocen lo que es una Segmentación de Mercado

De la tabla anterior se muestran los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador conocen lo que es una segmentación de mercado; 13 personas que están de acuerdo, lo que representa el 32.50%, 11 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 27.50%, 8 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 20.00% y 8 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 20.00%. Es decir, el 60.00% está de acuerdo respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador conoce lo que es una segmentación de mercado.

Tabla 9
Aplican una Segmentación de Mercado en sus Negocios

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	15	37.50%
De Acuerdo	6	15.00%
Indiferente	9	22.50%
En desacuerdo	10	25.00%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

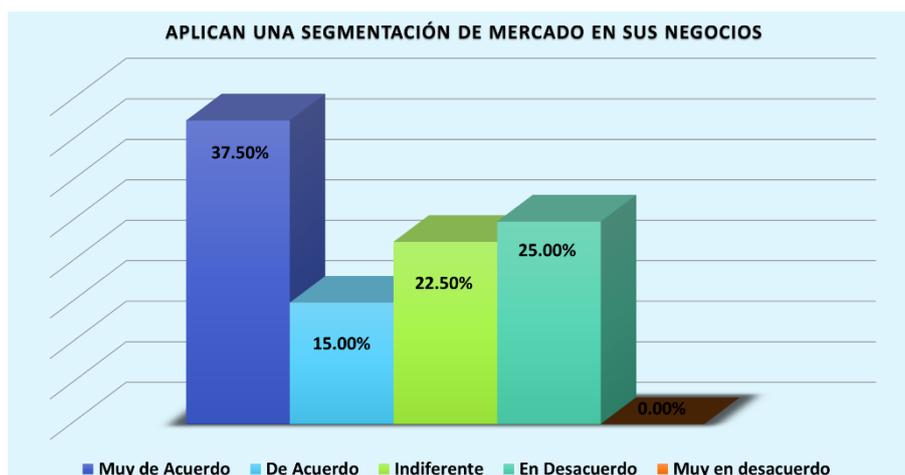


Figura 10: Aplican una Segmentación de Mercado en sus Negocios

De acuerdo a la tabla antes mencionada se muestran los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador aplican una segmentación de mercado en sus negocios; 15 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 37.50%, 10 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 25.00%, 9 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 22.50% y 6 personas que están de acuerdo, lo que representa el 15.00%.

Es decir, el 52.50% está de acuerdo respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en Villa el Salvador aplica una segmentación de mercado en sus negocios.

Tabla 10
Desarrollan Diseños de Productos según Necesidad de los Clientes

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	15	37.50%
De Acuerdo	13	32.50%
Indiferente	5	12.50%
En desacuerdo	7	17.50%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

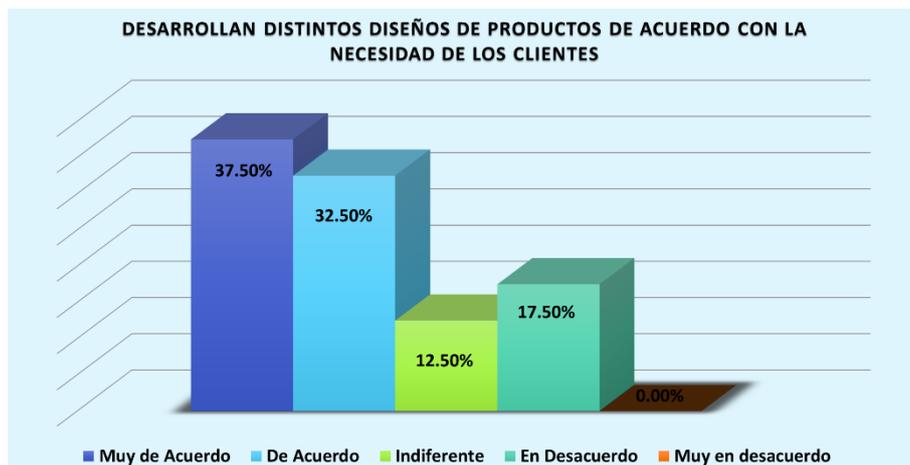


Figura 11: Desarrollan Diseños de Productos según Necesidad de los Clientes

En la tabla anterior se aprecia los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que se desarrollan distintos diseños de productos de acuerdo con la necesidad de los clientes; 15 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 37.50%, 13 personas que están de acuerdo, lo que representa el 32.50%, 7 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 17.50% y 5 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 12.50%.

Es decir, el 70.00% está de acuerdo respecto a si considera que se desarrollan distintos diseños de productos de acuerdo con la necesidad de los clientes.

Tabla 11
Conocen lo que es Innovación de Productos

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	9	22.50%
De Acuerdo	11	27.50%
Indiferente	8	20.00%
En desacuerdo	12	30.00%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

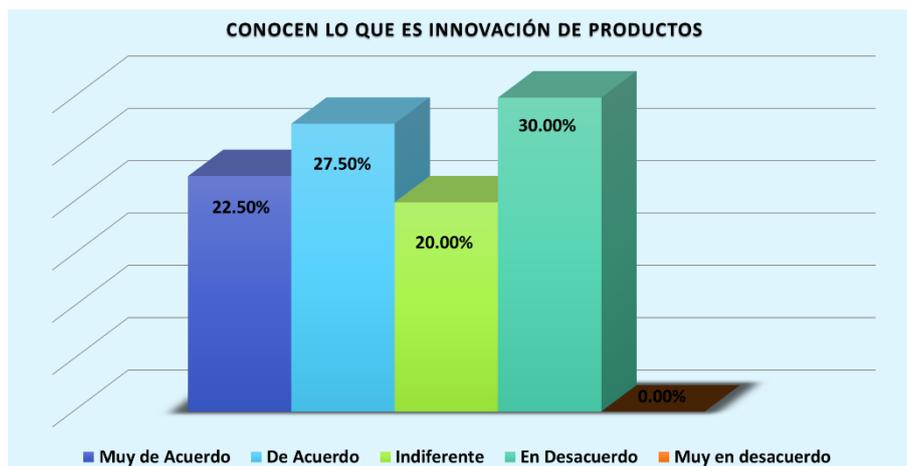


Figura 12: Conocen lo que es Innovación de Productos

Se puede apreciar en la tabla precedente los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en villa el salvador conocen lo que es innovación de productos; 12 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 30.00%, 11 personas que están de acuerdo, lo que representa el 27.50%, 9 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 22.50% y 8 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 20.00%.

Es decir, el 50.00% está de acuerdo respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en villa el salvador conoce lo que es innovación de productos.

Tabla 12
Nivel de Inversión en Innovación de Productos, Procesos o en Gestión

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	9	22.50%
De Acuerdo	9	22.50%
Indiferente	15	37.50%
En desacuerdo	7	17.50%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

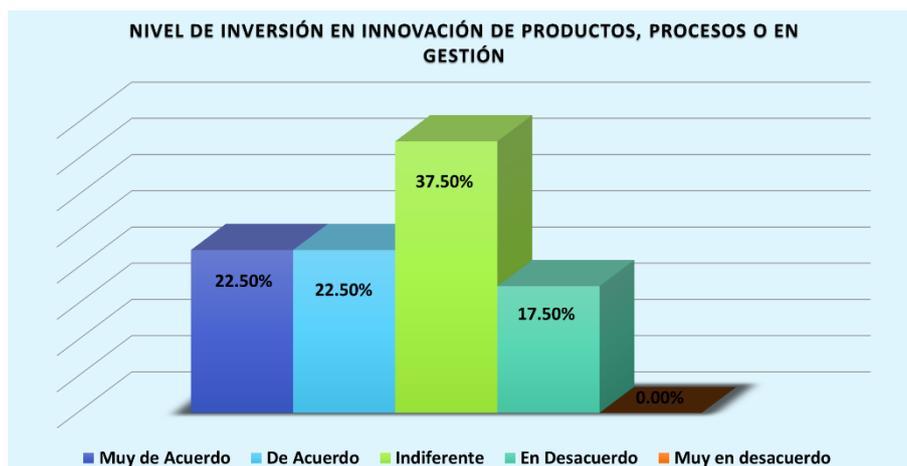


Figura 13: Nivel de Inversión en Innovación de Productos, Procesos o en Gestión

En la tabla anterior se aprecia los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que se invierte en innovación de productos, procesos o en gestión; 15 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 37.50%, 9 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 22.50%, 9 personas que están de acuerdo, lo que representa el 22.50% y 7 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 17.50%.

Es decir, el 45.00% está de acuerdo respecto a si considera que se invierte en innovación de productos, procesos o en gestión.

Tabla 13
Nivel de Inversión en el Desarrollo de Nuevas Tecnologías

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	10	25.00%
De Acuerdo	12	30.00%
Indiferente	9	22.50%
En desacuerdo	9	22.50%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

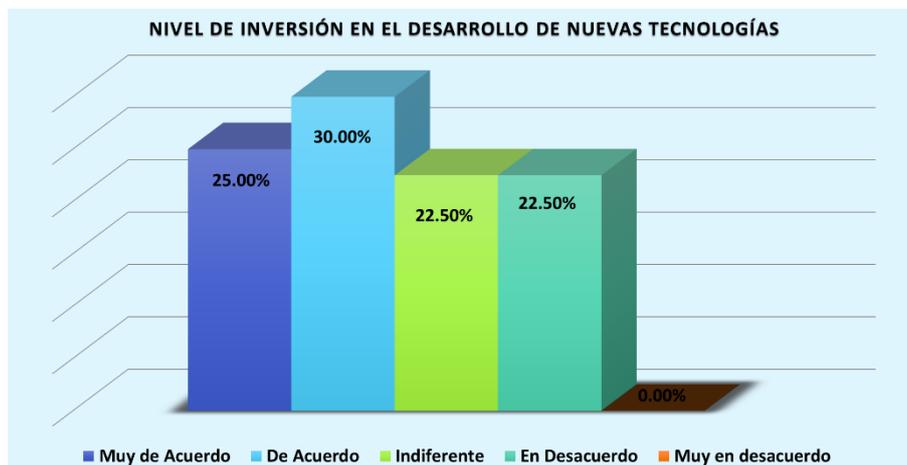


Figura 14: Nivel de Inversión en el Desarrollo de Nuevas Tecnologías

En la tabla precedente nos indica los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que se invierte en el desarrollo de nuevas tecnologías para mejorar los procesos actuales de producción; 12 personas que están de acuerdo, lo que representa el 30.00%, 10 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 25.00%, 9 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 22.50% y 9 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 22.50.

Es decir, el 55.00% está de acuerdo respecto a si considera que se invierte en el desarrollo de nuevas tecnologías para mejorar los procesos actuales de producción.

Tabla 14
Desarrollan Innovación de Productos en sus Negocios

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	11	27.50%
De Acuerdo	14	35.00%
Indiferente	5	12.50%
En desacuerdo	10	25.00%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

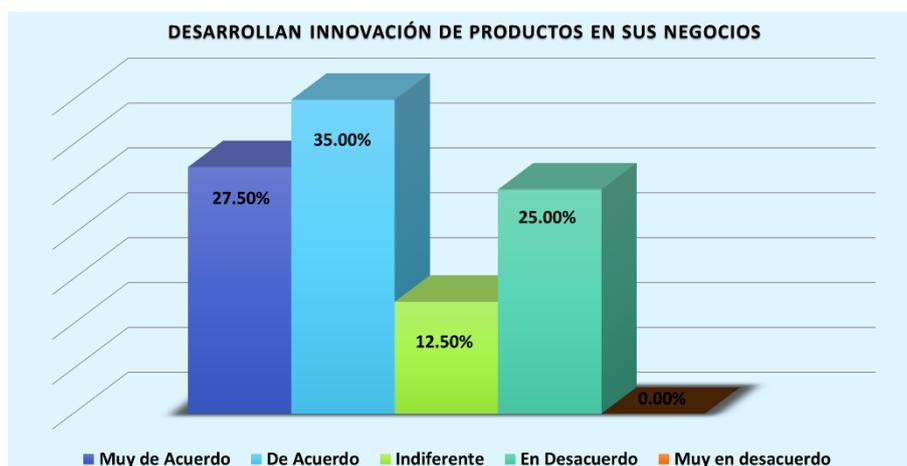


Figura 15: Desarrollan Innovación de Productos en sus Negocios

Se puede apreciar en la tabla precedente los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en villa el salvador desarrollan innovación de productos en sus negocios; 14 personas que están de acuerdo, lo que representa el 35.00%, 11 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 27.50%, 10 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 25.00% y 5 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 12.50%.

Es decir, el 62.50% está de acuerdo respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en villa el salvador desarrolla innovación de productos en sus negocios.

Tabla 15
Conocen lo que es Innovación de Procesos

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	9	22.50%
De Acuerdo	16	40.00%
Indiferente	7	17.50%
En desacuerdo	8	20.00%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

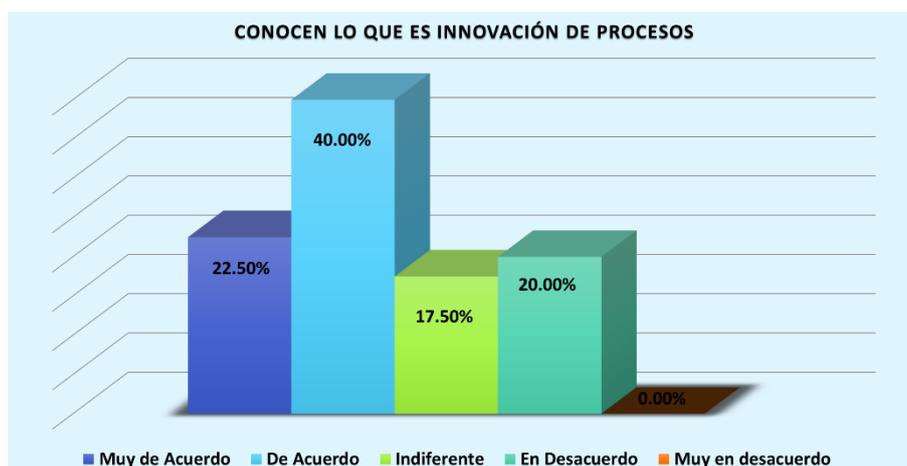


Figura 16: Conocen lo que es Innovación de Procesos

En la tabla anterior se aprecia los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en villa el salvador conocen lo que es innovación de procesos; 16 personas que están de acuerdo, lo que representa el 40.00%, 9 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 22.50%, 8 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 20.00% y 7 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 17.50%.

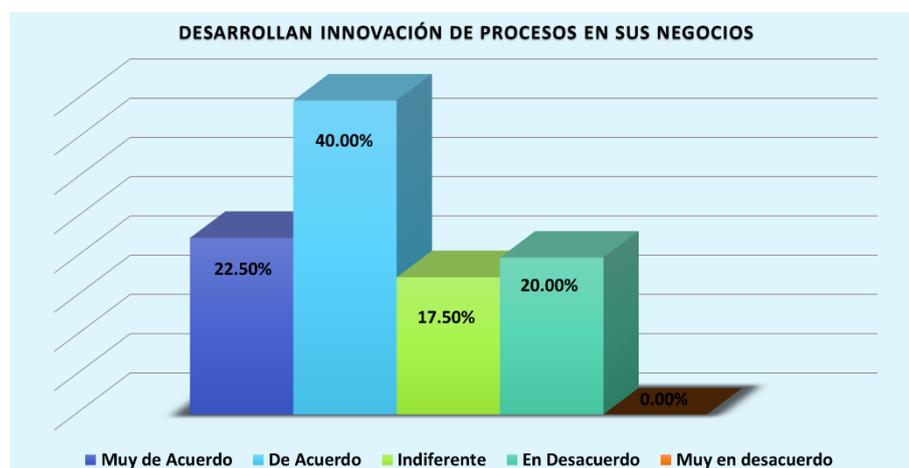
Es decir, el 62.50% está de acuerdo respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en villa el salvador conoce lo que es innovación de procesos.

Tabla 16
Desarrollan Innovación de Procesos en sus Negocios

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	15	37.50%
De Acuerdo	9	22.50%
Indiferente	10	25.00%
En desacuerdo	6	15.00%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

Figura 17
Desarrollan Innovación de Procesos en sus Negocios



Según la tabla precedente se puede indicar los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en villa el salvador desarrollan innovación de procesos en sus negocios; 16 personas que están de acuerdo, lo que representa el 40.00%, 9 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 22.50%, 8 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 20.00% y 7 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 17.50%.

Es decir, el 62.50% está de acuerdo respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en villa el salvador desarrolla innovación de procesos en sus negocios.

Tabla 17
Conocen lo que es Innovación de la Gestión

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	11	27.50%
De Acuerdo	10	25.00%
Indiferente	9	22.50%
En desacuerdo	10	25.00%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

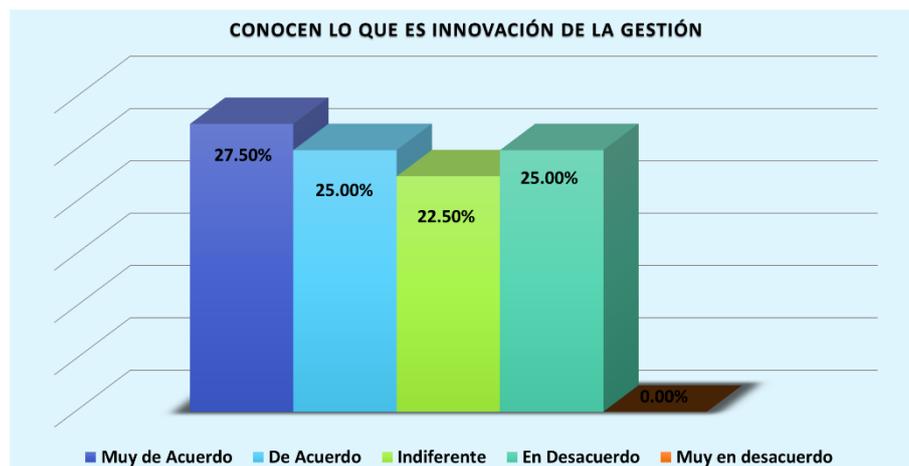


Figura 18: Conocen lo que es Innovación de la Gestión

Respecto a la tabla anterior se evidencia los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en villa el salvador conocen lo que es innovación de la gestión; 11 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 27.50%, 10 personas que están de acuerdo, lo que representa el 25.00%, 10 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 25.00% y 9 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 22.50%.

Es decir, el 52.50% está de acuerdo respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en villa el salvador conoce lo que es innovación de la gestión.

Tabla 18
Desarrollan Innovación de la Gestión en sus Negocios

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	6	15.00%
De Acuerdo	13	32.50%
Indiferente	8	20.00%
En desacuerdo	13	32.50%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

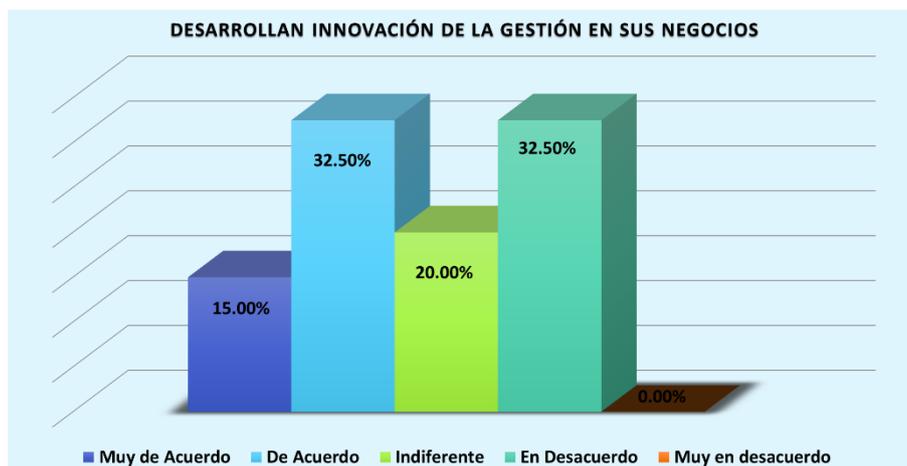


Figura 19: Desarrollan Innovación de la Gestión en sus Negocios

De la tabla anterior se muestran los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en villa el salvador desarrollan innovación de la gestión en sus negocios; 13 personas que están de acuerdo, lo que representa el 32.50%, 13 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 32.50%, 8 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 20.00% y 6 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 15.00%.

Es decir, el 47.50% está de acuerdo respecto a si considera que las micro y pequeñas empresas en villa el salvador desarrolla innovación de la gestión en sus negocios.

Tabla 19
Adecuada Gestión Empresarial para Mejorar la Toma de Decisiones

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	10	25.00%
De Acuerdo	7	17.50%
Indiferente	8	20.00%
En desacuerdo	15	37.50%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
N° de Respuestas	40	100.00%

Elaboración propia encuesta 2020

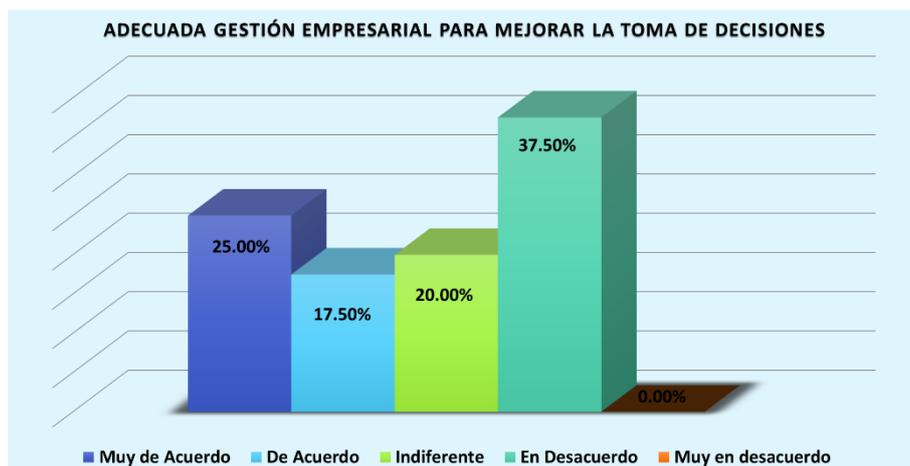


Figura 20: Adecuada Gestión Empresarial para Mejorar la Toma de Decisiones

De acuerdo a la tabla antes mencionada se muestran los resultados de la encuesta realizada a 40 personas, de los personas encuestadas manifiestan respecto a si considera que el tener una adecuada gestión empresarial mejora la toma de decisiones de los microempresarios en villa el salvador; 15 personas refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 37.50%, 10 personas que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 25.00%, 8 personas señalan que le es indiferente, lo que representa el 20.00% y 7 personas que están de acuerdo, lo que representa el 17.50%.

Es decir, el 42.50% está de acuerdo respecto a si considera que el tener una adecuada gestión empresarial mejora la toma de decisiones de los microempresarios en villa el salvador.

4.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis General

El Nivel de competitividad incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

Hipótesis Nula

El Nivel de competitividad **no** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

TABLA N° 29

CORRELACIÓN ENTRE EL NIVEL DE COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO DE LAS MYPES

		NIVEL DE COMPETITIVIDAD	
Rho de Spearman	DESARROLLO DE LAS MYPES	Coeficiente de correlación	,733**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	40
	NIVEL DE COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	40

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Toma de decisión:

Dado que, el resultado de la prueba de correlación Rho de Spearman es 0.733 (0.40 – 070) podemos afirmar que existe una correlación moderada entre las variables, se comprueba que el Nivel de competitividad incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

Este resultado es corroborado por la prueba bilateral cuyo valor es 0.000 menor a la probabilidad de error de 0.01.

Hipótesis específica 1

El **liderazgo global en costos** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

Hipótesis nula 1

El **liderazgo global en costos no** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

TABLA N° 30

CORRELACIÓN ENTRE EL LIDERAZGO GLOBAL EN COSTOS Y EL DESARROLLO DE LAS MYPES

			Liderazgo global en Costos
Rho de Spearman	DESARROLLO DE LAS MYPES	Coeficiente de correlación	,550**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	40
	Liderazgo global en Costos	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	40

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Toma de decisión:

Dado que, el resultado de la prueba de correlación Rho de Spearman es 0.550 (0.40 – 070) podemos afirmar que existe una correlación moderada entre las variables, se comprueba que el **liderazgo global en costos** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

Este resultado es corroborado por la prueba bilateral cuyo valor es 0.000 menor a la probabilidad de error de 0.01.

Hipótesis específica 2

La **diferenciación de producto** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

Hipótesis nula 2

La **diferenciación de producto no** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

TABLA N° 31
CORRELACIÓN ENTRE LA DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO Y EL
DESARROLLO DE LAS MYPES

			Diferenciación de producto
Rho de Spearman	DESARROLLO DE LAS MYPES	Coeficiente de correlación	,388*
		Sig. (bilateral)	,013
		N	40
	Diferenciación de producto	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	40

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Toma de decisión:

Dado que, el resultado de la prueba de correlación Rho de Spearman es **0.388** (0.20 – 0.40) podemos afirmar que existe una correlación baja entre las variables. Queda comprobado que la **diferenciación de producto** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

Este resultado es corroborado por la prueba bilateral cuyo valor es **0.013** menor a la probabilidad de error de 0.05.

Hipótesis específica 3

La **segmentación de mercado** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

Hipótesis nula 3

La **segmentación de mercado no** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

TABLA N° 32

CORRELACIÓN ENTRE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO Y EL DESARROLLO DE LAS MYPES

			Segmentación de mercado
Rho de Spearman	DESARROLLO DE LAS MYPES	Coeficiente de correlación	,577**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	40
	Segmentación de mercado	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	40

****.** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Toma de decisión:

Dado que, el resultado de la prueba de correlación Rho de Spearman es **0.577** (0.40 – 0.70) podemos afirmar que existe una correlación moderada entre las

variables, es decir la **segmentación de mercado** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

Este resultado es corroborado por la prueba bilateral cuyo valor es **0.000** menor a la probabilidad de error de 0.01.

4.3 Discusión de Resultados

A la luz de los resultados obtenidos podemos afirmar que, con respecto a la hipótesis específica 1 ha quedado demostrado mediante el estudio que el **liderazgo global en costos** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

En lo referente a la hipótesis específica 2 se ha demostrado que la **diferenciación de producto** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador este resultado concuerda con el estudio de Domínguez Zevallos Alexis de Jesús - José Antonio Gutiérrez Rivera (2017) quien determinó que un Modelo de competitividad tiene relación significativamente en el desarrollo económico de las empresas Exportadoras de Orégano seco en la Región de Tacna. Esto se debe a la relación que tiene la gestión de competitividad, las estrategias de competitividad y mejoramiento de la productividad en la empresa. Además, se determinó que las estrategias de competitividad tienen relación significativa en el desarrollo económico de las empresas Exportadoras de Orégano seco en la Región de Tacna. Tomando en cuenta que la estrategia más utilizada por los empresarios, es la Diferenciación por producto.

En cuanto a la hipótesis específica 3 queda comprobado que la **segmentación de mercado** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

Finalmente, se ha demostrado la hipótesis general que el Nivel de competitividad incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador, resultado que concuerda con el estudio de Ríos Liñan, Ivi Samanta (2017) de la Universidad Privada del Norte quien como resultado de las encuestas aplicadas a los artesanos del centro poblado de Porcón Alto, concluye que la mejora de

factores relacionados con la competitividad, en este caso el factor empresarial, nacional e internacional, ayuda al crecimiento del sector textil artesanal, por ende, tener una demanda continua desde el centro poblado de Porcón Alto ayuda para posicionarse en un mercado internacional con un producto de calidad.

Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

1. Ha quedado demostrado mediante el estudio que el **liderazgo global en costos** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.
2. Se ha demostrado que la **diferenciación de producto** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.
3. Queda comprobado que la **segmentación de mercado** incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.
4. Finalmente, el estudio ha comprobado que el Nivel de competitividad incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

5.2 Recomendaciones

1. Se sugiere que el gobierno local realice una actualización y reempadronamiento de los pequeños y micro empresarios del parque industrial.
2. Formar una alianza estratégica entre los gremios del parque industrial y Ministerio de la Producción para capacitarlos en las diferentes técnicas y herramientas tecnológicas para el marketing digital, ventas electrónicas y otros que generen innovación tecnológica.
3. Es importante la participación del Gobierno Nacional a través del Ministerio de la Producción, los gremios del parque industrial en lo referente a la transferencia de tecnológica para la modernización del parque industrial y que de esta manera sea más competitiva a nivel nacional.
4. Finalmente, se sugiere capacitar a los directivos de los gremios del parque industrial para la sensibilización de cambio competitivo, tecnológico e innovador de sus agremiados.

BIBLIOGRAFÍA

1. Abdel, G. y Romo, D. (2004). ***Sobre el concepto de competitividad. Serie de documentos de trabajo en estudios de competitividad.*** México: ITAM.
2. Barquero, I. (2003). ***El estado y la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa.*** Colección *Cuadernos de Desarrollo Humano Sostenible, 21.* Tegucigalpa, Honduras: PNUD.
3. Bernilla Magaly (2018). ***Micro y pequeña empresa oportunidad y crecimiento.*** Edigraber editora gráfica. Lima – Perú.
4. B. Martínez Estela, M. Álvarez Adolfo, H. García Luis A., Del valle Ma. Del Carmen, (1999). ***Dinámica Del Sistema Lechero Mexicano en el Marco Regional y Global.*** (México por plaza y Valdez editores).
5. Carlo J. Gelmetti. (2006). ***Pymes globales. Estrategias y prácticas para la internacionalización de empresas PYME.*** Ebook. Primera edición. Buenos Aires: UGERMAN Editor.
6. Castillo, J.: (1993) ***La implementación de sistemas de producción Modular.*** La Bobina Notivest. No. 55. p. 44.
7. Centty Villafuerte, Deymor B. (2002). ***Informe pyme ¿Región de arequipa 2002.*** Nuevo Mundo Investigadores & Consultores Fundación para el desarrollo empresarial y humano. www.eumed.net
8. De la Cruz, I., Morales, J. y Carrasco, G. (2006). ***Construcción de un instrumento de evaluación de capacidades en la empresa: Una propuesta metodológica.*** En las memorias del X Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas, A.C. (acacia). San Luis Potosí (México).

9. Domínguez Machuca, J. A. y otros (1998) **Dirección de operaciones: Aspectos tácticos y operativos en la producción y los servicios.** McGraw-Hill. Madrid – España.
10. Dussel, E. (2001). ***Un análisis de la competitividad de las exportaciones de prendas de vestir de Centroamérica utilizando los programas y la metodología can y magic.*** México: Naciones Unidas-Cepal.
11. Gabiña, J. (1996) **El futuro revisitado. La competitividad Estratégica.** Revista Apparel Industry International, Vol.1,p. 179.
12. Krugman, P. (1994). **Competitiveness: A Dangerous Obsession.** *Foreign Affairs*
13. Martínez, J. y Álvarez, C. (2006). **Mapa de Competitividad para el diagnóstico de PYMES.** En las memorias XI Foro de Investigación. Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. México, D.F., octubre.
14. Miranda G. (2005) **Informalidad laboral y la acción estatal en el Perú:** OEA Segunda Reunión de Grupo de Trabajo de la XIII Conferencia Interamericana de Ministros de Trabajo. Buenos Aires - Argentina.
15. Padilla, R. (2006). **Instrumento de medición de la competitividad.** México: Cepal.
16. Porter, M. (1990). **La ventaja Competitiva de las Naciones.** México: Vergara
17. Porter Michael (2019). **Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior.** Grupo editorial Patria. México.
18. Rubinfeld, H. (1990) **Aplicación de líneas modulares.** Revista La Bobina Notivest, No. 46. pp. 51-52.

19. Russell, R. y B. Taylor (1998) **Operations Management. Focusing on Quality and Competitiveness.** Second Edition. Prentice Hall. New Jersey.
20. Sanjines Montan, Freddy (2002). **Ventajas comparativas y competitivas del comercio.** (Bolivia, entrelineas). www.eumed.net
21. Silva Vallejo José A. (2018). **Diccionario jurídico ABC.** Ediciones legales. Primera edición. Lima – Perú
22. Solleiro, J. y Castañón, R. (2005). **Competitiveness and innovation systems: the challenges for Mexico's insertion in the global context.** *Technovation*, 45 (2005), 1059-1070.
23. Umble, M. y M. L. Srikanth (1995) **Manufactura sincrónica. Principios para lograr una excelencia de categoría mundial.** Ed. CECSA, México.

ANEXOS

MATRIZ DE COHERENCIA INTERNA
NIVEL DE COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN VILLA EL SALVADOR

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	DEFINICIÓN OPERACIONAL	METODOLOGÍA	POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO	INSTRUMENTO
<p>Problema general</p> <p>¿En qué medida se relaciona el Nivel de competitividad con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>1. ¿En qué medida se relaciona el liderazgo global en costos con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador?</p> <p>2. ¿En qué medida se relaciona la diferenciación de producto con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador?</p> <p>3. ¿En qué medida se relaciona la segmentación de mercado con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador?</p>	<p>Objetivo General: Determinar la relación del nivel de competitividad con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>1. Determinar la relación del liderazgo global en costos con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.</p> <p>2. Identificar la relación de la diferenciación de producto con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.</p> <p>3. Precisar la relación de la segmentación de mercado con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>El Nivel de competitividad incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>1. El liderazgo global en costos incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.</p> <p>2. La diferenciación de producto incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.</p> <p>3. La segmentación de mercado incrementa el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.</p>	<p>Variable independiente</p> <p>Nivel de competitividad</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo global en costos • Diferenciación de producto • segmentación de mercado <p>Variable dependiente</p> <p>Desarrollo de las micro y pequeñas empresas</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovación de productos • Procesos • Gestión 	<p>Nivel</p> <p>Aplicado</p> <p>Tipo</p> <p>Descriptivo</p> <p>Método y diseño</p> <p>correlacional</p>	<p>Población</p> <p>48 MYPES de Villa El Salvador</p> <p>Muestra</p> <p>40 MYPES de Villa El Salvador</p> <p>Muestreo</p> <p>probabilístico aleatorio simple</p>	<p>Encuesta dirigida a empresarios y trabajadores de las MYPES</p>

ENCUESTA

Objetivo: Determinar la relación del nivel de competitividad con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador.

PREGUNTAS	MA	A	I	D	TD
1. Considera que las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador conocen lo que es un liderazgo global en costos.					
2. Considera que las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador aplican un liderazgo global en costos.					
3. Considera que las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador conocen lo que es una diferenciación de producto.					
4. Considera que las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador aplican una diferenciación de producto en sus negocios.					
5. Considera que las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador tiene una infraestructura física adecuada.					
6. Considera que las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador aplican diversas formas de fabricación.					
7. Considera que se optimizan los recursos utilizados como las materias primas.					
8. Considera que se optimiza la compra de materias primas para evitar excesos de gastos de almacenamiento.					

9. Considera que las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador conocen lo que es una segmentación de mercado.					
10. Considera que las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador aplican una segmentación de mercado en sus negocios.					
11. Considera que se desarrollan distintos diseños de productos de acuerdo a la necesidad de los clientes.					
12. Considera que las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador conocen lo que es innovación de productos.					
13. Considera que se invierte en innovación de productos, procesos o en gestión.					
14. Considera que se invierte en el desarrollo de nuevas tecnologías para mejorar los procesos actuales de producción.					
15. Considera que las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador desarrollan innovación de productos en sus negocios.					
16. Considera que las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador conocen lo que es innovación de procesos.					
17. Considera que las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador desarrollan innovación de procesos en sus negocios.					
18. Considera que las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador conocen lo que es innovación de la gestión.					

19. Considera que las micro y pequeñas empresas en Villa El Salvador desarrollan innovación de la gestión en sus negocios.					
20. Considera que el tener una adecuada gestión empresarial mejora la toma de decisiones de los microempresarios en Villa El salvador.					

4 A DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR: POBLACIÓN TOTAL POR GRUPOS QUINQUENALES DE EDAD, DICIEMBRE 2006

	0 a 4	5 a 9	10 a 14	15 a 19	20 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 39	40 a 44	45 a 49	50 a 54	55 a 59	60 a más	Total relativo	Total absoluto	Casos
Población total			10,4	10,7	11,2	9,4	8,9	6,8	5,4	3,7	4,5	3,6	6,2	100,0	398 585	2 400
Hombre	9,4	9,7 9,2	9,9 10,9	11,4	12,1	9,8	8,4	6,6	5,6	3,3	4,4	2,8	6,5	100,0	198 484	1 199
Mujer	10,0 8,9	10,2		10,1	10,2	9,0	9,5	7,1	5,1	4,2	4,5	4,4	5,9	100,0	200 102	1 201
Nivel educativo (1)			24,6													
Primaria	- -	27,9	7,6	1,5	2,5	2,2	3,8	3,2	3,8	3,1	5,1	7,0	15,3	100,0	109 653	659
Secundaria		- -	-	19,8	16,4	13,4	11,7	9,1	6,6	4,4	5,2	2,5	3,3	100,0	189 791 36	1 143
Superior no universitaria	-	-	-	6,6	20,7	20,6	18,8	11,6	9,7	5,1	2,7	3,6	0,9	100,0	389	220
Superior universitaria			-	7,1	18,1	13,8	13,8	13,1	7,1	7,6	7,8	3,8	7,8	100,0	17 022	102

Nota: Cifras preliminares.

1 / Para el nivel educativo se considera solo la población de 6 a más años de edad.

Fuente: Convenio MTPE - PROPOLI - CS. OSEL Lima Sur. Encuesta de Hogares Especializada en Niveles de Empleo. Diciembre 2006.

Elaboración: MTPE - Observatorio Socio Económico Laboral Lima Sur.

4 B DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR: POBLACIÓN EN EDAD DE TRABAJAR POR ESTRUCTURA DEMOGRÁFICA, DICIEMBRE 2006

	Sexo			Grupos de edad				Total absoluto	Casos
	Hombre	Mujer	Total	14 a 24	25 a 44	45 a más	Total		
Población en edad de trabajar (PET)	49,7	50,3	100,0	31,2	44,6	24,2	100,0	273 803	1 711
PEA ocupada	59,3	40,7	100,0	23,3	53,9	22,8	100,0	176 171	1 095
PEA desocupada	48,4	51,6	100,0	43,1	34,8	22,1	100,0	14 313	91
Inactivos	29,7	70,3	100,0	46,1	26,5	27,4	100,0	83 320	525
Tasas									
Tasa de actividad (PEA / PET)	81,8	57,4	69,6	55,1	81,9	65,5	69,6	273 803	1 711
Ratio empleo/población (PEA ocupada/PET)	76,7	52,1	64,3	47,9	77,8	60,7	64,3	273 803	1 711
Tasa de desempleo (PEA desocupada/PEA)	6,2	9,3	7,5	13,1	5,0	7,3	7,5	190 484	1 186
Razones de inactividad									
Estudiante	45,7	54,3	100,0	96,0	4,0	-	100,0	24 616	164
Quehaceres del hogar	8,1	91,9	100,0	25,1	41,8	33,1	100,0	43 069	265
Otro 1/	63,8	36,2	100,0	25,3	19,7	55,0	100,0	15 636	96

Nota: Cifras preliminares.

1 / Incluye a las personas que están esperando el inicio de un trabajo, los jubilados o rentistas y a los enfermos o incapacitados.
Fuente: Convenio MTPE - PROPOLI - CS. OSEL Lima Sur. Encuesta de Hogares Especializada en Niveles de Empleo. Diciembre 2006.
Elaboración: MTPE - Observatorio Socio Económico Laboral Lima Sur.

**4.1 DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR: PEA Y PEA OCUPADA
POR ESTRUCTURA DEMOGRAFICA SEGÚN DIVERSAS
VARIABLES, DICIEMBRE 2006**

	Sexo		Grupos de edad			Total relativo	Total absoluto	Casos
	Hombre	Mujer	14 a 24	25 a 44	45 a más			
PEA total	58,5	41,5	24,8	52,5	22,8	100,0	190 483	1 186
Nivel educativo								
Primaria	46,7	53,3	9,4	30,4	60,2	100,0	28 641	176
Secundaria	63,2	36,8	29,4	54,2	16,3	100,0	122 189	762
Superior no universitaria	47,8	52,2	24,1	66,8	9,1	100,0	27 393	171
Superior universitaria	62,8	37,2	15,5	54,6	30,0	100,0	12 261	77
Nivel de empleo								
Desempleo	48,4	51,6	43,1	34,8	22,1	100,0	14 313	91
Subempleo	51,2	48,8	28,2	51,8	20,0	100,0	94 805	593
Subempleo por horas	34,1	65,9	24,8	55,3	19,8	100,0	13 811	87
Subempleo por ingresos	54,1	45,9	28,7	51,2	20,0	100,0	80 994	506
Empleo adecuado	68,8	31,2	17,6	56,3	26,1	100,0	81 366	502
PEA ocupada	59,3	40,7	23,3	53,9	22,8	100,0	176 171	1 095
Horas semanales de trabajo								
Menos de 35	32,1	67,9	28,2	48,5	23,4	100,0	24 883	157
35 a 47	53,6	46,4	24,5	50,6	25,0	100,0	28 194	178
48	71,0	29,0	25,8	56,5	17,7	100,0	24 197	151
49 a 59	64,9	35,1	23,3	56,0	20,7	100,0	21 772	135
60 a más	64,9	35,1	20,4	55,5	24,0	100,0	77 125	474
Estructura de mercado								
Sector público	55,9	44,1	5,6	66,2	28,1	100,0	10 510	63
Sector privado (Incluye empleadores)	69,5	30,5	31,1	53,9	15,0	100,0	88 843	555
Microempresa (2 a 9 trab.)	71,3	28,7	33,6	50,7	15,7	100,0	42 466	269
Pequeña empresa (10 a 49 trab.)	61,0	39,0	30,3	57,8	11,9	100,0	24 002	149
Mediana y grande (50 y más trab.)	75,2	24,8	27,3	55,8	16,9	100,0	22 374	137
Trabajador independiente	56,7	43,3	10,4	56,8	32,8	100,0	57 894	357
Otro 1/	21,3	78,7	35,6	38,3	26,1	100,0	18 924	120
Categoría ocupacional								
Empleador	90,0	10,0	5,4	64,0	30,6	100,0	10 126	60
Empleado privado	54,1	45,9	30,6	57,0	12,5	100,0	28 603	178
Obrero privado	74,2	25,8	36,6	50,1	13,2	100,0	50 114	317
Trabajador del sector público	55,9	44,1	5,6	66,2	28,1	100,0	10 510	63
Trabajador independiente	56,7	43,3	10,4	56,8	32,8	100,0	57 894	357
Otro 1/	21,3	78,7	35,6	38,3	26,1	100,0	18 924	120
Rama de actividad económica								
Extractivas 2/	63,7	36,3	14,5	69,6	15,9	100,0	1 979	11
Industria manufacturera	66,2	33,8	26,9	51,5	21,6	100,0	32 592	205
Construcción	98,8	1,2	17,8	51,6	30,6	100,0	13 364	82
Comercio	42,9	57,1	23,8	50,2	26,0	100,0	46 801	294
Servicios 3/	59,4	40,6	22,6	57,0	20,4	100,0	81 434	503
Promedio de ingresos de la PEA ocupada								
	<i>(En nuevos soles de diciembre de 2006)</i>							
Media 4/	876,7	562,5	553,4	802,3	829,8	752,6	168 230	1 045
Mediana 4/	700,2	498,7	519,6	649,5	648,9	600,2	168 230	1 045

Nota: Cifras preliminares.

1/ Incluye al trabajador familiar no remunerado, trabajador del hogar y practicantes.

2 / Incluye a los sectores agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y minería.

3 / Incluye a los sectores servicios y hogares.

4 / Excluye a los trabajadores familiares no remunerados.

Fuente: Convenio MTPE - PROPOLI - CS. OSEL Lima Sur. Encuesta de Hogares Especializada en Niveles de Empleo. Diciembre 2006. Elaboración: MTPE - Observatorio Socio Económico Laboral Lima Sur.

4.2 DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR: PEA Y PEA OCUPADA POR NIVEL EDUCATIVO SEGÚN DIVERSAS VARIABLES, DICIEMBRE 2006

	Primaria	Secundaria	Superior no universitaria	Superior universitaria	Total relativo	Total absoluto	Casos	
PEA total	15,0		64,1	14,4	6,4	100,0	190 483	1 186
Estructura demográfica								
Hombre	12,0		69,3	11,8	6,9	100,0	111 402	692
Mujer	19,3		56,8	18,1	5,8	100,0	79 082	494
14 a 24	5,7		76,3	14,0	4,0	100,0	47 157	321
25 a 44	8,7		66,3	18,3	6,7	100,0	99 965	595
45 a más	39,7		46,0	5,7	8,5	100,0	43 362	270
Nivel de empleo								
Desempleo	17,4		58,2	16,7	7,7	100,0	14 313	91
Subempleo	17,6		69,5	10,0	2,8	100,0	94 805	593
Subempleo por horas	19,4		59,2	13,7	7,6	100,0	13 811	87
Subempleo por ingresos	17,3		71,3	9,4	2,0	100,0	80 994	506
Empleo adecuado	11,6		58,9	19,1	10,4	100,0	81 366	502
PEA ocupada	14,8		64,6	14,2	6,3	100,0	176 171	1 095
Horas semanales de trabajo								
Menos de 35	17,4		55,5	20,2	6,9	100,0	24 883	157
35 a 47	18,0		53,4	18,1	10,4	100,0	28 194	178
48	6,2		72,4	14,3	7,1	100,0	24 197	151
49 a 59	19,4		63,5	11,1	6,0	100,0	21 772	135
60 a más	14,3		69,6	11,6	4,5	100,0	77 125	474
Estructura de mercado								
Sector público	-		30,8	41,7	27,5	100,0	10 510	63
Sector privado (Incluye empleadores)	8,5		71,3	13,8	6,4	100,0	88 843	555
Microempresa (2 a 9 trab.)	10,1		76,2	11,1	2,6	100,0	42 466	269
Pequeña empresa (10 a 49 trab.)	8,1		66,2	17,8	7,9	100,0	24 002	149
Mediana y grande (50 y más trab.)	6,0		67,4	14,6	12,0	100,0	22 374	137
Trabajador independiente	22,9		62,5	11,0	3,6	100,0	57 894	357
Otro 1/	28,1		58,8	10,6	2,5	100,0	18 924	120
Categoría ocupacional								
Empleador	11,4		72,4	11,6	4,7	100,0	10 126	60
Empleado privado	2,9		54,6	27,4	15,1	100,0	28 603	178
Obrero privado	11,2		80,6	6,5	1,8	100,0	50 114	317
Trabajador del sector público	-		30,8	41,7	27,5	100,0	10 510	63

Trabajador independiente	22,9	62,5	11,0	3,6	100,0	57 894	357
Otro 1/	28,1	58,8	10,6	2,5	100,0	18 924	120
Rama de actividad económica							
Extractivas 2/	24,1	51,3	-	24,6	100,0	1 979	11
Industria manufacturera	11,9	76,4	5,9	5,8	100,0	32 592	205
Construcción	14,4	72,6	11,8	1,2	100,0	13 364	82
Comercio	23,3	61,0	12,1	3,7	100,0	46 801	294
Servicios 3/	11,0	61,0	19,5	8,5	100,0	81 434	503
Promedio de ingresos de la PEA ocupada	<i>(En nuevos soles de diciembre de 2006)</i>						
Media 4/	643,4	702,6	849,8	1 265,9	752,6	168 230	1 045
Mediana 4/	500,1	600,2	736,8	1 006,4	600,2	168 230	1 045

Nota: Cifras preliminares.

1/ Incluye al trabajador familiar no remunerado, trabajador del hogar y practicantes.

2 / Incluye a los sectores agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y minería.

3 / Incluye a los sectores servicios y hogares.

4 / Excluye a los trabajadores familiares no remunerados.

Fuente: Convenio MTPE - PROPOLI - CS. OSEL Lima Sur. Encuesta de Hogares Especializada en Niveles de Empleo. Diciembre 2006. Elaboración: MTPE - Observatorio Socio Económico Laboral Lima Sur.

4.3 DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR: PEA Y PEA OCUPADA POR HORAS SEMANALES DE TRABAJO

SEGÚN DIVERSAS VARIABLES, DICIEMBRE 2006

	Menos de 35	35 a 47	48	49 a 59	60 a más	Total relativo	Total absoluto	Casos
PEA ocupada	<u>14,1</u>	<u>16,0</u>	<u>13,7</u>	<u>12,4</u>	<u>43,8</u>	<u>100,0</u>	<u>176 171</u>	<u>1 095</u>
Estructura demográfica								
Hombre	7,7	14,5	16,4	13,5	47,9	100,0	104 480	648
Mujer	23,6	18,2	9,8	10,6	37,8	100,0	71 691	447
14 a 24	17,1	16,8	15,3	12,4	38,5	100,0	40 990	280
25 a 44	12,7	15,0	14,4	12,8	45,1	100,0	94 982	565
45 a más Nivel educativo	14,5	17,5	10,6	11,2	46,1	100,0	40 199	250
Primaria	16,6	19,4	5,8	16,1	42,1	100,0	26 157	160
Secundaria	12,1	13,2	15,4	12,1	47,1	100,0	113 860	709
Superior no universitaria	20,1	20,4	13,8	9,6	35,9	100,0	24 997	156
Superior universitaria	15,3	26,3	15,4	11,8	31,1	100,0	11 157	70
Nivel de empleo								
Subempleo	14,6	18,8	11,1	13,3	42,3	100,0	94 805	593
Subempleo por horas	100,0	-	-	-	-	100,0	13 811	87
Subempleo por ingresos	-	22,0	13,0	15,6	49,5	100,0	80 994	506

Empleo adecuado	13,6	12,7	16,8	11,3	45,5	100,0	81 366	502
Estructura de mercado								
Sector público	20,2	30,2	10,0	13,0	26,5	100,0	10 510	63
Sector privado (Incluye empleadores)	7,7	15,0	20,5	13,1	43,7	100,0	88 843	555
Microempresa (2 a 9 trab.)	8,7	15,2	15,5	14,9	45,7	100,0	42 466	269
Pequeña empresa (10 a 49 trab.)	7,1	18,5	22,5	14,1	37,8	100,0	24 002	149
Mediana y grande (50 y más trab.)	6,6	10,7	27,6	8,8	46,2	100,0	22 374	137
Trabajador independiente	18,8	13,3	5,9	12,9	49,1	100,0	57 894	357
Otro 1/	26,6	21,2	8,1	6,7	37,4	100,0	18 924	120
Categoría ocupacional								
Empleador	1,6	10,6	14,4	12,4	61,0	100,0	10 126	60
Empleado privado	9,6	17,0	21,4	9,1	42,9	100,0	28 603	178
Obrero privado	7,9	14,7	21,1	15,6	40,7	100,0	50 114	317
Trabajador del sector público	20,2	30,2	10,0	13,0	26,5	100,0	10 510	63
Trabajador independiente	18,8	13,3	5,9	12,9	49,1	100,0	57 894	357
Otro 1/	26,6	21,2	8,1	6,7	37,4	100,0	18 924	120
Rama de actividad económica								
Extractivas 2/	-	8,2	6,9	32,2	52,8	100,0	1 979	11
Industria manufacturera	6,6	19,6	14,9	15,7	43,3	100,0	32 592	205
Construcción	10,2	17,6	34,2	15,6	22,5	100,0	13 364	82
Comercio	16,2	15,3	9,5	13,3	45,7	100,0	46 801	294
Servicios 3/	16,9	14,9	12,5	9,5	46,2	100,0	81 434	503
Promedio de ingresos de la PEA ocupada								
	<i>(En nuevos soles de diciembre de 2006)</i>							
Media 4/	368,7	703,7	808,0	829,2	846,2	752,6	168 230	1 045
Mediana 4/	274,5	598,5	718,2	649,5	649,7	600,2	168 230	1 045

Nota: Cifras preliminares.

1/ Incluye al trabajador familiar no remunerado, trabajador del hogar y practicantes.

2 / Incluye a los sectores agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y minería.

3 / Incluye a los sectores servicios y hogares.

4 / Excluye a los trabajadores familiares no remunerados.

Fuente: Convenio MTPE - PROPOLI - CS. OSEL Lima Sur. Encuesta de Hogares Especializada en Niveles de Empleo. Diciembre 2006. Elaboración: MTPE - Observatorio Socio Económico Laboral Lima Sur.

4.4 DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR: PEA Y PEA OCUPADA POR NIVEL DE EMPLEO SEGÚN DIVERSAS VARIABLES, DICIEMBRE 2006

	Desempleo	Subempleo			Empleo adecuado	Total relativo	Total absoluto	Casos	
		Total	Por horas	Por ingresos					
<u>PEA total</u>		7,5	49,8	7,3	42,5	42,7	100,0	190 483	1 186
Estructura demográfica									
Hombre		6,2	43,5	4,2	39,3	50,2	100,0	111 402	692
Mujer		9,3	58,5	11,5	47,0	32,1	100,0	79 082	494

14 a 24	13,1	56,6	7,3	49,4	30,3	100,0	47 157	321	
25 a 44	5,0	49,2	7,6	41,5	45,9	100,0	99 965	595	
45 a más Nivel educativo	7,3	43,7	6,3	37,4	49,0	100,0	43 362	270	
Primaria	8,7	58,4	9,4	49,1	32,9	100,0	28 641	176	
Secundaria	6,8	53,9	6,7	47,3	39,2	100,0	122 189	762	
Superior no universitaria	8,7	34,7	6,9	27,7	56,6	100,0	27 393	171	
Superior universitaria	9,0	21,7	8,6	13,1	69,3	100,0	12 261	77	
PEA ocupada	-	53,8	7,8	46,0	46,2	100,0	176 171	1 095	
Horas semanales de trabajo									
Menos de 35	-	55,5	55,5	-	44,5	100,0	24 883	157	
35 a 47	-	63,2	-	63,2	36,8	100,0	28 194	178	
48	-	43,4	-	43,4	56,6	100,0	24 197	151	
49 a 59	-	57,9	-	57,9	42,1	100,0	21 772	135	
60 a más	-	51,9	-	51,9	48,1	100,0	77 125	474	
Estructura de mercado									
Sector público	-	21,4	10,6	10,7	78,6	100,0	10 510	63	
Sector privado (Incluye empleadores)	-	47,7	3,9	43,8	52,3	100,0	88 843	555	
Microempresa (2 a 9 trab.)	-	58,3	5,0	53,4	41,7	100,0	42 466	269	
Pequeña empresa (10 a 49 trab.)	-	51,4	3,5	47,8	48,6	100,0	24 002	149	
Mediana y grande (50 y más trab.)	-	23,4	2,1	21,3	76,6	100,0	22 374	137	
Trabajador independiente	-	60,9	11,8	49,1	39,1	100,0	57 894	357	
Otro 1/	-	79,0	12,9	66,1	21,0	100,0	18 924	120	
Categoría ocupacional									
Empleador	-	20,7	1,6	19,1	79,3	100,0	10 126	60	
Empleado privado	-	36,7	3,4	33,2	63,3	100,0	28 603	178	
Obrero privado	-	59,4	4,6	54,8	40,6	100,0	50 114	317	
Trabajador del sector público	-	21,4	10,6	10,7	78,6	100,0	10 510	63	
Trabajador independiente	-	60,9	11,8	49,1	39,1	100,0	57 894	357	
Otro 1/	-	79,0	12,9	66,1	21,0	100,0	18 924	120	
Rama de actividad económica									
Extractivas 2/	-	43,7	-	43,7	56,3	100,0	1 979	11	
Industria manufacturera	-	57,2	5,2	52,1	42,8	100,0	32 592	205	
Construcción	-	40,7	3,4	37,3	59,3	100,0	13 364	82	
Comercio	-	65,8	8,8	57,0	34,2	100,0	46 801	294	
Servicios 3/	-	47,9	9,3	38,7	52,1	100,0	81 434	503	
Promedio de ingresos de la PEA ocupada									
		(En nuevos soles de diciembre de 2006)							
Media 4/	-	432,6	307,2	453,8	1 103,1	752,6	168 230	1 045	
Mediana 4/	-	450,1	199,5	490,2	937,6	600,2	168 230	1 045	

Nota: Cifras preliminares.

1/ Incluye al trabajador familiar no remunerado, trabajador del hogar y practicantes.

2 / Incluye a los sectores agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y minería.

3 / Incluye a los sectores servicios y hogares.

4 / Excluye a los trabajadores familiares no remunerados.

Fuente: Convenio MTPE - PROPOLI - CS. OSEL Lima Sur. Encuesta de Hogares Especializada en Niveles de Empleo. Diciembre 2006. Elaboración: MTPE - Observatorio Socio Económico Laboral Lima Sur.

4.5 DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR: PEA Y PEA OCUPADA POR ESTRUCTURA DE MERCADO SEGÚN DIVERSAS VARIABLES, DICIEMBRE 2006

	Sector público	Sector privado (incluye empleadores) 1/				Independiente	Otro 2/	Total relativo	Total absoluto	Casos	
		Total	Micro-empresa	Pequeña empresa	Mediana y grande						
PEA ocupada	6,0	50,4	24,1	13,6	12,7	32,9	10,7	100,0	176 171	1 095	
PEA ocupada											
Estructura demográfica											
Hombre	5,6	59,1	29,0	14,0	16,1	31,4	3,9	100,0	104 480	648	
Mujer	6,5	37,8	17,0	13,0	7,7	35,0	20,8	100,0	71 691	447	
14 a 24	1,4	67,5	34,8	17,7	14,9	14,7	16,4	100,0	40 990	280	
25 a 44	7,3	50,4	22,7	14,6	13,1	34,6	7,6	100,0	94 982	565	
45 a más Nivel educativo	7,4	33,1	16,6	7,1	9,4	47,3	12,3	100,0	40 199	250	
Primaria	-	29,0	16,5	7,4	5,1	50,7	20,3	100,0	26 157	160	
Secundaria	2,8	55,6	28,4	14,0	13,2	31,8	9,8	100,0	113 860	709	
Superior no universitaria	17,5	49,1	18,9	17,1	13,1	25,4	8,0	100,0	24 997	156	
Superior universitaria	25,9	50,9	9,8	17,0	24,1	18,8	4,3	100,0	11 157	70	
Nivel de empleo											
Subempleo	2,4	44,7	26,1	13,0	5,5	37,2	15,8	100,0	94 805	593	
Subempleo por horas	8,1	24,8	15,3	6,2	3,4	49,4	17,7	100,0	13 811	87	
Subempleo por ingresos	1,4	48,0	28,0	14,2	5,9	35,1	15,4	100,0	80 994	506	
Empleo adecuado	10,2	57,1	21,7	14,3	21,1	27,8	4,9	100,0	81 366	502	
Horas semanales de trabajo											
Menos de 35	8,5	27,6	14,9	6,8	5,9	43,7	20,2	100,0	24 883	157	
35 a 47	11,3	47,2	23,0	15,7	8,5	27,3	14,2	100,0	28 194	178	
48	4,3	75,1	27,2	22,4	25,6	14,2	6,3	100,0	24 197	151	
49 a 59	6,3	53,6	29,0	15,5	9,0	34,3	5,8	100,0	21 772	135	
60 a más	3,6	50,3	25,2	11,8	13,4	36,9	9,2	100,0	77 125	474	
Categoría ocupacional											
Empleador	-	100,0	95,3	4,7	-	-	-	100,0	10 126	60	
Empleado privado	-	100,0	27,2	28,3	44,5	-	-	100,0	28 603	178	
Obrero privado	-	100,0	50,0	30,8	19,2	-	-	100,0	50 114	317	
Trabajador del sector público	100,0	-	-	-	-	-	-	100,0	10 510	63	
Trabajador independiente	-	-	-	-	-	100,0	-	100,0	57 894	357	
Otro 2/	-	-	-	-	-	-	100,0	100,0	18 924	120	
Rama de actividad económica											
Extractivas 3/	-	100,0	24,1	30,9	45,0	-	-	100,0	1 979	11	
Industria manufacturera	-	-	79,3	34,4	29,3	15,6	13,2	7,5	100,0	32 592	205
Construcción	-	-	65,6	44,9	10,9	9,8	34,4	-	100,0	13 364	82
Comercio	-	-	34,7	17,7	9,3	7,7	56,5	8,8	100,0	46 801	294
Servicios 4/	12,9	-	44,2	20,3	9,9	14,1	27,7	15,2	100,0	81 434	503
<i>(En nuevos soles de diciembre de 2006)</i>											
Promedio de ingresos de la PEA ocupada											

Media 5/	1 075,1	845,9	746,4	727,0	1 162,4	609,7	441,8	752,6	168 230	1 045
Mediana 5/	1 048,6	650,2	600,2	649,5	945,9	538,6	449,1	600,2	168 230	1 045

Nota: Cifras preliminares.

1 / Microempresa (2 a 9 trabajadores), pequeña empresa (10 a 49 trabajadores) y mediana y grande (50 a más trabajadores).

2/ Incluye al trabajador familiar no remunerado, trabajador del hogar y practicantes.

3 / Incluye a los sectores agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y minería.

4 / Incluye a los sectores servicios y hogares.

5 / Excluye a los trabajadores familiares no remunerados.

Fuente: Convenio MTPE - PROPOLI - CS. OSEL Lima Sur. Encuesta de Hogares Especializada en Niveles de Empleo. Diciembre 2006. Elaboración: MTPE - Observatorio Socio Económico Laboral Lima Sur.

4.6 DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR: PEA Y PEA OCUPADA POR CATEGORÍA OCUPACIONAL SEGÚN DIVERSAS VARIABLES, DICIEMBRE 2006

	Empleador	Empleado Privado	Obrero Privado	Trabajador del sector público	Independiente	Otro 1/	Total relativo	Total absoluto	Casos	
		5,7	16,2	28,4	6,0	32,9	10,7	100,0	176 171	1 095
PEA ocupada										
Estructura demográfica										
Hombre		8,7	14,8	35,6	5,6	31,4	3,9	100,0	104 480	648
Mujer		1,4	18,3	18,1	6,5	35,0	20,8	100,0	71 691	447
14 a 24		1,3	21,3	44,8	1,4	14,7	16,4	100,0	40 990	280
25 a 44		6,8	17,2	26,4	7,3	34,6	7,6	100,0	94 982	565
45 a más Nivel educativo		7,7	8,9	16,5	7,4	47,3	12,3	100,0	40 199	250
Primaria		4,4	3,2	21,4	-	50,7	20,3	100,0	26 157	160
Secundaria		6,4	13,7	35,5	2,8	31,8	9,8	100,0	113 860	709
Superior no universitaria		4,7	31,4	13,0	17,5	25,4	8,0	100,0	24 997	156
Superior universitaria		4,2	38,7	7,9	25,9	18,8	4,3	100,0	11 157	70
Nivel de empleo										
Subempleo		2,2	11,1	31,4	2,4	37,2	15,8	100,0	94 805	593
Subempleo por horas		1,2	7,1	16,6	8,1	49,4	17,7	100,0	13 811	87
Subempleo por ingresos		2,4	11,7	33,9	1,4	35,1	15,4	100,0	80 994	506
Empleo adecuado		9,9	22,3	25,0	10,2	27,8	4,9	100,0	81 366	502
Horas semanales de trabajo										
Menos de 35		0,7	11,1	15,9	8,5	43,7	20,2	100,0	24 883	157
35 a 47		3,8	17,2	26,2	11,3	27,3	14,2	100,0	28 194	178
48		6,0	25,3	43,7	4,3	14,2	6,3	100,0	24 197	151
49 a 59		5,8	12,0	35,8	6,3	34,3	5,8	100,0	21 772	135

60 a más	8,0	15,9	26,4	3,6	36,9	9,2	100,0	77 125	474
Estructura de mercado									
Sector público	-	-	-	100,0	-	-	100,0	10 510	63
Sector privado (Incluye empleadores)	11,4	32,2	56,4	-	-	-	100,0	88 843	555
Microempresa (2 a 9 trab.)	22,7	18,3	59,0	-	-	-	100,0	42 466	269
Pequeña empresa (10 a 49 trab.)	2,0	33,7	64,3	-	-	-	100,0	24 002	149
Mediana y grande (50 y más trab.)	-	56,9	43,1	-	-	-	100,0	22 374	137
Trabajador independiente	-	-	-	-	100,0	-	100,0	57 894	357
Otro 1/	-	-	-	-	-	100,0	100,0	18 924	120
Rama de actividad económica									
Extractivas 2/	24,1	24,6	51,3	-	-	-	100,0	1 979	11
Industria manufacturera	6,3	12,3	60,7	-	13,2	7,5	100,0	32 592	205
Construcción	14,4	6,1	45,1	-	34,4	-	100,0	13 364	82
Comercio	3,5	17,5	13,7	-	56,5	8,8	100,0	46 801	294
Servicios 3/	4,9	18,6	20,7	12,9	27,7	15,2	100,0	81 434	503
<i>(En nuevos soles de diciembre de 2006)</i>									
Promedio de ingresos de la PEA ocupada									
Media 4/	1 332,3	999,2	660,2	1 075,1	609,7	441,8	752,6	168 230	1 045
Mediana 4/	1 000,3	766,8	609,8	1 048,6	538,6	449,1	600,2	168 230	1 045

Nota: Cifras preliminares.

1/ Incluye al trabajador familiar no remunerado, trabajador del hogar y practicantes.

2 / Incluye a los sectores agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y minería.

3 / Incluye a los sectores servicios y hogares.

4 / Excluye a los trabajadores familiares no remunerados.

Fuente: Convenio MTPE - PROPOLI - CS. OSEL Lima Sur. Encuesta de Hogares Especializada en Niveles de Empleo. Diciembre 2006. Elaboración: MTPE - Observatorio Socio Económico Laboral Lima Sur.

4.7 DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR: PEA Y PEA OCUPADA POR RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA

SEGÚN DIVERSAS VARIABLES, DICIEMBRE 2006

	Extractivas 1/	Industria manufacturera	Construcción	Comercio	Servicios 2/	Total relativo	Total absoluto	Casos	
PEA ocupada	1,1		18,5	7,6	26,6	46,2	100,0	176 171	1 095
Estructura demográfica									
Hombre	1,2		20,7	12,6	19,2	46,3	100,0	104 480	648
Mujer	1,0		15,4	0,2	37,3	46,1	100,0	71 691	447
14 a 24	0,7		21,4	5,8	27,2	44,9	100,0	40 990	280
25 a 44	1,4		17,7	7,3	24,7	48,9	100,0	94 982	565
45 a más Nivel educativo	0,8		17,5	10,2	30,3	41,3	100,0	40 199	250
Primaria	1,8		14,8	7,3	41,6	34,4	100,0	26 157	160

Secundaria	0,9	21,9	8,5	25,1	43,6	100,0	113 860	709
Superior no universitaria	-	7,7	6,3	22,6	63,4	100,0	24 997	156
Superior universitaria	4,4	16,9	1,5	15,5	61,8	100,0	11 157	70
Nivel de empleo								
Subempleo	0,9	19,7	5,7	32,5	41,2	100,0	94 805	593
Subempleo por horas	-	12,2	3,3	30,0	54,6	100,0	13 811	87
Subempleo por ingresos	1,1	21,0	6,2	32,9	38,9	100,0	80 994	506
Empleo adecuado	1,4	17,1	9,7	19,7	52,1	100,0	81 366	502
Horas semanales de trabajo								
Menos de 35	-	8,6	5,5	30,5	55,4	100,0	24 883	157
35 a 47	0,6	22,7	8,4	25,3	43,1	100,0	28 194	178
48	0,6	20,0	18,9	18,4	42,1	100,0	24 197	151
49 a 59	2,9	23,5	9,6	28,7	35,4	100,0	21 772	135
60 a más	1,4	18,3	3,9	27,7	48,7	100,0	77 125	474
Estructura de mercado								
Sector público	-	-	-	-	100,0	100,0	10 510	63
Sector privado (Incluye empleadores)	2,2	29,1	9,9	18,3	40,6	100,0	88 843	555
Microempresa (2 a 9 trab.)	1,1	26,4	14,1	19,5	38,9	100,0	42 466	269
Pequeña empresa (10 a 49 trab.)	2,5	39,8	6,1	18,1	33,5	100,0	24 002	149
Mediana y grande (50 y más trab.)	4,0	22,8	5,8	16,1	51,3	100,0	22 374	137
Trabajador independiente	-	7,4	8,0	45,7	38,9	100,0	57 894	357
Otro 3/	-	13,0	-	21,7	65,3	100,0	18 924	120
Categoría ocupacional								
Empleador	4,7	20,2	19,0	16,4	39,8	100,0	10 126	60
Empleado privado	1,7	14,0	2,8	28,6	52,9	100,0	28 603	178
Obrero privado	2,0	39,5	12,0	12,8	33,7	100,0	50 114	317
Trabajador del sector público	-	-	-	-	100,0	100,0	10 510	63
Trabajador independiente	-	7,4	8,0	45,7	38,9	100,0	57 894	357
Otro 3/	-	13,0	-	21,7	65,3	100,0	18 924	120
(En nuevos soles de diciembre de 2006)								
Promedio de ingresos de la PEA ocupada								
Media 4/	1 219,7	854,5	877,0	597,7	764,1	752,6	168 230	1 045
Mediana 4/	718,8	649,5	700,2	519,6	649,5	600,2	168 230	1 045

Nota: Cifras preliminares.

1 / Incluye a los sectores agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y minería.

2 / Incluye a los sectores servicios y hogares.

3/ Incluye al trabajador familiar no remunerado, trabajador del hogar y practicantes.

4 / Excluye a los trabajadores familiares no remunerados.

Fuente: Convenio MTPE - PROPOLI - CS. OSEL Lima Sur. Encuesta de Hogares Especializada en Niveles de Empleo. Diciembre 2006. Elaboración: MTPE - Observatorio Socio Económico Laboral Lima Sur.

4.8 DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR: PEA Y PEA OCUPADA POR RANGOS DE INGRESO SEGÚN DIVERSAS VARIABLES, DICIEMBRE 2006

	Hasta S/. 500	De S/. 500 a S/. 1 000	De S/. 1 000 a S/. 1 500	Más de s/. 1 500	Total relativo	Total absoluto	Casos
PEA ocupada	37,1	42,7	12,9	7,3	100,0	176 171	1 095
Estructura demográfica							
Hombre	25,1	48,8	16,2	9,9	100,0	104 480	648
Mujer	54,7	33,9	8,0	3,5	100,0	71 691	447
14 a 24	48,2	46,2	3,9	1,7	100,0	40 990	280
25 a 44	31,4	44,3	16,4	7,9	100,0	94 982	565
45 a más Nivel educativo	39,2	35,3	13,7	11,7	100,0	40 199	250
Primaria	54,1	30,8	8,5	6,6	100,0	26 157	160
Secundaria	37,7	46,2	10,5	5,6	100,0	113 860	709
Superior no universitaria	25,2	45,3	19,4	10,0	100,0	24 997	156
Superior universitaria	18,0	29,2	32,4	20,4	100,0	11 157	70
Nivel de empleo							
Subempleo	60,3	38,8	0,9	-	100,0	94 805	593
Subempleo por horas	84,7	9,5	5,9	-	100,0	13 811	87
Subempleo por ingresos	56,2	43,8	-	-	100,0	80 994	506
Empleo adecuado	10,1	47,2	26,9	15,8	100,0	81 366	502
Horas semanales de trabajo							
Menos de 35	80,0	12,2	7,1	0,7	100,0	24 883	157
35 a 47	47,9	34,9	11,2	6,0	100,0	28 194	178
48	15,4	60,3	19,2	5,1	100,0	24 197	151
49 a 59	29,7	44,4	16,5	9,3	100,0	21 772	135
60 a más	28,2	49,4	12,3	10,0	100,0	77 125	474
Estructura de mercado							
Sector público	9,3	37,8	40,1	12,8	100,0	10 510	63
Sector privado (Incluye empleadores)	25,2	50,9	14,8	9,1	100,0	88 843	555
Microempresa (2 a 9 trab.)	32,7	52,3	7,6	7,4	100,0	42 466	269
Pequeña empresa (10 a 49 trab.)	26,6	51,7	18,2	3,5	100,0	24 002	149
Mediana y grande (50 y más trab.)	9,3	47,5	24,7	18,5	100,0	22 374	137
Trabajador independiente	47,7	37,2	9,2	5,9	100,0	57 894	357
Otro 1/	76,3	23,7	-	-	100,0	18 924	120
Categoría ocupacional							
Empleador	6,4	40,5	24,1	29,0	100,0	10 126	60
Empleado privado	19,8	48,9	18,4	12,8	100,0	28 603	178
Obrero privado	32,0	54,2	10,8	3,0	100,0	50 114	317
Trabajador del sector público	9,3	37,8	40,1	12,8	100,0	10 510	63
Trabajador independiente	47,7	37,2	9,2	5,9	100,0	57 894	357
Otro 3/	76,3	23,7	-	-	100,0	18 924	120
Rama de actividad económica							
Extractivas 2/	8,2	51,3	15,9	24,6	100,0	1 979	11
Industria manufacturera	35,3	40,6	13,4	10,7	100,0	32 592	205
Construcción	19,9	51,5	19,9	8,7	100,0	13 364	82
Comercio	50,0	39,6	5,7	4,7	100,0	46 801	294
Servicios 3/	34,0	43,6	15,6	6,8	100,0	81 434	503
Promedio de ingresos de la PEA ocupada							
<i>(En nuevos soles de diciembre de 2006)</i>							
Media 4/	303,9	697,0	1 162,5	2 357,7	752,6	168 230	1 045
Mediana 4/	303,2	660,2	1 158,6	2 041,9	600,2	168 230	1 045

Nota: Cifras preliminares.

1/ Incluye al trabajador familiar no remunerado, trabajador del hogar y practicantes.

2 / Incluye a los sectores agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y minería.

3 / Incluye a los sectores servicios y hogares.

4 / Excluye a los trabajadores familiares no remunerados.

Fuente: Convenio MTPE - PROPOLI - CS. OSEL Lima Sur. Encuesta de Hogares Especializada en Niveles de Empleo. Diciembre 2006. Elaboración: MTPE - Observatorio Socio Económico Laboral Lima Sur.