

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL PERÚ

**ESTRATEGIAS PARA INDUCIR LA FORMALIDAD DE LA MYPE DE LA
INDUSTRIA GRÁFICA- OFFSET POR MEDIO DE GESTION COMPETITIVA**

Tesis para optar el título de Magíster en Derecho de la Empresa con mención en Gestión
Empresarial, que presenta:

Autora: Cintya Kristel Santander Cjuno
Asesor: Augusto Fernandini Capurro
Jurado: Alicia Josefina Gonzáles Sparks
Julio César Molleda Solís

LIMA - PERÚ

2013



Dedicado a:

*Mis padres y hermanos por su apoyo incondicional,
por enriquecer este trabajo con largas
conversaciones y cuestionamientos.*

*Gary Malpartida por alentarme aún en los
momentos más difíciles.*



Agradecimientos:

A Augusto Fernandini, Bruno Debenedetti y José Coto por encaminar y dirigir esta investigación.

A Anghela y Joel por su amable colaboración en el trabajo de campo.

RESUMEN

Esta tesis presenta un Manual orientado a la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) de la Industria Gráfica Offset como estrategia ante la informalidad existente de ese sector, utilizando como herramienta competitiva una esquematización de la propuesta de las políticas públicas y Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) que brindan diferentes organismos públicos. La informalidad empresarial ha ido evolucionando con el tiempo, sin que se definan criterios exactos que determinen la formalidad de una empresa, se tiene que esta puede actuar en informalidad siendo aparentemente formal. En un modelo económico como el que posee Perú, mantenerse dentro de la informalidad garantiza desaprovechar ventajas competitivas que solo se obtienen con la formalidad. Hoy en día los costos de acceso a la formalidad ya no se consideran una barrera burocrática, pues es el Estado quien asumió otorgar a los empresarios las facilidades necesarias para acogerse a las líneas de la formalidad. Podemos aproximar el concepto de competitividad empresarial a la MYPE y convertir una micro empresa de subsistencia en una de acumulación ampliada, creando una relación entre el Empresario, el Estado y la sociedad. Para determinar una estrategia coherente de mejora competitiva de la MYPE de la industria gráfica y orientar sus conductas a la formalidad, se buscó analizar las diferentes alternativas provenientes del sector público, privado y las aplicadas en otros países; así se determinó que por medio de capacitación y acompañamiento, se puede alejar al empresario de comportamientos informales. La formalidad y competitividad de un micro y pequeño empresario, pueden reducir problemas sociales como el subempleo y la evasión tributaria.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	iv
ÍNDICE DE CUADROS.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	x
INTRODUCCIÓN.....	1
PRIMERA SECCIÓN	3
LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, LA INDUSTRIA GRÁFICA Y LA INFORMALIDAD	4
I. Empresa, micro y pequeña empresa	4
1. Empresa.....	4
1.1. Micro y pequeña empresa	5
1.2. Tipos de microempresa	8
1.2.1. Microempresa de subsistencia.....	8
1.2.2. Microempresa de acumulación simple.....	8
1.2.3. Microempresa de acumulación ampliada	8
II. LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, ENFOQUE NORMATIVO.....	8
1. Antecedentes legislativos, normas vigentes y comparación de los cambios más significativos	8
1.1. Antecedentes legislativos	8
1.1.1. Decreto Ley 21435 “Ley de pequeña empresa del sector privado” (24/02/1976).....	9
1.1.2. Decreto Ley 21621	9
1.1.3. El Decreto Ley 23189, (19/07/1980)	9
1.1.4. Decreto Ley 23310 (10/1978).....	9
1.1.5. Ley 23407 “Ley general de industrias” (05/1982).....	9
1.1.6. Ley 24062 “Ley de la pequeña empresa industrial” (01/1985).....	9
1.1.7. Decreto Legislativo 705 (08/11/1991)	9
1.1.8. Ley 28015 “Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa” (03/07/2003)	10
1.2. Normas vigentes y comparación de los cambios más significativos	10
1.2.1. El régimen tributario de la micro y pequeña empresa	11
1.2.2. El régimen laboral de la micro y pequeña empresa.....	13
III. LA INDUSTRIA GRÁFICA DEL RUBRO IMPRESIÓN TIPO OFFSET.....	15
IV. RELEVANCIA ECONÓMICA DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA PERTENECIENTE A LA INDUSTRIA GRÁFICA RUBRO IMPRENTAS TIPO OFFSET	17

V.	LA INFORMALIDAD EN LA INDUSTRIA GRÁFICA DEL RUBRO IMPRESIÓN TIPO OFFSET Y EL ACCESO A LA INFORMALIDAD.....	21
1.	La informalidad y sus criterios de determinación	21
2.	El acceso a la formalidad.....	25
	SEGUNDA SECCIÓN.....	30
	LA COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA GRÁFICA.....	31
I.	NOCIÓN DE COMPETITIVIDAD.....	31
II.	PROGRAMAS Y POLÍTICAS DE PROMOCIÓN PARA LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA QUE ACTUALMENTE SE VIENEN DESARROLLANDO	33
1.	Programas del Gobierno.....	34
1.1.	CRECEMYPE.....	35
1.1.1.	Planes de negocio CREA TU EMPRESA.....	37
1.1.2.	Colección CRECEMYPE I	37
1.1.3.	Colección CRECEMYPE II	37
1.1.4.	Colección CRECE TU EMPRESA.....	38
1.1.5.	Programa Gestionando MI EMPRESA	38
1.1.6.	Programa CAJA RÁPIDA.....	39
1.1.7.	Servicios.....	39
1.2.	Las compras estatales	43
1.2.1.	Lotización	44
1.2.2.	Reserva del 40% para la MYPE	44
1.2.3.	Preferencia en caso de empate	44
1.2.4.	Preferencia en MYPE regional (bonificación por provincia colindante)....	45
1.2.5.	Alternativa a la garantía de fiel cumplimiento	45
2.	Programas particulares y de organismos no gubernamentales	47
2.1.	Programa de desarrollo económico de la Región Piura a través del fortalecimiento de su tejido microeconómico y social, Perú (2008- 2010).....	47
2.2.	ONG Voluntades a través de su programa “Acción Emprendedora”	50
3.	Programas de mejora de la competitividad implementados en otros países	51
3.1.	Políticas para impulsar conductas innovadoras de las PYMES en México	51
3.2.	Programa Integral de Capacitación y Mejora Competitiva a las MYPES Salvadoreñas	55
III.	Análisis de los programas destinados a la mejora de la competitividad	56
1.	Análisis comparativo de los programas de gestión relevantes para la investigación	57

2.	Conclusiones preliminares de la sección	61
2.1.	Organismo encargado.....	61
2.2.	Objetivo	61
2.3.	Beneficiario	61
2.4.	Financiamiento.....	61
2.5.	Estrategias.....	62
2.6.	Herramientas.....	62
2.7.	Duración.....	62
2.8.	Contenido.....	62
2.9.	Resultados y Continuidad.....	62
	TERCERA SECCIÓN	64
	MANUAL DE ESTRATEGIAS PARA INDUCIR LA FORMALIDAD DE LA MYPE DE LA INDUSTRIA GRÁFICA-OFFSET POR MEDIO DE GESTIÓN COMPETITIVA	64
	MANUAL DE ESTRATEGIAS PARA INDUCIR LA FORMALIDAD DE LA MYPE DE LA INDUSTRIA GRÁFICA-OFFSET POR MEDIO DE GESTIÓN COMPETITIVA	65
I.	INTRODUCCIÓN.....	65
II.	EL BENEFICIARIO.....	65
1.	Cómo determinar al beneficiario.....	65
2.	El facilitador	68
III.	LA CAPACITACIÓN	68
1.	Ejes temáticos de la capacitación	68
2.	Syllabus de la capacitación	70
3.	El capacitador.....	71
4.	Duración de la capacitación	72
5.	Estrategias metodológicas por sesión	72
IV.	ACOMPAÑAMIENTO.....	76
1.	Estrategia y duración.....	76
2.	El voluntario.....	77
3.	Evaluación	78
V.	IMPLEMENTACIÓN	79
1.	Presupuesto	79
2.	Propuesta de estrategia de implementación.....	81
VI.	RECOMENDACIONES Y ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	81
	CONCLUSIONES.....	83
	BIBLIOGRAFIA.....	85

ANEXOS.....	88
ANEXO N°01: Ordenanza Municipal N°1608 MML	89
ANEXO N°02: Metas de relevancia para la investigación contenidas en la Agenda de Competitividad	99
ANEXO N°03: Estructuración y cronograma del segundo ciclo de conferencias- Programa gestionando MI EMPRESA.....	100
ANEXO N° 04: Directorio de CITEs	101
ANEXO N°05: Programas y convocatorias por segmento de actor empresarial en el fondo PYME	103
ANEXO N°06: Modelo para realizar el análisis del perfil de la empresa	104
ANEXO N°07: Informe de Entrevistas a Imprentas Offset del Centro de Lima	105



ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N°01: CARACTERÍSTICAS DE LA MYPE.....	6
CUADRO N°02: SEGMENTO EMPRESARIAL	7
CUADRO N°03: ÍNDICE DE EMPLEABILIDAD DE LA MYPE (POR NÚMERO Y PORCENTAJE)	7
CUADRO N° 04. PARÁMETROS QUE DEFINEN A UNA MYPE SEGÚN LA LEY 28015 Y EL DECRETO LEGISLATIVO 1086”.....	10
CUADRO N°05: BENEFICIOS OTORGADOS POR LA MYPE.....	14
CUADRO N°06: NÚMERO DE EMPRESAS DE ACUERDO AL CIIU.....	20
CUADRO N°07: CUADRO POR TAMAÑO DE EMPRESA Y NÚMERO DE TRABAJADORES.....	22
DE OCTUBRE DEL 2008 AL 19 DE JUNIO DE 2012	22
CUADRO N°08: COSTO DE LA FORMALIZACIÓN.....	27
CUADRO N°09: COSTO POR LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO.....	29
CUADRO N°10: PARTICIPACIÓN MYPE EN LAS COMPRAS ESTATALES SEGÚN OBJETO DE CONTRATACIÓN Y MONTO ADJUDICADO, ENERO- DICIEMBRE 2011 (EN MILLONES DE NUEVOS SOLES).....	47
CUADRO N°11: CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS EN MÉXICO	52
CUADRO N°13: PROGRAMAS DE GESTION ANALIZADOS	58
CUADRO N°14: CRONOGRAMA DE DESARROLLO DE CAPACITACIONES	72
CUADRO N°15: ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS POR SESIÓN.....	73
CUADRO N°16: METAS POR EJE TEMÁTICO.....	77
CUADRO N°17: OBJETIVOS POR SESIÓN DE ACOMPAÑAMIENTO	79
CUADRO N°18: PRESUPUESTO ANUAL DE PROYECTO VALORIZADO EN NUEVOS SOLES.....	80

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°01: MYPE POR ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	18
GRÁFICO N°02: MYPE POR DIVISIÓN CIIU, SECTOR MANUFACTURA 2010	19
GRÁFICO N°03: UBICACIÓN EN RANKINGS DE COMPETITIVIDAD, PERÚ Y AMÉRICA LATINA, 2008 Y 2011	32
GRÁFICO N°04: ORGANIGRAMA DEL DESPACHO VICEMINISTERIAL DE MYPE E INDUSTRIA	36
GRÁFICO N°05: PARTICIPACIÓN DEL SECTOR EMPRESARIAL EN LAS COMPRAS ESTATALES, ENERO- DICIEMBRE 2011 (EXPRESADO EN MILLONES DE SOLES)	46
GRÁFICO N°06: DISEÑO DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA MYPYMES DE LA SUBSECRETARIA DE PYMES: MATRIZ DE RELACIONES ENTRE ETAPAS DEL ACTOR EMPRESARIAL E INSTRUMENTOS DE POLÍTICA QUE JUSTIFICAN LOS PROGRAMAS	54
GRÁFICO N°07: PROPUESTA DE ENTREVISTA PARA LA SELECCIÓN DE BENEFICIARIOS.....	66



INTRODUCCIÓN

La micro y pequeña empresa posee un destacable comportamiento dentro de la economía peruana, su aporte se incrementa continuamente al ser el tipo empresarial más difundido a nivel nacional.

De otro lado, la industria gráfica del rubro impresos tipo offset es una actividad económica de manufactura, destinada a elaborar materiales impresos en diferentes formatos y cualidades. Para el año 2010, alrededor de 12,285 micro y pequeñas empresas de la industria gráfica fueron consideradas formales por la SUNAT.

La informalidad es un fenómeno que vino de la mano con el comercio, muchos entendidos del tema observan la formalidad como el conjunto de requisitos establecidos por la ley, lo que nos llevó a preguntarnos qué condiciones determinan a una empresa como formal.

Del análisis sobre la formalidad se observa que no existe un criterio exacto que determine su condición, actualmente una empresa formal actúa como informal basada en presupuestos de conveniencia propia. La formalidad se establece con diferentes presupuestos y conlleva también manejarse en forma correcta dentro del ámbito legal y moral.

Diferentes criterios apuntan a señalar que la formalidad es una desventaja, sin embargo se buscó conocer que en realidad la informalidad es una desventaja competitiva. Se puede entonces dirigir la conducta de los micro y pequeños empresarios a una esfera de formalidad con todos los actores de la industria gráfica offset.

Los costos de acceso a la formalidad no pueden denominarse concretamente una barrera burocrática de acceso a la formalidad. El Estado ha asumido un rol paternalista para la micro y pequeña empresa, otorgando herramientas de acceso a la formalidad que reducen costos y proporcionan beneficios.

Entonces nos hacemos la pregunta de si 'la competitividad puede ser usada como una estrategia de acceso a la formalidad'. La competitividad empresarial no es más que la habilidad de diferenciarse de los competidores para así obtener una posición de éxito.

¿Aproximarnos a la competitividad podría llevar entonces a convertir una micro empresa de subsistencia en una de acumulación ampliada? La respuesta a esta

interrogante sería afirmativa si se mantuviera en la población el vincular la formalidad con la moral, por ello era pertinente plantear una alternativa de aproximación entre los factores que venimos analizando: Empresario, Estado y sociedad.

El Estado proporciona diferentes herramientas tanto de acceso a la formalidad como de mejora de la competitividad de la micro y pequeña empresa, son tantas las alternativas, que propone que al indagar en ellas parece correcto crear un Manual destinado a difundir sus bondades más que embestir su alcance y efectividad.

Sin embargo la mejor fuente para conseguir un panorama de actuación de una estrategia orientada a la formalidad de la micro y pequeña empresa no puede ser sino adentrarnos en ellas. Por ello fue necesario realizar entrevistas que complementen una investigación teórico-cualitativa.

El analizar la propuesta del Gobierno, de entes privados y de otros países enriqueció esta investigación, al encaminar la parte propositiva.

Proponer una herramienta de mejora de la competitividad que favorezca a la micro y pequeña empresa de la industria gráfica offset fue un objetivo inicial al empezar con la investigación, por ello se propone desarrollar un manual que promueva el acceso a la formalidad.

El manual de acceso a la formalidad contiene dos estrategias que se observaron apropiadas a partir del análisis cualitativo de la investigación: la capacitación y el acompañamiento.

Capacitar al micro y pequeño empresario involucra afinar sus conocimientos, perfeccionarlos y convertirlo en competitivo. Mientras que el acompañamiento es una herramienta que será determinante para evaluar y poder añadir conciencia moral en el empresario.

No se propone llevar a la práctica el desarrollo del manual, por el corto tiempo de desarrollo de la investigación, sin embargo sus bases quedan asentadas para poner énfasis en la formalidad y su importancia.

La formalidad en un micro y pequeño empresario y su competitividad, pueden conseguir un efecto satisfactorio en la sociedad, no solo porque se incrementaría la base tributaria del país sino porque se conseguiría mejorar la calidad de vida de muchos ciudadanos que están subempleados o no poseen beneficios sociales.



LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, LA INDUSTRIA GRÁFICA Y LA INFORMALIDAD

I. Empresa, micro y pequeña empresa

Existe una discusión en torno a considerar a la micro y pequeña empresa (en adelante MYPE) como una empresa, ésta recibe incluso el calificativo de “comercio”. Por ello inicialmente se define lo que es una empresa.

1. Empresa

Una empresa se concibe como emprender con una actividad que reditúa un beneficio, una utilidad; la empresa está dirigida y conformada por personas naturales o jurídicas.

La empresa como persona jurídica es un concepto que asume el rol del empresario como el primer servidor de la empresa, la empresa es el sujeto y objeto real del derecho; de otro lado la empresa como organización de medios económicos y personales tiene la finalidad de producir bienes o servicios para intercambiar.

La concepción económica de empresa señala que es una organización de los factores de producción (capital y trabajo) constituida con el fin de generar beneficio económico.

Hay quienes observan a la empresa como un organismo vivo y dinámico producto del trabajo de quienes la componen: empresarios, trabajadores, obreros, directivos y otros; que buscan cumplir con el que se denomina objeto social.

Según Ulises MONTOYA MANFREDI “(...) La empresa como universalidad, es un planteamiento que considera a la empresa como un conjunto de derechos o cosas que no pierden su individualidad, pero que representan una unidad ideal y pueden ser de un tratamiento jurídico unitario”¹.

Para SANDOVAL LOPEZ:

“(...) la noción jurídica de empresa supone un sujeto que organice y ejercite la actividad empresarial. Este sujeto es el empresario, a quien podemos conceptualizar diciendo que se trata de una persona física o jurídica que, por sí o por medio de delegados, ejercita y

¹ MONTOYA MANFREDI, Ulises. Derecho Comercial, Tomo I. 11ra edición. Editora Jurídica Grijley, Lima 2004. p. 75

*desarrolla en nombre propio una actividad constitutiva de empresa, adquiriendo el carácter de titular de las obligaciones y de los derechos nacidos de esa actividad*².

Definamos entonces a la empresa como la singularidad o pluralidad de personas, dedicadas a cumplir un objeto social por sí mismos o por medio de otras personas, para lo cual requerirán de un capital de trabajo que será explotado a fin de que genere un beneficio económico al empresario y cubra los costos para que la empresa perdure en el tiempo.

Para el sistema peruano existen diferentes tamaños de empresas: las microempresas, las pequeñas empresas, las medianas empresas y la gran empresa.

1.1. Micro y pequeña empresa

La MYPE será quien se constituya como el beneficiario principal de esta investigación, por ello es pertinente identificarla y conocer sus características principales.

SILUPÚ GARCÉS proporciona un importante alcance al exponer:

“En el contexto peruano, las micro y pequeñas empresas (mypes) se definen como unidades económicas constituidas por personas naturales o jurídicas que tienen una actividad legal y cumplen con su obligación fiscal, es decir, están inscritas en el RUC y se acogen a alguna de las modalidades de pago de tributos por ingresos derivados de rentas de tercera categoría correspondientes a negocios de personas naturales y jurídicas”³.

De acuerdo al artículo 2° de la Ley 28015⁴:

“La MYPE 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”.

La MYPE en un concepto jurídico se determina de acuerdo a dos parámetros, el número de sus trabajadores y el monto de sus ventas. De acuerdo al D.Leg. 1086, la MYPE posee las siguientes características:

² SANDOVAL LOPEZ, Ricardo. *Manual de Derecho Comercial- Organización jurídica de la empresa mercantil, Parte general*, Tomo I, 3ra edición actualizada, Editorial Jurídica de Chile, Santiago de Chile, Chile. 1990, Pág. 145.

³ SILUPÚ GARCÉS, Brenda Liz, *Fortalecer para crecer, casos de éxito del programa MYPE*, Universidad de Piura, Piura, 2011, Pág. 4.

⁴ Ley 28015 “Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa”, publicada en el Diario Oficial el Peruano, 03 de julio del 2003.

CUADRO N°01: CARACTERÍSTICAS DE LA MYPE

Tamaño de empresa	D.Leg. 1086	
	N° de trabajadores	Monto de ventas
Micro	Hasta 10	Hasta 150 UIT
Pequeña	Hasta 100	Hasta 1700 UIT

Fuente: D.Leg. 1086
Elaboración: Propia.

La MYPE como unidad económica suele estar constituida por personas naturales y muchas veces es una empresa familiar. Es importante destacar que actualmente dan empleo a más de la mitad de la Población Económicamente Activa (PEA), y poseen diferencias marcadas no solo en las actividades en las que se desempeñan sino también en su cadena productiva, ubicación geográfica o el tipo de trabajadores que poseen. En muchos países son consideradas como el más importante tipo empresarial debido al aporte que otorgan a la economía.

De acuerdo al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), en 2010 en el Perú la MYPE representaba un 98.6% del total de las empresas a nivel nacional, de las cuales el 86.8% son microempresas y el 11.8% son pequeña empresas; el otro 1.4% estaría constituido por la mediana y gran empresa⁵.

El Consejo Nacional de la Competitividad (CNC) sostiene: “Esta elevada tasa refleja no tanto la capacidad emprendedora del peruano, sino sobre todo la estrategia de supervivencia con la que responde a la falta de empleo dependiente de calidad⁶”. Consideramos esta afirmación cierta, debido a que una gran mayoría de empresarios MYPE creó su propio puesto de trabajo ante la falta de un empleo que le brinde calidad de vida y una remuneración acorde a sus capacidades.

En el siguiente cuadro por segmento empresarial, elaborado en base a los datos emitidos por el Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CODEMYPE) correspondiente al año 2010, se elabora un estudio por segmento

⁵ Ministerio de trabajo y Promoción del Empleo, *Anuario 2010*, Lima, 2010, Pág. 83.

⁶ Consejo Nacional de la Competitividad, *Agenda de la Competitividad*, Lima, 9 de febrero de 2012, 2012, Pág. 24.

empresarial (microempresas, pequeñas empresas, medianas y grandes empresas), determinando su número y representación a nivel nacional:

Cuadro N°02: Segmento Empresarial

Segmento Empresarial	N° de empresas	% de representación
Microempresas	1,136,767	95.34%
Pequeñas empresas	55,534	4.63%
TOTAL MYPE	1,192,301	99.30%
Mediana y Gran empresa	8,363	0.70%
TOTAL EMPRESAS	1,200,664	100.00%

Fuente: Registro Único de Contribuyentes 2010 SUNAT
Elaboración: PRODUCE – DGMYPE-DDE⁷

En base al cuadro, encontramos un escenario empresarial donde la MYPE tiene predominancia en especial las microempresas. Con referencia al índice de empleabilidad⁸ que posee la MYPE, de acuerdo a resultados publicados en 2010 por el CODEMYPE se tiene:

Cuadro N°03: Índice de Empleabilidad de la MYPE (por número y porcentaje)

	N° de trabajadores	% equivalente
Microempresa	1'177,901	98,1%
Hasta 5	1'156,319	96,3%
De 6 a 10	21,582	1,8%
Pequeña Empresa	20,062	1,7%
De 11 a 20	11,735	1,0%
De 21 a 50	5,846	0,5%
De 51 a 100	2,481	0,2%
TOTAL MYPE	1'197,963	99,8%
Mediana y Gran empresa	2,701	0,2%
TOTAL EMPRESAS	1'200,664	100,0%

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010
Elaboración: PRODUCE – DGMYPE-C / Dirección de Desarrollo Empresarial

⁷ Al cuadro ofrecido por PRODUCE se le incrementó el porcentaje de representación en base a los datos proporcionados, de manera que la diferenciación por sector sea más clara.

⁸ Entendamos a esta como la capacidad que posee el empleador de poder contratar un trabajador y que este actualmente figure en la planilla de trabajadores.

Del cuadro se observa que gran parte de la PEA trabaja para la MYPE, esto en razón a que la MYPE es el tipo de empresa más difundida en el país. La microempresa emplea al 98.1% de trabajadores, un 1,7% de la PEA pertenece a la pequeña empresa, mientras que la mediana y gran empresa emplean tan solo al 0.2% de la PEA.

1.2. Tipos de microempresa

La microempresa posee una clasificación otorgada por el Libro Blanco de la Microempresa (LBM)⁹, que la divide en tres grupos:

1.2.1. Microempresa de subsistencia

Se considera microempresa de subsistencia a las que en su ejercicio subsisten con baja productividad, cubriendo únicamente el consumo inmediato. La microempresa de subsistencia es la más difundida en Latinoamérica y reúne la mayor cantidad de problemas sociales, en el caso del Perú: el subempleo y la evasión tributaria.

1.2.2. Microempresa de acumulación simple

Se clasifican como microempresas de acumulación a las que generan ingresos que cubren los costos sin otorgar al empresario una rentabilidad suficiente para realizar nuevas inversiones, usualmente una microempresa que inicia sus actividades se ubica dentro de este grupo.

1.2.3. Microempresa de acumulación ampliada

Son microempresas de acumulación ampliada las que poseen una productividad elevada que les permite realizar nuevas inversiones para mejorar la empresa. Se caracterizan por invertir en innovación tecnológica y trabajadores especializados incrementando así su eficiencia.

II. LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, ENFOQUE NORMATIVO

1. Antecedentes legislativos, normas vigentes y comparación de los cambios más significativos

1.1. Antecedentes legislativos

Entre los antecedentes legislativos que sientan las bases al actual concepto de MYPE se encuentran:

⁹ El Libro Blanco de la Microempresa, fue escrito por Frans Hoedeman en San Salvador- El Salvador en 1996. Su elaboración estuvo a cargo de doce instituciones de El Salvador y se desarrolló con financiamiento del Programa de Fomento de la Microempresa en las Zonas Marginales, FOMMI, ALA 91-29 UE, GOES-FIS y el Proyecto ANEP/GTZ.

1.1.1. Decreto Ley 21435 “Ley de pequeña empresa del sector privado” (24/02/1976)
Siendo el primer cuerpo normativo que definió a la pequeña empresa de acuerdo al monto de sus ventas en base a Sueldos Mínimos Vitales (SMV) y determinando un régimen de promoción que incluía un sistema tributario preferencial e incentivos. Una de las particularidades de este Decreto Ley es el establecer que al superar el límite de SMV la pequeña empresa perdería los beneficios que la ley le concede.

1.1.2. Decreto Ley 21621

Emitido en 1976, dispone la creación de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL). Se emite este Decreto Ley en el afán de diferenciar al patrimonio proveniente de la persona natural al de la persona jurídica. Hoy en día esta diferenciación ha sido superada, pues la MYPE es constituida por cualquier tipo societario: una persona jurídica, una sociedad o una EIRL.

1.1.3. El Decreto Ley 23189, (19/07/1980)

Establece a la pequeña empresa como ente unipersonal o EIRL, la cual será dirigida por su propietario quien ejercería las veces de trabajador. Esta norma establece el parámetro máximo de 10 trabajadores para actividades de producción y 5 para servicios; además fija como límite máximo de ingresos los 100 SMV para la pequeña empresa industrial y 50 SMV para la actividad comercial. Finalmente se establece un régimen tributario especial y un fondo de promoción.

1.1.4. Decreto Ley 23310 (10/1978)

Este Decreto Ley introdujo varias modificaciones al Decreto Ley 21435.

1.1.5. Ley 23407 “Ley general de industrias” (05/1982)

Determina el nuevo límite en las ventas de la pequeña empresa igual a 720 SMV de la provincia de Lima. Esta norma exonera a la pequeña empresa industrial del pago de impuestos de alcabala y revaluación de activos fijos.

1.1.6. Ley 24062 “Ley de la pequeña empresa industrial” (01/1985)

Amplía a 1500 SMV el límite anual de ventas y se crea un nuevo fondo de promoción con el pago de un aporte.

1.1.7. Decreto Legislativo 705 (08/11/1991)

Que determinaba como microempresa a la empresa que poseía un propietario-trabajador con un límite máximo de 10 trabajadores y un valor anual de ventas no mayor de 12 Unidades Impositivas Tributarias (UIT); mientras que la pequeña empresa no debía superar el poseer 20 trabajadores y 25 UITs en ventas. Esta ley otorga relevancia a la MYPE, por ser capaz de dar empleo a la mano de obra no calificada.

1.1.8. Ley 28015 “Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa” (03/07/2003)

Establece el concepto actual de MYPE y mantiene su vigencia en algunos artículos que no fueron modificados por sus sucesoras. Más adelante se realizará una comparación de sus criterios para calificar a la MYPE. Esta Ley además simplifica trámites, otorga herramientas de promoción y establece un régimen laboral y tributario especial.

1.2. Normas vigentes y comparación de los cambios más significativos

En la actualidad en tanto a la normativa vigente para la MYPE existen diferentes normas de promoción y fomento para su desarrollo, por ello se analizará las Normas que poseen mayor relevancia, es decir la Ley 28015, el Decreto Legislativo 1086 y su reglamento. El escenario para el ingreso al mercado de la MYPE posee:

- Políticas que fomentan la participación de la MYPE en las compras estatales, pues se les otorga un tratamiento especial por medio de bonificaciones.
- Normativa que proporciona nuevos parámetros para identificar una MYPE.
- Cambios en el régimen laboral y tributario.

Según Miguel CAROY ZELAYA¹⁰:

“La normativa de promoción de la micro y pequeña empresa define a este sector según dos parámetros: nivel de ventas y cantidad de trabajadores. Sin embargo, como se señaló, estos parámetros han sufrido variaciones a partir de septiembre de 2008 con la actual Ley MYPE (Decreto Legislativo 1086), como se aprecia en la siguiente tabla:

Cuadro N° 04. Parámetros que definen a una MYPE según la Ley 28015 y el decreto legislativo 1086”

Tamaño de empresa	Ley 28015		D. Leg. 1086	
	N° de trabajadores	Monto de ventas	N° de trabajadores	Monto de ventas
Micro	Hasta 10	Hasta 150 UIT	Hasta 10	Hasta 150 UIT
Pequeña	Hasta 50	Hasta 850 UIT	Hasta 100	Hasta 1700 UIT

Cabe indicar que el D. Leg. 1086 únicamente realiza una precisión sobre las características de la MYPE, más no modifica el concepto de ella.

Según el análisis que realiza Julio GAMERO REQUENA:

¹⁰ CAROY ZELAYA, Miguel. “Redefiniendo la política de promoción de las MYPE en las compras estatales”. En: *Revista de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú*. N°66. Lima, 2011. p.290.

“(…) el decreto legislativo 1086 no alcanza a incorporar ningún mecanismo efectivamente promotor para el desarrollo competitivo de este sector. Salvo un potencial cofinanciamiento de la seguridad social (salud y pensiones) para el conductor y los trabajadores, la dación de esta norma se convirtió en el medio para extender el alcance del Régimen Laboral Especial (RLE) más allá del ámbito de la microempresa (de 2 a 9 trabajadores)”¹¹.

Habiendo establecido anteriormente que los criterios más importantes en la normativa vigente son el régimen laboral y el tributario, estos se desarrollarán por separado.

1.2.1. El régimen tributario de la micro y pequeña empresa

Las normas vigentes en fomento de la MYPE, que establecen un régimen tributario especial de acuerdo a la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), son:

- NUEVO RUS (Régimen Único Simplificado)
- RER (Régimen Especial de Renta)
- Régimen General de Renta

Por constituirse de gran importancia para la MYPE, se debe observar en qué consisten:

1.2.1.1. NUEVO RUS (NRUS)

El NRUS facilita al contribuyente de la MYPE cumplir con sus obligaciones y pagar tributos de acuerdo a sus capacidades. Se pueden acoger a éste los nuevos contribuyentes, las personas naturales con negocio, las Sucesiones Indivisas Domiciliadas¹² que obtengan rentas por la realización de actividades empresariales¹³; la SUNAT también permite acogerse a este régimen a los contribuyentes que pertenezcan a otros regímenes mientras reúnan las características señaladas.

Son requisitos para acogerse al NUEVO RUS:

- Tener ingresos brutos anuales no superiores a S/. 360,000 (Trescientos sesenta mil nuevos soles); o ingresos mensuales que no superen los S/.30,000 (Treinta mil nuevos soles).
- Poseer un solo establecimiento.
- No superar la cifra S/.70,000 (Setenta mil nuevo soles) en activos fijos.

¹¹ GAMERO REQUENA Julio (2010). “Comentarios al Decreto Legislativo 1086, ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente”. En: *Foro Jurídico, Revista de Derecho editada por estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Perú*. Edición de Aniversario N°10. Lima, abril de 2010. p. 259.

¹² Se entiende por Sucesiones Indivisas Domiciliadas a aquellas que se originan como consecuencia del fallecimiento de la persona natural. Las Sucesiones Indivisas subsistirán hasta el momento en que se dicte la declaratoria de herederos o se inscriba el Testamento en los Registros Públicos.

¹³ Se define como actividad empresarial, a la que genera rentas de Tercera Categoría de acuerdo con la Ley del Impuesto a la Renta. Obtenido de www.sunat.gob.pe, visitado el 17 de julio de 2012.

- Las compras para el desarrollo de la actividad no deben superar la cifra mensual de S/.30,000 (Treinta mil nuevos soles) ni la cifra anual de S/. 360,000 (Trescientos sesenta mil nuevos soles).

No se pueden acoger a este régimen quienes realicen actividades de transporte de carga, organicen espectáculos, los titulares de agencias de viajes ni otros determinados por la SUNAT.

1.2.1.2. Régimen especial de renta

El RER está dirigido al contribuyente de tercera categoría dedicado a actividades de comercio, industria o servicio y los detallados en el artículo 117° de la Ley del Impuesto a la Renta (LIR), con ingresos anuales no mayores a S/.525,000 (Quinientos veinticinco mil nuevos soles), activos fijos no superiores a S/.126,000 (Ciento veintiséis mil nuevos soles), no más de 10 trabajadores por turno y adquisiciones no superiores a S/.525,000 (Quinientos veinticinco mil nuevos soles).

La tasa preferencial para calcular el impuesto a la renta a pagar es de 1.5% de los ingresos netos mensuales. Existe una lista taxativa sobre las actividades que no pueden solicitar acogerse al RER.

1.2.1.3. Régimen general de la renta

El régimen general del impuesto a la renta es el observado por la LIR. El impuesto a la renta de tercera categoría, antes definido, es gravado en el régimen general.

La SUNAT considera inafectos los ingresos provenientes de:

- Las indemnizaciones previstas por las disposiciones laborales vigentes.
- Las indemnizaciones que se reciban por causa de muerte o incapacidad producidas por accidentes o enfermedades.
- Las compensaciones por tiempo de servicios.
- Las rentas vitalicias y las pensiones que tengan su origen en el trabajo personal.
- Los subsidios por incapacidad temporal, maternidad y lactancia.

Son sujetos inafectos:

- El sector público, exceptuando a las empresas que conforman la actividad empresarial del Estado.
- Las fundaciones con fines culturales, investigación superior, beneficencias, asistencia social y hospitalaria y beneficios sociales para los servidores de las empresas.
- Las comunidades campesinas.

- Las comunidades nativas.

1.2.2. El régimen laboral de la micro y pequeña empresa

Con la emisión de la Ley 28015 se puso en marcha el Régimen Laboral Especial (RLE) para la MYPE. En continuidad a esta Norma el D.Leg. 1086 estableció la permanencia del RLE para la MYPE incluyendo nuevos cambios para la seguridad social y remuneración, que generaron polémica llegándose a considerar incluso su inconstitucionalidad.

El D. Leg. 1086 menciona que los trabajadores deben de percibir la Remuneración Mínima Vital (RMV) y en el caso de la microempresa ésta se podría reducir con acuerdo del Consejo Nacional de Trabajo y Promoción del Empleo. Sobre las indemnizaciones por despido injustificado, se redujeron en su monto. En tanto al derecho de sindicalización, sindicalizarse dentro de una empresa que posee menos de 20 trabajadores no es posible; por ello debería establecerse un mecanismo de defensa de derechos para estos casos.

Para Germán LORA ÁLVAREZ, el RLE surge de la necesidad de los trabajadores quienes hasta hace muy poco contaban con escasos derechos dentro de la MYPE; y muchos de ellos aún permanecen en la informalidad total o parcial. Además el mismo autor explica su preocupación ante el posible fraccionamiento de la MYPE, para así cubrir menores beneficios laborales. La posición de LORA sobre la jornada máxima de 8 horas, da a entender que no se puede fijar una jornada que supere las 48 horas semanales.

Jorge TOYAMA MIYAGUSUKU, señala que

“Del total de empresas peruanas, se estima que el 98% son microempresas que justifican el 42% del Producto Bruto Interno y comprenden al 55% de los trabajadores. Solamente el 9% tiene acceso a los derechos laborales y a la seguridad social. La pequeñas empresas, por su parte, comprenden el 27% del empleo y el acceso a derechos socio laborales llega al 25%”¹⁴.

Los trabajadores de MYPE poseen el derecho de percibir como mínimo la RMV, sin embargo la RMV es un concepto que posee sustento económico por tanto una tendencia a incrementar año tras año para justificar el gasto de la canasta familiar; pero a medida de que se eleva su valor se reduce la PEA formalmente empleada.

El problema que se genera sobre la remuneración del trabajador, no se da por el hecho de cubrir el mínimo sino por los costos que se generan sobre ella; para una

¹⁴ TOYAMA MIYAGUSUKU, Jorge e IRUJO PAREDES, Claudia, “La nueva reforma de las microempresas. Comentarios al régimen laboral establecido por el D.S. N°007- 2008- TR”, En *actualidad Jurídica, revista de derecho*. Tomo 181, diciembre de 2008. p. 312.

pequeña empresa pagar beneficios sociales asegura un fuerte incremento en sus costos de producción, por ello empresario de la MYPE decide no contratar formalmente.

El Reglamento del D. Leg. 1086 observa el RLE de la MYPE, distinguiendo entre los beneficios otorgados por la microempresa y la pequeña empresa, aplicables a las empresas inscritas en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) bajo los siguientes criterios:

Cuadro N°05: Beneficios otorgados por la MYPE

Beneficio	Microempresa	Pequeña Empresa
Remuneración	La remuneración mínima vital (Con acuerdo del Consejo Nacional de Trabajo y Promoción del Empleo podrá establecerse una remuneración menor. Aun no se ha dado)	La remuneración mínima vital
Jornada de trabajo	8 horas sin sobretasa del 35% en horario nocturno	
Descanso semanal	Obligatorio por un mínimo de 24 horas consecutivas	
Vacaciones	15 días por año completo de servicio y negociable a 7 días con una compensación económica	
Despido injustificado	10 remuneraciones diarias por año completo de servicios, con un máximo de 90 remuneraciones diarias	20 remuneraciones diarias por año completo de servicios, con un máximo de 120 remuneraciones diarias
Seguro social en salud	Se afilian al componente semi-subsidiado del SIS	Asegurados regulares en ESSALUD con aporte de acuerdo al art°6 de la Ley 26790
Régimen de pensiones	Afiliación optativa	Afiliación obligatoria
Gratificaciones	No corresponde	2 gratificaciones al año de medio sueldo cada una
Derechos colectivos	No se puede formar sindicatos	Se remite a la ley de relaciones colectivas de trabajo

Fuente: D.Leg. 1086 y su reglamento
Elaboración: Propia

De lo expuesto, observamos que el RLE de la MYPE posee suficientes cualidades en beneficio del trabajador, exceptuando el derecho a la sindicalización y al pago de

utilidades, mientras que las gratificaciones y el régimen pensionario son objeto de análisis.

De acuerdo al Ministerio de la Producción, nos encontramos ante una posible nueva reforma que implique variaciones tanto para el régimen laboral como para el régimen tributario; por ello es importante considerar el papel relevante de la MYPE como principal empleador en el país.

III. LA INDUSTRIA GRÁFICA DEL RUBRO IMPRESIÓN TIPO OFFSET

La industria gráfica del rubro de impresión tipo offset es el tipo de MYPE en el cual se enfocará el estudio. Para ello es imprescindible definir lo que se entiende por industria gráfica.

Esta industria gráfica offset está dividida en tres apartados:

- La pre-impresión o pre-prensa,
- La impresión o prensa y;
- La post-impresión o post-prensa.

En estas tres etapas se resume el desarrollo del trabajo de una industria gráfica offset. Inicialmente se procede a diseñar e idear un concepto, desarrollado fundamentalmente por el diseñador gráfico, quien tomando en consideración criterios del uso correcto y buen aprovechamiento de material e insumos, composición de color, diseño y simetría; idea un concepto en base a los requerimientos del cliente.

Realizadas y aprobadas las artes, con un machote¹⁵ elaborado se tiene claro cuál será objeto de impresión. En Perú la mayoría de industrias gráficas offset elaboran las placas¹⁶ utilizando fotolitos hechos en láminas de acetato o películas transparentes, las cuales fueron impresas por medio de una tipografía. Los fotolitos son traspasados a las placas utilizando una quemadora o insoladora de placas.

Uno de los recursos más innovadores que se utiliza en esta industria es el *Computer to Plate* (CtP), que básicamente consiste en llevar el machote a la placa desde una computadora. Este proceso garantiza una impresión de alta calidad, con colores bien

¹⁵ El término machote es comúnmente utilizado en la industria para denominar al que será el modelo a reproducir. Este paso previamente por el diseño y su aprobación depende del cliente.

¹⁶ Las placas vienen a ser una especie de plantillas que la maquina offset utilizará en la impresión, están hechas en diferentes metales o aleaciones, de acuerdo al tipo de máquina offset para el que vayan a ser utilizadas.

definidos. Tecnología que no se encuentra al alcance de todas las MYPE de la industria gráfica, además involucraría un costo extra.

La impresión se realiza en este caso por una imprenta tipo offset¹⁷(tomando en cuenta que la industria gráfica posee diferentes tipos de maquinarias para la impresión en volumen). La impresión offset del inglés *offset* (indirecto), viene a ser una reproducción en cantidad realizada por medio de las placas en materiales como el papel, cartón, cartulinas o similares; utilizando una tinta de base oleosa.

Para lograr la impresión las placas pasan por un proceso de revelado, con soluciones específicas por un tiempo determinado. Luego estas serán cargadas en la máquina offset, para que combinadas con la tinta, el cilindro y la mantilla, dejen gravada hoja tras hoja la impresión.

El trabajo de impresión se realiza usualmente en base a cuatro colores (cyan, magenta, amarillo y negro), lo que quiere decir que si se posee una máquina offset de un cuerpo o de un color, ésta tendrá que realizar cuatro veces la impresión para obtener una imagen a full color. Es común encontrar en una MYPE máquinas offset de un cuerpo provenientes de la década del setenta o anteriores a esta época.

Tomando cuenta del precio de una “máquina offset nueva” que pueda imprimir a un color con formato comercial (52x72) y competitivo, su valor fluctúa entre los US\$40,000 y US\$100,000; dependiendo de la marca y lugar de procedencia. De otro lado una máquina offset de segundo uso con las mismas características, de mayor antigüedad está valorada entre los US\$10,000 y US\$15,000. Mientras que una máquina de dos cuerpos nueva se valora con un precio cercano a los US\$200,000 y; una máquina de cuatro cuerpos supera el medio millón de dólares americanos.

Contrario a los criterios de innovación que imperan estos días, el proceso de prensa de la industria gráfica no está sujeto del todo al avance tecnológico, pues una máquina de los años '70 garantiza al microempresario similar calidad del producto.

En esta industria la optimización del producto se asegura con buenos operadores y buenos insumos. Sin embargo poseer una MYPE de la industria gráfica no significa dejar de lado las innovaciones tecnológicas, el proceso de diseño y diagramación casi siempre requerirá de máquinas de pre- prensa que posean buena tecnología que se adapten al tipo de trabajo que se realiza.

¹⁷ La imprenta offset es de autoría de dos inventores, quienes en diferentes lugares desarrollaron sistemas similares. En 1875 se desarrolló una primera versión para imprimir sobre estaño, por el inglés Robert Barclay. En 1903 Ira Washington Rubel, estadounidense, desarrollo la versión para impresión sobre papel.

Los acabados finales que se realizan en la post-prensa comprenden: el plegado, el troquelado, refilado, engrapado, y otros; que permiten obtener un producto impreso listo para el uso que determinó el cliente.

Prácticamente el total de las publicaciones impresas son realizadas por una maquina offset. De allí proviene la relevancia de su utilización.

IV. RELEVANCIA ECONÓMICA DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA PERTENECIENTE A LA INDUSTRIA GRÁFICA RUBRO IMPRENTAS TIPO OFFSET

Anteriormente se determinó el rol de la MYPE para la economía actual deviniendo que las normas otorgan el título de empresa a la MYPE, eliminando así criterios adversos. Sin embargo existen posturas que asumen que por su baja productividad la MYPE no podría ser considerada una empresa, es así que Mario PASCO COSMÓPOLIS citado por Germán LORA ÁLVAREZ en su análisis al Decreto Legislativo 1086, menciona: “esta ley se encuentra dirigida a trabajadores que contratan a otros trabajadores, no debiendo considerarse a las MYPE como empresas¹⁸”; afirmación que no compartimos por los criterios expuestos y la relevancia económica que posee la MYPE, tanto es así que su participación en el Producto Bruto Interno (PBI) es de 47%¹⁹.

Para el CODEMYPE, el crecimiento económico del Perú se asocia con la creación de empresas. Si se incrementa la actividad empresarial se produce un crecimiento económico para el país.

John O. OKPARA y Pamela WYNN (2007)²⁰ en su publicación sobre *small business* (pequeñas empresas); dan relevancia a la pequeña empresa por su fuerza impulsadora para el desarrollo económico de un país, además generan empleo reduciendo la pobreza en la población. Según los autores si un microempresario crece, genera más empleo demandando mayor cantidad de mano de obra y como es lógico las ventas se incrementan lo cual tiene una repercusión directa en la formación del PBI.

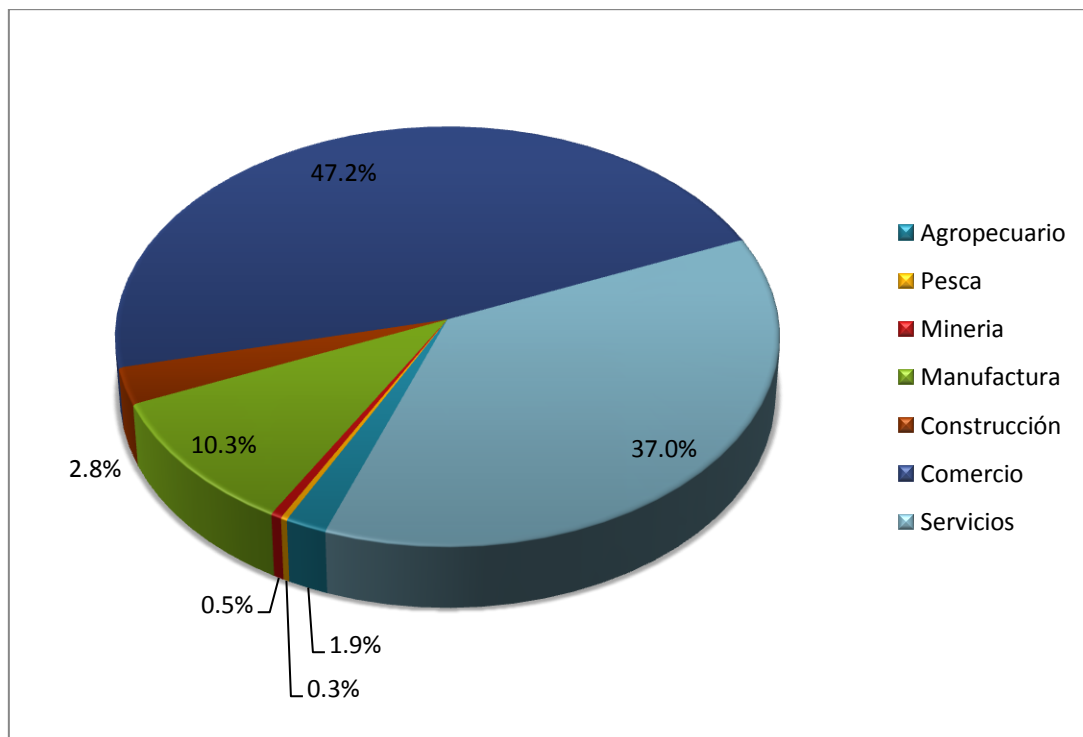
¹⁸ LORA ÁLVAREZ, Germán (2008) El nuevo régimen laboral de la micro y pequeña empresa. En: *Jus, Doctrina & Práctica*, revista de derecho. Nro. 07, Lima, Julio de 2008; Pág. 8.

¹⁹ MATHEWS, Juan Carlos; *Competitividad: el significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las mypes*; Usaid - PERU/MYPE COMPETITIVA, 2009, Pág.13.

²⁰ OKPARA John O. y WYNN Pamela (2007). “*Determinants for small business growth constraints in a sub-Saharan African economy*” (Determinantes de la pequeña empresa para su limitación de crecimiento en el sub- Sahara de África). 2007. Pág.72.

La SUNAT dentro de su papel de Superintendencia, se encarga de estudiar al contribuyente en diversos aspectos, en ese sentido de acuerdo a esta superintendencia se tienen siete sectores por actividad económica de la MYPE (agropecuario, pesca, minería, manufactura, construcción, comercio y servicios) los cuales contribuyen al fisco en las siguientes proporciones:

Gráfico N°01: MYPE por actividad Económica



Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010
Elaboración: PRODUCE – DGMYPE-C / Dirección de Desarrollo Empresarial

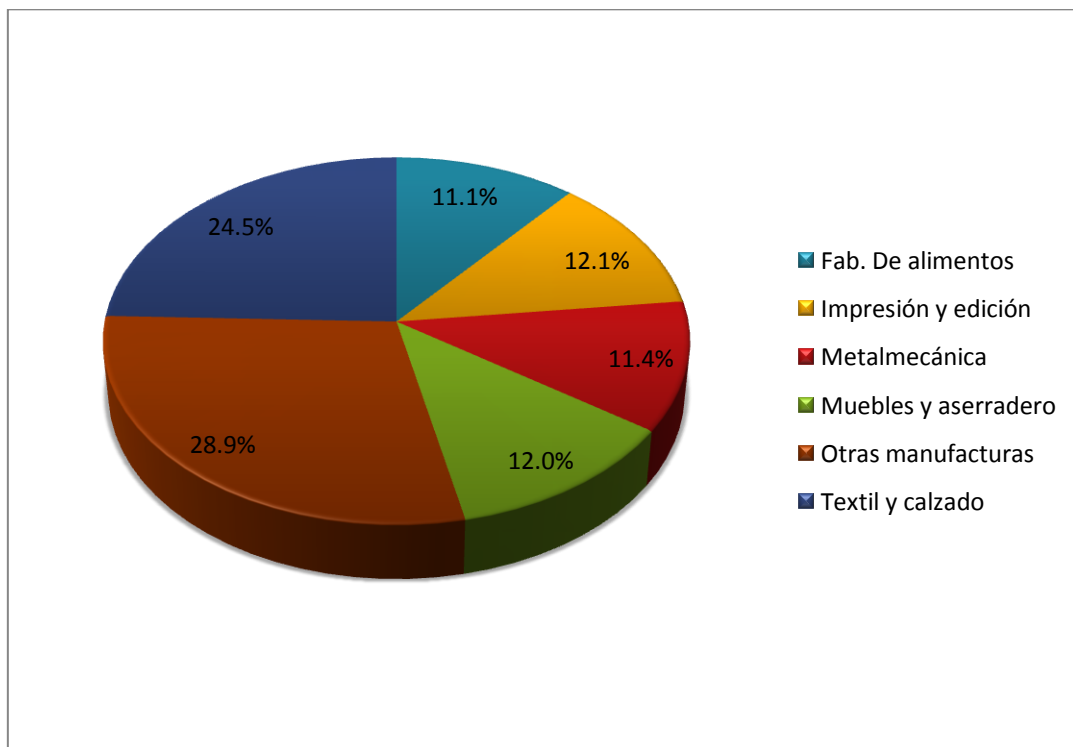
Del gráfico se observa que los sectores con mayor presencia son comercio y servicios con 47.2% y 37% respectivamente; sin embargo el sector manufactura posee un 10.3% de presencia empresarial. Se analizará a estos tres sectores debido a que muchos consideran que la MYPE de la industria gráfica ofrece un servicio e incluso es vinculada con el comercio.

Al haber determinado lo que implica la actividad de la industria gráfica, así como el proceso por el que se sucede cada producto antes de ser entregado al usuario; en concordancia con el CODEMYPE, quien clasifica a la MYPE de la industria gráfica

rubro imprentas tipo offset dentro del grupo manufactura²¹; de acuerdo a este organismo 122,344 empresas pertenecen a esta actividad.

El CODEMYPE realiza un estudio profundo de cada actividad económica, basado en los datos que obtiene de la SUNAT. Se debe recordar que la SUNAT al inscribir a un contribuyente en el RUC o NRUS lo clasifica de acuerdo al código CIIU²². Este dato se ha convertido en útil para elaborar estadísticas y clasificar a los contribuyentes.

Gráfico N°02: MYPE por división CIIU, Sector manufactura 2010



Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010
Elaboración: PRODUCE – DGMYPE-C / Dirección de Desarrollo Empresarial

Las actividades relacionadas a la Impresión y Edición concentran el 12,1% de las MYPE pertenecientes al sector Otras Manufacturas. Disgregando esta cifra se obtiene lo siguiente:

- Las actividades de impresión vendría a ser del 10,0% y;
- Servicios para la impresión representa el 2,1%.

²¹ Se considera actividad de manufactura a toda aquella dedicada a transformar la materia prima en insumos para la generación de bienes que serán utilizados para el consumo humano o para su utilización.

²² Clasificación Internacional Industrial Uniforme o por sus siglas CIIU, vienen a ser todas las actividades aceptadas y definidas por la División de Estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas. En el Perú se utiliza el CIIU revisión 3.0; lo detallamos así porque el CIIU varía para cada país de acuerdo a su realidad social y económica.

Tal como se observa en el detalle del Cuadro N°06 a continuación:

Cuadro N°06: Número de empresas de acuerdo al CIU

	División CIU	MYPE	
		N°	%
1810	Fabricación de prendas de vestir	20,755	17.0%
2221	ACTIVIDAD DE IMPRESIÓN*	12,285	10.0%
1541	Elaboración de productos de panadería	10,683	8.7%
3610	Fabricación de muebles	9,796	8.0%
2811	Fabricación de productos metálicos de uso estructural	7,866	6.4%
1920	Fabricación de calzado	5,776	4.7%
1549	Elaboración de otros productos alimenticios	3,565	2.9%
1729	Fab. De otros productos textiles	3,391	2.8%
2899	Fab. de otros productos de metal	3,563	2.9%
2022	Fab. Partes y piezas de carpintería para edificio y construcción	2,751	2.2%
2029	Fab. Otros productos de madera	2,312	1.9%
2222	ACTIVIDADES Y SERVICIOS PARA LA IMPRESIÓN	2,535	2.1%
2010	Aserrado y acepillado madera	1,648	1.3%
	Otras actividades manufactura	35,418	28.9%
	TOTAL MANUFACTURA	122,344	100%

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010

Elaboración: PRODUCE – DGMYPE-C / Dirección de Desarrollo Empresarial

*El énfasis es nuestro.

De acuerdo a estos datos contrastados con información de la SUNAT; en Perú alrededor de 12,285 MYPEs son empresas formales de la industria gráfica. De todas ellas es difícil determinar con exactitud cuales realizan impresión tipo offset; por ello se asume que la cantidad de MYPE beneficiada será igual al número de MYPEs dedicadas a las actividades de impresión.

V. LA INFORMALIDAD EN LA INDUSTRIA GRÁFICA DEL RUBRO IMPRESIÓN TIPO OFFSET Y EL ACCESO A LA INFORMALIDAD

1. La informalidad y sus criterios de determinación

Como analiza CAROY ZELAYA, efectivamente en el Perú en su mayoría subsisten microempresas formales e informales, predominantemente de la segunda condición; además la mayoría de estas se caracteriza por ser de subsistencia, hecho que refuerza la hipótesis del presente estudio, pues al proponerse mejorar la competitividad de la MYPE, cambiaríamos la condición de una microempresa de subsistencia a una de acumulación simple.

El CODEMYPE observa como criterios para calificar a la MYPE formal:

- Poseer un Registro Único del Contribuyente (RUC) vigente, entiéndase por vigente la condición de activo para la SUNAT. Sin embargo se debe considerar que el Decreto Legislativo 1086 proporciona límites máximos más no mínimos para determinar si una empresa es MYPE, entonces este concepto debe también incluir al Nuevo Régimen Único Simplificado (Nuevo RUS); régimen al cual pertenecen actualmente muchos micro y pequeños empresarios nuevos.
- Tributar en rentas de tercera categoría, es decir por medio de la explotación de cualquier actividad económica.
- No superar los estándares establecidos para el monto de ventas (señalados en el cuadro N°01). Además este criterio debería estar compensado por el que asume la ley para determinar a la MYPE, hablamos del número de trabajadores, con topes máximos de 10 trabajadores para la microempresa y 100 trabajadores para la pequeña empresa.
- Tipo de contribuyente, dependiendo si sea una MYPE constituida por persona natural, jurídica, una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL), cualquier tipo de sociedad prevista en la Ley General de Sociedades, sucesión, universidad, centro educativo, comunidad campesina, cooperativa o empresa de propiedad social (detallados en el régimen tributario de la MYPE).
- Actividad económica; las cuales son determinadas de acuerdo al código CIU, en ese sentido la Ley 28015 señala específicamente el desarrollo de actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Los criterios asumidos por el CODEMYPE son de relevancia porque determinan en parte los requisitos de acceso a la formalidad sin embargo no consideran un criterio de observancia obligatoria

En el año 2004, las MYPE formales eran 648,147 y en el año 2010 la cifra se incrementó a 1'192,301, lo cual representa un incremento de 544,154 nuevas MYPE formales en el periodo²³. Esta cifra debe de ser entendida con cuidado puesto que el cambio de los parámetros que definen a la MYPE publicado el 2008, incrementó los montos ventas de 850 a 1700 UITs, alargando así el universo total de la MYPE en el Perú.

Mientras el grado de informalidad en Latinoamérica bordea el 50% y 60%, en el Perú se ubica en 70% del total de las empresas²⁴.

De acuerdo al Libro Blanco de la Microempresa, la microempresa se hace más vulnerable debido a tres factores: el comercial, el empresarial y el legal. Este último referido a la informalidad que existe en este tipo de empresas. La informalidad excluye de una gama beneficios que proporciona la ley a la MYPE.

La formalidad está ligada a la productividad de la MYPE, ser formal encierra consigo no solo el pagar impuestos, el empleador debe ser consciente que se encuentra en capacidad de pagar los beneficios correspondientes a sus trabajadores y establecer las condiciones adecuadas para que el centro de trabajo permanezca en óptimas condiciones.

De acuerdo a las estadísticas publicadas por REMYPE, correspondiente al número total de empresas inscritas en el registro; se observa:

Cuadro N°07: Cuadro por tamaño de empresa y número de trabajadores

De octubre del 2008 al 19 de junio de 2012

Id	Tamaño de empresa MYPE	Total MYPE	%	Total Trabajador	%
1	Microempresa	139,676	90.87	246,245	80.58
2	Pequeña empresa	14,035	9.13	59,327	19.42
Total		153,711	100.00	305,572	100.00

Fuente: Base de datos REMYPE- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
Elaboración: OGTIE- Ministerio de la Producción

²³ Ministerio de trabajo y Promoción del Empleo, *Anuario 2010*, Lima, 2010, Pág. 10.

²⁴ Declaraciones de PERRY Guillermo, economista jefe para América Latina y El Caribe del Banco Mundial en un artículo de ACEVEDO DAMIPAN, KARÍN, "Mypes ven la formalidad como un perjuicio por alta rigidez", Diario El Comercio, Lima, 23 de agosto de 2007, www.elcomercio.pe (Visitado el 25.5.2012).

Es decir que a nivel nacional se han registrado un total de 153,711 MYPEs, que tienen en planilla a 305,572 trabajadores; con la obligación de prestarles los beneficios antes detallados. De estas dos últimas cifras con un cálculo simple se puede entender que cada MYPE en promedio tendría prácticamente a dos trabajadores en planilla. Usualmente el empleador es colocado en planilla, reduciendo la cifra mostrada a la mitad, en consecuencia únicamente 152,786 trabajadores estarían en planilla.

Profundizando en las causas de la informalidad, nos preguntamos *¿qué impulsa al empresario a mantener su condición de informal?*, Mario TELLO²⁵ se refiere a los tres enfoques tradicionales o de exclusión que explican la informalidad:

- El enfoque de la segmentación del mercado laboral, referido a la actitud de los trabajadores de no dejar su estado de inercia en la informalidad para emplearse en el sector formal.
- El enfoque desarrollado por DE SOTO (1989), señala que las normas y reglamentaciones complicadas son una barrera de acceso a la formalidad para las pequeñas empresas.
- El tercer enfoque analiza la actitud de las grandes empresas que asumen conductas informales, actuando parcialmente en formalidad, debido a las cargas fiscales y laborales.

Como explica TELLO, alternativamente se desarrolla el enfoque de “salida o escape”, donde las empresas analizan su margen de adherencia a la formalidad realizando un análisis de costo beneficio, que en su mayoría termina asumiendo una conducta de informalidad.

Consideramos que en la actualidad la MYPE de la industria gráfica se ubica en dos enfoques: Un grupo se encuentra en el enfoque de “salida”, mientras otra parte asume conductas como las grandes empresas del tercer enfoque tradicional al actuar parcialmente dentro de la formalidad.

La Municipalidad de Lima ha emitido la Ordenanza N°1608²⁶, que entró en vigencia el 19 de junio de 2012; donde se prohíbe el funcionamiento de imprentas en el Centro Histórico de Lima, de los jirones Callao, Rufino Torrico e Ica- y en el barrio de Santa

²⁵ TELLO Mario D., *Indicadores del sector MYPE informal en el Perú: valor agregado, potencial exportador, capacidad de formalizarse y normas técnicas peruanas de sus productos*, Departamento de Economía de la Pontificia Universidad Católica de Lima, Lima, Pág. 28.

²⁶ El contenido completo de la Ordenanza N°1608 se encuentra en el Anexo N°01.

Beatriz. Se sustentó esta ordenanza en las altas vibraciones que emiten las maquinarias de esta industria, que debilitan las endeble construcciones sobre las que vienen funcionando.

Se habla mucho de la informalidad que existe sobre las MYPE de la industria gráfica que serán desalojadas, sin embargo aún no existe un plan de reubicación, control o plan que busque la formalización.

Basados en el contenido de la mencionada ordenanza, decidimos entrevistar a empresarios MYPE con imprentas tipo offset ubicadas en los jirones: Rufino Torrico, Ica, Cailloma y Callao²⁷. En el lugar aparentemente se desarrolla un ambiente competitivo y dinámico, que nos permitió arribar a las siguientes conclusiones:

- La zona entrevistada ofrece al empresario MYPE conseguir insumos, materiales, servicio técnico y acabados de post prensa en un mismo lugar, de acuerdo a muchos de los entrevistados, se denomina a la zona como “el gamarra de las imprentas”. Donde ciertamente se pueden encontrar todo tipo de servicios gráficos con precios cómodos.
- Ante la emisión de la Ordenanza Municipal N°1608, un gran número de imprentas abandonó la zona para evitar clausuras definitivas. Los que aún no pueden dejar sus locales comerciales en el centro de Lima permanecen trabajando con normalidad y en algunos casos con ayuda de intermediarios a puerta cerrada.
- El 61% de los encuestados posee número de RUC y demuestra su condición de formalidad en este aspecto al indicar que paga sus impuestos y entrega comprobantes de pago. Sin embargo el 39% no posee número de RUC o señala no recordar el número, lo que supone una conducta de informalidad. Consideremos que ser formal no es únicamente poseer un número de RUC, sino también asumir conductas de formalidad guiadas a brindar una mejor calidad de vida a los trabajadores de la MYPE.
- Casi el total de los encuestados serían empresas MYPE de acuerdo al número de trabajadores, pues no se tuvo acceso a los montos de sus ganancias. El 52% de las empresas encuestadas posee menos de tres trabajadores, solo el 39% de los encuestados indica tener trabajadores familiares.
- El 49% de los encuestados considera que su ubicación corresponde a una zona comercial, suficiente para el ejercicio de la industria gráfica. El 42% de los

²⁷ El contenido de la entrevista y estadísticas detalladas se encuentran en el Anexo N°07.

empresarios señalan que la zona es reconocida por el público como una “zona gráfica”.

- El 82% de los encuestados se demuestra llano a aceptar la reubicación planteada por la MML, sin embargo de sus respuestas se hallaron importantes aportes:
 - o El 55% de los encuestados considera que la MML debe reubicar a los empresarios de la zona de forma ordenada, respetando el ambiente comercial con el que se interrelacionan.
 - o El 21% considera que este es un proyecto beneficioso que traerá desarrollo a la zona.
 - o El 18% considera incierto el proyecto de reubicación y asume que esta situación puede acarrear similares consecuencias a las vividas con la reubicación del mercado de "La Parada".
 - o Solo un 6% considera apropiada la reubicación con clústeres organizados por los propios empresarios gráficos.

Basados en los enfoques de TELLO, consideramos que la actitud del empresario MYPE de la zona de estudio han asumido conductas informales pese a su aparente formalidad. La MML convirtió a estos empresarios en informales al revocar sus licencias municipales si asumimos un criterio estricto, sin embargo no objetó el problema de fondo: las condiciones de trabajo para los trabajadores y actitud de los empresarios.

Hay quienes asocian la informalidad con la piratería de libros, ¿pero acaso podríamos afirmar que una MYPE de la industria gráfica informal se dedica a ello?; incluso se le otorga el título de causante de varios incendios. Sin embargo al entender lo complejo de la actividad, se observa que aun estando frente a una MYPE formal del rubro, nunca se puede asegurar que no ocurran contingencias.

La formalidad empresarial otorga calidad de vida a sus trabajadores e incrementa la base tributaria. Hecho que garantiza el enfoque que tendrá el producto de esta tesina, tomando estos dos criterios como base para fortalecer la competitividad de la MYPE de la industria gráfica.

2. El acceso a la formalidad

El Estado cumple el rol de fomentar la formalización de las MYPE por medio de la simplificación de procedimientos, trámites y reducción de costos; pero la informalidad de la MYPE no se ha reducido considerablemente y deja claro que a manera de

secuela se posee problemas sociales como el subempleo y la reducción de la base tributaria.

Uno de los objetivos principales del D. Leg. 1086 es fomentar la formalización de la MYPE²⁸, a través de la simplificación de procedimientos, trámites y reducción de costos; no obstante, a pesar de los ajustes institucionales mencionados, el fenómeno de la informalidad no ha reducido, razón por la cual algunos problemas sociales, como el subempleo y la reducción de la base tributaria, se han profundizado.

Según la Agenda de la Competitividad 2012- 2013, la falta de información clara y de fácil acceso limita el acceso a la formalidad de las empresas; sin embargo sostienen:

“Hoy en día, internet posibilita contar con herramientas de uso sencillo y bajo costo que permitirían al Estado compilar toda la información referente a las condiciones necesarias para la creación y el legal desarrollo de empresas en el país, así como información adicional sobre propiedad intelectual o acceso a fondos, por ejemplo, que favorezcan un desempeño competitivo²⁹”.

Actualmente el “Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas³⁰” pone al alcance de la población “Tu empresa en 72 horas”, servicio de constitución de empresas en línea por medio de la Plataforma de Interoperabilidad del Estado (Pide), creada por la Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática (ONGEI); la cual ofrece un trámite sencillo, seguro y que demanda poco tiempo y menor costo (S/.300). El monto mencionado no incluye el costo por la licencia de funcionamiento, además la única restricción que se ha identificado es el poseer una tarjeta de crédito.

Entre las ventajas que ofrece este sistema al constituir una persona natural se encuentran el prescindir de gastos notariales, registrales, aportes de capital, acceder al Nuevo RUS y al régimen de impuesto a la renta especial (RER).

Si decidiéramos realizar el trámite por cuenta propia probablemente nos encontremos desorientados y este costo se incrementaría significativamente. Al realizar un desglose de los costos que el empresario común asume al constituir una MYPE, este se

²⁸ El **Artículo 1º del D.Leg 1086** señala: *“Objeto.- El presente Decreto Legislativo tiene por objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para la ampliación del mercado interno y externo de éstas, en el marco del proceso de promoción del empleo, inclusión social y formalización de la economía, para el acceso progresivo al empleo en condiciones de dignidad y suficiencia”.*

Además el **Artículo 59º** de la Constitución Política del Perú señala: *“(…) El Estado brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades”.*

²⁹ Consejo Nacional de la Competitividad, *Agenda de la Competitividad*, Lima, 9 de febrero de 2012, 2012, Pág. 24.

³⁰ Portal de servicios al ciudadano: <http://www.serviciosalciudadano.gob.pe/>, visitado el 21/09/2012.

encuentra frente a una serie de trámites, documentos y requisitos por cumplir. Solo el trámite del RUC en cuestión de tiempo involucra entre una y tres horas dependiendo de la jurisdicción. Del detalle de los costos que implica la formalidad observamos los siguientes como imprescindibles:

CUADRO N°08: Costo de la Formalización

	Costo por tipo de Persona S/.	
	Persona Natural	Persona Jurídica
Búsqueda de nombre	4.00	4.00
Reserva de nombre	18.00	18.00
Minuta de constitución/ Declaración de voluntad	30.00*	70.00
Escritura Pública	-	90.00**
Inscripción SUNARP PN.1.08%UIT+ 0.24%UIT PJ.1.08% de una UIT más 3/1000 del capital social	48.18	69.42***
Nombramiento e inscripción de gerente 0.36% UIT + 0.24%UIT	-	21.90
Copia literal SUNARP	16.00	16.00
RUC	-	-
Legalización de libros S/.20 por libro	60.00	100.00
Inscripción en REMYPE	-	-
Licencias de funcionamiento y compatibilidad de uso	200.00	200.00
Licencia INDECI	40.00	40.00
TOTAL	416.18	629.32

Fuente: Elaboración propia

(*) Este costo puede variar

(**) Existe un convenio con el colegio de notarios de lima para la reducción de los honorarios notariales a favor de la formalización de la MYPE

(***) Calculado con un capital igual a S/.1000

UIT = S/.3650

Con certeza se puede señalar que el costo de S/.300 ofrecido por la página de Servicio al Ciudadano no incluye todos los trámites requeridos para la constitución de una MYPE, sin embargo el trámite se reduce en onerosidad y tiempo, lo que hace conveniente la intensión del gobierno.

Es fácil encontrar en el mercado los servicios de empresas formales vinculadas a la constitución y capacitación de micro y pequeños empresarios, que ofrecen atractivas ofertas de constitución de empresas por un pago único aproximado a S/.360; monto que resulta variable de acuerdo al giro del negocio y de forma similar no engloba el trámite completo, únicamente el legal.

Pese a existir una notable reducción en el costo y tiempo, observamos que el empresario de la MYPE se niega a ingresar a la formalidad. Hecho que se puede enfocar desde diferentes criterios como el sociológico, moral o educativo.

El constituir una empresa formal no es únicamente presentar documentos y asumir estos costos, pues para el empresario es necesario poseer un capital de trabajo del cual se pueda valer para iniciar el negocio. Ello implica que el empresario deba contar al menos con mil soles más que le sirvan de capital inicial, sea en dinero o en especie. El capital en dinero debe permanecer en una cuenta corriente bancaria abierta específicamente para ese fin y este monto debe mantenerse en esa cuenta por un mínimo de tres meses, para solo constituir la empresa. De otro lado si el aporte se realiza en especie se debe contar con facturas que prueben tanto la propiedad como el valor del bien.

Como observamos, el acceso a la formalidad implica un mayor costo y aún no se ha considerado lo que realmente se invertirá en implementar el negocio. La inversión real para iniciar una empresa varía entre: los bienes imprescindibles costo de personal, maquinaria, equipos, implementación de local, alquileres y servicios que se requieran al iniciar el negocio. Para algunos inversionistas un capital inicial de mil soles resultaría insuficiente, mientras que algunos considerarían que con la mitad de este monto se puede partir con un negocio próspero.

Lo cierto es que el éxito y garantía de la productividad se mantienen cercanos a la inversión inicial que se realice, es de considerar que el ciclo de vida de una empresa normalmente no parte por un período de madurez con éxito garantizado, está más bien sujeto a un periodo de ajuste, que puede ser de corto o mediano plazo, en el cual obtendrá pocos ingresos, donde se pierda más de lo que se gane. El inversionista de la MYPE siempre estará sujeto a la demanda del mercado y aún el más preparado tiene tendencia al fracaso si no analiza las contingencias que puedan devenir.

Un costo que llama la atención porque incrementa significativamente el acceso a la formalidad es el pago por la Licencias de funcionamiento y compatibilidad de uso, para el análisis en el cuadro N°01 se consideró un monto promedio, sin embargo este varía a criterio del Gobierno Local:

Cuadro N°09: Costo por Licencia de Funcionamiento

Distrito	Menos de 100 m2	Entre 100 m2 y 500 m2
San Isidro	S/.391	S/.489
Lince	S/.231	S/.282
Miraflores	S/.411.63	S/.415.89
San Miguel	S/.147.53	S/.252.13
La Molina	S/.391	S/.578.66
Jesús María	S/.197.69	S/.236.20

Fuente: <http://mass.pe/licencia/2011/03/cuanto-cuesta-obtener-la-licencia-de-funcionamiento>
*Se añadió los costos de la Municipalidad de Jesús María

Como se observa en el cuadro N°09, algunos Municipios poseen costos por licencia de funcionamiento muy elevados que bien podrían constituir el capital inicial de una MYPE añadido a ello actualmente las licencias provisionales para MYPE ya no se tramitan debido a que fueron derogadas por la Ley 28976, por tanto estas tienen que asumir el costo de una licencia permanente y más onerosa. Además se constituye una barrera burocrática al determinar que la emisión de la licencia de funcionamiento es de 15 días.

Podríamos estar hablando entonces de que los Gobiernos Locales aún no adecúan sus políticas a favor de la MYPE, al establecer tan altas barreras administrativas.

La formalidad implica un costo que puede considerarse innecesario para algunos empresarios que poseen una MYPE, sin embargo el beneficio que reditúa la formalidad seguramente es mayor. Al hablar de beneficios hablamos de los beneficios otorgados por ley en las compras estatales, los regímenes especiales, el factoring, programas de exportación y otras herramientas que fomentan la competitividad de la MYPE.

De otro lado la informalidad puede acarrear altos costos, pues actualmente se vienen implementando drásticas medidas tributarias para los empresarios informales por parte de SUNAT y el Ministerio de Trabajo.

Finalmente se debe recordar que la formalidad conlleva manejarse de forma correcta, en el ámbito de lo legal y moral.



LA COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

I. NOCIÓN DE COMPETITIVIDAD

Michael Porter determina que: “la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar”³¹.

El ser competitivo involucra una mayor diferenciación, diversificación y conocimiento. Angélica MATSUDA considera incorporar conceptos tecnológicos, estrategias de internacionalización y educación³².

El Consejo Nacional de la Competitividad (CNC) considera que la productividad va de la mano con la competitividad, pues solo las empresas eficientes son capaces de adaptarse a los cambios del mercado³³.

En 2011 el Perú ocupó el lugar 43 entre 59 países en el Anuario Mundial de la Competitividad (WCY)³⁴ resaltando entre los países latinoamericanos al ubicarse ligeramente por encima del promedio (puesto 44). Sin embargo, se habría dado un descenso tras habernos ubicado en el puesto 35 en el año 2008. Según otros rankings se ubica al Perú en el puesto 67 entre 142 países, según *Doing Business* del Banco Mundial estaríamos ubicados en el puesto 41 de 183 países³⁵.

³¹ PORTER, Michael E., *Ser competitivo, Nuevas aportaciones y conclusiones*, Ediciones Deusto, Barcelona- España, 2003, pág.163.

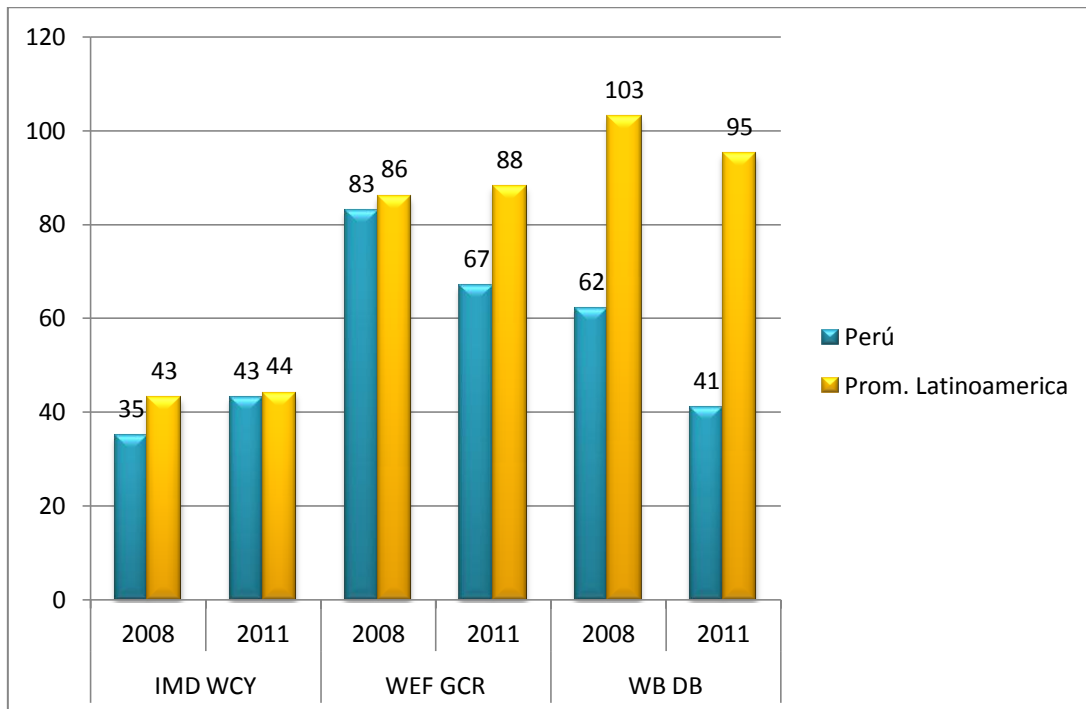
³² “(...) incorporar renovados modelos de gestión para los sistemas de ciencia, tecnología, innovación y calidad; una estrategia articulada de internacionalización; y una educación que acompañe a esta transformación productiva”. MATSUDA MATAYOSHI, Angélica, *Presentación a la Agenda de Competitividad 2012-2013*, Consejo Nacional de la Competitividad, Ministerio de Economía y Finanzas. Lima. 2012. pág.7

³³ “La productividad de un país está determinada por la productividad de las empresas que operan en su territorio y por el grado de competitividad con el que estas interactúan en sus relaciones de mercado. La competencia de los mercados determina, en principio, que solo las empresas eficientes, con capacidad de adaptarse a los cambios y generadoras de ganancias permanezcan en el mercado. En la realidad, empero, los mercados presentan fallas que hacen pertinente la acción del Estado”. Consejo Nacional de la Competitividad, *Agenda de Competitividad 2012-2013*, Ministerio de Economía y Finanzas, Lima, 2012. pág.24

³⁴ Publicado por el International Institute for Management Development (IMD), en el 2011.

³⁵ Por su parte, el *Reporte Global de la Competitividad* (GCR) 2011-2012, publicado por el World Economic Forum (WEF), ubica al Perú en el puesto 67 de un total de 142 países. A diferencia del reporte del IMD, el Perú presenta una notoria mejora en este *ranking*, ya que en el 2008 ocupaba el puesto 83. Un tercer reporte sobre competitividad es el *Doing Business* (DB), publicado por el Banco Mundial (WB), el cual se concentra en evaluar el marco institucional y cómo este promueve o inhibe la actividad empresarial en un país. Según este último, el Perú pasó del puesto 62 en el 2008 (DB2009) –de un total de 183 países– al puesto 41 en el 2011 (DB2012). Cabe resaltar que en todos los casos, el Perú ha estado en mejor posición que el promedio latinoamericano. Consejo Nacional de la Competitividad, *Agenda de Competitividad 2012-2013*, Ministerio de Economía y Finanzas, Lima, 2012. pág.8

Gráfico N°03: Ubicación en rankings de competitividad, Perú y América Latina, 2008 y 2011



Fuente: IMD.WEF.WB

Ya en el plano empresarial, Juan Carlos MATHEWS proporciona una definición institucional-empresarial al indicar que: “(...) se define la competitividad como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve”³⁶.

Se estima que una empresa es exitosa al alcanzar la diferenciación de sus competidores locales como internacionales, considerando enfoques de sostenibilidad y conociendo a la rama de la industria donde se desempeña³⁷.

Normalmente para que una empresa consiga los objetivos que se ha planteado en su misión e incluso en su visión, deberá realizar un análisis iniciado desde dónde se encuentra su empresa, su situación en el mercado, hacia dónde quiere llegar y cuál es

³⁶ Mathews además señala: “Estas ventajas están definidas por sus recursos y su habilidad para obtener rendimientos mayores a los de sus competidores. Como señala Porter, el concepto de competitividad conlleva al concepto de ‘excelencia’, que implica eficiencia y eficacia por parte de la organización”. MATHEWS, Juan Carlos; *Competitividad: el significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las mypes*; Usaid - PERU/MYPE COMPETITIVA, Lima, 2009, pág.13.

³⁷ SCHWALB, María Matilde y MALCA, Oscar, *Responsabilidad social: fundamentos para la competitividad y desarrollo sostenible*, Universidad del Pacífico, segunda edición, Lima, 2008, pág.47.

la estrategia que va utilizar para llegar allí. Es fundamental entonces realizar un análisis interno y externo.

Se entiende entonces a la competitividad empresarial como la habilidad que posee una empresa de diferenciarse de sus competidores y así conseguir un posicionamiento que garantice su éxito.

II. PROGRAMAS Y POLÍTICAS DE PROMOCIÓN PARA LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA QUE ACTUALMENTE SE VIENEN DESARROLLANDO

El gobierno elabora periódicamente programas y políticas destinadas a la mejora de la competitividad de la MYPE, por ello es esencial determinar qué iniciativas y medidas se vienen aplicando con éxito a la industria gráfica.

De otro lado la iniciativa privada ha brindado gran aporte al sector empresarial, sin embargo no se halla una estrategia plenamente dirigida a la industria gráfica, hecho que nos lleva a indagar la experiencia aplicada a otras industrias para lograr un aporte esencial a la investigación.

En ese sentido se puede analizar las iniciativas desde el punto de vista de “donde provienen”, es decir: iniciativas públicas e iniciativas privadas. Las primeras responden a las iniciativas provenientes del Estado, de sus instituciones y organismos; mientras que las iniciativas privadas serán las que provengan de instituciones y organismos privados.

Para la investigación se ha determinado un tercer campo de análisis, constituido por la experiencia de otros países de similares condiciones al nuestro. Así se plantea un sistema de análisis de experiencias desde tres puntos de vista diferentes:

- Los programas de gobierno
- Programas de particulares y organismos no gubernamentales
- Programas de mejora de la competitividad implementados en otros países

El objetivo de analizar cada una de estas iniciativas es determinar su aporte a la MYPE de la industria gráfica y determinar las debilidades que se deben fortalecer a la MYPE formal de la industria gráfica para hacerla más competitiva.

1. Programas del Gobierno

El Poder Ejecutivo es el encargado de dirigir los programas orientados a la mejora de la competitividad de la MYPE, mediante sus ministerios como: el Ministerio de Economía y Finanzas, Ministerio de la Producción, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, y el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo encabezan el reto de dirigir a la MYPE a un sector competitivo actuando de manera conjunta con instituciones y organismos públicos como: la SUNAT, el Consejo Nacional de la Competitividad (CNC), Indecopi, Sunarp, entre otras; sin dejar de lado a los gobiernos locales y regionales.

El marco legal de la competitividad debe poseer un enfoque incluyente que observe criterios de infraestructura, tecnología, sostenibilidad y comunicación, que permita la relación entre las empresa, el mercado y el Estado³⁸.

El CNC es el encargado de emitir la Agenda de Competitividad para el país, por medio de su Secretaria General. Se proyecta desarrollar al 2013 los aspectos contenidos en la Agenda de Competitividad 2012- 2013, que tiene como conclusiones:

- Fortalecer las capacidades empresariales para incrementar los niveles de productividad.
- Aprovechar de manera eficiente la inserción del Perú en los mercados internacionales, a partir de una mejora competitividad en la gestión de los servicios logísticos y aduaneros, así como el aprovechamiento de las oportunidades comerciales.
- Mejorar los procesos y la calidad de la inversión, y reducir la brecha de infraestructura de servicios logísticos.
- Agilizar los procesos con el Estado y mejorar la conectividad Estado-empresa y empresa-mercados en Tecnologías de Información y Comunicaciones.
- Mejorar los procedimientos vinculados al inicio, operación y cierre de empresas.
- Generar políticas amigables con el ambiente.³⁹

Las metas contenidas en la Agenda de la Competitividad 2012- 2013⁴⁰, involucran la mejora de competitividad de la MYPE, sin embargo no se puede asegurar que la industria gráfica sea beneficiada directamente.

³⁸ MATSUDA MATAYOSHI, Angélica, *Presentación a la Agenda de Competitividad 2012-2013*, Consejo Nacional de la Competitividad, Ministerio de Economía y Finanzas. Lima. 2012. pág.7.

³⁹ Consejo Nacional de la Competitividad, *Agenda de Competitividad 2012-2013*, Ministerio de Economía y Finanzas, Lima, 2012. pág.11

⁴⁰ Para mayor información acerca de las metas contenidas en la Agenda de la Competitividad con relevancia para la investigación, remitirse al Anexo N°02.

De acuerdo a los parámetros observados en la Agenda de la Competitividad, estas iniciativas van más allá del apoyo asistencialista para la MYPE, pues se observa el otorgar herramientas que mejoren las condiciones productivas y competitividad⁴¹. Esta perspectiva es clara y demuestra coherencia con la actual situación económica mundial. Por ello las políticas de promoción y competitividad que implemente el gobierno deben ir más allá de los beneficios económicos.

1.1. CRECEMYPE

CRECEMYPE es un portal de internet que pertenece al Despacho Viceministerial de MYPE e Industria, quienes vendrían a ser la autoridad inmediata al Ministerio de la Producción en materia de normalización industrial, ordenamiento de productos fiscalizados, promoción y fomento de la actividad industrial, cooperativas, MYPES y comercio interno.

Para el cumplimiento de estas y otras funciones el Despacho Viceministerial de MYPE e Industria está organizado en cinco direcciones⁴². Entre las funciones del Despacho Viceministerial de MYPE e Industria con mayor relevancia para la investigación, figuran⁴³:

- Formular, coordinar, ejecutar la Política Nacional y Sectorial de Desarrollo Productivo para la MYPE, industria, cooperativas y comercio interno, así como participar en las etapas de la normalización industrial y el ordenamiento de los productos fiscalizados, bajo su competencia, en coordinación con los otros niveles de gobierno y con aquellos sectores que se vinculen; y aquellas políticas nacionales en temas económicos y de desarrollo sostenible.
- Supervisar y evaluar el cumplimiento de las políticas, planes, estrategias, programas y proyectos nacionales y sectoriales, en el ámbito de competencia.
- Formular y aprobar normas, así como lineamientos, directivas, entre otros, de alcance nacional sobre el desarrollo de las actividades vinculadas a la industria, MYPES, cooperativas y comercio interno, así como de las cadenas productivas,

⁴¹ “La presencia cada vez más activa de las MYPE en la actividad empresarial, su influencia clave y determinante en la dinámica económica nacional de los últimos diez años, así como las mayores exigencias del sector han incentivado una mayor actuación del Estado. Sin embargo, el apoyo estatal no debe orientarse a la protección asistencialista de las MYPE, ya que esto solo las haría más vulnerables, sino que se debe facilitar herramientas para que la misma unidad empresarial establezca mejoras en sus condiciones productivas que le permitan mayores niveles de competitividad, en su rubro y en todos los mercados.” Consejo Nacional de la Competitividad, *Agenda de Competitividad 2012-2013*, Ministerio de Economía y Finanzas, Lima, 2012. pág.24

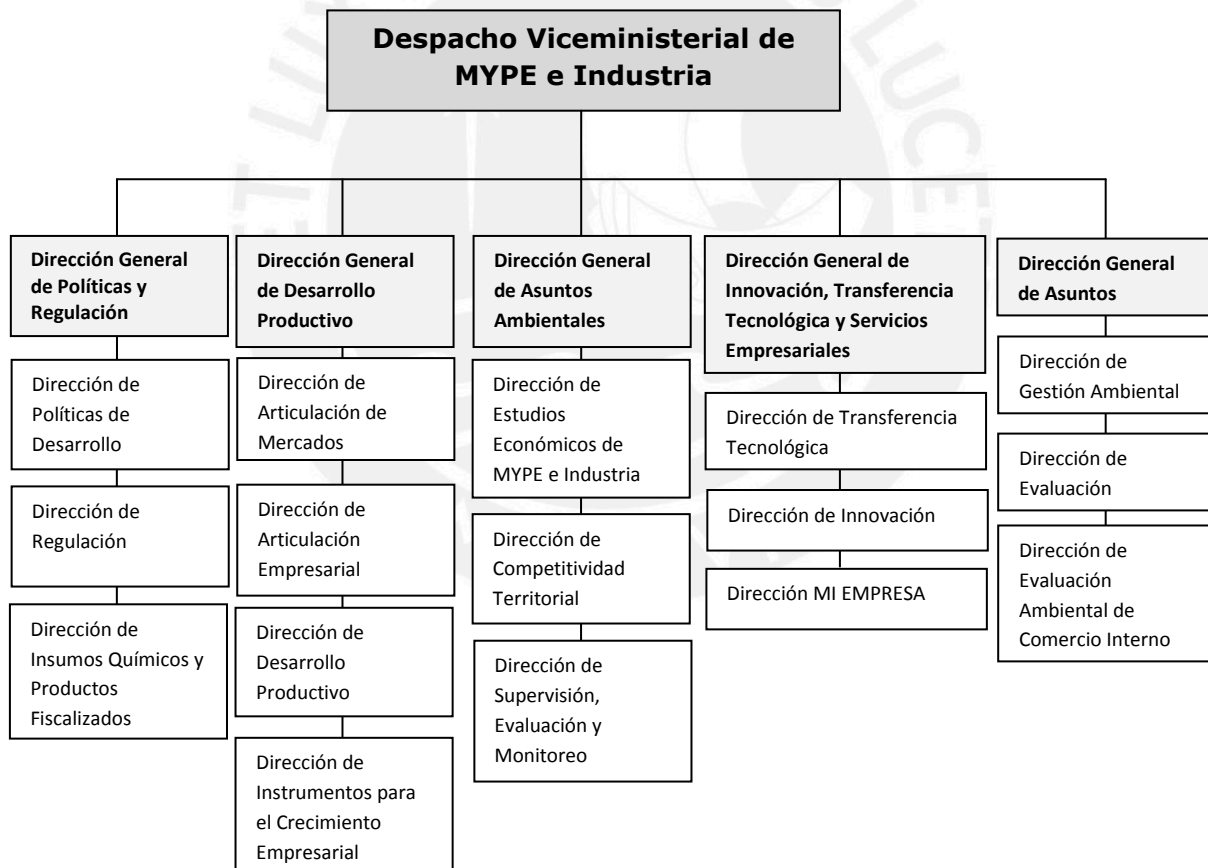
⁴² Véase el Gráfico N°04 de la página siguiente.

⁴³ Las funciones de CRECEMYPE se encuentran publicadas en su página web: <http://www.crecemype.pe/portal/index.php/publicaciones> (visitado el 03.11.12)

conglomerados y clústeres para fomentar su desarrollo e incrementar su competitividad.

- Promover la ejecución de programas, actividades y proyectos de las materias bajo el ámbito de su competencia.
- Promover y orientar en el ámbito de sus competencias la innovación tecnológica y la transferencia de tecnologías, fomentando alianzas tecnológicas dentro y fuera del país, así como la constitución y el desarrollo de Centros de Innovación Tecnológica – CITEs, de conformidad con el marco vigente.
- Participar en las acciones para contrarrestar los delitos aduaneros y otras formas que afecten la competitividad de las empresas formales de acuerdo con la normatividad vigente.

Gráfico N°04: Organigrama del Despacho Viceministerial de MYPE e Industria



Fuente: CRECEMYPE
Elaboración: CRECEMYPE

CRECEMYPE hace factible la aproximación de las funciones que cumple el Despacho Viceministerial de MYPE e Industria, al ofrecer distintas herramientas de mejora de la competitividad de la MYPE manuales descargables en formato PDF desde internet.

Para ello se ofrecen programas dirigidos por las direcciones del Despacho Viceministerial, como:

1.1.1. Planes de negocio CREA TU EMPRESA

Una herramienta muy atractiva es la que brindan los planes de negocio “Crea tu empresa”, donde se ofrecen diferentes planes de negocio en una ficha resumen y una ficha extendida, ambas explican de forma didáctica como implementar una empresa en distintos giros de negocio como: la producción y comercialización de joyas, industria del calzado, restaurantes, y diversas opciones de negocio. La guía ofrecida es sencilla y solo requiere de disponer de internet para descargar el manual. Dentro de los planes de negocio que se brindan se encuentra el de “Diseño gráfico y publicidad” como el más aproximado a la industria gráfica, por considerar la etapa de pre-prensa.

1.1.2. Colección CRECEMYPE I

Esta herramienta que ofrece CRECEMYPE está orientada a la constitución y formalización de la MYPE por medio de manuales descargables con contenido sencillo y no muy extenso. Las seis colecciones compuestas por manuales son:

- Constitución y formalización
- Financiamiento
- Mercado de compras estatales
- Asociatividad
- Calidad y certificación
- Formalización de cooperativas



1.1.3. Colección CRECEMYPE II

Esta segunda herramienta ofrecida por CRECEMYPE ofrece una colección de manuales descargables, orientados a:

- Tecnologías de la información y comunicaciones
- Marketing

- Procesos
- Costos
- Financiamiento
- Creación de valor



1.1.4. Colección CRECE TU EMPRESA

Esta colección ofrece la descarga de manuales de gestión empresarial para la MYPE en 14 fascículos orientados a mejorar las capacidades en la conducción de tu negocio y así aumentar la productividad y competitividad de la MYPE. Los temas que aborda son:

- Marketing y ventas
- Innovación
- Gestión financiera
- Ventas al Estado
- Formalización
- Abastecimiento y distribución
- Marcas y franquicias
- Exportación
- Instrumentos financieros
- Recursos humanos
- Seguridad laboral
- Calidad
- Atención al cliente
- Negocios en internet

1.1.5. Programa Gestionando MI EMPRESA

Este programa dirigido a personas naturales (emprendedores, empresarios, trabajadores, estudiantes y público en general), se destina a la difusión de las ventajas de la formalización, inducción a la gestión de la calidad y la formación de capacidades

de gestión y exploración de mercados por medio de conferencias impartidas periódicamente.

Este programa fue promovido y culminado en un segundo ciclo de conferencias entre agosto y octubre del 2012, contando con el apoyo de la Municipalidad de Ventanilla, la Universidad Norbert Wiener, la Municipalidad de Surco, la Sociedad Nacional de Industrias y la Municipalidad de Ate⁴⁴.

Se incluye dentro de este programa la posibilidad de acceder al Programa de Formación Empresarial compuesto por cursos de gestión básicos dirigidos a empresarios y trabajadores de la MYPE, con el propósito de generar habilidades en gestión empresarial a través de la introducción de TICs⁴⁵, gestión de costos y finanzas y marketing. Los cursos son prediseñados y tienen una duración de 16 horas cada uno. Para acceder a este programa es necesario asistir de manera ininterrumpida y contar con RUC de tercera categoría.

1.1.6. Programa CAJA RÁPIDA

CRECEMYPE además se propone crear una cultura contable en el empresario MYPE, ofreciendo un manual de fácil entendimiento denominado “Caja Rápida”, videos instructivos e incluso una hoja de cálculo Excel. Se tiene como referencia que este programa se imparte en mercados de Lima promoviendo el acceso a la formalidad.

1.1.7. Servicios

CRECEMYPE ofrece además diferentes servicios como los de:

1.1.7.1. Capacitación.

Servicio que está dirigido a conductores y/o trabajadores de la MYPE de los sectores priorizados (agroindustria, madera y carpintería, cuero y calzado, confección textil, artesanía, metalmecánica, turismo, hotelería y gastronomía) que tengan de 1 a 100 trabajadores remunerados (incluyendo al dueño de la empresa) y mínimo un (01) año de funcionamiento con RUC activo e inscripción en el REMYPE. Actualmente se brinda en Ancash, Arequipa, Apurímac, Ayacucho, Cusco, Huánuco, Ica, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima, Loreto, Moquegua, Piura, Puno, San Martín y Tacna.

⁴⁴ Para observar el cronograma del Programa Gestionando MI EMPRESA, remitirse al Anexo N° 03.

⁴⁵ Para fines de la investigación se considerará un concepto sencillo de TICs. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) vienen a ser todos los elementos, técnicas y métodos utilizados para la transmisión de información. Destacan entre las TICs los nuevos elementos utilizados en la actualidad como el internet y sus diferentes aplicaciones gracias a la informática. Su importancia ha llegado a ser tan relevante para el desarrollo de las sociedades que son vinculadas directamente con el desarrollo de un país.

Uno de los requisitos que se solicitan es el pertenecer a una asociación, conglomerado, consorcio, cadena productiva o núcleo empresarial para así elaborar una estrategia de atención integral con servicios de capacitación, asistencia técnica, un enfoque de demanda y una vinculación directa al mercado.

La capacitación incluirá los siguientes temas:

- Los servicios serán prioritariamente de carácter técnico-productivo, pero también pueden incluir temas de: gestión empresarial, calidad y diseños de productos, productividad de procesos, condiciones y calidad del trabajo, competencias de los recursos humanos y capacidad de inserción de la empresa en los mercados.
- Capacitarte para elevar la calidad de tus productos y/o servicios, incrementar tus ventas, disminuir tus costos y aumentar tu productividad.
- Desarrollar y reforzar tus conocimientos, habilidades y destrezas y contribuir al aumento de la calidad, eficiencia y productividad de tu empresa.
- Los expertos en Capacitación MYPE identificarán los problemas específicos de la empresa y presentarán soluciones para resolverlos y acompañar la implementación de las mismas.

1.1.7.2. *Asesoría,*

Se ofrece por medio de una red de atención empresarial a nivel nacional⁴⁶.

1.1.7.3. *Innovate Perú⁴⁷,*

Brinda también asesoría en innovación por medio de una línea gratuita.

1.1.7.4. *Premio Nacional a la MYPE Para la Inclusión Productiva⁴⁸,*

⁴⁶ Se puede obtener mayor información de la asesoría que brinda CRCEMYPE en su página web: <http://www.crecemype.pe/portal/index.php/servicio-de-desarrollo-empresarial/asesoria-y-capacitacion> (visitado el 03.11.12)

⁴⁷ Innóvate Perú es un esfuerzo del gobierno peruano que busca promover en las empresas la investigación y desarrollo de proyectos de innovación productiva y transferencia de conocimientos a través de fondos concursables (Fondo para la Investigación y Desarrollo para la Competitividad – FIDECOM). <http://www.crecemype.pe/portal/index.php/servicio-de-desarrollo-empresarial/innovate-peru> (visitado el 03.11.12)

⁴⁸ Este premio busca otorgar el más alto reconocimiento del Estado a los empresarios(as) de la MYPE que hayan destacado en sus actividades o sectores productivos como gestores de fuente de empleo y que son evidencia y ejemplo de la inclusión social y productiva en el Perú, en cinco categorías: 1. Espíritu emprendedor e Internacionalización, 2. Liderazgo y Estrategia Empresarial, 3. Creatividad e Innovación Empresarial, 4. Empleo formal y Responsabilidad Empresarial Social y Ambiental, y 5. Enfoque al cliente y Vocación por la Excelencia Empresarial. Se puede encontrar mayor información del Premio Nacional a la MYPE en su página web: www.premiomype.pe (visitado el 03.11.12)

Reconoce el esfuerzo por la inclusión social y productiva al empresario MYPE.

1.1.7.5. Red CITEs

Uno de los servicios que ofrece CRECEMYPE es la Red de Los Centros de Innovación Tecnológica (CITEs), que son instituciones que actúan como socios tecnológicos de las empresas para elevar la capacidad de innovación y alcanzar mayor competitividad y productividad.

La creación de CITEs se promovió por medio de la Ley N° 27267 y es definida por la Ley N°27890 como las entidades públicas o privadas, que promueven la innovación, calidad y productividad; suministran información para el desarrollo competitivo de las diferentes etapas de producción de la industria nacional y el desarrollo competitivo de las actividades artesanales y de servicios turísticos; y brindan servicios de control de calidad y certificación, asesoramiento y asistencia especializada y desarrollan programas de capacitación técnica⁴⁹.

El Ministerio de la Producción⁵⁰ a través del Viceministro de Industria tendrá a su cargo el rol de autoridad competente para la coordinación y concertación de las acciones de las diferentes entidades públicas y privadas en innovación y transferencia de tecnología para:

- Diseñar la política de apoyo tecnológico para promover la innovación en el sector productivo.
- Proponer y opinar respecto de la creación de CITEs de derecho público.
- Registrar y supervisar el funcionamiento de CITEs.
- Promover la consolidación de una Red de Centros de Innovación Tecnológica.
- Las demás que se establezcan.

Cada CITE es un punto de encuentro entre el Estado, la academia y el sector privado que se articula con el resto de elementos del Sistema de Innovación de cada cadena productiva en especial en las regiones.

⁴⁹ Artículo 2 de la Ley 27890, Ley modificatoria de la Ley de Centros de Innovación Tecnológica.

⁵⁰ De acuerdo a la Artículo 8° de la Ley 27267, en concordancia con el artículo 33° de su Reglamento aprobado mediante del Decreto Supremo N° 027-2000-ITINCI y de su Reglamento de Organización y Funciones, aprobado mediante el Decreto Supremo N° 002-2002-PRODUCE.

Los CITEs coordinan estrechamente con otros organismos como el MINAG (INIA, SENASA, SERNANP), PROMPERU, Universidades, Institutos de Investigación, Fondos Concursables, Cooperación Técnica Internacional y los gremios⁵¹.

Los CITEs tienen como fin facilitar y fomentar el cambio, la calidad, la diferenciación de productos y mayor eficiencia de las empresas, fundamentalmente de las PYMES, para poder competir en un mercado de fronteras abiertas como el actual.

Entre los servicios que brindan los CITEs se encuentran: capacitación, asistencia técnica, información actualizada, mejoramiento de la productividad y control de calidad de insumos y bienes finales, diseño asistido por computadora, acabados y procesos intermedios, manejo ambiental.

Su ámbito de actuación es a nivel nacional atendiendo demandas de las diferentes regiones del país donde hay presencia significativa de empresas de las cadenas productivas que atiende cada CITE⁵².

Los CITEs operan en Redes que cuentan con apoyo de la cooperación técnica internacional.

1.1.7.6. *Programa de fortalecimiento de capacidades para MYPEs articuladas a cadenas productivas*

Este programa dirigido por la Dirección MI EMPRESA, tiene como principal objetivo:

“Contribuir al desarrollo competitivo de las MYPES de sectores dinámicos a través de programas integrales de capacitación y asistencia técnica para el fortalecimiento de capacidades que se imparten en diferentes niveles:

- *Técnico productivas*
- *De calidad y normas técnicas*
- *De gestión empresarial*
- *TICs, mediante una estrategia de complementariedad técnica y la promoción de la colaboración público-privada en el ámbito de intervención de la Dirección Mi Empresa”.*

GRECEMYPE también apoya a la MYPE asesorando su correcto financiamiento por medio de *factoring* y otras herramientas financieras.

⁵¹En la dirección: <http://www.cites.pe/cites/quienesSomos.jsp> se halla más información acerca del funcionamiento de los CITEs. (visitado el 03.11.12)

⁵² Para conocer más sobre los CITEs a nivel nacional y donde operan con precisión, observar el Anexo N°04, que muestra un directorio de CITEs.

1.2. Las compras estatales

Las compras estatales no constituyen por si solas una herramienta de mejora de la competitividad para la MYPE, sin embargo es una meta del Estado ofrecer apoyo a la MYPE, por medio de políticas orientadas a tener como proveedor⁵³ a la MYPE.

Si nos remontamos a la década de los noventa, encontraremos el “Programa del Millón”, que promovía la adquisición de bienes a microempresas⁵⁴. Otra herramienta que se puede mencionar es el Programa de compras MYPERú, establecido entre el 2008 y 2009 con un objetivo similar.

Actualmente, el Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado (OSCE) participa de ferias destinadas a incentivar la participación de la MYPE en los procesos de adquisición. En este tipo de actividades se busca informar sobre cómo contratar con el Estado a los Micro y Pequeños empresarios, como se realiza un proceso de selección y como participar en estos, así como los requisitos mínimos que deben tener en cuenta y como registrarse en el Registro Nacional de Proveedores (RNP). Por el momento se realiza únicamente en Lima Metropolitana, a cargo de la Municipalidad de Lima, Ministerio de la Producción, Gerencia de Desarrollo Empresarial, entre otros. Para marzo de 2012 se firmó un convenio con PRODUCE para capacitar a los micro y pequeños empresarios sobre compras estatales en la ciudad de Iquitos, que luego se replicará en 17 regiones del país.

Para CAROY ZELAYA se viene afectando la participación de la MYPE en las compras estatales, pues no se puede establecer un régimen diferenciado para la MYPE⁵⁵. Otro elemento de observación para el autor es la falta de capacitación, que se hace más

⁵³ En el ámbito de las compras estatales se denomina proveedor a la persona natural o jurídica que ha superado la etapa de concurso en sus diferentes modalidades como postor y ha obtenido la buena pro.

⁵⁴ “En cuanto a la promoción de MYPE específicamente en las compras estatales, esta aparece hacia finales de la década de los noventa con los denominados ‘programas del millón’, en los que se adquirían un millón de buzos, carpetas y calzado escolar directamente a microempresas, algo muy similar al Programa Compras a MYPERú de los años 2008 y 2009”. CAROY ZELAYA, Miguel, “Redefiniendo la política de promoción de las MYPE en las compras estatales”, En: *Revista de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú*, N°66, Lima, 2011, pág. 288.

⁵⁵ “En cuanto a las compras estatales, en la medida en que proliferen los regimenes de contratación se afecta el mercado de participación de las MYPE. La falta de definición de qué incluyen las compras estatales afecta la aplicación de la política. Asimismo, para facilidad del sistema, de los compradores de los proveedores y de los supervisores, es necesario tender a un solo régimen de contratación. No olvidemos que la proliferación de regimenes y la falta de difusión/capacitación sobre cómo participar en estos procesos dificultan el acceso –no solo de las MYPE– y desincentivan la competencia”. CAROY ZELAYA, Miguel, “Redefiniendo la política de promoción de las MYPE en las compras estatales”, En: *Revista de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú*, N°66, Lima, 2011, pág. 298.

tangible con la entrada en vigencia de la Ley 29873 que modifica el Decreto Legislativo N°1017 Ley de Contrataciones del Estado y la modificación del Reglamento por medio de Decreto Supremo N°138- 2012- EF.

Una de las consideraciones observadas desde antiguos regímenes de contrataciones con el estado es el estar inscrito en un registro que permita distinguir a la MYPE de otros tipos empresariales. El registro vigente del cual se habla en la nueva norma es el REMYPE, que nuevamente otorga importancia a la formalidad de la MYPE.

CAROY ZELAYA también analiza los mecanismos⁵⁶ para promover la participación de la MYPE en las compras estatales, él considera que son: lotización, reserva del 40% para la MYPE, preferencia en caso de empate, preferencia en MYPE regional (Bonificación por provincia colindante), alternativas a la garantía de fiel cumplimiento y subcontratación.

Los mecanismos mencionados son de aplicación en diferentes etapas del proceso de contratación: La lotización y reserva se aplicarán en una primera etapa durante la necesidad y la convocatoria; la preferencia de la MYPE en sus dos formas y la retención se darán en una segunda fase que observa el otorgamiento de la buena pro y firma del contrato. Finalmente la subcontratación se dará en la ejecución.

1.2.1. Lotización

Según el artículo 19 de la ley de contrataciones anterior, el MEF previa opinión favorable del MTPE y PRODUCE mediante decreto de supremo establecerán los sectores de promoción para la participación de la MYPE. Aún no se ha dictado decretos supremos al respecto.

1.2.2. Reserva del 40% para la MYPE

Según la anterior Ley, las instituciones del Estado deben programar no menos de 40% de sus contrataciones a la MYPE, dentro de los bienes y servicios que puedan proveer. La MYPE de la industria gráfica puede ser proveedor asumiendo montos de contratación dentro de su capacidad de trabajo.

1.2.3. Preferencia en caso de empate

Para las adjudicaciones directas públicas o selectivas y adjudicaciones de menor cuantía, la MYPE será preferida en caso de empate.

⁵⁶ La determinación de los mecanismos mencionados por Caroy Zelaya fue realizada de acuerdo al Decreto Legislativo 1017, actualmente ha entrado en vigencia la Ley 29873, que modifica dicho decreto.

Se precisa que para que una MYPE se vea en una situación de empate con otros proveedores, esta ha debido superar con su propuesta técnica y económica a otros postores.

1.2.4. Preferencia en MYPE regional (bonificación por provincia colindante)

Esta política también se aplica en caso de empate entre los postores, donde se adjudicará la buena pro al postor teniendo preferencia por la MYPE que pertenezca a la región donde se desarrollo el proceso de selección.

1.2.5. Alternativa a la garantía de fiel cumplimiento

La garantía de fiel cumplimiento es una de las tres garantías observadas por la Ley de Contrataciones del Estado, habiendo quedado derogada la garantía de seriedad de oferta. Usualmente las garantías se constituyen por una carta fianza con características específicas⁵⁷.

La alternativa que se le otorga a la MYPE es el solicitar a la Entidad con la que se contrata la retención del 10% del monto total a contratar, en los contratos de suministro periódico de bienes, prestación de servicios, ejecución y consultoría de obras. En el caso de los contratos para la ejecución de obras, el beneficio procede cuando:

- Por el monto, el contrato a suscribirse corresponda a un proceso de selección de adjudicación de menor cuantía, a una adjudicación directa selectiva o a una adjudicación directa pública.
- El plazo de ejecución de la obra sea igual o mayor a sesenta (60) días calendario.
- El pago a favor del contratista considere, al menos, dos (2) valorizaciones periódicas en función del avance de la obra.

Este beneficio constituye una gran ventaja para la MYPE al evitar que ésta tenga que acudir a una entidad supervisada por la SBS u otra entidad autorizada a solicitar una carta fianza, lo que muchas veces implica poseer una cuenta corriente a nombre de la empresa con la solvencia suficiente para que el Banco otorgue la carta fianza. No dejemos de lado que existen en el mercado entidades bancarias que pueden girar una carta fianza por pagos menores a los S/.100, sin embargo es indispensable disponer del dinero en efectivo por el monto de la garantía.

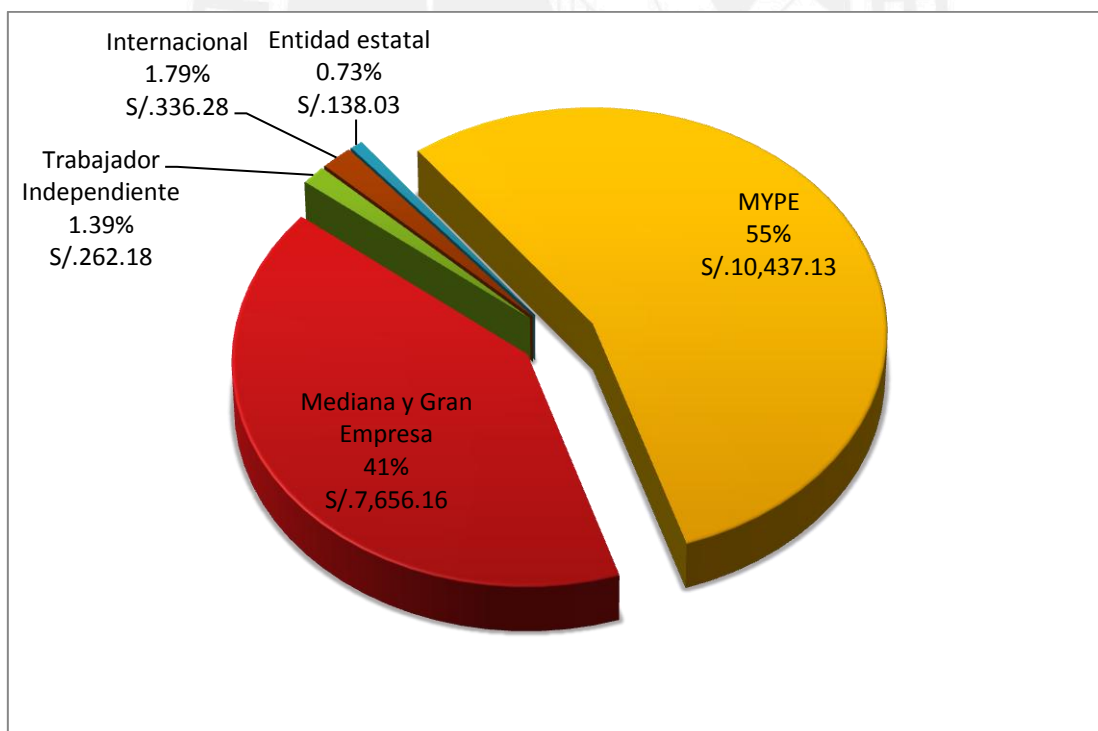
⁵⁷ Estas características específicas se refieren a las propias de una carta fianza para ser presentada como garantía ante una institución pública, son: incondicional, solidaria, irrevocable y de realización automática en el país.

Cabe señalar toda garantía implica la inamovilidad de dinero, sin importar la forma en que se materialice (por medio de una carta fianza, seguro de caución, *stand by* o una retención). Si bien por una parte existe el afán de proteger a la entidad durante la ejecución del contrato, para el empresario de la MYPE la ejecución de un contrato estatal requiere de disponer capital suficiente que pueda permanecer inamovible en ese periodo.

Podríamos llegar a la conclusión de exonerar la presentación de cartas fianza o retenciones a la MYPE, sin embargo no se puede sugerir poner en riesgo al Estado, que se ha visto vulnerado en muchas oportunidades por malos proveedores.

A manera de conclusión de este subcapítulo en tanto a la participación de la MYPE en las compras estatales como herramienta competitiva, se puede señalar que es una herramienta muy difundida, prueba de ello son las estadísticas de participación del sector empresarial, donde para el 2011 se observa que la MYPE participa con un 55.43%, ejecutando 10,437.13 millones de nuevos soles.

Gráfico N°05: Participación del sector empresarial en las compras estatales, Enero- Diciembre 2011 (Expresado en millones de soles)



Fuente: Seace
Elaboración: Dirección MI EMPRESA- Ministerio de la Producción

La MYPE de la industria gráfica participa en los procesos de adquisición de bienes como de servicios utilizando herramientas como el consorcio. La información de los mismos es:

Cuadro N°10: Participación MYPE en las compras estatales según objeto de contratación y monto adjudicado, enero- diciembre 2011 (en millones de nuevos soles)

Objeto	Monto total adjudicado	MYPE individual	Consortio integrado por solo MYPE	*MYPE en consorcio con mediana y gran empresa	Total MYPE	% de Total
Bienes	7351.47	3256.57	393.01	96.71	3746.29	35.89%
Obras	6318.90	1457.36	2466.36	471.25	4394.97	42.11%
Servicios	5159.41	1583.42	585.76	126.68	2295.87	22.00%
TOTAL	18829.78	6297.36	3445.13	694.64	10437.13	100.00%

*Nota: el dato también corresponde a los consorcios entre MYPE con trabajadores independientes y empresas internacionales.

Fuente: SEACE

Elaboración: Dirección Mi Empresa- Ministerio de la Producción

2. Programas particulares y de organismos no gubernamentales

En el mercado existen diferentes programas de particulares y organismos no gubernamentales destinados a mejorar la competitividad de la MYPE, por ello se analizará únicamente dos programas que consideramos poseen relevancia por su modo de estructuración⁵⁸.

2.1. Programa de desarrollo económico de la Región Piura a través del fortalecimiento de su tejido microeconómico y social, Perú (2008- 2010)

Este programa denominado “Fortalecer para crecer”, desarrollado en la Región Piura, considera a la MYPE como el motor oculto de la economía, basado en que ésta

⁵⁸ Esta consideración fue basada en que los programas que se analiza de iniciativa particular tienen como objetivo el alcanzar la mejora de la competitividad de la MYPE, acercando la investigación al objetivo principal. Una segunda consideración es constituida por que ambos programas analizados poseen una permanencia de mediano plazo en la sociedad.

constituye más del 40% del PBI nacional⁵⁹. Se observó como beneficiarios del programa a sesenta microempresas, entre el 2008 y 2010.

Tiene como objetivo analizar la situación del micro y pequeño empresario para ofrecerle capacitación y asesoramiento oportuno logrando su competitividad y sostenibilidad. Este objetivo fue alcanzado mediante la Asociación para el Desarrollo de la Enseñanza Universitaria (ADEU), a través de la Facultad de ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Piura (UDEP), con el apoyo de instituciones empresariales y asociaciones nacionales como internacionales.

Fue financiado por el Gobierno de Navarra, la asociación ProPerú y el concurso de diversos empresarios a través de sus asociaciones representativas, como la asociación de Pequeños y Micro Empresarios (APEMIPE), Cámara de Comercio Producción y Turismo de Sullana, Cámara de Comercio y Producción de Piura (CAMCO), Asociación Mujeres Empresarias, entre otras.

Un criterio importante a tomar en cuenta para el éxito de este programa fue la aceptación de los gremios e instituciones que participaron para lograr un objetivo conjunto⁶⁰.

Dentro de los casos de éxito se menciona el apoyo a una empresa de la industria gráfica⁶¹: “Graphic Media E.I.R.L.”, que tuvo un período de asesoría entre febrero de 2009 y enero de 2010.

Nombre de la empresa	Graphic Media E.I.R.L.
Inicio de operaciones	2007
Años de experiencia del empresario	12
Tipo de servicio	Servicio de diseño e imprenta en distintas categorías
Ubicación	Centro de Piura

La asesoría que se desarrollo en esta empresa vinculó diferentes procesos:

⁵⁹ Este dato es comentado en la relevancia económica de la MYPE perteneciente a la industria gráfica rubro imprentas tipo offset, dentro de la primera sección en la página 17 y siguientes.

⁶⁰ Esta experiencia quedó grabada en una publicación que contiene la estructuración del programa, los casos de éxito y las conclusiones a las que se arribaron. El funcionamiento de este programa continúa en marcha y se puede conocer más de ellos por www.redpromype.com.

⁶¹ De los casos de éxito enumerado en la publicación antes mencionada, se eligió este porque considera a la industria objeto de la investigación.

- Determinación de la misión y visión de la empresa
- Alquiler de oficina adecuada para recibir y atender a los clientes
- Contratación de fuerza de ventas para atomizar el mercado
- Formalización de la empresa
- Reuniones periódicas con el contador y propietario para determinar el tipo de contabilidad de información que se requiere para poder tomar decisiones adecuadas.
- Revisión y mejora del costeo de productos y servicios así como el adecuado registro de la asignación de materiales e insumos a cada trabajo
- Mejora en compra de insumos
- Obtención de nuevos créditos y mejor manejo de problemas crediticios
- Búsqueda de nuevos clientes tanto institucionales como particulares

Consideremos como nota relevante para el desarrollo del Programa de Gestión para la mejora de la competitividad de la MYPE de la industria gráfica” imprescindible el destaque de una persona sea voluntario o trabajador para supervisar y trabajar periódicamente con el empresario MYPE.

Como resultado en esta empresa se obtuvo el incremento de las ventas en un 40%, con un margen considerable para la campaña de fin de año. La empresa ahora posee una visión de largo plazo y se proyecta a convertirse en una editorial, imprimir libros y revistas y definir una cartera de clientes institucionales.

Como referencia se debe considerar que es importante adquirir un nivel de confianza con el beneficiario (el empresario MYPE) para poder acceder al manejo de sus registros contables y organización interna de procesos. Pues como se menciona en la publicación del Programa “Fortalecer para crecer”, es común que cualquier empresario en un inicio ofrezca resistencia ante la obligación de brindar acceso de información privada de la empresa. Recordemos lo establecido en la primera sección, donde se determina que el micro y pequeño empresario muchas veces ejerce las labores de propietario, gerente y trabajador, siendo el único encargado del manejo interno de la MYPE.

Para este programa en particular el 50% de empresas asesoradas considera que el proceso de acompañamiento y asesoría ha sido muy bueno porque les permitió mejorar su gestión empresarial y obtener resultados tangibles en beneficio del empresario.

Se toma como observación que los empresarios asesorados consideran que el tiempo de asesoría (doce meses) es muy corto para poder ver resultados tangibles. Por ello es necesario estudiar todas las posibilidades de duración del acompañamiento que se plantea ofrecer con nuestra propuesta.

Una alternativa de poner en marcha el producto de esta tesina, sería por medio de quienes desarrollaron este programa, pues se muestran abiertos poner en práctica nuevas perspectivas de programas en diferentes industrias.

2.2. ONG Voluntades a través de su programa “Acción Emprendedora”

Voluntades es una asociación sin fines de lucro, conformada por Voluntarios, Asociados Activos, Asociados Honorarios y Asociados Institucionales. Cuenta con un equipo multidisciplinario, con voluntarios profesionales de siete carreras distintas, con experiencia en el sector privado, público, social y organizaciones de voluntariado.

Posee diferentes programas de apoyo como “Nietos por amor”, “VIAS: Vínculos y aprendizajes”, “Pequeñas sonrisas”, “Acción emprendedora”, entre otros.

La misión de Voluntades tiene un enfoque moderno, que busca optimizar procesos y experiencias, todas proyectadas a dejar un legado en la sociedad⁶².

Acción Emprendedora Perú, se inicia como un proyecto de amigos, unos profesores, otros asesores. En el año 2008 Voluntades toma Acción Emprendedora como un proyecto de la Asociación. Está conformado por jóvenes profesionales voluntarios que de manera gratuita buscan brindar herramientas de gestión y liderazgo a emprendedores de zonas emergentes de Lima.

La misión de Acción Emprendedora es potenciar mediante asesorías y capacitación teórico- práctica las mejoras competitivas de los emprendedores para obtener negocios más rentables y con acceso a fuentes de financiamiento. Además busca formar jóvenes líderes profesionales que conozcan y apuesten por las potencialidades de la microempresa en el Perú, así buscan combatir dos grandes problemas del país: la pobreza y la indiferencia.

⁶² Uno puede aproximarse más a Voluntades por medio de un blog que publican, donde se mencionan su misión y objetivos, en el siguiente enlace: <http://www.voluntades.org/blog/tag/accion-emprendedora/> (visitado el 03.11.12).

En este proyecto, los voluntarios brindan tutoría en gestión empresarial a hombres y mujeres microempresarios de escasos recursos. El objetivo es brindar herramientas y conocimientos necesarios para ayudar a sacar adelante su negocio.

Este programa depende de diferentes etapas:

- Evaluación al emprendedor: se analiza que el negocio sea el principal sustento del emprendedor, pues al ser una herramienta que exige de una inversión de tiempo y dinero, se necesita el compromiso de quien será beneficiado.
- Asignación de un asesor profesional. Cada emprendedor cuenta con un asesor profesional que se ajusta a sus necesidades, tipo de industria, fortalezas y debilidades.
- Capacitación técnica necesaria y acercamiento de oportunidades. Así el emprendedor se encuentra preparado para hacer crecer su negocio y mejorar su calidad de vida. Con certeza este punto deberá ser considerado al desarrollar el producto de la tesina, pues capacitar vincula conocer inicialmente de que base se parte para mejorar las habilidades de un empresario.

El programa se desarrolla por ocho meses los días sábados en zonas de interés, donde se ofrece también asesoría personalizada con profesionales multidisciplinarios que desarrollan planes de negocio. Se trabaja con tutorías los días sábados (por dos horas y media) y clases los día martes (por hora y media).

Actualmente se cuenta con 100 voluntarios entre profesores, asesores y coordinadores, y se realiza capacitación en cursos de administración, finanzas, marketing, contabilidad y derecho. Se toma prioritariamente la formalización del beneficiario y se extiende el beneficio a diferentes tipos de industrias.

3. Programas de mejora de la competitividad implementados en otros países

3.1. Políticas para impulsar conductas innovadoras de las PYMES en México

Estas políticas se desarrollaron en un período donde la economía mexicana presentaba un desempeño contrastado, por un lado con empresas que mantienen liderazgo internacional y por otro las pymes con una pobre evolución competitiva e innovadora; esto responde a la configuración económica mexicana.

Cuadro N°11: Clasificación de las empresas en México

Estratificación

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4,6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
Mediana	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

Fuente: Diario oficial de la Federación del 30 de junio de 2009.

*Tope máximo Combinado = (trabajadores) x 10% + (ventas anuales) x 90%

El impulso de estas políticas provenía del gobierno, incluidas en el Plan Nacional de Desarrollo. Implicaba dictar una nueva Ley que observe este objetivo; la creación de un Fondo para las PYMES que incentive su desarrollo ordenado, eficiente y competitivo; la implementación de una estrategia pública⁶³ a nivel nacional (programas y políticas de promoción) impulsada con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). El poner en marcha estas estrategias implicó para México la creación de nuevas dependencias con un objetivo único.

⁶³ “Las políticas públicas son un factor común de la política y de las decisiones del gobierno y de la oposición. Así, la política puede ser analizada como la búsqueda de establecer políticas públicas sobre determinados temas, o de influir en ellas. A su vez, parte fundamental del quehacer del gobierno se refiere al diseño, gestión y evaluación de las políticas públicas.” (...) “Una política pública de excelencia corresponde a aquellos cursos de acción y flujos de información relacionados con un objetivo político definido en forma democrática; los que son desarrollados por el sector público y, frecuentemente, con la participación de la comunidad y el sector privado. Una política pública de calidad incluirá orientaciones o contenidos, instrumentos o mecanismos, definiciones o modificaciones institucionales, y la previsión de sus resultados”. LAHERA P. Eugenio, *Política y Políticas Públicas*, División de Desarrollo Social, Santiago de Chile, Agosto de 2004, pág. 7, 8.

Cuadro N° 12: _ Factores de la competitividad internacional de México

Competitividad de México según el índice de Competitividad Global 2008- 2009	
Pilares de la Competitividad	Rank de México (de entre 134 economías)
Eficiencia del mercado laboral	110
Instituciones	97
Innovación	90
Educación superior y capacitación	74
Preparación tecnológica	71
Infraestructura	68
Sofisticación del mercado financiero	66
Salud y educación primaria	65
Sofisticación de los negocios	58
Estabilidad macroeconómica	48
Tamaño de mercado	11

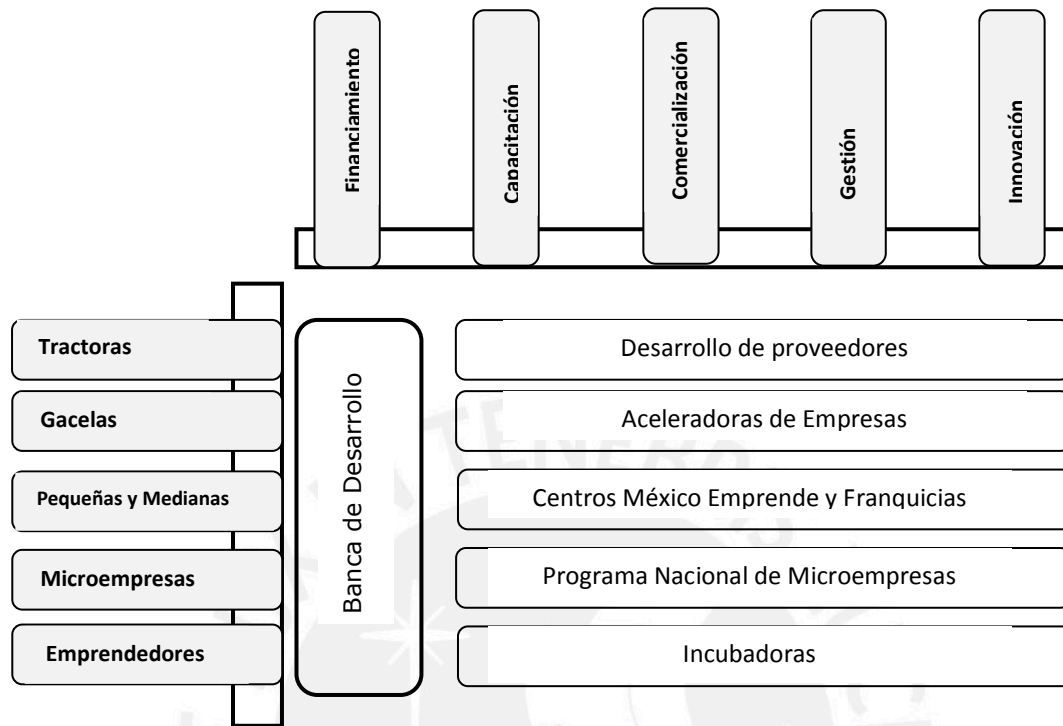
Fuente: The Mexico Competitiveness Report (2009)

La estrategia pública que opera en México para promover la innovación se plasma en el Programa Especial de Ciencia Tecnología e Innovación (Pecyti) 2008-2012, que forma parte del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2007-2012. El Pecyti refleja un importante cambio de enfoque público sobre el tema, iniciado con la reforma a la ley de Ciencia y Tecnología promulgada en junio del 2009 por la cual se introduce explícitamente en la Ley el concepto de innovación, definido de una manera amplia como “generar un nuevo producto, diseño, proceso, servicio, método u organización o añadir valor a los existentes⁶⁴”.

El enfoque que se desarrollo para implementar el Programa en México, propone una matriz de interacciones entre etapas de evolución del actor (la empresa) y campos en política que son ofrecidos por los agentes públicos (El Estado), para el apoyo de la evolución. Dicho enfoque se puede analizar en el siguiente gráfico:

⁶⁴El análisis de las Políticas para impulsar conductas innovadoras de las PYMES en México se encuentra desarrollado en este enlace: www.eclac.org , Pág. 139 (visitado el 03.11.12)

Gráfico N°06: Diseño de políticas públicas para MYPYMES de la subsecretaría de PYMES: Matriz de relaciones entre etapas del actor empresarial e instrumentos de política que justifican los programas



Fuente: Subsecretaría de Pymes- México

Los programas⁶⁵ que se desarrollaron en México para implementar este enfoque principal, fueron observados por diferentes instituciones, sin embargo remitirnos al análisis particular de cada uno de ellos constituiría materia de otra investigación.

De la evaluación que desarrollan, se arribó a las siguientes conclusiones:

- México enfrenta un profundo y creciente deterioro en sus condiciones de competitividad e innovación, lo que parece responder a una organización económica inadecuada para promover procesos de crecimiento sostenido de largo plazo. La evolución de las pymes se hace más vulnerable y con bajo contenido de innovación por estos aspectos.
- Para que tengan efecto aquellas acciones aún en escalas incrementadas, se requeriría un esfuerzo mucho mayor y más eficiente coordinación de políticas en dirección a conformar un efectivo sistema nacional de innovación.

⁶⁵ Para conocer el listado de los programas a los que se hace mención, remitirse al Anexo N° 05.

- El impulso a las pymes innovadoras en México todavía enfrenta un arduo y complejo camino de cambios en múltiples dimensiones, en lo cual el actual ambiente de crisis agrega incertidumbres adicionales.

3.2. Programa Integral de Capacitación y Mejora Competitiva a las MYPES Salvadoreñas

Este programa desarrollado en El Salvador, con un alcance geográfico local, a cargo del Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP), se inició en 2007 hasta el 2009, con el objetivo de “contribuir a la mejora de la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas y al desarrollo humano y productivo, a través de un programa integral de capacitación para el desarrollo de las competencias de gestión empresarial⁶⁶”.

Se consideró como beneficiarios a las Microempresas del interior, sin lograr un alcance sobre todo su país, pero con la propuesta de replicarse en todo su territorio⁶⁷. El financiamiento de este programa estuvo conformado íntegramente por fondos propios del INSAFORP.

Para su desarrollo se utilizaron las capacitaciones por medio de sesiones de trabajo presenciales, con una duración de 16 horas de formación por cada tema. Los temas que se desarrollaron fueron:

- Gestión y administración del negocio.
- Comercialización y acceso al mercado.
- La utilización de Internet para mejorar el negocio.
- Análisis de nueva oportunidad empresarial y plan de negocio.

Con la implementación de este programa se desarrolló una metodología propia de atención a las MYPES y la formación semi-presencial de instructores con el empleo de TICs. Sin embargo no se ha medido su impacto con estadísticas, aunque se reportan testimoniales de mejoramiento en los ingresos e incremento de la productividad. De esto último podemos advertir que para desarrollar el Manual será necesario implementar una herramienta que ayude a medir y evaluar su desarrollo.

⁶⁶ Se puede hallar mayor información del programa remitiéndose a la siguiente página web: <http://www.oitcinterfor.org/node/1601> (visitado el 03.11.12)

⁶⁷ Un modelo de evaluación del perfil de la empresa beneficiada que fue considerado dentro de este programa está contenido dentro del Anexo 06.

III. Análisis de los programas destinados a la mejora de la competitividad

Aproximarnos a determinar la efectividad de los elementos analizados dentro del punto II, que sean de relevancia para la investigación; implica inicialmente esquematizar lo observado. Para un mejor manejo del análisis se clasificará y denominará a cada elemento investigado de la siguiente forma:

- Programas de Gobierno
 - o CRECEMYPE
 - o Las compras estatales
- Programas de Particulares
 - o Fortalecer para crecer
 - o Acción emprendedora
- Programas en otros países
 - o México
 - o El Salvador

Son criterios para tomar en consideración en el análisis:

- El organismo encargado del programa
- El objetivo del programa
- El beneficiario
- La fuente de financiamiento
- Estrategias utilizadas
- Herramientas para desarrollar las estrategias
- Duración del programa
- Contenido del programa
- Resultados de la implementación de herramientas
- La continuidad que posee el programa
- Observaciones

El aporte que este análisis pueda otorgar a la investigación se encontrará dentro de las conclusiones de este subtema.

Cabe resaltar que uno de los factores comunes en los seis programas analizados es la búsqueda de mejora de la competitividad de la MYPE. Entre las limitaciones observadas se encuentra la falta de manejo estadístico de algunos programas evaluados. Otra limitación es constituida por la falta de acceso que se tiene sobre el contenido propio de un programa de mejora de la competitividad.

Comparar la economía de Perú con las de México y El Salvador vincula un estudio más profundo, sin embargo a grandes rasgos, los tres países presentan un avance contra a la informalidad y para el fomento de la competitividad de la MYPE, iniciativas que fueron tomadas en consideración para otorgar un aporte a la investigación. Cabe señalar que no es un objetivo de la investigación realizar una comparación de la economía de estos países, sino únicamente reunir aportes de otras legislaciones que puedan tener relevancia en este análisis.

En este subtema no se busca criticar ni cuestionar alternativas que se propusieron con un objetivo relevante para diferentes sociedades, sino más bien se busca canalizar mejor la utilización de las herramientas ya propuestas para conseguir un producto aplicable a la Industria Gráfica.

1. Análisis comparativo de los programas de gestión relevantes para la investigación

Tomando en consideración lo establecido previamente se pasó a realizar un análisis cualitativo de los programas investigados, tomando plena consideración de lo expuesto en el segundo tema de esta segunda sección.

Se eligieron criterios que fueran comunes en cada uno de los programas. La comparación cualitativa es importante para conseguir definir cuáles serán los parámetros sobre los que se planteará el capítulo final de esta investigación.

No se procedió a comparar cuantitativamente las experiencias, porque se habla tanto de políticas públicas como de iniciativas privadas.

Para observar el contenido completo del análisis véase el cuadro N°13.

Cuadro N°13: PROGRAMAS DE GESTION ANALIZADOS

Criterio	Gobierno		Particulares		Otros países	
	CRECEMYPE	Compras estatales	Fortalecer para crecer	Acción emprendedora	México	El Salvador
Organismo encargado	Ministerio de la Producción	Ministerio de Economía y Finanzas	ADEU, UDEP, con apoyo de instituciones y asociaciones	Voluntades	Dependencias especializadas	INSAFORP
Objetivo	Formular, coordinar, ejecutar, supervisar y evaluar políticas competitivas	Fomentar la competitividad de la MYPE	Analizar la situación de la MYPE. Capacitación y asesorar para lograr competitividad y sostenibilidad	Brindar herramientas de gestión y liderazgo a emprendedores	Dictar normas especializadas y crear nuevas dependencias que promuevan la innovación en las MYPYMES.	Contribuir a la competitividad de la MYPE, desarrollo humano y productivo.
Beneficiario	La MYPE, emprendedores, empresarios, trabajadores, estudiantes y público en general	La MYPE	La MYPE de la Región Piura, 60 microempresas	Emprendedores de zonas emergentes de Lima	Las MYPYMES	Microempresas del interior, con propuesta de replicarse en todo su territorio
Financiamiento	Gobierno central	-	Gobierno de Navarra, Asociación ProPerú y el concurso de diversos empresarios	Banco mundial, organismos internacionales.	Gobierno central	Fondos propios del INSAFORP
Estrategias	TICs, conferencias, asesoría, línea gratuita, reconocimientos (premios),	Uso de políticas públicas	Capacitación, supervisión, acompañamiento,	Asesoría, capacitación teórico-práctica, formar jóvenes	Uso de políticas públicas	Programa integral de capacitación

	diseño de políticas		asesoría.	líderes, evaluación, asesoría profesional, capacitación técnica y acercamiento de oportunidades.		
Herramientas	Crea tu empresa, CRECEMYPE I y II, Crece tu empresa, Gestionando MI EMPRESA, Caja rápida y Servicios (CITEs)	Lotización, reserva del 40%, preferencia en caso de empate, bonificación por región, retenciones.	Destaque de un voluntario	Destaque de un voluntario, tutorías y clases.	Plan nacional de Desarrollo 2007-2012, interrelación empresa- Estado	Sesiones de trabajo presenciales
Duración	Hasta que se desactive el organismo o se le reduzcan competencias	Hasta que se derogue	12 meses	8 meses: tutorías 2.30 hrs. Y clases 1.30 hrs.	2007- 2012	2007 – 2009, 16 horas de formación por cada tema
Contenido	Planes de negocio, Marketing y ventas Innovación, Gestión financiera, Ventas al Estado, Formalización, Abastecimiento y distribución, Marcas y franquicias, Exportación, Instrumentos financieros, Recursos humanos, Seguridad laboral, Calidad, Atención al cliente, Negocios en internet, Manejo ambiental, Acabados y Procesos intermedios, Normas	Bajo la ley	Cultura organizacional, análisis de costos, formalización, recursos humanos, instrumentos financieros, ampliación de cartera.	Administración, finanzas, marketing, contabilidad y derecho, formalización del beneficiario y asesoría a diferentes tipos de industrias		Desarrollo de competencias de gestión empresarial, Gestión y administración del negocio, Comercialización y acceso al mercado, Utilización de Internet para mejorar el negocio, Análisis de nueva oportunidad empresarial y plan de negocio.

	técnicas.					
Resultados	<p>En la IV Jornada de la Gestión de la Calidad 2012, participaron más de 300 empresarios, realizada el 09/Oct.</p> <p>No se cuenta con información estadística de cada uno de los programas. PRODUCE realiza mayor investigación en relación a la MYPE y la economía interna.</p>	<p>La MYPE participa con un 55.43%, ejecutando 24,775 millones de nuevos soles. La utilización de esta herramienta es importante y difundida entre la MYPE.</p>	<p>50% de los 60 beneficiados consideró muy buena la herramienta. Se solicitó mayor período de acompañamiento.</p>	<p>No se ha podido acceder a información estadística interna de Voluntades que maneje resultados.</p>	<p>El impulso de la competitividad de las PYMES requiere de un mayor esfuerzo, aún persiste la diferenciación de entre de empresas.</p>	<p>No se ha medido de forma precisa el impacto de esta herramienta.</p>
Continuidad	<p>Se puede afirmar la continuidad de estos programas por lo menos durante este último mandato presidencial (2011- 2016).</p>	<p>Ha ocurrido un cambio de la normativa vigente, sin embargo no se ha reducido beneficios a la MYPE, más aún se verá beneficiada.</p>	<p>Se observa que este programa permanece y viene obteniendo mayores beneficiarios.</p>	<p>La permanencia de esta herramienta (desde 2008) indica que posee un nivel adecuado de aceptación.</p>		<p>Permitió el desarrollo una metodología propia de atención a la MYPE y la formación semi-presencial de instructores con el empleo de TICs</p>
Observaciones	<p>No se conoce con certeza el destino de cada uno de las herramientas que promueve CRECEMYPE.</p>	<p>La MYPE de la industria gráfica participa en los procesos de adquisición de bienes como de servicios, lo cual incrementa sus posibilidades de ser beneficiado con esta herramienta.</p>	<p>El contenido de la herramienta varía de acuerdo al beneficiario.</p> <p>Se debe desarrollar un nivel de confianza adecuado con el beneficiario.</p>	<p>Se reafirma la necesidad de contar personal idóneo para destacar a la MYPE beneficiada.</p> <p>El contenido para capacitar posee 5 pilares importantes.</p>	<p>Esta herramienta vincula la competitividad con el desarrollo tecnológico.</p>	<p>Se requiere desarrollar una herramienta de evaluación para cada beneficiario, así como para el funcionamiento del programa en sí.</p>

2. Conclusiones preliminares de la sección

Del cuadro anterior se puede arribar a diferentes conclusiones, sin embargo consideraremos las relevantes para la investigación, de acuerdo a los objetivos planteados, con la meta principal de conseguir la mejora de la competitividad de la MYPE de la industria gráfica.

De acuerdo al análisis de cada criterio se observa:

2.1. Organismo encargado

Dejando de lado el criterio de la nacionalidad del programa, estos se desarrollaron a partir de organismos público y privados. La efectividad de poner en práctica un programa de mejora de la competitividad a partir de un organismo público o privado va más allá de conseguir el mayor número de beneficiarios, lo que se considera en sí es el alcance que se tenga.

Las políticas públicas alcanzan al general de la población, pero ello no asegura que todos saldrán beneficiados. Es diferente enfrentar una iniciativa dirigida a todos los habitantes de un país, a otra dirigida a los empresarios MYPE de la industria gráfica.

Por ello el programa que se plantea proponer para la mejora de la competitividad de la MYPE de la industria gráfica puede ser implementado desde un organismo público o privado.

2.2. Objetivo

Tanto la iniciativa pública como la privada coinciden en el enfoque competitivo que le brindan a su propuesta, así se convierte en un objetivo equiparable con el de la investigación.

2.3. Beneficiario

La nomenclatura varía en dos de los programas que se analiza, pero el empresario MYPE es quien buscamos beneficiar. Precisemos que en el caso de la investigación la propuesta de programa de gestión tiene como beneficiario al empresario de la MYPE de la industria gráfica.

2.4. Financiamiento

Cada uno de los programas analizados tiene una fuente de financiamiento diferente. La relevancia del financiamiento se consideraría si se tuviera que poner en marcha el programa de gestión, sin embargo en la investigación solo nos permitimos plantear la

estrategia, dejando como premisa que tanto los organismos públicos como los privados pueden plantearse ejecutar este tipo de programas.

2.5. Estrategias

Las estrategias que se utilizaron en estos programas fueron: políticas públicas, utilización de TICs, conferencias, capacitaciones teórico- prácticas, asesorías, líneas gratuitas, reconocimiento por medio de premios, supervisión, acompañamiento, formación de líderes y acercamiento de oportunidades.

Si bien se plantean una gama de estrategias con mayor o menor grado de dificultad para su implementación, en la investigación se ha elegido utilizar:

- El desarrollo de un Manual: que actuará a manera de política pública aplicable para la industria gráfica, claro está que no será de aplicación generalizada, pero si constituirá elementos básicos para la estandarización de procedimientos y su contenido será analizado más adelante.
- La capacitación: esta será impartida en base al Manual desarrollado.
- El acompañamiento: como se analizó en las experiencias que incluyeron acompañamiento esta herramienta se constituye como exitosa y necesaria para la mejora de la competitividad.

2.6. Herramientas

Se considera imprescindible el destaque de voluntarios para ejecutar el acompañamiento. Dentro de las capacitaciones se observa que contar con profesionales voluntarios que puedan extender experiencias como conocimientos es importante. Finalmente el desarrollo del Manual debe establecerse observando criterios de especialistas técnicos.

2.7. Duración

Proponer que la duración del programa sea de ocho meses en una etapa inicial es coherente, sin embargo se debe considerar la ampliación del mismo a doce meses adecuando la estrategia al contenido definitivo del programa.

2.8. Contenido

Como referencia se tomará el contenido completo impartido en cada uno de los programas, pues este aún tiene que ser adecuado a la industria que se tendrá como beneficiaria.

2.9. Resultados y Continuidad

Los resultados de los programas analizados no son equiparables, sin embargo se puede analizar detalles como:

- CRECEMYPE posee un gran número de herramientas, no se conoce con cifras exactas cuáles son los beneficiarios, sin embargo las herramientas que propone poseen contenido importante y su aplicación generalizada podría atraer grandes cambios para la MYPE.
- Las compras estatales definitivamente han tenido éxito en el fomento de la competitividad para la MYPE, normas que incentiven el desarrollo de la MYPE garantizan la productividad de un país.
- Fortalecer para crecer, permanece en el tiempo, continúa con una labor importante por la MYPE y en ese orden organismos públicos como privados le brindan apoyo en diferentes niveles.
- Acción Emprendedora desarrolla una labor sin fines de lucro, lo que indica su apoyo pleno al empresario de la MYPE de escasos recursos.
- Las experiencias de El Salvador y México son prueba de la búsqueda competitiva en los países Latinoamericanos.

Se puede concluir que implementar un programa de gestión que busque mejorar la competitividad de la MYPE formal de la industria gráfica implica el desarrollo de una estrategia específica, pues trabajar con grupos pequeños tiene mejores resultados, como se advierte de las experiencias analizadas.

La industria gráfica enfrenta problemas particulares, como la escasez de personal calificado, la utilización de maquinaria que otros llamarían obsoleta, la contaminación auditiva y ambiental que se debe contrarrestar, la falta de proveedores que brinden un largo plazo para el cumplimiento de obligaciones y diferentes situaciones que se desarrollarán en la siguiente sección.

TERCERA SECCIÓN

**MANUAL DE ESTRATEGIAS PARA INDUCIR LA FORMALIDAD DE LA MYPE DE
LA INDUSTRIA GRÁFICA-OFFSET POR MEDIO DE GESTIÓN COMPETITIVA**



MANUAL DE ESTRATEGIAS PARA INDUCIR LA FORMALIDAD DE LA MYPE DE LA INDUSTRIA GRÁFICA-OFFSET POR MEDIO DE GESTIÓN COMPETITIVA

I. INTRODUCCIÓN

En la sección anterior se analizaron seis propuestas destinadas a la mejora competitiva de la MYPE, en función a las conclusiones preliminares obtenidas de esa sección se plantea estructurar un Manual de Estrategias.

La propuesta del Manual de Estrategias para inducir la formalidad de la MYPE de la industria gráfica- offset por medio de gestión competitiva (en adelante Manual), implica el desarrollo de tres etapas:

- Determinación del Beneficiario
- Propuesta de capacitación
- Propuesta de acompañamiento

Cada una de estas etapas se desarrollará tomando como premisa lo analizado en títulos anteriores de la primera y segunda sección: Régimen tributario y laboral de la MYPE⁶⁸, la industria gráfica del rubro impresión tipo offset⁶⁹, los criterios de determinación de la informalidad⁷⁰; y el análisis de los programas destinados a la mejora de la competitividad⁷¹.

II. EL BENEFICIARIO

1. Cómo determinar al beneficiario

El beneficiario del programa deberá ser elegido por:

- Ser informal,
- Pertenecer a la industria gráfica del rubro impresoras tipo offset.

Para la elección de beneficiarios se requiere de un “facilitador”, quién aplicará un modelo de entrevista estándar que ayude a determinar si el empresario es apto para ser beneficiario. El siguiente cuestionario será dirigido al empresario, quién deberá responder objetivamente cada pregunta:

⁶⁸ Remítase a la página 11 y siguientes.

⁶⁹ Página 15 y ss.

⁷⁰ Página 21 y ss.

⁷¹ Página 56 y ss.

Gráfico N°07: Propuesta de entrevista para la selección de beneficiarios

Nombre:

Dirección:

Propietario:

RUC:

1. Ud. posee:

Maquina Offset marca y modelo:

Guillotina marca y modelo:

Quemadora de placas

Computadora marca y modelo:

Scanner

Otros, especifique:

2. ¿Qué tipo de trabajos realiza? ¿Realiza acabados especiales?

3. ¿Cuántos trabajadores posee?

4. ¿Quiénes son sus principales clientes?

5. ¿Cuánto cobraría por realizar?

- Un talonario de boletas de venta S/. _____
- Un ciento de tarjetas de presentación a un color S/. _____
- Un millar de afiches A-3 a full color en papel couché S/. _____

Dentro del cuestionario se observan preguntas simples como indicar la dirección de la empresa, el obtener este dato en particular proporcionará un parámetro para plantear la capacitación, así se podrán determinar zonas de trabajo donde brindar las capacitaciones.

De otro lado el numero de RUC, por encontrarse dentro de los requisitos de formalidad nos indicará si el empresario es formal o no, a lo largo del acompañamiento se podrá determinar si es que el empresario aún siendo formal no se desempeña como tal.

La "pregunta 1" facilitará un panorama claro de la capacidad competitiva que alcanza el empresario, como se señaló dentro de la primera sección al describir a la industria gráfica, es importante conocer el tipo de empresario frente al que estamos. Se considera indispensable que el beneficiario posea una maquina offset, de este modo discriminamos el acceso de empresarios que podrían pertenecer a la industria

gráfica⁷², pero no resultarían beneficiados del todo. Dentro de esta pregunta además se solicita conocer el modelo y marca de algunas máquinas, únicamente para otorgar una idea del valor de sus activos fijos.

La “pregunta 2” enfocará cuál es la especialidad del empresario, su *core business*⁷³, que permitirá conocer con claridad cuál es la capacidad que se debe fortalecer en la MYPE para llevarla a la competitividad. Es importante que el facilitador sea capaz de alcanzar confianza con el empresario en este punto, para conseguir mayor información en las siguientes preguntas de la entrevista.

La “pregunta 3” ayudará a determinar si estamos realmente ante una MYPE, sin embargo aún viendo el número de trabajadores superado, no se puede descartar al empresario, porque podría tratarse de una MYPE informal que reúne las condiciones de acceso a la formalidad.

La “pregunta 4” clasificará al empresario de acuerdo al tipo de cliente al que se dirige, no debe de enfocarse en buscar nombres de empresas importantes. Puede tratarse de un empresario dedicado a realizar publicidad, a realizar invitaciones o boletas de venta.

La “pregunta 5” otorgará en cierta medida una idea del margen de ganancia del empresario. Inicialmente consideremos que el poseer una máquina offset permite realizar innumerables trabajos, por ello cualquiera de los empresarios es capaz de realizar los trabajos mencionados. La respuesta deberá ser comparada con un promedio obtenido de al menos tres cotizaciones de empresas formales. Entonces también se podrá conocer el manejo de costos del empresario y si realmente requiere de la capacitación y acceso al programa.

La selección de beneficiarios debe responder a una estrategia de zonificación, es decir ubicar posibles zonas donde se encuentre mayor número de beneficiarios, para que estos puedan acceder al beneficio de acuerdo a su ubicación. Un óptimo resultado sería obtenido al capacitar a empresarios que pertenezcan a una misma zona, por mencionar un ejemplo: los beneficiarios ubicados en el jirón Rufino Torrico en el Centro de Lima.

⁷² Recordemos que la industria gráfica vincula diferentes áreas, remitirse a la página 15 y siguientes de la primera sección.

⁷³ Entendemos el *core business* como el giro del negocio o la actividad principal que genera valor. Al hablar de industria gráfica y estando enfocados en la imprenta tipo offset, asumiremos que el servicio de impresión en offset deberá ser el que genere valor dentro de la MYPE.

Será Beneficiario entonces quien cumpla con las condiciones iniciales de:

- Pertenecer a la industria gráfica- offset.
- Quien posea la características establecidas por Ley para ser empresario MYPE
- Quien manifieste ante el facilitador conductas de informalidad.
- El empresario que en apariencia demuestre desorganización de: gestión, manejo de costos, bajo entendimiento de las condiciones de acceso a la formalidad y los beneficios que otorga la Ley a la MYPE.
- Quien esté dispuesto de participar de las capacitaciones y pueda brindar acceso a su empresa al voluntario para desarrollar el acompañamiento.

2. El facilitador

Será la persona encargada de realizar las entrevistas de selección de beneficiarios. Debe de poseer facilidad de palabra y capacidad de desarrollar conversaciones creando cierto nivel de confianza con los entrevistados.

El facilitador tendrá conocimiento básico de la industria, por ello será capacitado previamente en tanto al contenido del primer eje temático.

Es recomendable que el facilitador no supere los 25 años y este cursando estudios universitarios para generar confianza en el entrevistado, disipando en él prejuicios como: ser fiscalizador municipal o de la SUNAT.

El facilitador debe ser observador e indagar en la MYPE con suspicacia, tratando de determinar los niveles de formalidad sobre los que actúa el empresario, de su observación e impresión dependerá la adecuada determinación de beneficiarios.

III. LA CAPACITACIÓN

La capacitación tiene el objetivo principal de conseguir que el empresario informal se incluya en las líneas de la formalidad según los criterios establecidos en la primera sección, por ello el capacitador estratégicamente buscará conseguir este objetivo.

La capacitación se brindará por sesiones semanales de duración determinada, en grupos pequeños de acuerdo a la zona donde esté ubicada la MYPE y su contenido será estructurado en ejes temáticos.

1. Ejes temáticos de la capacitación

La capacitación; se planteará bajo seis ejes temáticos:

- Industria gráfica
- Costos
- Marketing, administración y gestión empresarial
- Contabilidad y finanzas
- Formalización y Derecho
- Innovación tecnológica y manejo de residuos sólidos

Los ejes temáticos mencionados surgieron a partir del análisis comparativo realizado en la segunda sección⁷⁴, sobre el contenido de los seis programas de gestión desarrollados por diferentes organismos.

El sustento de cada uno de los ejes temáticos propuestos yace en:

- El contenido de cada uno de los ejes temáticos debe ser independiente del otro, de manera que el beneficiario capacitado pueda recuperar el estudio de un módulo si no tuvo la oportunidad de asistir a la capacitación.
- Nos encontramos ante una propuesta dirigida a una industria específica, lo cual facilita el contenido del eje principal “La Industria Gráfica”. El mantener este eje separado de los otros cinco permite que el Manual también pueda ser aplicado a otras ramas de la industria, únicamente modificando este eje.
- El desarrollo de los “costos” responde a la dificultad que existe en manejar precios razonables en la industria gráfica, los servicios ofrecidos por la industria gráfica no mantienen un margen de ganancia estandarizado, y se ofrece una variedad de oferta en el mercado. El empresario no conoce sus márgenes de ganancia y no realiza un cálculo inmediato entre lo invertido y lo cobrado.
- El marketing, administración y gestión empresarial son observados dentro de un solo eje temático, se plantea un desarrollo progresivo que enseñe al beneficiario a desempeñarse en el negocio, vincule las ventas con el correcto trato al cliente. Este eje temático otorga además importancia a la administración de un negocio de la industria gráfica otorgando plena competencia al empresario sobre el manejo de almacén y adquisición de materiales e insumos.
- El correcto manejo de la contabilidad y finanzas permitirá al beneficiario conocer cuánto está invirtiendo en su negocio y así mejorar su competitividad. Es esencial desarrollar aspectos simples como el llenado de libros contables.
- La introducción a la formalidad del empresario dependerá fundamentalmente del contenido impartido con base legal, ello implica inducir al beneficiario a las

⁷⁴ Páginas 56 y ss.

diferentes posibilidades que proporcionan las normas por medio de la formalidad⁷⁵.

- La innovación tecnológica y el manejo de residuos es una materia relevante en una industria que tiene el papel como principal insumo, los residuos se pueden reutilizar por la misma industria o pueden ser reciclados. Un aspecto no regulado es el manejo de residuos tóxicos, utilizados dentro de la industria en el proceso de pre-prensa y prensa, incluso en la post-prensa⁷⁶, su manejo implica el uso de medidas de seguridad por el trabajador y el conocimiento de cómo desechar este insumo.

2. Syllabus de la capacitación

El contenido del manual debe ser desarrollado con la premisa de que pueda ser aplicado a otro tipo de empresas, sin embargo la propuesta original desarrollará la industria gráfica como muestra.

De los ejes temáticos establecidos previamente se desprende el syllabus que será la base para la capacitación, que contendrá:

- Industria gráfica
 - 1.1. Qué es la industria gráfica y su importancia
 - 1.2. Organización del taller de producción
 - 1.2.1. Medidas de seguridad
 - 1.2.2. Implementación
 - 1.3. Inversión indispensable
 - 1.4. Personal idóneo y capacitación
 - 1.5. Maquinaria
 - 1.6. Insumos
 - 1.7. Aprovechamiento de materiales
- Costos
 - 2.1. Presupuestos
 - 2.2. Cotizaciones
 - 2.3. El margen de ganancia y el precio competitivo
- Administración, gestión empresarial y marketing
 - 3.1. Presupuestos básicos de administración
 - 3.2. Dueño y gerente
 - 3.3. Elaboración de campañas de marketing

⁷⁵ Considerar lo revisado en la primera sección páginas 8- 15 y segunda sección, programas de gobierno páginas 34- 47.

⁷⁶ Se realiza un detalle de los procesos de la industria gráfica en la página 15 y ss.

- Contabilidad y finanzas
 - 4.1. Contabilidad básica
 - 4.2. Manejo de libros contables
- Derecho
 - 5.1. Sociedad y MYPE
 - 5.2. Derechos laborales de los trabajadores
 - 5.3. Tributos y planeamiento tributario
 - 5.4. Aprovechamiento de beneficios otorgados a la MYPE
 - 5.4.1. Beneficios de seguridad social
 - 5.4.2. Cómo ser proveedor del Estado
- Innovación tecnológica y manejo de residuos sólidos
 - 6.1. Adquisición de nuevas maquinarias
 - 6.2. Contaminación auditiva
 - 6.3. Reciclaje y reutilización de residuos
 - 6.4. Manejo de residuos tóxicos

Es importante destacar que a excepción del primer eje temático, el contenido fue tomado de la información que brinda CRECEMYPE en su página web⁷⁷, donde se otorgan herramientas bien estructuradas en apoyo al empresario MYPE.

El primer eje temático será desarrollado adecuando al tipo de industria los planes de negocio que ofrece la “Colección CRECEMYPE II⁷⁸” y con el apoyo de un empresario destacado en esta rama de la industria.

3. El capacitador

El capacitador debe ser un profesional de las ramas de: Derecho, Gestión, Administración, Economía, Sociología o ramas conexas. Con conocimiento básico de la industria gráfica, se debe considerar reforzar su conocimiento con el contenido del primer eje temático.

No existen límites de edad, sin embargo se debe poner énfasis en su capacidad para trabajar en grupo, responder y brindar opciones rápidas a los beneficiarios.

El conocimiento del capacitador debe ser de amplio dominio en el tema que se desarrolla, por ello puede aceptarse el alternar la participación de diferentes profesionales, para obtener un mayor aporte a los beneficiarios.

⁷⁷ Remitirse a la página 35 y siguientes.

⁷⁸ Remitirse a la página 37.

4. Duración de la capacitación

Se propone que la duración de la capacitación sea de seis meses distribuidos en ocho sesiones de “dos horas” una vez por semana. Se realizó esta distribución para que la capacitación no sea tediosa para el beneficiario, sino que aporte poco a poco en la mejora de sus capacidades competitivas.

Inicialmente se propone que la capacitación se brinde los días jueves, sin embargo este día de capacitación está sujeto a variación pues el objeto de la capacitación es garantizar que la mayoría de beneficiarios puedan asistir a las capacitaciones.

Se cumplirá el siguiente cronograma de acuerdo al contenido de los seis ejes temáticos:

Cuadro N°14: Cronograma de desarrollo de capacitaciones

Eje temático	Sesión							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Industria Gráfica	X							
Costos		X						
Administración, gestión empresarial y marketing			X	X				
Contabilidad y finanzas					X			
Derecho						X	X	
Innovación tecnológica y manejo de residuos sólidos								X

Cada “X” simboliza una sesión con 1.30 hrs. de duración.
Los bloques de colores representan los meses para desarrollar cada eje temático.

Se designa mayor espacio a los ejes temáticos con mayor contenido diferente al de la industria gráfica, pues son los temas a los que se les debe proporcionar énfasis al contener estrategias de competitividad y acceso a la formalidad. Sin embargo todos los ejes temáticos reúnen importancia para hacer competitiva una MYPE. Los ejes temáticos que poseen una sesión no son de menor importancia pero sí mantienen un contenido más sencillo.

5. Estrategias metodológicas por sesión

A lo largo de la capacitación se ha establecido introducir diferentes estrategias didácticas acordes con el segmento de la población al que se dirige el Manual. Se ha

determinado impartir clases teóricas y prácticas, apoyados en todas las herramientas que proporciona el Estado en beneficio del empresario MYPE.

Cada sesión se desarrollará siguiendo el modelo de estrategia metodológica de enseñanza planteada de acuerdo a:

Cuadro N°15: Estrategias metodológicas por sesión

Eje temático por sesión	Metodología a emplear
<p>Sesión I: Industria Gráfica</p>	<p>Presentación de los participantes Será importante destacar que si bien los participantes son competidores, cada uno puede desarrollar una estrategia que lo diferencie del resto. Duración: 20 mins.</p>
	<p>Video: Origen y evolución de la imprenta Será fundamental que los participantes conozcan la importancia de la industria y su origen para que valoren pertenecer a ella. http://youtu.be/JwFRddEI8Qw Duración: 10 mins.</p>
	<p>Desarrollo del contenido del Syllabus Se desarrollará la sesión con diapositivas y buscando la participación de los asistentes. Se proporcionará a los asistentes el material impreso de la Colección CRECE TU EMPRESA: “Seguridad Laboral” http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/crece-tu-empresa/11%20seguridad%20laboral.pdf Duración: 50 mins.</p>
	<p>Dinámica grupal: “Que tengo YO y que tienes TU” Con el desarrollo de esta dinámica se busca establecer alianzas estratégicas en beneficio de los participantes. Por ej.: Un empresario posee una guillotina y el otro no, ambos acuerdan brindarse apoyo. Duración: 40 mins.</p>
<p>Sesión II: Costos</p>	<p>Desarrollo del contenido del Syllabus. Se desarrollará la sesión con diapositivas y buscando la participación de los asistentes. Duración: 60 mins.</p>
	<p>Actividad: “Cotización Ganadora” Se proporcionará calculadoras a todos los participantes. Se simulará que un cliente desea imprimir 1000 ejemplares de un libro. Se deberá de llevar un libro de muestra para que cada uno de los participantes observe las características y realice una cotización. El objetivo no es obtener el menor precio, sino demostrar que un precio muy bajo puede significar una pérdida. Finalmente se enseñará a los participantes la importancia del margen de ganancia. Duración: 60 mins.</p>
<p>Sesión III: Administración, gestión empresarial y marketing</p>	<p>Desarrollo del contenido del Syllabus: Administración y Gestión Empresarial Se desarrollará la sesión con diapositivas y buscando la participación de los asistentes. Se brindará a los participantes el material impreso de la colección</p>

	<p>CRECEMYPE I: El primer paso hacia el crecimiento de tu negocio, http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/coleccion-crecemype-i/formaliza-a.pdf y CRECE TU EMPRESA: Abastecimiento y distribución y atención al cliente. http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/crece-tu-empresa/06%20abastecimiento%20y%20distribucion.pdf Duración: 60 mins.</p> <p>Dinámica grupal: “Problemas cotidianos en una empresa” Se formarán grupos de tres personas. Se proporcionará material impreso que exponga situaciones cotidianas en una empresa. Cada grupo discutirá las posibles soluciones y determinará la mejor para luego exponerla a todos los participantes. Se discutirá la efectividad de cada solución. Duración: 60 mins.</p>
<p>Sesión IV: Administración, gestión empresarial y marketing</p>	<p>Desarrollo del contenido del Syllabus: Marketing Se desarrollará la sesión con diapositivas y buscando la participación de los asistentes. Se brindará a los participantes el material impreso de la colección CRECE TU EMPRESA: Marketing y ventas http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/crece-tu-empresa/01%20marketing%20y%20ventas.pdf y el contenido completo de la Colección CRECEMYPE II http://www.crecemype.pe/portal/index.php/coleccion-crecemype-ii, http://www.crecemype.pe/portal/index.php/coleccion-crecemype-ii/marketing, http://www.crecemype.pe/portal/index.php/coleccion-crecemype-ii/procesos, http://www.crecemype.pe/portal/index.php/coleccion-crecemype-ii/costos, http://www.crecemype.pe/portal/index.php/coleccion-crecemype-ii/financiamiento, http://www.crecemype.pe/portal/index.php/coleccion-crecemype-ii/creacion-de-valor. Duración: 60 mins.</p> <p>Video: “Los estilos de vida según Rolando Arellano” http://youtu.be/iT_j5WueKIQ Duración: 30 mins.</p> <p>Dinámica grupal: “Vendiendo más” Se formarán grupos de tres personas. Cada grupo se encargará de desarrollar una campaña de marketing diferente para publicitar un producto específico, el objetivo es invertir la menor cantidad de dinero posible en una campaña atractiva. Duración: 30 mins.</p>
<p>Sesión V: Contabilidad y finanzas</p>	<p>Desarrollo del contenido del Syllabus Se desarrollará la sesión con diapositivas y buscando la participación de los asistentes. Se brindará a los participantes el material impreso de la colección CRECEMYPE I: “Conoce tus libros contables” http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/coleccion-crecemype-i/formaliza-e.pdf, y de la colección CRECE TU EMPRESA: “Gestión financiera” http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/crece-tu-</p>

	<p>empresa/03%20gestin%20financiera.pdf Duración: 60 mins.</p> <p>Actividad: “Llenado de libros contables” Se proporcionará a cada participante hojas de registros contables obligatorios para practicar con el llenado de los libros. El objetivo es destacar la importancia del registro de los movimientos contables a favor de la empresa.</p>
<p>Sesión VI: Derecho</p>	<p>Video: ¿Qué es una MYPE? http://www.mype.sunat.gob.pe/docs/presentacion.swf Duración 20 mins.</p> <p>Desarrollo del contenido del Syllabus Se desarrollará la sesión con diapositivas y buscando la participación de los asistentes. Se brindará a los participantes el material impreso de la colección CRECEMYPE I: “Regímenes tributarios http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/coleccion-crecemype-I/formaliza-b.pdf, Tus trabajadores http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/coleccion-crecemype-I/formaliza-c.pdf, ¿Cómo obtener tus licencias? http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/coleccion-crecemype-I/formaliza-d.pdf” y de la colección CRECE TU EMPRESA: “Formalización http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/crece-tu-empresa/05%20formalizacin.pdf” Duración: 60 mins.</p> <p>Interactuar con la página web: Portal de servicios al ciudadano y empresas http://181.65.234.84/ol-it-portal/solicitud.do El objetivo es introducir a la formalidad a los participantes, enseñándoles esta herramienta sencilla y didáctica, destacando el costo mínimo para el ciudadano. Duración: 40 mins.</p>
<p>Sesión VII: Derecho</p>	<p>Video: Nuevo RUS http://multimedia.sunat.gob.pe/index.php?option=com_k2&view=item&id=67:curso-virtual-%E2%80%93nuevo-r%C3%A9gimen-%C3%BAnico-simplificado&Itemid=45 Destacar la importancia de tributar y que pertenecer al Nuevo RUS es sencillo. Duración 30 mins.</p> <p>Video: Régimen especial de Impuesto a la Renta http://multimedia.sunat.gob.pe/index.php?option=com_k2&view=item&id=68:curso-virtual-%E2%80%93r%C3%A9gimen-especial-del-impuesto-a-la-renta&Itemid=45 Duración 25 mins.</p> <p>Dinámica grupal: “Cómo venderle al Estado” Iniciar la dinámica interactuando con la página web del OSCE: http://portal.osce.gob.pe/osce/content/guia-de-como-venderle-al-estado Describir el proceso de registro para ser proveedor del Estado y como presentar una propuesta. Formar grupos de dos personas a manera de consorcio, para participar en una adjudicación directa selectiva (ADS), para la</p>

	<p>adquisición de formatos impresos. Cada uno de los participantes se encargará de enumerar los presupuestos necesarios de la propuesta técnica y presentará una propuesta económica. Duración: 65 mins.</p>
<p>Sesión VIII: Innovación tecnológica y manejo de residuos sólidos</p>	<p>Desarrollo del contenido del Syllabus Se desarrollará la sesión con diapositivas y buscando la participación de los asistentes. Se brindará a los participantes el material impreso de la colección CRECE TU EMPRESA: “Instrumentos financieros http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/crece-tu-empresa/09%20instrumentos%20financieros.pdf” Duración: 60 mins.</p>
	<p>Video: “Impresiones de una imprenta” http://youtu.be/pINMEYSv2jg Destacar las razones por las que uno quiere salir adelante. Duración: 10 mins.</p>
	<p>Video: “Imprimir nunca fue tan fácil” http://youtu.be/7LyC9EazdcY Duración: 8 mins.</p>
	<p>Lluvia de ideas: Fomentar la discusión ordenada de todos los participantes, apuntando las ideas más resaltantes sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los motivos que inspiran a los participantes a mejorar sus negocios - Cuáles son sus objetivos futuros
<p>Ejercicio Final: Cada uno de los participantes tiene la tarea de plantearse quién se proyecta ser en un mediano y largo plazo: si desea comprar maquinaria, si desea incluir diferentes tipos de acabados, etc. El inicio de cada una de estas metas trazadas será resuelto en conjunto con el voluntario encargado del acompañamiento.</p>	

IV. ACOMPAÑAMIENTO

1. Estrategia y duración

El acompañamiento de gestión es la última herramienta que contiene el Manual, su desarrollo debe ser conjunto al de las capacitaciones en sesiones posteriores a la capacitación programada, con una duración de tres horas semanales. Es decir si habíamos asumido que el beneficiario se capacitaría un jueves, el acompañamiento se desarrollaría un día sábado.

Se propone que su contenido fortalezca lo aprendido a lo largo de cada capacitación, por ello el voluntario deberá enfocarse en evaluar al beneficiario periódicamente, orientando su comportamiento a mejorar sus prácticas empresariales.

El acompañamiento se proporcionará por doce meses, dentro de los cuales seis meses serán orientados a aspectos internos de la empresa y los seis restantes a aspectos externos.

Se deberá observar metas de acuerdo a cada eje temático:

Cuadro N°16: Metas por eje temático

Eje temático	Meta
Industria Gráfica	<i>Mejorar los procesos productivos</i>
Costos	<i>Elaborar costos obteniendo un margen de ganancia suficientemente competitivo</i>
Marketing, administración y gestión empresarial	<i>Enfocar la MYPE a distinguir sus productos "vaca, perro, estrella e incógnita"⁷⁹</i>
Contabilidad y finanzas	<i>Conseguir que la MYPE utilice la contabilidad</i>
Derecho	<i>Beneficiar a la MYPE con las herramientas que proporciona el derecho</i>
Innovación tecnológica y manejo de residuos sólidos	<i>Implementar procesos de reciclaje</i>

Las metas planteadas aparentemente no se estructuran en doce meses, sin embargo el objetivo del acompañamiento también debe estar enfocado en conseguir establecer como costumbre las prácticas que mejorarán la competitividad del empresario MYPE.

De otro lado se debe observar que tal como las personas, cada empresa posee cualidades particulares que la diferencian, en ese sentido, el voluntario deberá determinar con el beneficiario objetivos que incrementarán la competitividad de cada MYPE en particular.

2. El voluntario

El voluntario deberá de ser un profesional especializado en gestión de negocios, dispuesto a destinar tres horas semanales a la MYPE beneficiada.

Su conocimiento en la industria gráfica debe ser amplio, por ello el voluntario debe superar un proceso previo de capacitación en la industria, siendo el óptimo que previamente haya trabajado en ella.

⁷⁹ Nos referimos a la Matriz BCG (Boston Consulting Group), aplicable en este caso porque la industria gráfica permite crear diferentes productos, sin embargo el micro y pequeño empresario no conoce cuál de todos sus productos es el que le ofrece un mayor margen de utilidad y que por tanto debe de ser fomentado para su crecimiento.

Dentro de sus características personales se considera su poder analítico y de proposición de nuevas estrategias adecuadas al empresario que asesora.

3. Evaluación

La evaluación que plantee el voluntario será por medio de un sistema de evaluación de 'rúbrica' que supervise conductas del beneficiado planteadas de acuerdo a cada uno de los ejes temáticos que se desarrolle. A manera de ejemplo:

Eje Temático: Industria Gráfica					
Conducta*	1	2	3	4	5
Conoce y mejora sus procesos de producción			X		
Comparte con sus trabajadores las experiencias aprendidas				X	

*Donde 1 representa la menor aplicación de las conductas y 5 representa el mayor aprovechamiento de las conductas aprendidas.

Inicialmente se propone evaluar el aprovechamiento del empresario por sesión, es decir, cumplir con un objetivo por sesión de acompañamiento.

Los objetivos deben de ser planteados por el empresario y desarrollados conjuntamente con el voluntario. Se debe desarrollar objetivos que sean requeridos por el beneficiario para conseguir su interés en el desarrollo del programa como: conseguir financiamiento, comprar una nueva máquina offset, u otros que se proponga el empresario.

Los objetivos serán estructurados para cumplirse en doce meses con sesiones semanales. Los objetivos con los que iniciará el acompañamiento el voluntario serán:

Cuadro N°17: Objetivos por sesión de acompañamiento

Semana	Objetivo
1	Conocer la empresa
2	Buscar debilidades y fortalezas
3	Desarrollar un cronograma de objetivos con ayuda del beneficiario
Siguientes	Desarrollo del cronograma de objetivos con evaluación de las capacidades que va adquiriendo el empresario.

El voluntario evaluará al empresario de acuerdo al contenido de los ejes temáticos, cada semana se observará el fortalecimiento de cada una de las capacidades contenidas en el cronograma por los seis primeros meses, donde se evalúa la parte interna de la empresa MYPE. En los seis meses siguientes se evaluará el cronograma de objetivos elaborados por el voluntario y el beneficiario.

V. IMPLEMENTACIÓN

1. Presupuesto

El implementar el Programa planteado involucra una serie de costos de implementación que con certeza variarán a lo largo del tiempo, por ello antes de enfocarnos en conseguir una cifra exacta que supondría implementar el programa, debemos conocer los conceptos a considerar dentro de los costos fijos y variables imprescindibles:

- Oficina principal y Alquiler de aula para capacitaciones.
- Una computadora y Materiales de oficina
- Proyector y ecrán
- Material de trabajo: Módulos impresos por eje temático, Contenido por sesión, Fichas de trabajo, Expedientes por cada beneficiario, Materiales diversos por sesión
- Gastos de Personal: Capacitador, Voluntario, Secretaria, Persona destinada a la evaluación estadística y progreso económico del beneficiario
- Gastos por servicios: Agua, Luz, Teléfono, Internet
- Gastos extra

Cuadro N°18: Presupuesto anual de proyecto valorizado en Nuevos Soles

CONCEPTO	MESES/ HORAS	PRECIO UNITARIO S/.	SUB TOTAL S/.	OBSERVACIONES:
COSTOS FIJOS				
Oficina ubicada en el Cercado de Lima	12	746.67	8,960.00	S/. 400 http://www.doomos.com.pe/de/36678_alquiler-oficina-lima--1-ambiente.html
				S/. 1,000 http://limacallao.olx.com.pe/amplia-y-funcional-oficina-amoblada-en-el-cercado-de-lima-iid-246418573
				S/. 840 http://limacallao.olx.com.pe/alquilo-oficinas-en-plena-avenida-iid-84360016
Aula equipada con proyector multimedia y ecrán	16	100.00	1,600.00	S/. 75 http://lima-lima.olx.com.pe/alquiler-de-aulas-iid-502683158
Computadora		1,100.00	1,100.00	\$400
Impresora		300.00	300.00	
Servicios: Agua, luz, teléfono, internet		250.00	250.00	
COSTOS VARIABLES				
Material impreso	20	100.00	100.00	Estimado para 20 participantes
Materiales de oficina		150.00	150.00	
GASTOS DE PERSONAL				
Facilitador	7	30.00	210.00	Estimado por 7 días de trabajo entrevistando posibles beneficiarios
Capacitador	16	100.00	1,600.00	Estimado en horas por sesión
Voluntario	12	750.00	9,000.00	Estimado en meses con sesiones semanales de 3 horas
Secretaria	12	750.00	9,000.00	Estimado en meses
Evaluador del proyecto	3	2,000.00	6,000.00	Estimado en valor de honorarios por sesión
GASTOS EXTRAORDINARIOS	12	50.00	600.00	Estimado en meses
TOTAL S/.		6,426.67	38,870.00	

2. Propuesta de estrategia de implementación

El objetivo de la tesina es proponer un Manual como estrategia de apoyo a las normas y leyes que existen para contrarrestar el problema de la informalidad de la MYPE, sin embargo la ejecución no será materia de este documento. Por ello, enfocados en los objetivos delimitaremos la investigación a únicamente obtener una proposición bien estructurada.

Existen diversos factores que pueden ser adversos a la ejecución de un programa de esta clase, por ello al proponer la implementación del Proyecto, ubicaremos algunas de las reacciones adversas que puedan vulnerar su desarrollo:

- Una de las condiciones de sostenibilidad⁸⁰ del Proyecto en el tiempo es que éste genere efectos negativos sobre grupos de personas que no sean beneficiadas con el programa, por ello es esencial no restringir el acceso a los empresarios MYPE que se vean vulnerados en cualquier etapa del programa, brindándoles la oportunidad de conocer del Proyecto, sus beneficios y su futura adhesión como beneficiarios.
- Es importante no ir en contra del marco institucional⁸¹ establecido, como se analizó dentro de la segunda sección existen instituciones dedicadas a la formalización de la MYPE, por ello se debe tener como premisa que este Manual busca complementar las herramientas que puedan brindar los organismos del Estado por medio de su promoción y difusión; es decir generar una relación más cercana entre la MYPE y el Estado.
- Si bien el objetivo central del Manual es que la MYPE se aproxime a la formalidad, utilizando la competitividad como herramienta de acceso; no se puede medir sus efectos, mucho menos garantizar que el total de beneficiarios accedan a la formalidad. Este tipo de consideraciones se deben asumir como contingencias.

VI. RECOMENDACIONES Y ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

En un inicio se observa la posibilidad de que la implementación del programa involucre el pago por el acceso al beneficio con un costo módico. Sin embargo, actualmente existen diversos organismos e instituciones internacionales dedicados a la promoción

⁸⁰ El desarrollo sostenible posee diferentes aspectos, ecológico, económico, social y otros. En este ítem nos referimos al aspecto social.

⁸¹ Se hace referencia a las Instituciones del Gobierno, dedicadas al acceso a la formalidad de la MYPE.

de programas en apoyo a la MYPE, en la segunda sección se hacía referencia a una de las alternativas promovidas por particulares se encontraba dispuesta a implementar programas de apoyo a la MYPE.

Se ha determinado que uno de los organismos más importantes que existe para implementar este tipo de programas es el *International Finance Corporation (IFC)*⁸² por razones como:

- El IFC promueve estrategias en el sector privado en países Latinoamericanos como Perú⁸³, donde se promueven diferentes proyectos.
- Si analizamos el enfoque del contenido de la tesina, se puede destacar que mantiene relación con la labor que mantiene el IFC, son objetivos comunes trabajar en mercados emergentes creando empleo, generar ingresos fiscales, mejorar el desempleo medioambiental de estos y contribuir con las comunidades locales.
- La visión que mantiene el IFC parece una barrera difícil de superar por medio de este Proyecto, sin embargo su contribución social puede ser importante si llega a ejecutarse.

El IFC se constituiría como una institución óptima de financiamiento y otorgarle el mediano a largo plazo de duración que requiere para ser efectivo.

Como plan de contingencia se debe optar por implementar el programa con las instituciones que resultarían beneficiadas con el acceso a la formalidad de la MYPE, nos referimos a: El Ministerio de la Producción, SUNAT y Ministerio de Trabajo. La ejecución a partir de cualquiera de estos organismos estatales implicaría presumir su auto-sostenibilidad en un mediano- largo plazo.

La sostenibilidad del programa se dará por medio del “acompañamiento” que esta direccionado a crear en el beneficiado comportamientos que en adelante se convertirán en costumbres. Por ello la herramienta propuesta debe mantener un periodo de duración suficiente.

⁸² “IFC, miembro del Grupo del Banco Mundial, es la principal institución internacional de desarrollo que centra su labor exclusivamente en el sector privado de los países en desarrollo. Creada en 1956, IFC está conformada por 184 países miembros que trabajan en conjunto para determinar las políticas de la organización. Su labor en más de 100 naciones en desarrollo facilita que empresas e instituciones financieras en mercados emergentes creen empleos, generen ingresos fiscales, mejoren el gobierno corporativo y el desempeño medioambiental y contribuyan a las comunidades locales. La visión de IFC es que las personas deben tener oportunidades para salir de la pobreza y mejorar su calidad de vida.” http://www1.ifc.org/wps/wcm/connect/Multilingual_Ext_Content/IFC_External_Corporate_Site/Home_ES, visitado el 15.11.12.

⁸³ El Perú es miembro desde el 20 de julio de 1956.

CONCLUSIONES

1. En el Perú más del 98% de las empresas son micro o pequeñas empresas, predominando las microempresas; para el año 2010 la MYPE empleaba a 1'197,963 trabajadores. Se mantiene una relación entre el crecimiento de la MYPE y el desarrollo económico del país, a pesar de ello aún no se le ha otorgado el reconocimiento necesario a la capacidad productiva de la MYPE.
2. Organismos Estatales como: el Ministerio de la Producción, la SUNAT, el OSCE, entre otros; dictan y promueven normas y políticas públicas orientadas a la mejora de la competitividad y promoción de acceso a la formalidad para la MYPE, que van desde la implementación de un régimen especial tributario-laboral, asesorías, planes de negocio, programas de gestión, capacitaciones, premios, bonificación y preferencia al contratar con el Estado, y diferentes estrategias.
Estas diferentes herramientas no vienen siendo aprovechadas por los empresarios debido a su baja difusión y a que están dispersas en distintas páginas web que no son comúnmente revisadas por los empresarios.
3. Las normas y políticas públicas dictadas a favor de la formalidad de la MYPE no plantean objetivos a largo plazo y se producen constantes cambios sobre los parámetros para determinar a la MYPE. Las instituciones y organismos encargados de la promoción y supervisión de la MYPE se trazan objetivos similares por separado. No existe una herramienta diseñada para el acceso a la formalidad de la MYPE que fusione los esfuerzos que orientan las diferentes instituciones y organismos del Estado. Plantear una estrategia que actúe coadyuvando a las políticas públicas de acceso a la formalidad de la MYPE, involucra diseñar un plan coherente de acercamiento de la Norma a los empresarios.
4. Una MYPE será formal mientras concurren en ella requisitos como: poseer un RUC vigente, tributar en rentas de tercera categoría, no superar los montos establecidos en ventas, estar dedicado a una actividad económica legal, no transgredir normas laborales y poseer una licencia de funcionamiento.
No existen criterios uniformes que determinen la formalidad de una empresa, afectando la condición de los trabajadores dependientes a ellas.

La informalidad es un fenómeno que se presenta en todo tipo de empresas, no únicamente en la industria gráfica o en la MYPE. Se tiene que una empresa aún siendo aparentemente formal puede asumir conductas informales por diferentes motivaciones de sus representantes.

La formalidad e informalidad de un empresario muchas veces depende de sus convicciones personales, alejar al empresario de falsos paradigmas implica darle a conocer los beneficios que le otorgan las normas.

5. El acceso a la formalidad tiene un costo mayor al que promociona el Estado, esta cifra es considerablemente incrementada por el costo de la licencia de funcionamiento municipal, se determinó que ésta es la mayor barrera de acceso a la formalidad con valores que fluctúan entre los S/.300 y S/.600 solo en Lima Metropolitana.
6. La competitividad empresarial se entiende como la habilidad que posee una empresa de diferenciarse de sus competidores y así conseguir un posicionamiento que garantice su éxito. La propuesta competitiva del Gobierno se ha planteado superar el asistencialismo, por ello el Consejo Nacional de la Competitividad observa metas bien estructuradas que vienen surtiendo efectos. Los programas de mejora de la competitividad dirigidos por particulares poseen resultados satisfactorios de acceso a la formalidad al crear una relación directa con el empresario MYPE, permitiendo así conducir su comportamiento en una costumbre que otorga sostenibilidad a la estrategia competitiva formal; es allí donde no hace énfasis el Gobierno y por tanto sus políticas públicas no generan resultados óptimos.
7. El manejo de costos, marketing, administración y gestión empresarial, contabilidad y finanzas, derecho, innovación tecnológica y manejo de residuos; son conocimientos necesarios para que el empresario MYPE posea una empresa competitiva. Se agrega a ello el profundo conocimiento de la industria en la que opera, que le permitirá distinguirse de sus competidores.
Un empresario que se maneja dentro de las líneas de la formalidad puede ser más competitivo que un empresario informal. En la actualidad, la informalidad representa un modo de ingreso fácil, con bajo margen de ganancia que no puede perdurar en el tiempo. Actuar dentro de la formalidad es una herramienta competitiva en sí.

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

- LAHERA P. Eugenio, *Política y Políticas Públicas*, División de Desarrollo Social, Santiago de Chile, Agosto de 2004, 32 págs.
- MATHEWS, Juan Carlos; *Competitividad: el significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las mypes*; Usaid - PERU/MYPE COMPETITIVA, 2009, 44 págs.
- MONTOYA MANFREDI, Ulises. *Derecho Comercial*, Tomo I. 11ra edición, Editora Jurídica Grijley, Lima, 2004, 765 págs.
- OKPARA John O. y WYNN Pamela (2007). “*Determinants for small business growth constraints in a sub-Saharan African economy*” (Determinantes de la pequeña empresa para su limitación de crecimiento en el sub- Sahara de África). 2007. 25 págs.
- PORTER, Michael E., *Ser competitivo, Nuevas aportaciones y conclusiones*, Ediciones Deusto, Barcelona- España, 2003, 478 págs.
- SANDOVAL LOPEZ, Ricardo, *Manual de Derecho Comercial- Organización jurídica de la empresa mercantil, Parte general*, Tomo I. 3ra edición actualizada, Editorial Jurídica de Chile, Santiago de Chile, Chile, 1990.
- SCHWALB, María Matilde y MALCA, Oscar, *Responsabilidad social: fundamentos para la competitividad y desarrollo sostenible*, Universidad del Pacífico, segunda edición, Lima, 2008, 248 págs.
- SILUPÚ GARCÉS, Brenda Liz, *Fortalecer para crecer, casos de éxito del programa MYPE*, Universidad de Piura. Piura. 2011. 76 págs.
- TELLO Mario D., *Indicadores del sector MYPE informal en el Perú: valor agregado, potencial exportador, capacidad de formalizarse y normas técnicas peruanas de sus productos*, Departamento de Economía de la Pontificia Universidad Católica de Lima, Lima, 74 págs.

ARTÍCULOS

- CAROY ZELAYA, Miguel. “Redefiniendo la política de promoción de las MYPE en las compras estatales”. *En: Revista de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú*, N°66. Lima, 2011, Págs. 287- 299.
- GAMERO REQUENA Julio (2010). “Comentarios al Decreto Legislativo 1086, ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente”. *En: Foro Jurídico, Revista de Derecho editada por estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Edición de Aniversario N°10. Lima, abril de 2010, Págs. 259- 270*
- LORA ÁLVAREZ, Germán (2008) El nuevo régimen laboral de la micro y pequeña empresa. *En: Jus, Doctrina & Práctica, revista de derecho. Nro. 07, Lima, Julio de 2008, Págs.7- 39.*
- TOYAMA MIYAGUSUKU, Jorge e IRUJO PAREDES, Claudia, La nueva reforma de las microempresas, Comentarios al régimen laboral establecido por el D.S. N°007- 2008- TR. *En: Actualidad Jurídica, revista de derecho, Tomo 181, diciembre de 2008, Págs. 311- 317.*

NORMAS LEGALES

- Decreto Legislativo 1017, Ley de Contrataciones del Estado y la modificación del Reglamento por medio de Decreto Supremo 138- 2012- EF.
- Decreto Legislativo 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, publicado en el Diario Oficial El Peruano el 28 de julio de 2008, y su Reglamento.
- *Decreto Legislativo 705 (08/11/1991)*
- Ley 27890, Ley modificatoria de la Ley de centros de innovación tecnológica.
- Ley 28015 Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, promulgada el 03 de julio del 2003.
- Ley 29873, Ley que modifica el Decreto Legislativo 1017 que aprueba la Ley de Contrataciones del Estado, publicado en el Diario Oficial El Peruano el 1 de Junio del 2012.
- Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta, Decreto Supremo N° 179-2004- EF, publicado en el Diario Oficial El Peruano el 08 de diciembre de 2004.

PUBLICACIONES

- Ministerio de trabajo y Promoción del Empleo, *ANUARIO 2010*, 2010, 374 págs.
- International Institute for Management Development (IMD), *Anuario Mundial de la Competitividad (WCY)*, 2011.
- Consejo Nacional de la Competitividad, *Agenda de Competitividad 2012-2013*, Ministerio de Economía y Finanzas, Lima, 2012, 79 Págs.
- El Libro Blanco de la Microempresa, Síntesis, San Salvador- El Salvador en 1997, 41 Págs.
- Políticas para impulsar conductas innovadoras de las PYMES en México, Documento disponible en: www.eclac.org/ddpe/publicaciones/xml/3/43993/W403.pdf (visitado el 03.11.12)
- Programa Integral de Capacitación y Mejora Competitiva a las MYPES Salvadoreñas, Disponible en: www.oitcinterfor.org/node/1601 (visitado el 03.11.12)

PAGINAS WEB

- CITE: www.cites.pe (visitado el 03.11.12)
- CRECEMYPE: www.crecemype.pe (visitado el 03.11.12)
- IFC, miembro del Grupo del Banco Mundial: www1.ifc.org, visitado el (15.11.12)
- Portal de servicios al ciudadano: www.serviciosalciudadano.gob.pe, visitado el 21/09/2012.
- Premio MYPE: www.premiomype.pe (visitado el 03.11.12)
- Red Promype: www.redpromype.com (visitado el 03.11.12)

- Seace: www.seace.gob.pe (visitado el 03.11.12)
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, SUNAT: www.sunat.gob.pe (visitado el 03.11.12)
- Voluntades: www.voluntades.org/blog/tag/accion-empresadora (visitado el 03.11.12)





ANEXO N°01: Ordenanza Municipal N°1608 MMLMUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA
ALCALDIA**ORDENANZA N° 1608**

LA ALCALDESA METROPOLITANA DE LIMA;

POR CUANTO:

EL CONCEJO METROPOLITANO DE LIMA;

Visto en la Sesión Ordinaria de Concejo de fecha 12 de junio de 2012 y los Dictámenes N° 61-2012-MML-CMDUVN de la Comisión Metropolitana de Desarrollo Urbano, Vivienda y Nomenclatura, N°16-2012-MML-CMCDyTU de la Comisión metropolitana de Comercialización, Defensa del Consumidor y Transporte Urbano, 01-2012-MML-CMTYP de la Comisión Metropolitana de Turismo, Pequeña y Mediana Empresa y N° 51-2012-MML-CMAL de la Comisión de Asuntos Legales;

Aprobó la siguiente:

**ORDENANZA QUE MODIFICA EL ÍNDICE DE USOS
PARA LA UBICACIÓN DE ACTIVIDADES URBANAS
EN EL CENTRO HISTÓRICO Y EL CERCADO DE LIMA**

**CAPÍTULO I
GENERALIDADES**

Artículo 1°.- Objeto

La presente Ordenanza tiene por objeto modificar el Índice de Usos para la Ubicación de Actividades Urbanas en el Centro Histórico y el Cercado de Lima, aprobado por la Ordenanza N° 893 MML.

Artículo 2°.- Ámbito de Aplicación

Las disposiciones contenidas en la presente norma, son únicas y de aplicación obligatorias dentro del Centro Histórico y el Cercado de Lima.

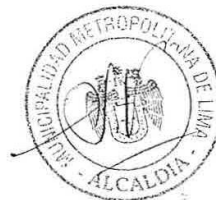
Artículo 3°.- Finalidad

La Municipalidad Metropolitana de Lima en uso de su competencia en planeamiento y desarrollo urbano y en aras del interés general para la conservación del Centro Histórico y de determinadas zonas del Cercado de Lima, debe asegurar la protección y preservación del patrimonio cultural de la humanidad, regulando y controlando el índice de Uso de Actividades Urbanas a fin de evitar el deterioro y la pérdida de valor del Centro Histórico, además debe velar por la protección del medio ambiente y mejora de las condiciones de vida de la población.

**CAPÍTULO II
LIMITANTES PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES URBANAS**

Artículo 4°.- Área restringida para la Actividad de Enseñanza

El área dentro de la cual no es permisible la Actividad de Enseñanza, comprende tanto el área denominada como Centro Histórico de Lima, así como el área limitada por: La Av. Brasil, Av. 28 de Julio, Av. República de Chile, Av. Arenales, Jr. Manuel Ascencio Segura, Av. Paseo de La República, Av. 28 de Julio y Av. Guzmán Blanco hasta la intersección con la Av. Brasil. Los límites





MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA
 ALCALDIA

1608

indicados se consignan en el Plano que figura como **Anexo N° 02** y que forma parte integrante de la presente Ordenanza.

Se exceptúan de la presente restricción actividades urbanas relativas al arte: Academia de Ballet, Academia de Danza Folclórica, Academia de Música, Academia de Oratoria, y otros tipos de enseñanza relacionadas a Pintura, Escultura, Teatro y Danzas.

Artículo 5°.- Actividad de Impresión y Actividades de Servicios Conexos en el Centro Histórico de Lima y Cercado de Lima

La actividad de impresión y actividades de servicios conexos se ejercerán teniendo en consideración lo siguiente:

5.1 Centro Histórico: área dentro de la cual no son permisibles las actividades urbanas de giro de imprenta y servicios conexos, tal como se precisa en el Índice de Usos para la Ubicación de Actividades Urbanas comprendido en el **Anexo N° 01**.

Se exceptúan los servicios de fotocopias y tpeos en computadora.

En el Plano que figura como **Anexo N° 03** y que forma parte integrante de la presente Ordenanza, se grafica el Área del Centro Histórico.

5.2 Cercado de Lima: área dentro de la cual son permisibles las actividades urbanas de giro de imprenta y servicios conexos, conforme se precisa en el Índice de Usos para la Ubicación de Actividades Urbanas comprendido en el **Anexo N° 01**.

Se exceptúan las áreas comprendidas dentro del cuadrante delimitado entre la Av. 28 de Julio, Av. Paseo de la República, Jr. Manuel Ascencio Segura, Av. Arenales y Av. República de Chile hasta la intersección de la Av. 28 de Julio. Los límites indicados se consignan en el Plano que figura como **Anexo N° 04** y que forma parte integrante de la presente Ordenanza.



Artículo 6°.- Niveles Operacionales y Estándares de Calidad para Actividad Salón de Baile, Discotecas, Peñas con show en vivo, Video Pubs, Karaokes y Bares

Aprobar los Niveles y Estándares Operacionales de salón de baile, discotecas, peñas con show en vivo, pubs, video, karaokes y bares, los que serán de cumplimiento obligatorio en Centro Histórico y el Cercado de Lima, consignados en el **Anexo N° 05**, que forma parte integrante de la presente Ordenanza.



**CAPÍTULO III
 ÍNDICE DE USOS PARA LA UBICACIÓN DE ACTIVIDADES URBANAS**

Artículo 7°.- Modificatoria del Índice de Usos

Aprobar la modificatoria del Índice de Usos para la Ubicación de Actividades Urbanas en el Centro Histórico y El Cercado de Lima establecido en la Ordenanza N° 893-MML, tal como figura consignado en el **Anexo N° 01**, formando parte integrante de la presente norma.

DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA.- Prevalencia Normativa

De existir incompatibilidad con la presente Ordenanza, ésta prevalece por ser una norma específica y de obligatoria aplicación en el Centro Histórico y en El Cercado de Lima.

SEGUNDA.- Actualización del Plan Maestro del Centro Histórico de Lima



MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA
 ALCALDIA

1608

La presente Ordenanza servirá de base para la elaboración de la normativa que se realizará en la Actualización del Plan Maestro del Centro Histórico de Lima.

TERCERA.- Derogatoria

Derogar la Tercera Disposición Final de la Ordenanza N° 893-MML.

Derogar el Decreto de Alcaldía N° 040 de fecha 07 de mayo del 2009, mediante el cual se aprobó el Anexo N° 01, que modificaba el Índice de Usos para el Desarrollo de Actividades Urbanas del Centro Histórico y del Cercado de Lima.

CUARTA.- Publicación en la Página Web

La presente Ordenanza y sus Anexos serán publicados en la Página Web de la Municipalidad Metropolitana de Lima, de conformidad con lo previsto en la Resolución Ministerial N° 200-2010-PCM que aprueba la Directiva N° 001-2010-PCM/SGP.



QUINTA.- Vigencia

La presente Ordenanza entrará en vigencia al día siguiente de su publicación en el diario oficial El Peruano.

POR TANTO:

MANDO SE REGISTRE, PUBLIQUE Y CUMPLA.

En Lima **12 JUN. 2012**


 MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA

 IVONE MARIBEL MONTOYA LIZARRAGA
 SECRETARÍA GENERAL DE CONCEJO


 MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA

 SUSANA VILLARAN DE LA PUENTE
 ALCALDESA



ANEXO 01
MODIFICACION DEL INDICE DE USOS PARA LA UBICACION DE ACTIVIDADES URBANAS
EN EL CENTRO HISTORICO Y CERCADO DE LIMA

CODIFICACION CIU DE ACUERDO AL INEI	ACTIVIDADES	CERCADO DE LIMA							CENTRO HISTORICO DE LIMA				
		RDM	RDA	VT	CV	CZ	CM	I-1	I-2	ZTE1	ZTE2	ZTE3	
D	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS (DIVISION 15 A 37)												
D 22	ACTIVIDADES DE EDICION E IMPRESION Y DE REPRODUCCION DE GRABACIONES												
D 22 2	ACTIVIDADES DE IMPRESION Y ACTIVIDADES DE SERVICIOS CONEXAS												
D 22 2 1	ACTIVIDADES DE IMPRESION												
D 22 2 1 01	IMPRESION DE ALBUMES			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 02	IMPRESION DE ATLAS			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 03	IMPRESION DE CARTELES			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 04	IMPRESION DE CATALOGOS			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 05	IMPRESION DE DOCUMENTOS COMERCIALES			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 06	IMPRESION DE LIBROS			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 07	IMPRESION DE MAPAS			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 08	IMPRESION DE NAIPES			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 09	IMPRESION DE PAPEL MONEDA			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 10	IMPRESION DE PARTITURAS			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 11	IMPRESION DE PERIODICOS			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 12	IMPRESION DE PUBLICACIONES PERIODICAS			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 13	IMPRESION DE REVISTAS			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 14	IMPRESION DE REVISTAS ESPECIALIZADAS			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 15	IMPRESION DE SELLOS POSTALES			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 16	IMPRESION DE TIMBRES FISCALES			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 17	FOTOCOPIADORAS, TIPOES EN COMPUTADORA	H	H	X	X	X	X	X	X	H	H	H	H
D 22 2 1 18	IMPRESION DE			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 19	PARTES MATRIMONIALES, TARJETAS, CAPILLOS, INVITACIONES			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 20	IMPRESION DE GIGANTOGRAFIAS Y AFICHES			X		H	X	X	X				
D 22 2 1 21	ELABORACION Y VENTA DE SELLOS			X		H	X	X	X				
D 22 2 2	ACTIVIDADES SERVICIOS RELACIONADOS CON LA IMPRESION												
D 22 2 2 01	ENCUADERNACION (CON PLASTICOS, CARTON, ETC)			X		H	X	X	X				
D 23 2 2 02	SERVICIOS RELACIONADOS CON PIEDRAS LITOGRAFICAS IMPRESAS			X		H	X	X	X				
D 24 2 2 03	PRODUCCION DE CARACTERES DE IMPRESION COMPUESTOS			X		H	X	X	X				
H	HOTELES Y RESTAURANTES (DIVISION 55)												
H 55	HOTELES Y RESTAURANTES												



1608

CODIFICACION CIU DE ACUERDO AL INEI	ACTIVIDADES	CERCADO DE LIMA								CENTRO HISTORICO DE LIMA				
		RDM	RDA	VT	CV	CZ	CM	I-1	I-2	ZTE1	ZTE2	ZTE3		
H 55 2	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS													
H 55 2 0	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS													
H 55 2 0 15	BARES (*)													
H 55 2 0 19	PUBS, KARAOKE CON VIDEOS Y/O SIN VIDEOS (*)													
M 80	ENSEÑANZA (PUBLICA Y PRIVADA)(DIVISION 80)													
M 80	ENSEÑANZA													
M 80 1	ENSEÑANZA PRIMARIA													
M 80 1 0	ENSEÑANZA PRIMARIA													
M 80 1 0 01	SERVICIO DE ENSEÑANZA ESPEC. PARA NIÑOS DISCAPACITADOS	0	0	X	X	X	X	X						
M 80 1 0 02	ENSEÑANZA PRIMARIA PRIVADA	0	0	X	X	X	X	X						
M 80 1 0 03	ENSEÑANZA PRE ESCOLAR PRIVADA	X	X	X	X	X	X	X						
M 80 1 0 04	ENSEÑANZA PRIMARIA PUBLICA	0	0	X	X	X	X	X						
M 80 1 0 05	ENSEÑANZA PRE-ESCOLAR PUBLICA	X	X	X	X	X	X	X						
M 80 1 0 06	ENSEÑANZA PRE-ESCOLAR	X	X	X	X	X	X	X						
M 80 1 0 7	ESTIMULACION TEMPRANA	X	X	X	X	X	X	X						
M 80 2	ENSEÑANZA SECUNDARIA													
M 80 2 1	ENSEÑANZA SECUNDARIA DE FORMACION GENERAL													
M 80 2 1 01	ENSEÑANZA ESPECIAL DE TIPO ACADEMICO PARA ESTUDIANTES DISCAPACITADOS	0	0	X	X	X	X	X						
M 80 2 1 02	ENSEÑANZA SECUNDARIA PRIVADA	0	0	X	X	X	X	X						
M 80 2 1 03	ENSEÑANZA SECUNDARIA PUBLICA	0	0	X	X	X	X	X						
M 80 2 2	ENSEÑANZA SECUNDARIA DE FORMACION TECNICA Y PROFESIONAL													
M 80 2 2 01	INSTITUTO DE ENSEÑANZA TECNICA			0	X	X	X	X						
M 80 2 2 02	INSTITUTO DE ENSEÑANZA A PERSONAS EXCEPCIONALES			0	X	X	X	X						
M 80 3	ENSEÑANZA SUPERIOR													
M 80 3 0	ENSEÑANZA SUPERIOR													
M 80 3 0 01	INSTITUTO DE ENSEÑANZA SUPERIOR			0	0	X	X	X	0					
M 80 3 0 02	UNIVERSIDADES			0	0	X	X	X	0					
M 80 9	EDUCACION DE ADULTOS Y OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA													
M 80 9 0	EDUCACION DE ADULTOS Y OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA													
M 80 9 0 01	ESCUELAS DE PRIMARIA Y SECUNDARIA PARA ADULTOS			0	0	X	X	X	0					
M 80 9 0 02	PROGRAMAS DE ALFABETIZACION PARA ADULTOS			0	0	X	X	X	0					
M 80 9 0 03	ENSEÑANZA A DISTANCIA			0	0	X	X	X	0					
M 80 9 0 04	INSTRUCCION PARA ADULTOS DE CLASES DIURNAS			0	0	X	X	X	0					
M 80 9 0 05	ACADEMIAS PRE - UNIVERSITARIA					0	X	X	0					
M 80 9 0 06	OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA N.C.P.					X	X	X	0					
M 80 9 0 07	ACADEMIAS DE BALLET					0	X	X	0			X	X	X
M 80 9 0 08	ACADEMIAS DE COMPUTACION					0	0	X	0					
M 80 9 0 09	ACADEMIAS DE CORTE Y CONFECCION					0	0	X	0					



1608

CODIFICACION CIU DE ACUERDO AL INEI	ACTIVIDADES	CERCADO DE LIMA							CENTRO HISTORICO DE LIMA			
		RDM	RDA	VT	CV	CZ	CM	I-1	I-2	ZTE1	ZTE2	ZTE3
M 80 9 0 10	ACADEMIAS DE COSMETOLOGIA				0	0	X	X	0			
M 80 9 0 11	ACADEMIA DE DANZAS FOLCLORICAS				0	0	X	X	0	X	X	X
M 80 9 0 12	ACADEMIAS DE ENSEANZA COMERCIAL A				0	0	X	X	0			
M 80 9 0 13	ACADEMIAS DE IDIOMAS				0	0	X	X	0			
M 80 9 0 14	ACADEMIAS DE LOCUCION				0	0	X	X	0			
M 80 9 0 15	ACADEMIAS DE MUSICA				0	0	X	X	0	X	X	X
M 80 9 0 16	ACADEMIAS DE ORATORIA				0	0	X	X	0	X	X	X
M 80 9 0 17	ACADEMIAS DE AVIACION COMERCIAL				0	0	X	X	0			
M 81 9 0 18	ACADEMIAS DE PINTURA				0	0	X	X	0	X	X	X
M 82 9 0 19	ACADEMIA DE ESCULTURA				0	0	X	X	0	X	X	X
M 83 9 0 20	ACADEMIA DE TEATRO				0	0	X	X	0	X	X	X
M 84 9 0 21	ACADEMIA DE DANZAS				0	0	X	X	0	X	X	X
O	OTRAS ACTIV. DE SERVICIOS COMUNITARIAS, SOCIALES Y PERSONALES (DIV.90 A 93)											
O 92	ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO Y ACTIVIDADES CULTURALES Y DEPORTIVAS											
O 92 1	ACTIV. DE CINEMATOGRAFIA, RADIO Y TELEVISION Y OTRAS ACTIVIDADES DE ENTRETENIM.											
O 92 1 9	OTRAS ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO											
O 92 1 9 01	SALAS DE BAILE (*)		0		0	X	X	X	X	N	N	N
O 92 1 9 01	DISCOTECAS (*)		0		0	X	X	X	X	N	N	N
O 92 1 9 04	PEÑAS CON SHOW EN VIVO (*)		0		0	X	X	X	X	N	N	N
O 92 4	ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y OTRAS ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO											
O 92 4 1	ACTIVIDADES DEPORTIVAS											
O 92 4 1 12	INSTALACIONES DEPORTIVAS	0	0	X	X	X	X	X	X			

LOS GIROS DE ENTRETENIMIENTOS: SALON DE BAILE, DISCOTECA, VIDEO PUB, KARAOKE, PEÑA, SHOW EN VIVO ESTARÁ SUJETO A LOS NIVELES OPERACIONALES. SE REQUERIRÁ OPINION DE LA COMPATIBILIDAD DE USO DE LA ACTIVIDAD DE OTROS TIPOS DE ENSEANZAS N.C.P. DE LA GERERENCIA DE DESARROLLO URBANO

- Ubicación conforme
- Frente a vias expresas, arteriales, colectoras o avenidas
- Actividades a desarrollarse a nivel artesanal, con un máximo de 3 personas **
- Actividades restringidas sólo para oficinas comerciales y administrativas, no se permite la venta ni almacenamiento de mercaderías
- Ubicación no conforme
- Ubicación Conforme: ver Anexo 05

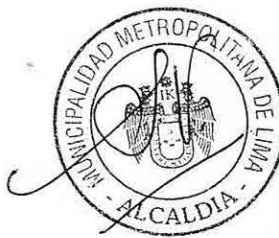
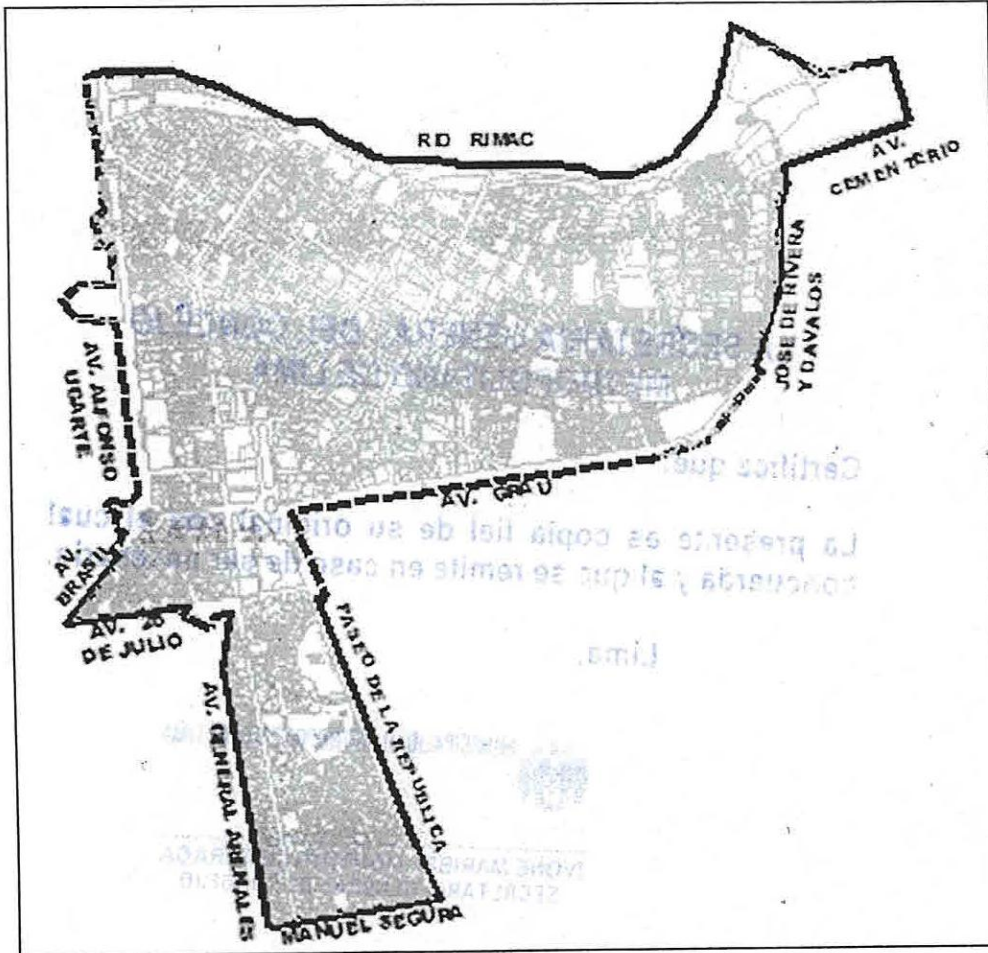
(*) Cumplimiento de Niveles Operacionales (Anexo 05)

** En el caso de fotocopiadoras y tipos por computadoras, sólo se permitirán un máximo de 5 equipos en total, o en su defecto, en relación al área del local



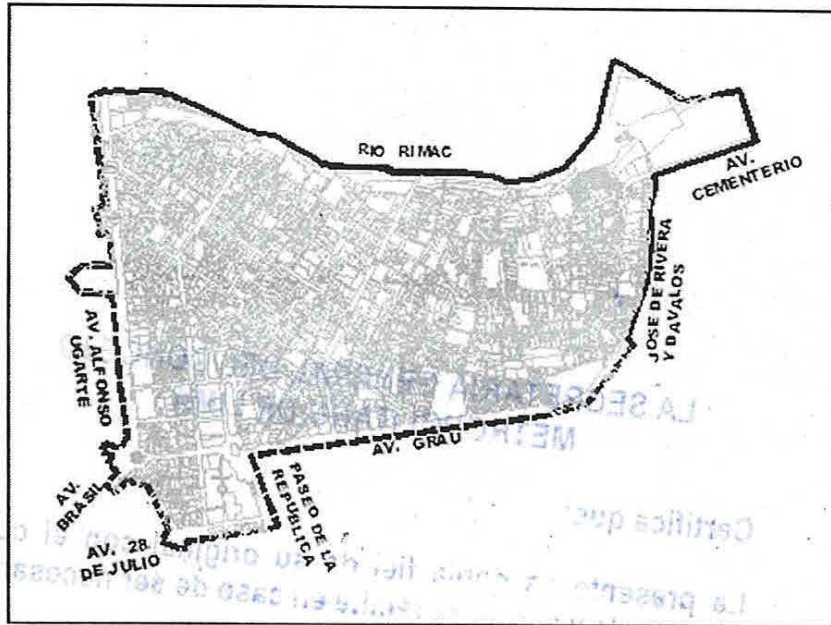
1608

ANEXO 02:
ÁREA RESTRINGIDA PARA LA ACTIVIDAD DE ENSEÑANZA



1608

**ANEXO 03:
ZONIFICACIÓN RESTRINGIDA PARA ACTIVIDAD DE IMPRESIÓN Y
ACTIVIDADES DE SERVICIOS CONEXAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LIMA**



Excepción: servicios de fotocopias y tpeos en computadora

**ANEXO 04:
ÁREA RESTRINGIDA PARA ACTIVIDAD DE IMPRESIÓN Y ACTIVIDADES DE
SERVICIOS CONEXAS**



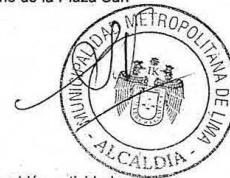
**ANEXO 05:
NIVELES OPERACIONALES Y ESTÁNDARES DE CALIDAD Y DEFINICIONES**

			Salas de Baile, Discotecas y Peñas con Show en vivo	Pubs, Karokes y Bares
NIVELES OPERACIONALES	Ubicación Conforme y condiciones de uso en el CHL (*)	Frente a vías específicas(*), Hoteles a partir de 4 estrellas, Clubs con ambientes o espacios diseñado específicamente para desarrollar la actividad de discoteca, Centros Comerciales, con las características establecidas en el Reglamento Nacional de Edificaciones, con ambientes o espacios diseñado específicamente para desarrollar la actividad de discoteca	◆	---
	Edificación y/o acondicionamiento	Cumplimiento de dispositivos legales vigentes, urbanos, edificatorios, Patrimoniales, de Seguridad, Ambientales, Turismo y Sanitarias	◆	◆
	Tipo de Edificaciones donde NO se permite el uso	Edificaciones declaradas parcial o total como finca ruinosas y otras edificaciones que señale el Ministerio de Cultura y la Gerencia de Desarrollo Urbano de Municipalidad Metropolitana de Lima	◆	◆
ESTÁNDARES DE CALIDAD	Calidad de Servicio	Cumplimiento de dispositivos legales vigentes, urbanos, edificatorios, Patrimoniales, de Seguridad, Ambientales, de Turismo y Sanitaria.	◆	◆
	Uso del espacio público	Promover que el propietario o responsable legal del funcionamiento del establecimiento, controlen el uso adecuado del área pública afuera del local en las horas de funcionamiento, evitando aglomeraciones	◆	◆
	Gestión nivel operativo, ejecutivo y estratégico	Promover que el propietario o el responsable legal del funcionamiento del establecimiento, sea el responsable de prohibir el consumo de licor en el área pública afuera del local en las horas de funcionamiento	◆	◆
	Del personal	Implementar procesos de cualificación y formación permanente del personal. La presentación del personal será impecable, que los identifique y distinga de acuerdo al servicio que brindan, que genere imagen marca desde el personal de seguridad hasta el personal de limpieza.	◆	◆

(*) Sólo para la evaluación conforme para el Centro Histórico de Lima, para el giro de Salas de Baile, Discotecas y peñas

(*) Vías Específicas:

- Av. Tacna: desde el río Rímac hasta la Av. Nicolás de Piérola
- Av. Garcilaso de la Vega
- Av. Nicolás de Piérola: desde la Plaza 2 de Mayo hasta la Av. Abancay (incluye el entorno de la Plaza San Martín)
- Av. Emancipación: desde el Jr. de la Unión hasta la Av. Tacna
- Jr. Cusco: desde el Jr. de la Unión hasta la Av. Abancay
- Av. Abancay: desde el río Rímac hasta la Av. Nicolás de Piérola
- Jr. De la Unión: desde la Av. Emancipación hasta el Paseo de los Héroes



DEFINICIONES

SALÓN DE BAILE

Establecimiento en el que se desarrollaran diversos eventos de índole social, pudiendo realizarse también actividades culturales y empresariales, como charlas, cursos, presentaciones.

DISCOTECA

Establecimiento con horario preferentemente nocturno donde se asiste para bailar, escuchar música grabada y consumir bebidas, ocasionalmente se puede realizar presentaciones en vivo. Estos locales requieren de acondicionamiento acústico.

PEÑA

Establecimiento con horario diurno y nocturno para escuchar música, bailar, con presentaciones en vivo de grupos de música tradicional y de danza. Estos negocios tiene la particularidad de expender comida, además de bebidas y licor.

1608

PUB

Establecimiento donde se sirven bebidas alcohólicas, no alcohólicas y piqueo, con la exhibición de videos musicales.

KARAOKE

Establecimiento donde se sirven bebidas alcohólicas, no alcohólicas y piqueo, con la exhibición de videos musicales con pistas de canciones donde el usuario participa cantando.

BAR

Establecimiento donde se sirven bebidas alcohólicas y no alcohólicas, aperitivos y adicionalmente alimentos tipo piqueo, bocadillos, sándwiches, entre otros, generalmente para ser consumidos de inmediato en el mismo establecimiento en un servicio de barra o mesas. Si el bar es parte de un restaurante, se le permitirá el servicio únicamente de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

ASOCIACIÓN CULTURAL (CENTRO CULTURAL)

Establecimiento que brinda actividades culturales o propias a su organización



SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO
METROPOLITANO DE LIMA

Cartilla que:

La presente es copia fiel de su original con el cual
concorda y el que se remite en caso de ser necesario.

Lima,

SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO

ADAMARIS AYDIA DE LA ROSA
SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO

ANEXO N°02: Metas de relevancia para la investigación contenidas en la Agenda de Competitividad

META 10. Lograr que 100% de las ventas (por concepto de bienes y servicios) realizadas a las entidades de los gobiernos nacional y regional del Estado sean documentadas mediante las facturas electrónicas.

Estrategia: Promover la utilización de servicios, como el sistema de facturación electrónica y el registro de compras y ventas electrónico, a través de la difusión de sus beneficios.

META 12- CLUSTER Identificar y priorizar clusters.

Estrategia: Identificar y priorizar clusters a partir de una metodología adecuada que permita ponderar y priorizar los clusters de mayor potencial competitivo, a fin de definir estrategias para impulsarlos.

META 13- CALIDAD. Contar con un sistema nacional de calidad unificado en pilares que se retroalimentan y permiten brindar un servicio integrado a las empresas.

Estrategia: Impulsar la creación de un sistema nacional de calidad que brinde al empresario la información necesaria y las facilidades de acceso para que obtenga diversos tipos de certificación de calidad.

Meta 14 Elaborar propuesta de nuevo modelo de funcionamiento de los centros educativos técnico productivos (Cetpro) y de los institutos superiores tecnológicos (IST) públicos.

Estrategia: Reestructurar la enseñanza dentro de los Cetpro e IST de manera integral, considerando como principal objetivo conectar de forma eficiente la demanda de habilidades técnico - productivas con la oferta.

Meta 17, Aprobar normas que establezcan al Exportafácil como modalidad de exportación.

Estrategia: Proveer a los empresarios exportadores, en especial a las MYPE de una nueva modalidad de exportación en forma ágil y flexible.

Meta 38 PIDE, Incorporar a la Plataforma de Interoperabilidad del Estado (PIDE) 10 servicios de alta demanda.

Estrategia: Fortalecer la Plataforma de Interoperabilidad del Estado con el fin de implementar otros servicios de alta demanda.

Meta 47 Establecer en 12 capitales de departamento el servicio electrónico de constitución de empresas.

Estrategia: Facilitar y reducir el tiempo y el costo que toma el proceso de creación de empresas, a través de la automatización de los trámites para la constitución de empresas por vía electrónica.

Meta 48 Implementar en 25 municipalidades el servicio de licencia de funcionamiento en plataforma electrónica.

Estrategia: Facilitar y reducir el tiempo y los costos que toma el proceso de conseguir una licencia de funcionamiento municipal, a través de una plataforma electrónica que simplifique ese trámite.

Meta 49 Mejorar el procedimiento de Inspección Técnica de Seguridad de Defensa Civil (ITSDC).

Estrategia: Analizar mejoras y establecer un nuevo procedimiento de ITSDC que se sustente en criterios del riesgo de la actividad.

ANEXO N°03: Estructuración y cronograma del segundo ciclo de conferencias- Programa gestionando MI EMPRESA

2º CICLO DE CONFERENCIAS	Agosto			Setiembre			Octubre			CLAUSTRURA	
	Financiamiento I	Financiamiento II	Costos	Compras del Estado	Asociatividad y Cooperativas	Calidad	Procesos	Creación de Valor	TIC's		Marketing
Municipalidad de Ventanilla	13	20	27	03	10	17	24	01	15	22	Lunes
Universidad Norbert Wiener	13	20	27	03	10	17	24	01	15	22	Lunes
Municipalidad de Surco	14	21	28	04	11	18	25	02	09	16	Martes
Sociedad Nacional de Industrias	14	21	28	04	11	18	25	02	09	16	Martes
Municipalidad de Ate	16	23	29	06	13	20	27	04	11	18	Jueves

Institución	Dirección	Hora
Municipalidad de Ventanilla	Salón de Usos Múltiples de la Municipalidad de Ventanilla, Piscina Municipal, entre la Calle 6 y 10 de la Av. Pedro Beltrán Urb. Satélite, Ventanilla.	5:00 pm -7:00 pm
Universidad Norbert Wiener	Auditorio institucional, Jr. Larraburre y Unanue 110, Alt. Cdra. 4 de la Av. Arequipa, Lima.	4:00 pm – 6:00 pm
Municipalidad de Surco	Colegio Horacio Patiño Cruzatti, Av. Las Nazarenas N° 401, (Entre las cdra. 21 y 22 de la Av. Caminos del Inca) Urb. Las Gardenias, Santiago de Surco.	4:30 pm – 6:30 pm
Sociedad Nacional de Industrias	Centro de Convenciones SNI, Av. Los Laureles 365, Alt. Cdra. 14 Av. Javier Prado Oeste, San Isidro.	6:30 pm – 8:30 pm
Municipalidad de Ate	Auditorio de la DEMUNA, Jr. Progreso s/n, a la espalda del Banco continental.	5:00 pm – 7:00 pm

ANEXO N° 04: Directorio de CITEs

CITES	CADENAS PRODUCTIVAS	ENTIDADES QUE LO CONFORMAN
CITEccal Av. Caquetá 1300 – Rimac –Lima Telefax: 3820115 / 4825870 citeccal@produce.gob.pe	Cuero, Calzado e Industrias Conexas.	CITE público. Su Consejo Directivo está conformado por empresarios líderes del sector y Promperú.
CITEmadera Jr. Solidaridad Cdra. 3, Parcela II Mz. F Lt. 11 Parque Industrial de V.E.S – LIMA. Telefax: 2875059 / 2880931 E-mail: citemadera@produce.gob.pe CITEmadera - U. T. Pucallpa Carretera Federico Basadre Km. 4.200 - Pucallpa – Ucayali Telefax: 061-579085 E-mail: citemad_pucallpa@produce.gob.pe	Madera y Muebles	CITE público conformado por representantes de gremios industriales del sector, Promperú, MINAG y Adex.
CITEvid Carretera Panamericana Sur Km. 293.3 Fundo Los Pobres, Distrito Salas Guadalupe – Ica Teléfono: (056) 406224 citevid@produce.gob.pe	Vitivinícola, con perspectivas de ampliar a hortofrutícola.	CITE público. Su consejo directivo está conformado por empresarios líderes, Promperú y MINAG.
CITEfrutas Tropicales y Plantas Medicinales de Loreto Av. Freyre 610 (Planta Piloto UNAP) Iquitos - Loreto Teléfono: (065) 242922 / 968564967 E-mail: citeftpm@yahoo.es	Frutas tropicales (Camu Camu, Cocona) y plantas medicinales (uña de gato, sangre de grado).	CITE privado, conformado por la Universidad Nacional de la Amazonía, Cámara de Comercio, IAP, Instituto de Medicina Tradicional, Gob. Regional de Iquitos, IPPN y PRODUCE.
CITEagroindustrial MS Tacna Carretera Panamericana Sur Km. 1303 – Ciudadela ZOFRATACNA, Tacna Teléfono: (052) 317171 Anexo: 2143 citeagroindustrial@czofratacna.com.pe ;	Olivícola, orégano y Vitivinícola.	CITE privado, conformado por PRODUCE y ZOFRATACNA. Con participación de las Asoc. Productores olivícolas y de aceitunas, los vitivinícolas y los productores de orégano.
CITEagroindustrial CEPRORUI Urb. Cabaña MZ. J5. 2da. Etapa- Arequipa Teléfono: (054) 201970 Fax. (054) 201363 E-mail: ceprorui@eltaller.org.pe / antonio_garcia100@yahoo.es	Hierbas aromáticas orgánicas, en especial el Orégano.	CITE privado, conformado por la ONG El Taller de Arequipa.
CITEindustria Textil Camélidos del Perú IPAC Campiña Paisajista N° 106, San Lázaro, Arequipa Teléfono: (054) 227405 / 203568 E-mail: ipac@ipacperu.org	Confecciones-textiles camélidos.	CITE privado conformado por el Instituto Peruano de Alpaca (IPAC) que integra a líderes productores de alpaca, industriales textiles, pequeños empresarios confeccionistas y Promperú.
CITEagroindustrial Piura Universidad de Piura – UDEP (Edificio de Química), Av. Ramón Múgica 131 Oficina Q 209, Urb. San Eduardo, Piura Teléfax: (073) 310930 / RPM #161496 E-mail: citeagropiura@cites.pe / citeagropiura@gmail.com	Mango, banano, limón, café y algarroba.	CITE privado conformado por la Universidad de Piura, Cámara de Comercio, PROMANGO, CEPICAFE y a la ONG. CEDEPAS NORTE, Asociación de Productores de Algarroba, PRODUCE.
CITE Logística GS1-Perú Jr. Monterrey 373 Of. 504, Chacarilla, Surco - Lima Teléfono : 203-6100 anexo 224 E-mail: citelogistica@gs1pe.org.pe	Transversal a todas las cadenas productivas en el tema logística, código de barras y trazabilidad.	CITE privado acreditado por GS1-Perú.
CITEsoftware Av. Aviación 2468, 2do piso - San Borja - Lima Teléfono: 224-6380 yhumala@apesoft.org	Transversal a todas las cadenas productivas en el tema del software	CITE privado acreditado por APESOFT.
CITEagroalimentario de Majes y el Sur del Perú Sede Majes: Centro Poblado el Pionero MZ J3-4 y 5 Sede Arequipa: Calle Arévalo 202, La Perla Teléfono: (054)237088 / 243660 E-mail: idesiaqp@speedy.com.pe ;	Cuy, lácteos y Derivados.	CITE privado agroalimentario de Majes y el sur del Perú, acreditado por IDESI Arequipa.
CITEforestal Av. Abelardo Quiñones N° 840, San Juan, Maynas, Loreto Teléfono: (065) 601819 / 965668383 Email: juansimon@peru.com	Forestal maderable. Manejo forestal, extracción de madera, primera y segunda transformación de la madera	CITE privado, conformado por la Asociación Industriales madereros y afines de Loreto (AIMAL), Gobierno Regional Loreto, Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana (IIAP), Universidad Nacional de la Amazonía (UNAP).
CITEconfección y Diseño de Moda Chío Lecca Jr. Giribaldi 885, La Victoria Teléfono: 473-1785 E-mail: cite@chio-lecca.edu.pe	Confección textil y diseño de moda.	CITE privado acreditado por el Instituto Internacional de Diseño Chio Lecca.

<p>CITEcacao <i>Oficina en Tarapoto:</i> Jr. Santa María 241, Banda de Shilcayo, Tarapoto – San Martín <i>Sede Central:</i> Juanjui, San Martín Teléfono: (042) 524748 E-mail: enriquearevaloga@gmail.com / e.arevalo@ict-peru.org</p>	<p>Agroindustria - Cacao</p>	<p>CITE privado acreditado por la Asociación Pro Cacao y Derivados Región San Martín (PROCADESAM), conformada por el Gobierno Regional de San Martín (GOESAN), la Asociación Peruana de Productores de Cacao (APPCACAO), el Centro de Información y Educación para la Prevención del Abuso de Drogas (CEDRO), el Consorcio Verde Amazónico, la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL), la Universidad Nacional de San Martín (UNSM) y el Instituto de Cultivos Tropicales (ICT), encargado de la Dirección Ejecutiva.</p>
<p>CITEminería y Medio Ambiente <i>Oficina en Lima:</i> Oficina 2035, Centro Comercial La Rotonda II, La Molina – Lima <i>Sede Central:</i> Mina Colquirrumi, Hualgayoc, Cajamarca Teléfono: 244-0210 / 250-0210 / 989218177 E-mail: jprism@qnet.com.pe</p>	<p>Minería y medio ambiente</p>	<p>CITE privado acreditado por el Centro Tecnológico Minero (CETEMIN) (En proceso de implementación)</p>
<p>OTCIT - Ricardo Angulo 816, Urb. Córpac - San Isidro Telefax: (511) 224-3119 / 4763964 E-mail: otcit@produce.gob.pe Web: www.cites.pe</p>		



ANEXO N°05: Programas y convocatorias por segmento de actor empresarial en el fondo PYME

**CUADRO 15
PROGRAMAS Y CONVOCATORIAS POR SEGMENTO DE ACTOR EMPRESARIAL
EN EL FONDO PYME**

SEGMENTO EMPRESARIAL	PROGRAMAS	CONVOCATORIAS Y RANGOS DE FONDOS. Estos apoyos son fondos concursenciales en distintos porcentajes
Emprendedores Promoción de emprendimientos	Jóvenes emprendedores	Siete convocatorias por montos entre 1,500 y 35,000 dólares
	Incubadoras	Siete convocatorias para Incubadoras Tradicionales (1,500 a 22,000 dls) siete para Incubadoras de Tecnologías Intermedias (1,500 a 100,000 dls) y seis para Incubadoras de Alta Tecnología (1,000 a 370,000 dls)
	299 Incubadoras tipo Negocio Tradicional y Tecnología intermedia 11 Incubadoras de tipo Alta Tecnología	
Microempresas Apoyo a microempresas	Capital semilla	Sin monto definido
	Mi tortilla	Tres convocatorias desde 600 a 33,000 dls
PYMES Consolidación de pymes	Franquicias	Ocho convocatorias desde 2,000 a 75,000 dls
	Mi tienda	Tres convocatorias desde 2,000 a 33,000 dls
Gacelas Pyme con tres años de actividad, 50 a 250 empleados 15% de crecimiento anual en ventas Base tecnológica	Sistema nacional de garantías	Sin montos definidos
	Programas emergentes	Sin montos definidos
	Asesoría financiera	Tres convocatorias entre 1,000 y 3,000 dls
	Intermediarios financieros no bancarios	Dos convocatorias entre 900 y 74,000 dls
	Proyectos productivos	Sin montos definidos
	Centros México Emprende	11 convocatorias desde 1,600 a 740,000 dls
	Consultoría	Cinco convocatorias desde 3,000 a 19,000 dls
Tractoras Grandes empresas que desarrollan programas de Pymes proveedoras y desarrollo de cadenas productivas Siete grandes empresas tractoras con 73 proveedores Conjuntamente con Programa de Desarrollo de Proveedores PNUD	Pyme- Jica	Dos convocatorias desde 1,000 a 3,000 dls
	Fondo de Innovación y desarrollo tecnológico (InnovaPyme)	Siete convocatorias por montos entre 3,000 y 250,000 dólares
	Parques tecnológicos	Una convocatoria por 1 millón cien mil dólares
Conjuntamente con Programa de Desarrollo de Proveedores PNUD	Aceleradoras de negocios	Trece convocatorias desde 3,000 hasta 110 mil dls
	Seis aceleradoras nacionales y una aceleradora internacional	
	Centros PymeExporta	Diez y seis convocatorias desde 1,500 a 75,000 dls
	Organismos de Comercio Exterior	Diez y seis convocatorias de 1,500 y 75,000 dls
	Impulsora de oferta exportable	Diez y seis convocatorias de 1,500 y 75,000 dls
	Empresas Tractoras	Una convocatoria por 75,000 dls
	Empresas integradoras	Cuatro convocatorias de entre 1,500 y 7,500 dls
	Parques industriales	Una convocatoria por 1 millón cien mil dls
	Proyectos estratégicos	Sin monto definido
	Desarrollo sectorial	Cuatro convocatorias desde 7,500 a 26,000 dls
Hecho en México	Sin monto definido	

Fuente Elaboración propia con base en Fondo Pyme.

ANEXO N°06: Modelo para realizar el análisis del perfil de la empresa

No. 2

Características de la buena práctica

No es necesario que se marquen todas las indicadas, solamente aquéllas predominantes

Nombre del programa considerado buena práctica					
En la siguiente escala marque con X las características predominantes, siendo 1 menor y 5 mayor	1	2	3	4	5
DISEÑO					
1. Responde a las demandas del mercado de trabajo					X
2. Desarrolla competencias para la movilidad ocupacional		X			
3. Desarrolla competencias definidas a través del diálogo social					X
4. Beneficia poblaciones vulnerables				X	
5. Promueve la igualdad de género y la no discriminación					X
6. Considera las necesidades de las personas con discapacidad		X			
7. Tiene un enfoque de respeto por el medio ambiente		X			
8. Incluye formación en "empleos verdes"					
9. Impulsa procesos de desarrollo local				X	
10. Apoya el desarrollo de las MiPyME					X
11. Prevé formación en competencias empresariales					X
12. Promueve la inversión y las empresas sostenibles					X
13. Se orienta a la mejora de la productividad					X
14. Promueve el desarrollo rural				X	
15. Impulsa la articulación de educación y formación profesional	X				
EJECUCION					
16. Utiliza TIC				X	
17. Incluye formación en el puesto de trabajo	X				
18. Contempla la certificación de competencias			X		
19. Considera a los trabajadores migrantes		X			
20. Articula cadenas de valor			X		
21. Articula la formación con los servicios de empleo	X				
22. Utiliza servicios de otros proveedores de formación					X
GESTION					
23. Promueve alianzas público privadas			X		
24. Participan los actores sociales			X		
25. Participan las comunidades involucradas			X		
26. Tiene financiamiento de fuentes externas a la institución	X				
27. Ofrece servicios de formación y actualización de docentes					X
EVALUACION					
28. Se dispone de estadísticas sobre sus resultados			X		
29. Ha sido evaluada por la institución y/o por un tercero			X		
30. Los usuarios participaron en la evaluación					X
31. Se han medido los impactos			X		

ANEXO N°07: Informe de Entrevistas a Imprentas Offset del Centro de Lima

Ante la necesidad de conocer algunas de las actitudes de informalidad de los empresarios MYPE del rubro imprentas tipo offset se planteo realizar una entrevista que pueda extenderse en iniciar una relación con los encuestados que aproxime la investigación a posibles beneficiarios.

I. Objetivos

- Utilizar un método no estructurado (sin variables) para conseguir los motivos que llevan al empresario MYPE formal a optar conductas de informales o llevan al empresario informal a mantenerse dentro de la informalidad.
- Descubrir el mayor número de razones que llevan a los empresarios MYPE a asumir comportamientos, actitudes y motivaciones informales.
- Apoyar la investigación con recursos que proporcionan otras ramas sociales.

II. Estrategias

- Preguntas: claras específicas y asequibles, que exploren razones.
- Utilizar la información ya obtenida en el desarrollo de la tesina.

III. Metodología

Muestreo teórico aleatorio: este método aproximará la investigación a conseguir información específica o razones a las conductas informales y la informalidad, que permitirán desarrollar una teoría de acuerdo a los datos obtenidos.

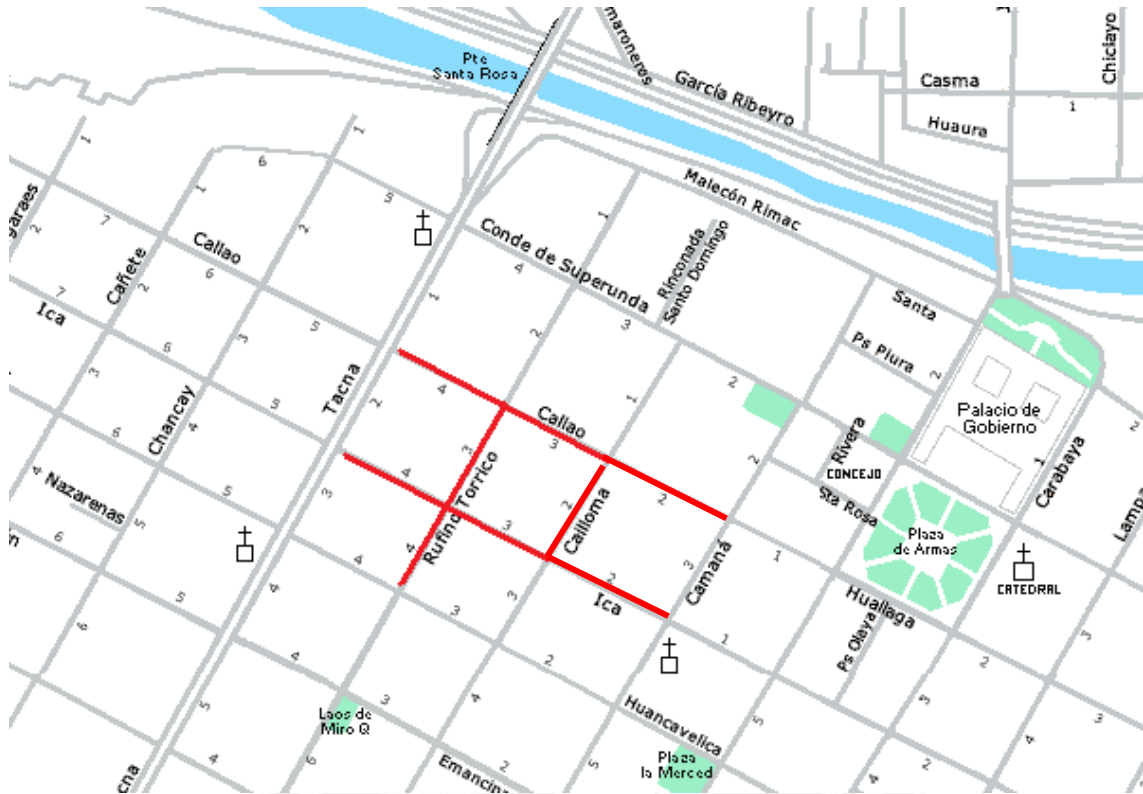
III.I. Muestra

Se determinó que la muestra que sería objeto de estudio debía de ser la vulnerada directamente por la Ordenanza Municipal N°1608 de la Municipalidad Metropolitana de Lima, que entró en vigencia el 19 de junio de 2012. Se eligieron los jirones:

- Rufino Torrico cuadras 3 y 4
- Ica cuadras 2, 3 y 4
- Cailloma cuadra 2
- Callao 234

En su mayoría los entrevistados se mostraron dispuestos a colaborar con la investigación, lo cual permitió entrevistar a 33 empresarios MYPE de acuerdo a la metodología elegida. Para realizar la entrevista se consideró imprescindible que el empresario posea una maquina offset.

Se observó que una parte de los empresarios acataron la Ordenanza Municipal de la MML, y abandonaron la zona para evitar clausuras. Los entrevistados aún mantienen la orden de ser reubicados.



— Zona entrevistada

IV. Metodología de recolección de información:

Entrevista: se utilizaron cuestionarios/encuestas con respuestas abiertas que no restrinjan la obtención de una respuesta sincera por parte del entrevistado y acerquen más la respuesta a una posible causa de informalidad.

El contenido del cuestionario fue:

MYPE IMPRIME COMPETITIVIDAD

Nombre:
Dirección:
Propietario:
RUC:

1. Ud. posee:

Maquina Offset marca y modelo:
Guillotina marca y modelo:
Quemadora de placas:
Computadora marca y modelo:
Escáner:
Otros, especifique:

2. ¿Qué tipo de trabajos realiza? ¿Cuáles son los que tienen mayor demanda?

3. ¿Qué tipo de materiales e insumos utiliza?

4. ¿Requiere de trabajo manual o solo utiliza maquinas?

5. ¿Cuánto demora en entregar sus trabajos?

- El tiempo pactado
- Uno o dos días más del tiempo pactado
- Más tiempo, indique la razón _____

6. Trabaja con sus familiares

- Si () Indique el número _____
No ()

7. ¿Cuántos trabajadores posee?

- Menos de 3 trabajadores
- 3 a 5 trabajadores
- 6 a 10 trabajadores
- Más de 10 trabajadores

8. ¿Quiénes son sus principales clientes?

9. ¿Cuánto cobraría por realizar?

- Un talonario de boletas de venta S/. _____
- Un ciento de tarjetas de presentación a un color S/. _____
- Un millar de afiches a full color en papel couché S/. _____

10. ¿Cómo fija los precios de los productos que ofrece?

- Realiza un presupuesto
- De acuerdo al precio de la competencia
- Calcula los costos y añade cuanto quiere de ganancia

11. Hace descuentos a sus precios. Indicar la razón en ambas respuestas

Si () No ()

12. Porque está ubicado en esa zona

- Es una zona comercial
- Estoy ubicado donde está la competencia
- Porque las personas identifican esta zona por tener varias imprentas
- Porque soy dueño de la propiedad
- Otro

13. Está de acuerdo con ser reubicado por la Municipalidad de Lima Metropolitana. Indique la razón en ambas respuestas

Si () No ()

14. Le gustaría ampliar su negocio

V. Análisis de la información:

Del vaciado de datos se pretende construir una teoría que aproxime la investigación a conocer las razones de los empresarios MYPE para mantener su actividad en informalidad. Se utilizará:

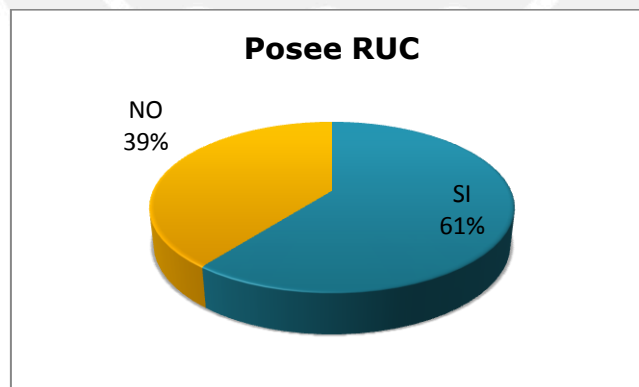
- Análisis de textos, buscando coincidir las respuestas comunes entre los entrevistados.
- Estadística, para extraer datos porcentuales con relación al número total de entrevistados.

VI. Vaciado de datos estadísticos

De los datos del postor solicitados, uno de ellos constituía importancia por ser una condición determinante de formalidad, el número de RUC, así se tiene que:

1. ¿Posee Número de RUC?

SI	NO
20	13
61%	39%



El 61% de los encuestados posee número de RUC y demuestra su condición de formalidad en este aspecto al indicar que paga sus impuestos y entrega comprobantes de pago. Sin embargo el 39% no posee número de RUC o señala no recordar el número, lo que supone una conducta de informalidad.

Las 14 preguntas fueron estructuradas entre preguntas de importancia para la investigación y de simple conversación para crear confianza con el entrevistado.

2. Información de maquinaria

	Offset	Guillotina	Quemadora	Computadora	Escáner	otro
TOTAL QUE POSEE	100%	15%	15%	73%	33%	42%
TOTAL NO POSEE	0%	85%	85%	27%	67%	58%

El total de los encuestados posee una máquina offset, requisito necesario para ser beneficiario del programa. Sin embargo solo un 15% de los encuestados posee una guillotina o quemadora de placas, lo cual lleva a pensar que un costo de producción es trasladado a una tercera persona y que de producirse el traslado de los encuestados a diferentes zonas de Lima quizás el empresario MYPE deba de invertir en una de estas máquinas. En su mayoría los encuestados realizan el trabajo



de pre-prensa y diseñan o retocan los trabajos que llegarán a imprimir, solo poseen la herramienta básica de pre-prensa "una computadora". Un 42% de los encuestados posee además una maquina que genera un ingreso extra en su empresa, como: plastificadoras, troqueladoras, sublimadoras, barnizadoras, entre otras.

3. La segunda y tercera preguntas fueron planteadas con el objetivo de introducir un mejor grado de confianza entre el entrevistador y el entrevistado.
4. ¿Requiere trabajo manual o solo utiliza maquinarias?

Trabajo manual	Solo Maquinaria
52%	48%
17	16



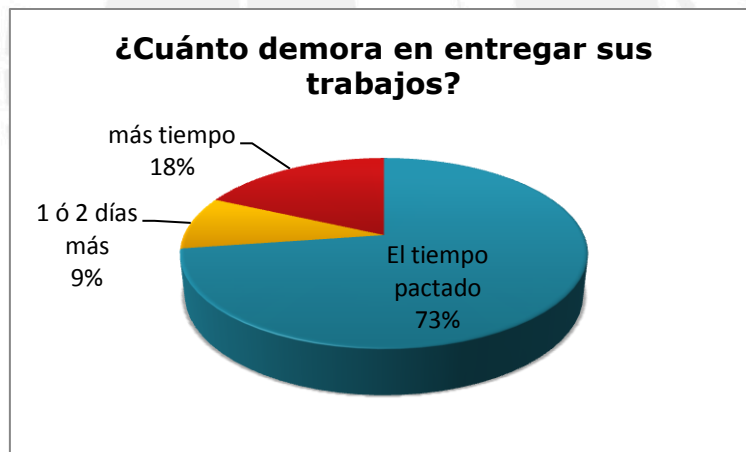


Más de la mitad de los encuestados señalan realizar trabajo manual que complementa la actividad principal de sus negocios. Sin embargo el 48% de los encuestados señala únicamente realizar trabajos de impresión offset sin necesidad de requerir trabajo manual, discriminando la contrata de personal dedicado a la ejecución de tareas como el armado de cajas, plegados manuales u otros acabados específicos.

5. ¿Cuánto demora en entregar sus trabajos?

Esta pregunta plantea tres alternativas de respuesta, sin pretender indagar en el tiempo exacto, sino en la reflexión del empresario sobre su competitividad.

El tiempo pactado	1 ó 2 días más	más tiempo
73%	9%	18%
24	3	6



El 73% de los encuestados señala entregar sus trabajos dentro del tiempo pactado, lo cual podría respaldar que sean competitivos.

6. Las preguntas 6 y 7 del cuestionario fueron relacionadas, al estar referidas a los trabajadores.

Número de trabajadores

0 a 2	3 a 5	6 a 10	más de 10
52%	33%	12%	3%
17	11	4	1

Trabajadores Familiares

Si tiene	No tiene
39%	61%
13	20



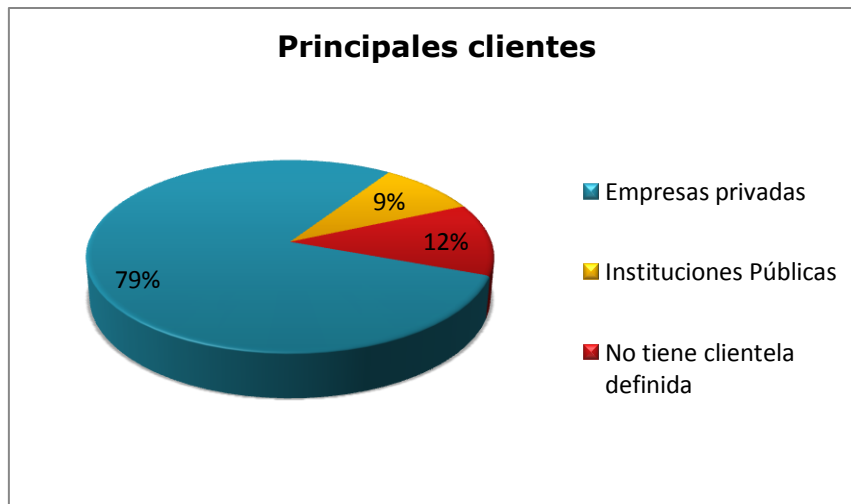
Casi el total de los encuestados serían empresas MYPE de acuerdo al número de trabajadores, pues no se tuvo acceso a los montos de sus ganancias.

Solo el 39% de los encuestados indica tener trabajadores familiares.



7. Principales clientes

Empresas privadas	Instituciones Públicas	No tiene clientela definida
79%	9%	12%
26	3	4



El 79% de los encuestados tiene por principal cliente a las empresas privadas local de otros giros, figuran los nombres de importantes cadenas hoteleras, clínicas y colegios. Son pocas las empresas que han conseguido consolidar como cliente principal al Estado por medio de sus instituciones, una de las razones que sustenta este hecho es la informalidad con la que trabajan algunas empresas, que les dificulta constituirse en proveedores del Estado. El grupo que no posee una clientela definida no mantiene una relación de clientes exacta porque únicamente realiza el trabajo de impresión para otras imprentas u otra empresa de pantalla que monopoliza la distribución de trabajo por especialidad.

8. Política de precios

La pregunta 10 del cuestionario se destino a conocer la política de precios que maneja la entrevistada, así ellas fijan sus precios de acuerdo a:

Presupuesto	Competencia	Costos + ganancia
15%	30%	55%
5	10	18



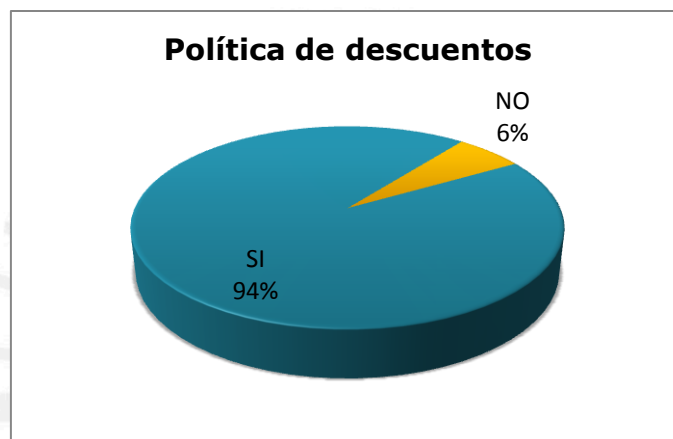
Si bien más de la mitad de los encuestados señalan manejar una política adecuada de precios, este dato es contrastable con la variación que existe al comparar los precios que indicaron en la pregunta anterior. Un 45% de los encuestados requiere conocer como establecer una política de precios adaptándola al servicio que ofrecen.

9. Política de descuentos

La pregunta 11 se dirigió a conocer si los entrevistados manejaban una política de descuentos.

Descuentos

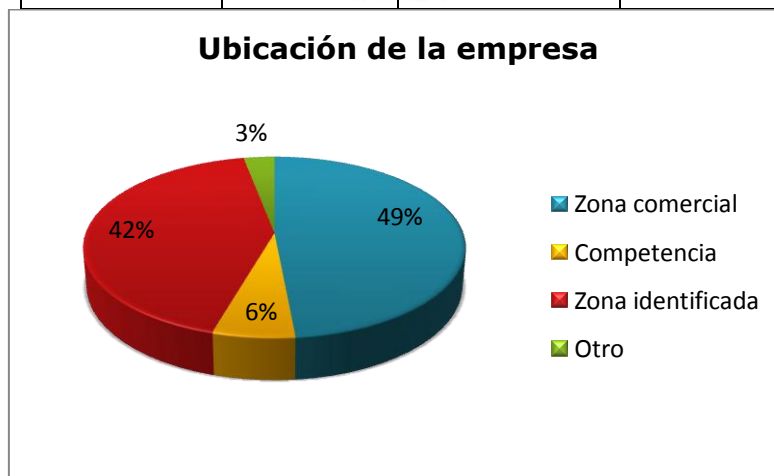
SI	NO
94%	6%
31	2



El 94% de los encuestados tiene una política de descuentos basada en el volumen de impresión, algunos consideran operar los descuentos superando los 3 millares y otros los cinco millares.

10. ¿Por qué está ubicado en la zona?

Zona comercial	Competencia	Zona identificada	Otro Motivo
48%	6%	42%	3%
16	2	14	1



El 49% de los encuestados considera que su ubicación corresponde a una zona comercial, suficiente para el ejercicio de la industria gráfica. El 42% de los empresarios señalan que la zona es reconocida por el público como una zona gráfica.

11. Reubicación de la MML

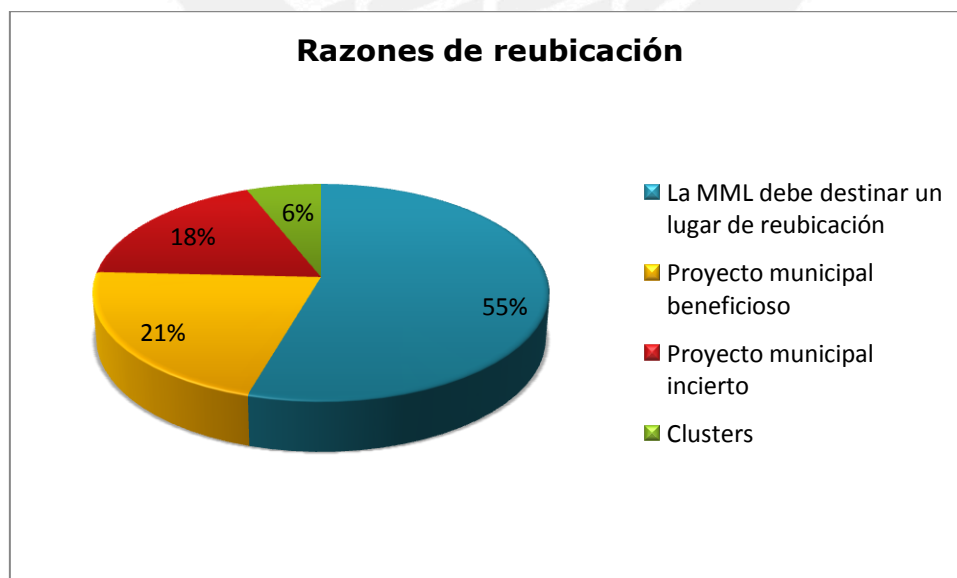
A la pregunta ¿Está de acuerdo con la reubicación de la MML?

SI	NO
27	6



El 82% de los encuestados se demuestra llano a aceptar la reubicación planteada por la MML, sin embargo de sus respuestas se hallaron importantes aportes:

La MML debe destinar un lugar de reubicación	Proyecto municipal beneficioso	Proyecto municipal incierto	Clústeres
55%	21%	18%	6%
18	7	6	2



El 55% de los encuestados considera que la MML debe reubicar a los empresarios de la zona de forma ordenada, respetando el ambiente comercial con el que se interrelacionan. El 21% considera que este es un proyecto beneficioso que traerá

desarrollo a la zona. El 18% considera incierto el proyecto de reubicación y asume que esta situación puede acarrear similares consecuencias a las vividas con la reubicación de "La Parada". Solo un 6% considera apropiado la reubicación con clústeres organizados por los propios empresarios gráficos.

VII. Informe

1. La zona entrevistada ofrece al empresario MYPE del rubro imprentas tipo offset, conseguir insumos, materiales, servicio técnico y acabados de post prensa en un mismo lugar, de acuerdo a muchos de los entrevistados, se denomina a la zona como "el gamarra de las imprentas". Donde ciertamente se pueden encontrar todo tipo de servicios gráficos con precios cómodos. Muchos empresarios denunciaron no tener seguridad municipal, señalan además que la zona es intransitable a partir de las 18:00 horas.
2. Las personas entrevistadas en su mayoría se niegan a brindar su razón social o número de RUC por miedo a represalias por parte de la MML.
3. Un gran número de imprentas abandonó la zona para evitar clausuras definitivas. Los que aún no pueden dejar sus locales comerciales en el centro de Lima permanecen trabajando con ayuda de intermediarios a puerta cerrada.
4. De la clasificación MYPE por el número de trabajadores, casi todas las entrevistadas no superan el número de 10 trabajadores.
5. Muchos de los entrevistados señalan no conocer a sus principales clientes, una de las principales razones es que trabajan con un intermediario o una empresa de fachada que se encarga de distribuir el trabajo entre los propietarios de máquinas offset. Muchos refieren la existencia de mafias que controlan el movimiento comercial de la zona elevando los precios de los servicios que ofrecen.
6. Existe una clasificación para los entrevistados, la mayoría de ellos han asumido que solo pueden realizar uno o dos tipos de servicios de impresión y no incurren en otras líneas por el manejo que existe en su mercado.
7. Muchos de los entrevistados no manejan los costos de producción y trabajan en función a lo que exige el mercado o al precio que pone el intermediario.
8. La política de precios para los descuentos opera en todos los casos en función al volumen de impresión que varía entre 3 y 5 millares para arriba.
9. La reubicación que se plantea por parte de la MML tiene aceptación en algunos de los empresarios, que accederían a una reubicación concertada. Sin embargo una mayoría denuncia que el la propia MML la que intenta vender terrenos acondicionados y dispersar al mercado gráfico (productores y proveedores) en extremos opuestos de Lima.
10. Es contundente la aceptación de los empresarios al expresar que aceptarían ser capacitados sacrificando unas horas a la semana por mejorar sus negocios y convertirlos en competitivos.