

CREACIÓN Y GESTIÓN DE

PYMES

Las pequeñas y microempresas como alternativas de solución al problema del desempleo y de la pobreza en el Perú

A 256361

Dr. Nemesio Espinoza Herrera

Profesor Principal de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Facultad de Ciencias Administrativas

ÍNDICE

Prólogo	11
---------	----

I. Repercusiones económicas y sociales de las PYMES en el Perú

Las empresas en el Perú	15
Clases de empresas según la actividad que realizan	16
Clases de empresas según su tamaño	17
Clases de empresas según su propiedad	18
Características de las pequeñas y microempresas en el Perú	18
Principales características de las PYMES 2008	19
Las PYMES y el sector empresarial del Perú	20
Connotaciones económicas y sociales de las PYMES	22
La situación actual de las PYMES en el Perú	25
La promoción y desarrollo de las PYMES en el Perú	28
Las PYMES en otros países del mundo	39

II. El empresario: factor clave para el éxito de las PYMES

Lo que significa ser empresario	43
Características de los empresarios	45

La formación de empresarios	55
La formación de empresarios en las universidades	60

III. Actividades de las PYMES en el Perú

Oportunidades para las PYMES	65
Las actividades a las que se dedican o pueden dedicarse las PYMES	67
Las actividades industriales en las PYMES	69
Principales rubros en las actividades industriales de las PYMES	70
Las actividades de servicios en las PYMES	73
Las actividades de turismo en las PYMES	75
Las actividades de preparación de alimentos (restaurantes y afines) en las PYMES	77
Las actividades agropecuarias y afines en las PYMES	78
Inicio de las actividades empresariales en las PYMES	81
La ventaja competitiva diferencial en el éxito de las PYMES	83

IV. Las ventas en las PYMES

Objetivo principal de las PYMES: conquistar clientes, conquistar mercados	91
La estrategia de marketing en las PYMES	93
El producto en la estrategia de marketing	97
El mercado en la estrategia de marketing	100
Los costos y los precios en la estrategia de marketing	109
Un caso de análisis de costos	112
La publicidad en la estrategia de marketing	115
La promoción en la estrategia de marketing	117
El proceso de ventas en la estrategia de marketing	119

V. Las finanzas en las PYMES

La función financiera de los empresarios. El empresario como financista	125
Capacidades y habilidades financieras del empresario	126
La estructura de capitales de las PYMES	126
Las necesidades financieras de las PYMES	129
El capital de trabajo en las PYMES	131
El análisis financiero en las PYMES	133
Financiamiento de las PYMES	136
Instituciones financieras no bancarias	146
Las garantías para el financiamiento de las PYMES	148
El costo de capital para el financiamiento de las PYMES	150
La contabilidad y la tributación en las PYMES	151
La tributación en las PYMES	151
El impuesto a la renta	153
El impuesto general a las ventas (IGV)	154
Las contribuciones sociales en las PYMES	155
Regímenes tributarios para las PYMES	156
Regimen unico simplificado (RUS)	157
Regimen especial del impuesto a la renta (RER)	158
Régimen general del impuesto a la renta (REG)	159
Los comprobantes de pago en las PYMES	160

VI. La legislación de las PYMES en el Perú

Necesidad de un marco jurídico ad-hoc para las PYMES	163
Principales normas legales vinculadas a las PYMES	164
Constitución legal de las PYMES	168

VII. La ciencia, tecnología e innovación en las PYMES

Investigación científica, ciencia, tecnología e innovación en el desarrollo de las PYMES de hoy	179
Los parques tecnológicos y el desarrollo de las PYMES en el Perú	182
La asesoría, consultoría y capacitación como medios de transferencia tecnológica en las PYMES	185
La capacitación en las PYMES	192
Bibliografía	197