



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y LA
COMPETITIVIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
(MYPE) DEL SECTOR INDUSTRIA-RUBRO ROPAS
DEPORTIVAS EN LA CIUDAD DE JULIACA, 2015**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

Bach. JESUS ANTONIO BERNEDO CUADROS

ASESOR: Ing. DIVAN YURI CARI CONDORI

JULIACA – PERÚ

2015

FIRMA DE JURADOS Y ASESOR

Dr. Apolinar Florez Lucana
Presidente

Mgrt. Juan Mauricio Pilco Churata
Secretario

Lic. Constantino Antonio Paricahua Condori
Miembro

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento al decano y a todo el personal de la escuela profesional de Administración de la universidad Católica los Ángeles de chimbote, que me abrió sus puertas para realizar mis estudios de especialización.

Asimismo mi gratitud al Mg. Divan Cari Condori, por el apoyo y la disposición en su acertada asesoría en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

DEDICATORIA

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado la vida para lograr mis objetivos, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía.

A mis Hijos RODRIGO Y FERNANDA, quienes son la fuente de inspiración y superación de cada día, gracias hijos por esa paciencia y comprensión del día a día y por su apoyo, sincero e incondicional.

RESUMEN

La presente investigación titulado caracterización de la formalización y la competitividad de la micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro ropas deportivas en la ciudad de Juliaca - 2015, tuvo como objetivo determinar las principales características de la formalización y la competitividad de la Micro y Pequeñas empresas del sector industria – rubro ropas deportivas en la ciudad de Juliaca. Este estudio se basó desde la perspectiva cuantitativa, de tipo descriptivo y de corte transversal. Se contó con una muestra de 74 empresarios seleccionados en base al muestreo probabilístico abarcando el periodo del 2015, se utilizó instrumentos consistentes como el cuestionario con 8 preguntas para la recolección de datos. Como resultados, la investigación da cuenta que el pago de impuesto, el 76% no realizan los pagos tributarios a la SUNAT, y el 24% si realizan, otro de los puntos es sobre la obtención de licencia el 86% no cuentan con licencia de funcionamiento, el 14% si cuenta, en otro de los casos la planilla de trabajadores el 96% no cuentan con planilla de los trabajadores, y el 4% si cuentan, respecto a la causa general de la competitividad el 92% no realizan pagos extras, y el 8% si realizan pagos de bonificación, gratificación o pagos extras, el 66% si produce para las ventas competitivas de otras empresas similares, el 54% si cuenta con recursos humanos capacitado. Se concluye que la importancia de las características de la formalización que constituyen la informalidad de las micro y pequeñas empresas (MYPE) cuya relación con la competitividad de las mismas son factores indispensables para mantener la sostenibilidad y la inserción al mercado competitivo del sector industria en el rubro ropas deportivas en la ciudad de Juliaca, 2015.

Palabras clave: Competitividad, formalización, ropa deportiva.

ABSTRACT

This research titled characterization of formalization and competitiveness of micro and small enterprises (MSE) in the industrial sector - I category sports clothes in the city of Juliaca - 2015, aimed to determine the main characteristics of formalization and competitiveness of the micro and Small enterprises in the industrial sector - sports clothing category in the city of Juliaca. This study was based from the quantitative perspective, descriptive and cross-sectional. It featured a sample of 74 entrepreneurs selected based on probability sampling covering the period of 2015, consistent instruments such as the questionnaire was used with 8 questions for data collection. As a result, research realizes that paying taxes, 76% do not make the tax SUNAT payments, and 24% if made, another point is about obtaining license 86% do not have license operation, 14% if it has, in other cases the return of trabajos 96% do not have payroll workers, and 4% if they respect the general cause of competitiveness 92% do not make extra payments and 8% bonus if you make payments, bonus or extra payments, 66% if it produces for competitive sales of other similar companies, 54% if you have trained human resources. It is concluded that the importance of the characteristics of the formalization which constitute the informality of micro and small enterprises (MSE) whose relation to the competitiveness of these are essential factors in maintaining sustainability and integration into the competitive market industry sector sports clothing category in the city of Juliaca, 2015

Keywords: competitiveness, formalization, sportswear.

ÍNDICE

	Pág.
Caratula.....	i
Contracaratula.....	ii
Jurado y Asesor.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Resumen.....	vi
Abstract	vii
Indice.....	viii
Indice de Tablas.....	ix
Indice de Graficos.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN LITERARIA.....	8
2.1. Antecedentes.....	8
2.2. Bases Teóricas.....	9
2.2.1. Formalización de las MYPE.....	9
2.2.2. Instrumentos de la Formalización.....	11
2.2.3. Razón de Formalizar una Empresa.....	12
2.2.4. Importancia de la Formalización de la Micro y Pequeña Empresa	12
2.2.5. Ventajas de la Formalización	13
2.2.6. Beneficios de las Formalización.....	15
2.2.7. Competitividad.....	19
2.2.8. Factores que Determinan la Competitividad de la Empresa.....	23

2.2.9. Fuentes de Competitividad de la Empresa.....	27
2.2.10. Que Fomenta la Competitividad?.....	27
2.3 MARCO CONCEPCUAL.....	32
2.3.1 Empresa.....	32
2.3.2. Micro y Pequeña empresa.....	34
2.3.3. Ropa Deportiva.....	40
III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	52
3.1. Tipo y Nivel de investigación.....	52
3.2. Diseño de la investigación.....	52
3.3. Población y muestra de estudio.....	54
3.3.1. Población.....	54
3.3.2. Muestra.....	54
3.4. Operacionalizacion de las Variables.....	55
3.5. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	56
3.5.1. Las Técnicas Básicas de Investigación.....	56
3.6. Plan de estudio.....	56
IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	58
4.1. Resultados.....	58
4.2. Análisis de resultados.....	66
V. CONCLUSIONES.....	70
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	71
ANEXOS.....	74

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cuentas con la licencia de funcionamiento de la MYPE.....	58
Tabla 2: Realiza los pagos de impuestos tributarios de la producción de la MYPE.....	59
Tabla 3: Se encuentra en planilla los trabajadores que laboran en la producción de la MYPE	60
Tabla 4: Realiza pagos sobre bonificaciones, gratificaciones y tiempos extras de los trabajadores de la MYPE.....	61
Tabla 5: Existe demanda en el mercado para la producción de productos de calidad	62
Tabla 6: Cuentas con producción para ventas competitivas con otras empresas similares a la MYPE	63
Tabla 7: Cuentas con recursos humanos capacitados para la producción de la MYPE	64
Tabla 8: Cuentas con recursos financieros para la producción de la MYPE.....	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Cuentas con la licencia de funcionamiento de la MYPE.....	58
Gráfico 2: Realizas los pagos de impuestos tributarios de la producción de la MYPE.....	59
Gráfico 3: Se encuentra en planilla los trabajadores que labora en la producción de la MYPE.....	60
Gráfico 4: Realiza pagos sobre bonificaciones, gratificaciones y tiempos extras de los trabajadores de la MYPE.....	61
Gráfico 5: Existe demanda en el mercado para la producción de productos de calidad	62
Gráfico 6: Cuentas con producción para ventas competitivas con otras empresas similares a la MYPE	63
Gráfico 7: Cuentas con recursos humanos capacitados para la producción de la MYPE	64
Gráfico 8: Cuentas con recurso financieros para la producción de la MYPE.....	65

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación denominada: caracterización de la formalización y la competitividad de la micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector industrial – rubro ropas deportivas en la ciudad de Juliaca, 2015, cuyo interés en torno a la formación y certificación con base en competencias laborales se ha venido incrementando desde hace varios años en América Latina.

La micro y pequeña empresa juega un papel preminente en el desarrollo social y económico de nuestro país, al ser la mayor fuente generadora de empleo y agente dinamizador del mercado. En un país, donde la falta de empleo es uno de los problemas más serios, resulta imprescindible reflexionar sobre cuál es el rol promotor que le corresponde al Estado.

Los cambios que hoy se producen en el entorno empresarial, caracterizados por la globalización de la economía, y la continua introducción de las nuevas tecnologías en los procesos de producción y administración en las organizaciones, han provocado a su vez, cambios en las estructuras al interior de las mismas, existiendo la tendencia al aplanamiento de estructuras y a la constante evolución de los puestos de trabajo, lo cual hace difícil mantener la estabilidad de los mismos.

Si bien las pequeñas y medianas empresas son importantes en la economía nacional, al ser la fuente de trabajo de más del 70% de la población empleada, el 88% de las mismas no se encuentran registradas en SUNARP, porcentaje que se ha mantenido durante los últimos cinco años, según la reciente la Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza La Encuesta Nacional de Hogares tiene como objetivo, generar indicadores mensuales, que permitan conocer la

evolución de la pobreza, bienestar y las condiciones de vida de los hogares. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, se estima que el número de MYPE (formales e informales) en junio de 2013 existen 1 millón 713 mil 272 unidades empresariales, de los cuales el 99.6% son micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme), pero las grandes empresas concentran el 79.3% de las ventas internas y externas, según el INEI.

A pesar de que acceder a la formalidad abre mayores posibilidades de acceder a fuentes de financiamiento formales y aumentar la competitividad, los beneficios de la formalidad en nuestro país son mucho menores que los costos que esta acarrea.

De esta manera, el costo percibido para obtener una licencia de funcionamiento es demasiado alto en términos de dinero y tiempo, de igual manera los costos laborales no salariales (tales como el pago de la CTS, seguro de salud, vacaciones, entre otros) conllevan a que las MYPE no registren a sus trabajadores en planilla.

En ese sentido, según el Banco Mundial, la informalidad en nuestro país obedece al rechazo o carencia de tres elementos básicos: la licencia de funcionamiento y permisos, el pago de impuestos y el registro de la fuerza laboral en planilla.

Reducir los altos costos del cumplimiento con el área tributaria ayudaría a bajar la presión sobre las MYPE sostiene, además, que es necesario simplificar los trámites municipales y fomentar programas de apoyo a este segmento. De ser así, el análisis costo-beneficio inclinaría la balanza a favor de la formalidad

La capacitación de los integrantes de las MYPE es importante debido a que se desarrolla cantidades de índole gerencial y de producción donde su beneficio respecto al costo y oportunidad es indispensable en la producción, los métodos que se usan para proporcionar a las personas, dentro de la empresa, las habilidades que necesitan para realizar su trabajo.

Este es un proceso que lleva a la mejora continua y con esto a implantar nuevas formas de trabajo, la gran, mediana, pequeña o micro empresa que lo adopte generará un valor agregado.

Al empresario de la Micro y Pequeña Empresa le falta una adecuada orientación, tanto para los que recién quieren iniciarse en la actividad empresarial, como para los que ya están en este camino empresarial, pues requieren de información y conocimiento a través de la capacitación, para el mejor manejo de su negocio.

Los Empresarios de la Micro y pequeña empresa, requieren tener una visión integral de cómo gestionar una empresa y una actitud emprendedora que es básica, para salir adelante.

Estableciendo la caracterización del problema bajo el panorama de la realidad en la que se está sumergida y en el que día a día se vive, las Micro y pequeñas empresas empezaron a tomar desde ya mayor fuerza en el contexto económico y social del país. En el Perú, el sector de la pequeña y la microempresa es revalorado y tomado en cuenta dentro del escenario económico y el panorama de las sociedades.

Cently, D. (2003), menciona que la MYPE viene tomando mayor posición a nivel mundial, ya que muchas de las pequeñas y microempresas que surgieron de la

necesidad de ofrecer productos accesibles para todas las personas (clientes) cuentan con mayor eficiencia que las grandes empresas.

El Perú es uno de los países que promueve el desarrollo de micro y pequeñas empresas, manteniéndose líder entre países con mejor entorno para microfinanzas, siendo las entidades micro financieras las que generan mayor sustento a las MYPE.

Las Micros Y Pequeñas Empresas (MYPE), sobre todo las pequeñas, tienen una gran importancia para el crecimiento económico y la generación de fuentes de empleo productivo, con múltiples beneficios para la economía local, la eficiencia colectiva del tejido empresarial y la sociedad en general, como se ha demostrado ampliamente en estudios conducidos en todo el mundo.

Con esta óptica, los gobiernos se han constituido en las principales instancias promotoras de programas y esfuerzos público-privados para apoyar el crecimiento de la pequeña empresa a través de diversas estrategias como servicios de desarrollo empresarial, capacitación, microcréditos y asociaciones en torno a parques industriales, entre otros. No obstante, se encontró un desbalance en cuanto a identificar, por un lado, en qué punto del “continuum” de crecimiento y bajo qué condiciones tienen éxito en el mercado las MYPE y, por otro, qué tipos de esfuerzo endógeno son necesarios para sostener el éxito empresarial en un contexto de negocios cada vez más turbulento.

La informalidad es un problema que se suscita con frecuencia y donde se establece muchos instrumentos para la formalización. La gran mayoría de las MYPE son informales por no estar registradas como empresas legalmente constituidas ni contribuir al sistema de impuestos. Es posible que un sector

seguramente muy pequeño de MYPE; los profesionales y técnicos independientes que actúan por cuenta propia, reporta ingresos y no es informal. (Torres, 2006).

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2002), en el contexto de competitividad internacional, las MYPE no sólo tienen la necesidad de ser competitivas internamente, sino que la globalización les exige buscar la competitividad externa y consolidarse como un sector de desarrollo sostenido en la economía, fomentando las alianzas estratégicas, la subcontratación y otros mecanismos que en su conjunto busquen el progreso del sector.

La competitividad es hoy en día un factor importante para el desarrollo de las empresas, contar con información oportuna y con valor de uso es de vital importancia para las empresas en general ya sean Micro, Pequeñas, Medianas o grandes empresas, en ese sentido, en la ciudad de Juliaca existe una gran demanda por la ropa deportiva, se ha observado que muchas MYPE que producen ropa deportiva con se encuentran formalizadas debido a que existe mucha competitividad con establecimientos informales ya que en nuestra ciudad el 70 % de MYPE se encuentra en un estado informal según la cámara de comercio de la ciudad de Juliaca. En base a lo descrito se formula los siguientes interrogantes:

¿Cuáles son las características de la formalización y la competitividad de la Micro y Pequeñas empresas (MYPE) del sector industria – rubro ropas deportivas en la ciudad de Juliaca, 2015?

Para dar respuesta a este problema se plantea los siguientes objetivos:

Objetivo General

Establecer las principales características de la formalización y la competitividad de la micro y pequeñas empresas MYPE del sector industria – rubro ropas deportivas en la ciudad de Juliaca, 2015.

Objetivo Específicos

- Determinar las principales características para la formalización de las MYPE del sector industria – rubro ropas deportivas frente a la competitividad en la ciudad de Juliaca.
- Determinar las principales características de la actividad de las MYPE del sector industria – rubro ropas deportivas para su formalización en la ciudad de Juliaca.

Cuya justificación, permite conocer las principales características de la formalización y la competitividad de las MYPE del sector industria - rubro ropa deportivas en la ciudad de Juliaca.

Parece natural que la mayoría de la población desconozca casi todo sobre el proceso de las actividades diarias de los micros y pequeñas empresas y su relación con ellas se limite a las cuatro reglas Precio, Plaza, Producto y Promoción. Este distanciamiento contrasta con la importancia de las empresas hoy en la sociedad.

Las actividades de los micros y pequeñas empresas están en el centro de nuestra cultura y su historia se confunde, a menudo, con la de la filosofía del trueque. De igual modo que las teorías cosmológicas y de la evolución han ejercido notable influencia en la concepción transaccional que los humanos tenemos con nosotros mismos, las tecnologías de información y comunicación han permitido nuevas ideas sobre el universo empresarial. Estos aspectos de las transacciones comerciales, convierten en puente entre las empresas y la sociedad. De acuerdo a lo expuesto la realización de la presente investigación es conveniente por estar de acuerdo con los objetivos y fines del desarrollo de la sociedad.

El alcance social de la presente investigación es amplia y recae en la sociedad pues se tendrá la posibilidad de aportar en la formación del conocimiento personal, empresarial y social de los empresarios con capacidades informáticas que les permite desenvolverse con éxito en los distintos ámbitos empresariales.

Del mismo modo, permitirá que los empresarios tomen decisiones con respecto a la formalización y la competitividad de las MYPE.

II. REVISION LITERARIA

2.1 ANTECEDENTES

Estableciendo como antecedentes diversos estudios referidos a la formación profesional y su competencia laboral en nuestro país y a nivel internacional.

Linares (2010). Tesis titulada: “La informalidad y su influencia en la obtención de créditos financieros para las microempresas del rubro granos y menestras del mercado Moshoqueque – 2010”. Trabajo presentado para optar el Título Profesional de Contador Público en la Universidad Señor de Sipán. En este trabajo, los autores analizan, sintetizan e interpretan que en el mundo las microempresas forman parte importante dentro de las economías, así mismo estas requieren de créditos financieros para invertir y poder desarrollarse. Siendo para las microempresas una de las limitantes más resaltantes: el problema de la informalidad.

Castillo (2008). Tesis titulada: “¿Existe inadecuación de la legislación referente a las MYPE con respecto a la problemática de su informalidad?”. Trabajo presentado para optar el Grado Académico de Magister en Derecho en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. En este trabajo, el autor analiza, sintetiza e interpreta que el nivel de informalidad de la MYPE se ha hecho bastante visible y obvio en todo el territorio nacional, y que el mismo resulta un elemento que frena el desarrollo del sector, asimismo, la legislación respectiva, es todo el universo normativo que se relaciona con el quehacer de las MYPE, lo cual no ha dado soluciones plenas o suficientes para

superar el problema, dada la complejidad del mismo y su carácter multívoco.

Llegando a las siguientes conclusiones:

Cárdenas (2010). Tesis titulada: “Influencia de la informalidad en la Competitividad de la Micro y Pequeña Empresa en la Región Arequipa 2010”. Trabajo presentado para optar el Grado Académico de Magister en Derecho en la Universidad Católica Santa María. En este trabajo, el autor analiza, sintetiza e interpreta que son diversos factores los que determinan en los micros y pequeñas empresas en la región de Arequipa un alto índice de informalidad, lo que ocasiona que las mismas presenten a la vez un bajo nivel de competitividad, que ocasiona en las mismas consecuencias negativas en sus resultados finales.

2.2 BASES TEORICAS

2.2.1 Formalización de las MYPE

Cumplimiento puntual y exacto. Lealtad a la palabra o a la firma. Requisito exigido en un acto o contrato. Trámite o procedimiento en un acto público o en una causa o expediente. Seriedad o compostura.

Se consideran formalidades esenciales aquellas que se requieren por la ley de modo que su omisión produce nulidad; no son esenciales aquellas cuya omisión no produce nulidad, bien porque no se impone esta pena, o porque: la ley no está concebida en términos prohibitivos. Las formalidades se denominan solemnidades cuando afectan a la forma externa de los actos.

El Estado fomenta la formalización de las MYPE a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior, se debe pues propiciar el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen una MYPE, eliminando pues todo trámite tedioso.

Es necesario aclarar que la microempresa no necesita constituirse como persona Jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. En el caso de que las MYPE que se constituyan como persona jurídica lo realizan mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta.

Según Arruñada (2013) en los últimos años han proliferado iniciativas que pretenden simplificar los trámites necesarios para formalizar empresas, siguiendo las pautas marcadas por los trabajos de Hernando de Soto (1986, 2000) y Djankov et al. (2002), y los informes Doing Business publicados desde el año 2004 por el Banco Mundial. En esencia, estas obras argumentan que los políticos y burócratas regulan la formalización de las empresas con el solo fin de “capturar” rentas para sí mismos, sin atender a que la formalización también debe generar servicios útiles para las propias empresas y las Administraciones Públicas. Ciertamente, se produce mucha captura de rentas en los procesos de formalización, pero ello no debe llevarnos

a olvidar el valor de la formalización: las decisiones han de basarse en la eficiencia, no sólo en los costes, y menos aún en las rentas.

2.2.2 Instrumentos de la formalización

El Estado ha empleado diversas estrategias que buscan incorporar a los agentes informales al marco de legalidad. Sin embargo, el régimen general inicial que propiciaba un trato igualitario a todas las empresas, escondía una profunda discriminación y falta de conocimiento de la realidad socioeconómica de los sectores emergentes que no compartían el mismo nivel de producción que las inversiones de capitales de gran escala. Es así que el tratamiento homogéneo generaba desincentivos al micro y pequeñas empresas que impedían su incorporación al sector formal; por lo que surgió la necesidad de generar regímenes especiales que se adecuaran a la naturaleza de la realidad, tal como determina nuestra constitución.

A pesar de la existencia de estos diversos regímenes flexibles aplicables a las microempresas, no ha sido posible la reducción de informalidad en la economía peruana; por lo que se ha hecho necesaria la formulación de nuevos esquemas legales, como el mostrado en Decreto Legislativo N° 1086.

De seguro que este no será el último dispositivo legal que el Estado dicte para regular la situación de las micro y pequeñas empresas, pues habrá muchos más de acuerdo a lo que la realidad del sector exija y a las políticas que el gobierno de turno pretenda implantar para las mismas.

2.2.3. Razón de Formalizar una Empresa

Abad (2011). A través de la formalización el empresario puede acceder a los diferentes servicios que promueven su competitividad, sostenibilidad y rentabilidad, lo que le permite insertarse en nuevos mercados y relacionarse con otras empresas que forman parte de los diferentes eslabones de las cadenas productivas. Hoy se considera que la formalización es más una obligación del mercado que una obligación legal.

2.2.4. Importancia de la Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas:

Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. (2007).

Las MYPE representan el 98% del tejido empresarial del país; no obstante, el 74.3% de ellas son informales. Esta situación de informalidad de un sector tan vital para la economía del país ocasiona bajos niveles de ingresos y competitividad de los mismos, repercutiendo negativamente en la calidad del empleo.

De acuerdo con el estudio realizado por la Dirección Nacional de la MYPE - DNMYPE del MTPE, el 77% de las empresas que conforman la MYPE tiene un volumen de ventas anuales menores a las 13 UIT (menos de S/3, 500 mensuales, equivalentes a S/42, 000 anuales), mucho menores que el rango máximo establecido por la Ley N° 28015, de 150 UIT anuales para la microempresa y de 850 UIT para la pequeña empresa.

En este sentido, si se quiere revertir esta realidad, se debe establecer un sistema para la formalización que contemple, entre otros elementos, la simplificación de trámites, la sensibilización en una cultura de la formalización, información, capacitación y asesoría en el proceso de formalización empresarial. Las razones para hacerlo son varias, las ventajas relacionadas son múltiples.

2.2.5. Ventajas de la Formalización:

- Mayores probabilidades de acceder a nuevos mercados, no teniendo ninguna limitación para realizar negocios con otras empresas y competir tanto en el mercado nacional como internacional.
- Contar con facilidades para el acceso al sistema financiero formal y de los inversionistas privados.
- Tener posibilidades de obtener créditos y otros beneficios con los proveedores.
- Participar en concursos públicos, licitaciones y adjudicaciones como proveedores de bienes y/o servicios (incluyendo las compras del Estado).
- Cumple con el pago de tributos y, por tanto, aporta al desarrollo del país.
- Tiene el reconocimiento y el respaldo de la seriedad de la empresa, tiene mayor aceptación y genera más confianza.
- En casos fortuitos (pérdidas), la empresa (en caso de ser personas jurídicas) responde a sus obligaciones frente a terceros sólo por el valor del capital aportado.

- Puede hacer uso del crédito fiscal.

Formación Legal de la MYPE:

El proceso de formación, legal, de la MYPE en el Perú es realmente muy engorroso ya que en promedio todo el trámite demora unos 120 días.

Empezamos con la constitución de una microempresa:

El recorrido inicia en la SUNAT donde deberá tramitar su número de RUC para lo cual solo se necesita el documento de identidad y los recibos de luz, agua y telefonía fija del local de la empresa.

Luego debemos elegir el régimen tributario más conveniente, estos pueden ser:

- Régimen Único Simplificado (RUS)
- Régimen Especial.
- Régimen General.

Realizado esto procedemos a imprimir los comprobantes de pago (en caso de haber elegido la segunda o tercera opción) para lo cual hay que presentar los formularios N° 806 y N° 816.

Luego procedemos a la obtención de permisos especiales, estos son otorgados por la institución correspondiente al giro de la empresa.

Ejemplo, si queremos abrir un hostel necesitamos el permiso del Ministerio de Turismo y Comercio Exterior (MINCETUR).

Seguido a esto pasamos a los libros de contabilidad que se llevan según el nivel de ventas de la empresa.

A continuación tramitamos la licencia de funcionamiento municipal para lo cual la empresa debe cumplir con los requisitos específicos por la Municipalidad de su Distrito ejemplo de esto es el Certificado de Defensa Civil, entre otros.

Luego debemos hacer visar el libro de planillas por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Luego pasamos al registro patronal y a la aseguración de los empleados en ESSALUD.

Y finalmente el trámite con INDECOPI en la cual se hace el registro de marcas y patentes de la empresa

2.2.6 Beneficios de la Formalización

A. Constitución

Las entidades estatales y, en especial, la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), y el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC), implementarán un sistema de constitución de empresas en líneas que permita que el trámite concluya en un plazo no mayor de 72 horas. La implementación será progresiva, según lo permitan las condiciones técnicas en cada localidad.

B. Capacitación

Incorpórese como beneficiarios de la Ley N° 29152, Ley que establece la implementación y el funcionamiento del Fondo de Investigación y Desarrollo para la Competitividad - FIDECOM, a las microempresas.

Parte de los recursos del FIDECOM se asignan preferentemente al financiamiento de programas de capacitación de los trabajadores y de los conductores de las microempresas que fortalezcan su capacidad de generación de conocimientos tecnológicos para la innovación en procesos, productos, servicios y otros, en áreas específicas relacionadas con este tipo de empresas.

Los programas de capacitación son administrados por entidades académicas elegidas por concurso público, cuyo objetivo prioritario será el desarrollo de las capacidades productivas y de gestión empresarial de las microempresas.

El Estado apoya e incentiva la iniciativa privada que ejecuta acciones de Capacitación y Asistencia Técnica de las MYPE.

El Reglamento de la presente Ley establece las medidas promocionales en beneficio de las instituciones privadas, que brinden capacitación, asistencia técnica, servicios de investigación, asesoría y consultoría, entre otros, a las MYPE.

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo coordina con el Ministerio de Educación para el reconocimiento de las entidades especializadas en formación y capacitación laboral como entidades educativas.

C. Autorización de Funcionamiento

En relación al pago de tasas a nivel Municipal, el artículo 39° de la Ley de la MYPE indica que una vez otorgada la licencia de funcionamiento definitiva, las Municipalidades no podrán cobrar tasa por concepto de renovación, fiscalización o control y actualización de datos de la misma, ni otro referido a éste trámite, con excepción de los casos de cambio de uso.

En relación al pago de tasas ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, la primera Disposición Complementaria de la Ley MYPE y su reglamento señalan que estas empresas se encuentran exoneradas del 70% de los derechos de pago (tasas) previstos por el Ministerio.

D. Acceso Financiamiento

El ministerio de Economía y Finanzas (MEF) constituyó el programa Especial de Apoyo Financiero a la Microempresa y Pequeña Empresa (Prompyme) del Banco de la Nación, el cual contará inicialmente con S/. 200 millones de recurso del Banco. Se autorizó al Banco de la Nación a firmar convenios de uso compartido de su infraestructura y agencias con estas entidades. Según la Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú (APEMIPE), se espera que este programa financie a más de 100 mil microempresas y pequeñas empresas en el país.

El estado promueve el acceso de las MYPE al mercado financiero y al mercado de capitales, para que así estas puedan tener una mayor capacidad de

desarrollo, realizar nuevas y más eficientes operaciones, ampliar el tamaño de sus operaciones y acceder a créditos en mejores condiciones. Asimismo la Corporación Financiera de Desarrollo -COFIDE, el Banco de la Nación y el Banco Agrario promueven y articulan integralmente a través de los intermediarios financieros el financiamiento a las MYPE, diversificando, descentralizando e incrementando la cobertura de la oferta de servicios de los mercados financieros y de capitales.

En cuanto al Banco de la Nación este fue autorizado a ejecutar operaciones y servicios, con entidades de intermediación financiera, que pueden ser las Ed pymes, Cajas Municipales y Cajas Rurales. Estas entidades están especializadas en otorgar créditos a los micros y pequeñas empresas (MYPE), para que solo a través de ellas, se les otorguen préstamos en las localidades donde el BN sea única oferta bancaria (UOB).

E. Exportaciones e Importaciones

El Estado promueve el crecimiento, diversificación y consolidación de las exportaciones directas e indirectas de la MYPE, con énfasis en las regiones, implementando estrategias de desarrollo de mercados y de oferta exportable. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ejecuta planes estratégicos por sectores, mercados y regiones, priorizando el desarrollo de cadenas exportadoras con participación de las MYPE.

2.2.7 Competitividad

Pro inversión (2014). Determina que: “la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar”.

Para pro inversión (2015) la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. La productividad es función de la calidad de los productos (de la que a su vez depende el precio) y de la eficiencia productiva. Por otro lado, la competitividad se presenta en industrias específicas y no en todos los sectores de un país.

El ser competitivo involucra una mayor diferenciación, diversificación y conocimiento. Angélica MATSUDA considera incorporar conceptos tecnológicos, estrategias de internacionalización y educación. (Torres, 2012)

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 mercado.

En 2014 el Perú ocupó el lugar 43 entre 59 países en el Anuario Mundial de la Competitividad (WCY) 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 Bussines* del Banco Mundial estaríamos ubicados en el puesto 41 de 183 países.

Las empresas sobreviven y son exitosas si son competitivas: con dificultad se encontrará a algún investigador que no esté de acuerdo con esta afirmación. El aporte económico en el análisis es indiscutible, pues en un mundo competido, en donde se mezclan empresas en competencia perfecta, junto con monopolios y oligopolios, todas tienen que lograr la mayor producción con los recursos que tengan a su disposición o, si se quiere enfocar la competitividad desde los óptimos posibles, tienen que saber que no se puede ir más allá de los factores de producción con los que se cuenta; en otras circunstancias, las empresas mueren. (Porter, 2003)

Por todo ello, la primera parte de la investigación pone de presente los aportes de la ciencia económica para el análisis de la competitividad: el breve recorrido que se hace por los diversos autores, empezando por Adam Smith, con sus aportes sobre competitividad, brinda el marco de referencia para el proyecto.

Estos planteamientos generales, sin embargo, no son suficientes para entender el mundo empresarial, que es a donde se dirige la investigación. Por esa razón, en la segunda parte se presentan los aportes que ha hecho la administración para entender el mundo de la competitividad. En realidad, desde muchos enfoques se han acercado diversas disciplinas para entender la competitividad empresarial.

Las aproximaciones de Porter, en particular, y las contribuciones a las que han llevado estas reflexiones forman el cuerpo de la segunda parte. Los estudios sobre los determinantes de los países y de las industrias han aportado muchos elementos para entender la competitividad: las reglas

macroeconómicas, el peso institucional en los países, las reglamentaciones para los accesos al capital y el trabajo, las características de la educación, etc., son el entorno necesario para la construcción de indicadores sobre la competitividad de las industrias en las diferentes regiones y países.

A. Causas Generales de la Competitividad

Los principales factores que han incidido en el cambio de la estructura competitiva son:

1. Globalización de la economía
2. Avances tecnológicos
3. Desarrollo de las comunicaciones
4. Nivel de demanda de productos de alta calidad

La globalización de la economía nos plantea el gran desafío de la competitividad, cambiando la estructura competitiva de nivel local a nivel mundial, presionando a las organizaciones a moverse más rápido en aras de mantenerse con los cambios del entorno, a ser más flexibles y apuntar a la mejora continua. Estrategias como Benchmarking son utilizadas a fin de identificar puntos de referencia y realizar las comparaciones respectivas para evaluar la situación de la compañía, conocer y adaptar las prácticas líderes efectivas en todas las áreas de la organización y generar valor, lograr una ventaja competitiva.

Los avances tecnológicos apuntan a la mejora de servicios, productos y procedimientos que involucra el aprendizaje continuo y el desarrollo y mantenimiento de un alto desempeño y un buen manejo de conocimientos y habilidades sociales.

Para superar los retos cada vez más complejos y ambiciosos que plantea la globalización, las pequeñas empresas necesitan apoyo gubernamental e institucional. Un enfoque en tres componentes puede ayudarles a crear y consolidar su competitividad: una colaboración más estrecha entre las empresas y los gobiernos; una integración eficaz en redes de los organismos nacionales encargados de la cadena de valor, y un aprovechamiento óptimo de las nuevas tecnologías.

La globalización ha intensificado la competencia. La principal dificultad que deben afrontar las empresas consiste en aprovechar los nuevos recursos y mercados, en un contexto de fuerte y creciente competencia mundial. Para los gobiernos, el problema consiste en cómo formular y aplicar las políticas y estrategias de apoyo correspondientes. Tanto las empresas como las autoridades necesitan reforzar su colaboración a fin de crear y consolidar la competitividad comercial.

Los factores que determinan la competitividad empresarial no se encuentran en el contexto macroeconómico y en la acción gubernamental, sino en la capacidad de las empresas para adaptarse a un contexto de mercado y desarrollar sus ventajas competitivas. Por tal motivo, se considera que las empresas son quienes determinan la participación rentable y su permanencia.

2.2.8 Factores que Determinan la Competitividad de la Empresa

Según Torres (2012) son muchos los factores que inciden en el éxito competitivo de las micros y pequeñas empresas, pero se podría señalar las siguientes, como las más importantes:

a) Capacidades Directivas

La competitividad más que cualquier otra cosa depende de las personas; de sus actitudes ante los retos, de sus habilidades, de sus capacidades de innovar, de su intuición y creatividad, de saber escuchar y comunicarse con otros, de hallar y usar información, de planear y resolver problemas, de trabajar individualmente y en equipo, de aprender a aprender, responsabilidad y tenacidad, valores y sensibilidad social.

En las empresas se debe cambiar de patrones, de pensamiento y de comportamiento, es decir, emplear lo que afirma Thomas Samuel Kuhn, el cambio de paradigmas. Cambiar nuestras formas de liderizar grupos de individuos y negocios, de gerenciar procesos, de pensar-sentir-actuar, cambiar las cosas por medio de la creatividad, cambiar puntos de vistas, de encontrar nuevos enfoques para ver las cosas con otros ojos. Así las empresas podrán adaptarse rápidamente a los cambios de la sociedad. La actitud no basta, la acción es esencial, el aprendizaje no se da hasta que el comportamiento no haya cambiado.

b) Calidad en la Producción o Prestación de Servicio

El ser competitivo hoy en día significa tener características especiales que nos hacen ser escogidos dentro de un grupo de empresas que se encuentran en un mismo mercado buscando ser seleccionados. Es diferenciarnos por nuestra calidad, habilidades, cualidades, capacidad de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a los clientes, con nuestros bienes y servicios, lo cual se traduce en un generador de riquezas.

c) Ventajas Competitivas (costo-calidad)

No basta competir, es necesario lograr ventajas competitivas. Pues las empresas competitivas serán aquellas capaces de ofrecer continuamente productos y servicios con tributos apreciados por sus clientes. A este conjunto de características que distinguen al producto de una empresa de sus competidores se denominan ventajas competitivas.

Existen dos categorías de ventajas competitivas: de costos y de valor. Las ventajas de costos están asociadas con la capacidad de ofrecer a los clientes un producto al mínimo costo. Las ventajas competitivas de valor; por su parte, están basadas en la oferta de un producto o servicio con atributos únicos, discernibles por los clientes, que distinguen a un competidor de los demás.

d) Recursos Tecnológicos

Para afrontar los abundantes desafíos del entorno y poder adaptarse a las exigencias de los clientes, las empresas deben examinar cuidadosamente las mejoras que pueden introducir tanto en sus productos o servicios como en sus procesos.

e) Innovación

El éxito de las empresas también se asocia al desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos que permitan responder a las necesidades de los clientes, adaptarse a los cambios en el entorno o mejorar las oportunidades para alcanzar los objetivos de la empresa.

f) Recursos Comerciales

Los procesos comerciales, orientados al mejor conocimiento del mercado y de los clientes, son un medio muy importante de mejora del rendimiento económico, de la fidelización de clientes y, de la diferenciación de la competencia.

g) Recursos Humanos-Capacitación Laboral

Para lograr el éxito competitivo, las empresas deben establecer los mecanismos que permitan atraer candidatos cualificados, retener y motivar a los actuales empleados y establecer fórmulas que los ayuden a crecer y desarrollarse dentro de la empresa.

h) Recursos Financieros

El mantenimiento de buenos estándares financieros es uno de los aspectos relevantes para alcanzar el éxito competitivo en las empresas de menor tamaño.

i) Cultura

La cultura guía el comportamiento de las personas que forman parte de la empresa; sienta las bases de los procedimientos; y ayuda a mantener la cohesión interna.

Las empresas que posean fuertes valores culturales lograrán que sus trabajadores tengan claro cuál es su misión, qué deben hacer y qué se espera de ellos, a quién delegar en caso necesario y, lo que es más importante, cómo actuar ante situaciones imprevisibles.

2.2.9 Fuentes de la Competitividad de la Empresa:

Algunos de los elementos que contribuyen a la competitividad de la empresa son:

- La exitosa administración de los flujos de producción y de inventarios de materia prima y componentes.
- La integración exitosa de planeación de mercado, actividades de I+D, diseño, ingeniería y manufactura.
- La capacidad de combinar I+D interna con I+D realizada en universidades, centros de investigación y otras empresas.
- La capacidad de incorporar cambios en la demanda y la evolución de los mercados.
- La capacidad de establecer relaciones exitosas con otras empresas dentro de la cadena de valor.

2.2.10 ¿Qué fomenta la Competitividad?

Con lo mencionado anteriormente los empresarios y las empresas se preguntarán entonces ¿Qué fomenta la competitividad? “Algunos de los factores claves que fomentan la competitividad son: productividad, actitud mental general positiva, gestión efectiva de todas las organizaciones, normativa institucional y legal propia, factor humano, infraestructura física y de servicios, información, desarrollo equilibrado y armónico de los distintos eslabones de la

cadena productiva, los gremios deben ser activos en la capacitación de la productividad, calidad y planeación estratégica, generadores de información que permita comparación entre los afiliados, base para la transferencia de tecnología e intercambio de experiencia y una representación proactiva en defensa de sus afiliados”.

Así mismo, si una organización, cualquiera que sea la actividad que realiza, desea mantener un nivel adecuado de competitividad a largo plazo, debe utilizar antes o después, unos procedimientos de análisis y decisiones formales, encuadrados en el marco del proceso de "**planificación estratégica**". La función de dicho proceso es sistematizar y coordinar todos los esfuerzos de las unidades que integran la organización encaminados a maximizar la eficiencia.

El uso de este concepto supone una continua orientación hacia el entorno y una actitud estratégica por parte de las empresas grandes como en las pequeñas, en las de reciente creación o en las maduras y en general en cualquier clase de organización. Por otra parte, el concepto de competitividad nos hace pensar en la idea "excelencia", o sea, con características de eficiencia y eficacia de la organización.

Para hablar de excelencia las empresas deben pensar en el concepto de "**estrategias competitivas**". De acuerdo con Porter (2013) "la segunda cuestión central en la estrategia competitiva es la posición relativa de la empresa dentro de sus sector industrial. El ubicarla determina si la utilidad de una empresa está por arriba o por abajo del promedio del sector. Una empresa ésta por arriba o por

abajo del promedio del sector. Una empresa que se pueda ubicar bien, puede obtener altas tasas de rendimiento aunque la estructura del sector sea desfavorable y la utilidad promedio del mismo sea, por tanto, modesta.”

Una estrategia íntimamente ligada con la excelencia es la de calidad total como estrategia clave de la competitividad. El mundo vive un proceso de cambio acelerado y de competitividad global en una economía cada vez más liberal, marco que hace necesario un cambio total de enfoque en la gestión de las organizaciones.

En esta etapa de cambios, las empresas buscan elevar índices de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad, lo que está obligando que los gerentes adopten modelos de administración participativa, tomando como base central al elemento humano, desarrollando el trabajo en equipo, para alcanzar la competitividad y responder de manera idónea la creciente demanda de productos de óptima calidad y de servicios a todo nivel, cada vez más eficiente, rápido y de mejor calidad.

La calidad total no solo se refiere al producto o servicio en sí, sino que es la mejoría permanente del aspecto organizacional, gerencial; tomando una empresa como una máquina gigantesca, donde cada trabajador, desde el gerente, hasta el funcionario del más bajo nivel jerárquico está comprometido con los objetivos empresariales.

Para que la calidad total se logre a plenitud, es necesario que se rescaten los valores morales básicos de la sociedad y es aquí, donde el empresario juega un papel fundamental, empezando por la educación previa de sus trabajadores para conseguir una población laboral más predispuesta, con mejor capacidad de

asimilar los problemas de calidad, con mejor criterio para sugerir cambios en provecho de la calidad, con mejor capacidad de análisis y observación del proceso de manufactura en caso de productos y poder enmendar errores.

No solo se puede enfatizar en la calidad total, una empresa u organización también debe tener en cuenta la ventaja competitiva la cual no puede ser comprendida viendo a una empresa como a un todo. (Cенты, 2014) “Radica en las muchas actividades discretas que desempeña una empresa en el diseño, producción, mercadotecnia, entrega y apoyo de sus productos. Cada una de estas actividades puede contribuir a la posición de costo relativo de las empresas y crear una base para la diferenciación.”

En el ejercicio de examinar todas las actividades que una empresa desempeña y cómo interactúan, con miras a determinar las fuentes de la ventaja competitiva, la Cadena de valor constituye una herramienta básica para tomar decisiones basadas en la excelencia. La cadena de valor disgrega a la empresa en sus actividades estratégicas relevantes para comprender el comportamiento de los costos y las fuentes de diferenciación existentes y potenciales. Una empresa obtiene la ventaja competitiva desempeñando estas actividades estratégicamente importantes a menor costo o mejor que sus competidores.

Las actividades de valor deben ser asignadas a categorías que mejor representan su contribución a la ventaja competitiva de una empresa. Si el procedimiento de pedidos es una forma importante en la que la empresa interactúa con sus compradores. Con frecuencia las empresas han obtenido ventajas competitivas al redefinir los papeles de las actividades.

El grado de integración dentro de las actividades juega un papel clave en la ventaja competitiva. Finalmente, competir en los sectores relacionados con cadenas de valor coordinadas puede llevar a la ventaja competitiva a través de interrelaciones. Una empresa puede explorar los beneficios de un panorama más amplio internamente o puede formar coaliciones con otras empresas para lograrlo. Las coaliciones son alianzas a largo plazo con otras empresas que carecen de consolidaciones directas, como riesgos compartidos, permisos y acuerdos de provisión. Las coaliciones implican coordinar o compartir las cadenas de valor con socios de coalición que amplía el panorama efectivo de la cadena de la empresa.

Con todo lo mencionado anteriormente, se tiene entonces que la competitividad no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente; por el contrario, se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica de conducta organizativa, como los accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado, y por último, el gobierno y la sociedad en general.

Teniendo en cuenta los factores claves que fomentan la competitividad es importante que las empresas se orienten en la búsqueda continua de mercados locales, nacionales e internacionales, con el objetivo fundamental de ser competitivas tanto interna como externamente.

Las empresas y organizaciones deben tener como objetivo fundamental la competitividad, permanencia y posicionamiento en un mercado, logrando así un desarrollo económico tanto para ellas como para un el país.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 EMPRESA

Sabino (2015), la empresa es una unidad económica destinada a producir bienes y servicios; una comunidad de aportaciones de la técnica, la mano de obra y el capital, en sus diversas formas.

Por consiguiente, la empresa es un ENTE SOCIAL, que está integrado por personas con objetivos similares, en donde: algunos aportan dinero; otros bienes materiales; otro trabajo físico o intelectual u otras formas de aportación. Conceptuando así la empresa, todos los factores aludidos deben estar coordinados y orientados hacia un propósito común, que es obtener el máximo resultado en término de producción en provecho de la sociedad en general. (Sabino, 2015)

En general, la empresa presta un servicio económico, mediante el cual trata de conseguir un beneficio que remunere a lo consumido para prestar el servicio, a los esfuerzos personales realizados y al riesgo que tiene la empresa. Decimos que la empresa presta un servicio económico porque mediante su actuación ofrece a los consumidores y otras empresas lo que estos pueden necesitar. Este servicio económico puede estar representando por la oferta de productos, de cualquier índole que sean, o por la oferta de lo que son propiamente servicios. (Sabino, 2015)

El objetivo de toda empresa es ofrecer algo a los demás, para ello, la empresa necesita a su vez obtener del conjunto de otras empresas y personas lo que necesita para poder ofrecer lo que quiere ofrecer.

A. Fines de la Empresa

- Prestar un servicio o producir un bien económico: Se presta un servicio al vender productos (supermercado) curar enfermos (hospital) ofrecer diversión (circo) etc. Se produce un bien económico al extraer minerales, recoger frutos alimenticios, fabricar coches, muebles, aviones.
- Obtener un beneficio: La empresa al desarrollar su actividad trata de conseguir una ganancia para retribuir el esfuerzo de quien ha coordinado los factores productivos.
- Restituir los valores consumido para poder continuar su actividad: Si la empresa es una librería deberá ir haciendo nuevos pedidos de libros a los editoriales para ir reponiendo los libros vendidos y poder continuar vendiendo.

B. Funciones de la Empresa

Según Sabino (2015) determina las siguientes funciones:

- Función Económica: Si la empresa es un instrumento económico de la sociedad industrial y desde este ángulo los factores importantes de la empresa son la determinación de costes y lucros.
- Función de Dirección: Comprende el análisis de cuál debe ser la función de dirección, su organización, sus calificaciones la formación de su personal y la preparación.

- **Función Social:** Para que la empresa funcione, todos sus miembros deben tener clara noción personal de su propio trabajo y de la empresa, y de su lugar en la empresa, como ciudadanos conscientes y no como sujetos impersonales.

2.3.2 MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS (MYPE)

a. Definición

Centty, D. (2013) comenta que una 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”. (Pro inversión, 2010).

Según LEY N° 28015 ley De Promoción Y Formalización De La Micro Y Pequeña Empresa (2003) La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

b. Características de las MYPE

Microempresas, las cuales tienen de 1 a 10 trabajadores y las pequeñas empresas tienen de 1 a 50 trabajadores. Siendo de gran importancia la existencia de estas empresas en el ámbito económico, ya que reduce la pobreza a través de puestos de trabajo, mejorando la distribución del ingreso e incentivando el carácter emprendedor hacia los demás; contribuyendo de manera general al ingreso nacional y al crecimiento económico. (Centty, 2013)

Las razones por las que las MYPE crean su propia empresa son: el factor externo, porque se ve obligado a emprender un negocio porque no encuentra un empleo o porque perdió el que tenía y; el factor interno, porque la persona sueña con tener su propia empresa siendo su proyecto personal, una motivación interior. (Pro inversión, 2014)

La Ley General de la Pequeña y Microempresa dictada el año 2000 ha mantenido un ámbito de aplicación amplio, considerando a las empresas de todas las actividades (extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios) pero apoyándose únicamente en el número de trabajadores como criterio para identificar a las PYME. Por un lado, se considera como micro empresa a aquella con un número de trabajadores que no excede las 10 personas y, por otro, como pequeña empresa a la que tiene como mínimo 10 trabajadores y como máximo 40.

En Junio del año 2003 se promulga la ley 28015 y su respectiva reglamentación que lleva por nombre “Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa” que tienen como objeto la promoción de la

competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.

La misma ley nos dice también que cuando se menciona la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante de tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en dicha ley con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas. Las características que deben reunir las MYPE bajo esta ley son de carácter concurrente y son determinados por:

1. El número total de trabajadores:

- La microempresa abarca de uno (1) hasta diez (10) trabajadores.
- La pequeña empresa abarca de uno (1) hasta cincuenta (50).

2. Niveles de ventas anuales:

- La microempresa: hasta el monto máximo de 150 UIT.
- La pequeña empresa: a partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 UIT.

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

c. Lineamientos de las MYPE

La acción del Estado en materia de promoción de las MYPE se orienta con los siguientes lineamientos estratégicos (Ley 28015):

- a. Promueve y desarrolla programas e instrumentos que estimulen la creación, el desarrollo y la competitividad de las MYPE, en el corto y largo plazo y que favorezcan la sostenibilidad económica, financiera y social de los actores involucrados.
- b. Promueve y facilita la consolidación de la actividad y tejido empresarial, a través de la articulación inter e intersectorial, regional y de las relaciones entre unidades productivas de distintos tamaños, fomentando al mismo tiempo la asociatividad de las MYPE y la integración en cadenas productivas y distributivas y líneas de actividad con ventajas distintivas para la generación de empleo y desarrollo socio económico.
- c. Fomenta el espíritu emprendedor y creativo de la población y promueve la iniciativa e inversión privada, interviniendo en aquellas actividades en las que resulte necesario complementar las acciones que lleva a cabo el sector privado en apoyo a las MYPE.
- d. Busca la eficiencia de la intervención pública, a través de la especialización por actividad económica y de la coordinación y concertación interinstitucional.
- e. Difunde la información y datos estadísticos con que cuenta el Estado y que gestionada de manera pública o privada representa un elemento de

promoción, competitividad y conocimiento de la realidad de las MYPE.

- f. Prioriza el uso de los recursos destinados para la promoción, financiamiento y formalización de las MYPE organizadas en consorcios, conglomerados o asociaciones.
- g. Propicia el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen o laboran en las MYPE, a las oportunidades que ofrecen los programas de servicios de promoción, formalización y desarrollo.
- h. Promueve la participación de los actores locales representativos de la correspondiente actividad productiva de las MYPE, en la implementación de políticas e instrumentos, buscando la convergencia de instrumentos y acciones en los espacios regionales y locales o en las cadenas productivas y distributivas.
- i. Promueve la asociatividad y agremiación empresarial, como estrategia de fortalecimiento de las MYPE.
- j. Prioriza y garantiza el acceso de las MYPE a mecanismos eficientes de protección de los derechos de propiedad intelectual.
- k. Promueve el aporte de la cooperación técnica de los organismos internacionales, orientada al desarrollo y crecimiento de las MYPE.
- l. Promueve la prestación de servicios empresariales por parte de las universidades, a través de incentivos en las diferentes etapas de los proyectos de inversión, estudios de factibilidad y mecanismos de facilitación para su puesta en marcha.

d. Gestión Empresarial

Su actitud emprendedora hace que el empresario conozca las necesidades de su público objetivo (en base a la experiencia), acoplando sus recursos y capacidades empresariales para producir en base a ese conocimiento empírico. (Schwalb, 2014)

Pero sus oportunidades y amenazas para crecer dependen de otros factores que no necesariamente están ligados a su tamaño, como es el caso de la competencia de los productos a través del juego de precios, el empresario muchas veces se ve desfavorecido con las grandes corporaciones por la ausencia de capital de riesgo y de estrategias óptimas de mercadeo. Por lo cual, debe idear maneras ingeniosas de atar la comercialización y ventas con servicios a brindar, como el trato hacia el cliente, promociones o descuentos especiales entre otros. (Schwalb, 2014)

Otro aspecto que resalta en su gestión, son las malas estrategias de ventas, la persona encargada de las ventas debe conocer el tema, cuya estrategia de ventas debe diseñarse, así sea un negocio muy pequeño. Y su alta cartera vencida, pues muchos dueños tienen su capital en las cuentas por cobrar; siendo así, que fracasan por la débil o inexistente políticas de cobro. (Schwalb, 2014)

Esas dificultades están relacionadas con el hecho de que los empresarios no se adecuan a los cambios económicos, y la falta del conocimiento del mercado se refleja en la inadecuada gestión en el manejo del negocio, sea cual fuere el sector económico. Siendo la competencia cada vez más difícil, por lo que la

capacitación con respecto a planificación y marketing es muy importante. Ya que pueden adaptarse a su situación de micro y pequeña empresa. (Schwalb, 2014)

Como también el éxito de algunas MYPE se da gracias a que solicitan asistencia técnica en relación a tributación, reducción de costos, mercados, fuerza de ventas, producción y comercio exterior; es decir, cuando una empresa es capaz de complementar distintas actividades como el marketing, contabilidad y producción, será más difícil para la competencia imitarla. (Pro inversión, 2014)

Este tipo de empresas, por lo menos deben saber en qué consiste el marketing y cómo ha evolucionado con el avance de la tecnología.

Originando nuevas estrategias en función del tiempo de uso de los medios para llegar a sus clientes, el comportamiento de los clientes, el tipo de empresa que lo aplica y de los recursos que la empresa cuente para ejecutar esas estrategias.

2.3.3 ROPA DEPORTIVA

A. Definición

En la actualidad existe mucha variación de ropa deportiva se dice que no solo cubre las necesidades de las personas sino que además es una vanidad la cual ha venido evolución en todas las tendencias lo que ha provocado la innovación de grandes empresas por la que se ha distinguido la ropa deportiva

logrando así que marcas importantes a nivel mundial (Nike, Adidas, Puma, etc.) logaran su éxito.

Lo cual ha permitido que pequeñas y medianas empresas ejerzan esta profesión logrando así satisfacer las necesidades de las personas, ya que al ser producciones nacionales su precio va acorde a ello. Por lo que tenemos en nuestro país millones de tiendas de confección de ropa deportiva, que hoy en día es utilizada además por estudiantes (escuelas, colegios, universidades) de uso obligatorio para actividades diarias y en olimpiadas especiales.

Estas tiendas tienen la ventaja de que la prenda sea elaborada a nuestra medida y con variación de colores escogidos por nosotros en lo cual muestra una mayor satisfacción de quienes vamos en busca de una tienda de confección de ropa deportiva.

La ropa deportiva o ropa para hacer deportes es la prenda que se utiliza específicamente para la práctica deportiva. Claro, eso en la definición formal, porque hoy día está disponible hasta el estilo deportista que consiste en ropa deportiva que se usa diariamente y aunque no practiques ni ajedrez.

B. Características

Es que la ropa de deportes es cómoda, ligera y muy práctica, además de otras características que tienen su razón de ser.

- **Comodidad:** La práctica deportiva no debe verse interrumpida por incomodidad causada por la vestimenta, este aspecto es básico... Si no es cómoda no es adecuada para hacer deporte.
- **Ligereza:** Ningún movimiento debe verse ralentizado a causa de la ropa, no hay forma ni manera de que una vestimenta pesada pueda formar parte de nuestro estilo deportivo, a menos que practiquemos algún tipo de deporte de invierno que requiera prendas específicas.
- **Practicidad:** La ropa deportiva debe ser práctica de poner, quitar, lavar y mantener.
- **Poco absorbente:** Las prendas en cuestión deben permitir la transpiración para alejar el sudor de la piel, además debe secarse rápido, tanto por el sudor ya mencionado, como por su posible uso en exteriores.

Existen algunas consideraciones generales más que todo relacionadas con el ambiente, colores claros para verano, algodón para gestionar la absorción, holgada para la circulación del aire y así algunas otras.

Otro factor decisivo es la estética, en donde la libertad de gustos hace compleja la elección, algunas prendas dejan ver una silueta sexy, mientras que otras son más cubiertas y recatadas.

C. La Indumentaria Deportiva en la Modernidad

En lo que respecta a la modernidad (período caracterizado por una racionalización e industrialización de la gran mayoría de las esferas de la vida y

que abarca temporalmente todo el siglo XIX y hasta la década de los 60's del siglo XX), es en esta etapa cuando se inician las primeras innovaciones en la ropa de uso cotidiano para adecuarla y hacerla apta para la práctica deportiva (esto aconteció inicialmente en Inglaterra a mediados del siglo XIX y se extendió hasta fines de la década de 1960). La ropa de uso habitual confeccionada de lana o algodón mayoritariamente fue adaptada para la práctica del deporte, pues aún no se habían desarrollado las fibras sintéticas y estas modificaciones realizadas a la vestimenta “común” para transformarla en indumentaria “deportiva”, consistieron básicamente en recortar los pantalones hasta arriba de la rodilla y suprimir las mangas. También el calzado como complemento de la indumentaria deportiva, sufrió cambios significativos para adecuarlo a la práctica de los deportes. En este caso, las zapatillas perdieron el tacón y en algunas circunstancias se le agregaron aditamentos especiales (de metal) en la suela para ofrecer un mejor agarre con la superficie. (Schwalb, 2014)

En adición a lo anterior, algunas fuentes empíricas como el diario jalisciense *El Regional*, publicó algunas recomendaciones a los deportistas para que vistieran la ropa adecuada para llevar a cabo la práctica de los deportes. En ese entonces se consideraba ideal usar “vestidos confeccionados con telas malas conductoras de calor, la franela, por ejemplo: y convenientemente amplios, para que no dificulten de modo alguno la circulación.” En lo correspondiente al calzado se recomendaba que éste fuera “suficientemente ancho y desprovisto de clavos, a fin de prevenir las caídas, conviene hacer uso del calzado provisto de tacones bajos de caucho.” (Cagigal, 2015)

Ahora bien, en este punto es importante señalar que el deporte como coto eminentemente masculino y teniendo en cuenta las normas morales tan restrictivas en el período de fines del siglo XIX y principios del XX no permitieron que la mujer tuviera una significativa participación en el deporte, ni tampoco, que la vestimenta utilizada para la práctica del deporte por parte de las féminas haya tenido significativas innovaciones como la ropa de sus pares masculinos. Las mujeres en su mayoría vestían ropas que moralmente no dejaban al descubierto partes concebidas como pudorosas de su economía corporal (las piernas o el escote del busto), por lo que usaban la ropa habitual como indumentaria deportiva. (Cagigal, 2015)

Como ya se dijo, en la modernidad comenzaron las innovaciones físicas a la indumentaria habitual para transformarla en ropa deportiva, pero además, se inició la etapa ideológica del uniforme deportivo, es decir, es cuando se comenzó a investir de valores ideológicos y políticos a la vestimenta que los deportistas usaban.

Los uniformes, dejaron mostrar emblemas representativos de un club deportivo o un Estado-nación, por ejemplo, cuando una persona se adhiere a un club o asociación deportiva tiende a sentir que “forma parte” de una red social compartida “porque en ellas hay un nexo común entre sus asociados (deporte, distinción, integración, nacionalismo...)”⁷ y todos estos rasgos y elementos derivan en que al momento de llevar a cabo la práctica deportiva los atletas busquen diferenciarse de todos los demás deportistas a su alrededor, propiciando el diseño y confección de uniformes que portan emblemas y símbolos representativos de la ideología y objetivos del club o equipo y que tanto a los

socios o a los contrarios y público en general, transmiten diversos mensajes, dando pie a lo que Pierre Bourdieu ha denominado como la distinción. Por ejemplo, al asistir a un encuentro deportivo, es posible constatar a qué equipo apoyan los fanáticos con el simple hecho de observar las camisetas que portan. Los colores y los emblemas en los uniformes son vestigios evidentes de lo propuesto por Bourdieu, pues son elementos que logran una diferenciación de las ideologías a partir de la vestimenta. (Cagigal, 2015)

Por su parte los atletas que representan a un equipo nacional portan indumentaria que es la representación abstracta de una nación, por ejemplo, los atletas canadienses portaban en sus uniformes la hoja de maple símbolo nacional del Canadá, los ingleses por su parte portaban su bandera. En ambos casos estos dos emblemas son de muy alta estima por los ciudadanos de ambos países, son símbolos muy representativos para ellos y tomando en cuenta lo propuesto por Hayden White, un individuo u objeto puede ser representado por una de sus partes o por un signo o símbolo que de forma metafórica engloba y encierra sobre sí rasgos que lo definen o identifican, para el caso de Canadá, la hoja de maple es un emblema que guarda toda la historia compartida por un grupo social, cultural, étnico, político o religioso en específico que se denominan como canadienses. La idea de propagar mensajes políticos a través de la vestidura deportiva fue puesta en práctica para cohesionar y crear consenso entre los habitantes de una sociedad, teniendo como punto de convergencia a un deportista y los símbolos que viste, porque el atleta gracias a sus logros y éxitos deportivos, ha sido considerado como lo mejor de una sociedad o nación, como el modelo a seguir por todos los demás y que sobre sus hombros portaba los

ideales de una nación entera en abstracto, en sus colores y en sus emblemas más significativos. (Cagigal, 2015)

D. La Indumentaria Deportiva en la Posmodernidad

Si algo caracterizó a la modernidad (al menos en lo tocante en el rubro de la indumentaria deportiva y los deportes) fue su efímera duración, pues tan pronto como llegó se fue y, asimismo, una nueva etapa llegaría a sustituirla: la posmodernidad. En esta nueva época, la idea del progreso eterno como finalidad de la historia se rompe definitivamente y de la misma manera en diversos rubros y áreas de la vida, la concepción anterior tomaría una nueva forma. (Cagigal, 2015)

En la posmodernidad muchos de los patrones característicos de la modernidad continúan y siguen siendo la base de las actividades deportivas, sin embargo, algunos de ellos caen en una exacerbada radicalización y en definitiva se alejan de los elementos y patrones característicos de la modernidad. Por ejemplo, la concepción que sobre el cuerpo se tenía como un templo sagrado de la salud desaparecen y hoy en día el cuerpo es interpretado y concebido como una máquina, como un medio de expresión política y económica, como un repositorio de valores abstractos y como un laboratorio de pruebas de los avances científicos. (Cagigal, 2015)

Dicho por José María Cagigal, a partir de la década de 1980 el deporte sufre un cambio drástico en su práctica, desarrollo y concepción. Este nuevo deporte, no es el mismo que los ingleses inventaron, en este punto el deporte -en

consonancia con la posmodernidad y la globalización- se caracteriza por ser un fenómeno de escala global puesto que algunos eventos deportivos como las Olimpiadas o la Copa Mundial de Fútbol son eventos que atrapan la atención de una gran cantidad de personas alrededor del mundo a través de los medios masivos de comunicación, por este furor, es que el deporte y los deportistas se han transformado en instrumentos y aparatos del Estado, de las empresas y marcas comerciales quienes los utilizan para engrandecerse política y económicamente. (Cagigal, 2015)

El deporte en la posmodernidad ha entrado en una dinámica que ha dejado muy atrás esa concepción romántica de practicar deporte solo por amor al arte, la edad de la inocencia deportiva se ha perdido y hoy en día el deporte se rige por valores netamente materiales y económicos. La indumentaria deportiva no se quedó atrás y sufre una radicalización en lo que se refiere a la innovación en su diseño y en su expansión mediática y comercial.

Todo esto se deriva del desarrollo de nuevos materiales y diseños basados en análisis biomecánicos que dan como resultado ropa y calzado más “sofisticados y específicamente diseñados para diferentes usuarios, categorías, desempeños deportivos y actividades de ocio.” (Cagigal, 2015). En la actualidad la indumentaria deportiva debe ser capaz de ofrecer extremo confort, casi como una segunda piel o como si no se usara nada, además, de ofrecer ventajas al usuario para protegerlo de todos los elementos externos como el calor, el frío, la lluvia o la nieve.

El deporte de alta competencia y el ocio se han fusionado y ahora las innovaciones en pro del mejoramiento del desempeño deportivo no solo van

encaminadas para los atletas de alto rendimiento, sino que también, van dirigidas a los aficionados quienes son percibidos como potenciales compradores, estos cambios en los diseños de la indumentaria utilizada para la práctica del deporte han dado lugar al surgimiento de la moda deportiva. (Cagigal, 2015).

La innovación en la moda deportiva se enfoca en dos niveles básicos: la perspectiva técnica con nuevos textiles que mejoran el desempeño deportivo y que además brindan una mejor protección al atleta y la concepción estética de la ropa y calzado donde nuevos estilos, colores y diseños lucen atractivos a la vista de los consumidores.

Las mayores influencias a la indumentaria deportiva actual surgen en el seno de la milicia en los años posteriores a la segunda guerra mundial. Estas innovaciones se comenzaron a desarrollar cuando las tropas británicas enviadas a combatir en la guerra de Corea (en el más crudo invierno de esos años), se vieron en la necesidad de vestir un mejor uniforme, pues vestían un uniforme diseñado en la década de los 40's, el cual no ofrecía la protección ni el confort necesario para el combate en una situación de frío extremo por ser obsoleto para las condiciones en las que en Corea se estaba guerreando, por lo que fue necesario diseñar innovaciones que cubrieran las necesidades que el soldado encontrara en el campo de batalla. (Cagigal, 2015)

Ahora bien, otro tipo de mejoras en el diseño de la indumentaria deportiva que marcan una nueva visión de ella, es la que los deportistas por experiencia propia han tratado de implementar para solventar las deficiencias técnicas que la ropa tradicional generaba por no ser la más adecuada para la práctica deportiva. Una de las mejores innovaciones desarrolladas en el campo atlético, fue la

realizada por el maratonista británico Ron Hill, quien instauró una nueva moda en los shorts de correr a partir de una modificación realizada a los tradicionales pantaloncillos. En primera instancia, Hill optó por cambiar la tela con que estaban confeccionados los shorts (algodón) por fibras sintéticas (nylon), en seguida los recortó significativamente y por último, inventó la abertura a los lados para permitir mayor libertad de movimiento, esencial para una prueba tan larga y desgastante como la maratón. (Cagigal, 2015)

Estas modificaciones no hubieran sido aceptadas por las normas morales existentes en la etapa de la modernidad, porque trasgredían por mucho las buenas costumbres del pudor y el recato, sin embargo, en la posmodernidad tanto los códigos morales como las reglas deportivas no tienen objeción alguna para que tanto hombres como mujeres usen este tipo de vestimenta.

En la actualidad la indumentaria deportiva femenina no sólo se ha transformado en lo que se refiere al uso de nuevos materiales y telas, sino que además se ha recortado significativamente y de forma explícita despliega sensualidad y erotismo hacia todos los espectadores, el cuerpo de la mujer deportista ha pasado de coto prohibido a elemento de publicidad y mercadotecnia. La belleza que algunas deportistas poseen es explotada con fines comerciales y propagandísticos.

Esta tónica de “vender” publicidad a través de la indumentaria deportiva se debe al impacto e influencia que los medios de comunicación masivos como la televisión logran por medio de la imagen, el color y los gráficos. La gran difusión que alcanza este medio posmoderno, hace sumamente rentable las inversiones publicitarias incorporadas a los uniformes deportivos en forma de

logos que requieren de poco espacio pero que son ampliamente reconocibles por los espectadores quienes son concebidos como potenciales compradores.

Por ejemplo, se considera que el fútbol es un deporte que trasciende todas las fronteras y barreras culturales, pero además, “representa un enorme mercado no solo en términos de futbolistas, entrenadores, árbitros y jueces de línea, pero más importantemente, en términos de espectadores. En años recientes los clubes mayores de Europa se han dado cuenta del potencial de los aficionados al fútbol y su abrumadora pasión por apoyar a un específico club o a un específico deportista o ambos.” (Cagigal, 2015)

En contraparte con la modernidad, en la posmodernidad la indumentaria deportiva ha sido concebida como una “vitrina” en donde las marcas comerciales pueden exhibir sus productos, todo esto gracias a que los medios masivos tienen la capacidad de hacer llegar a millones de personas los mensajes que en forma de imágenes comerciales están adheridos a los uniformes deportivos. En palabras de Shishoo “El deporte profesional es por definición un deporte jugado por dinero, dinero que proviene de los espectadores, patrocinadores o televisoras...” y todo esto es posible mediante la publicidad incrustada en la indumentaria deportiva. (Cagigal, 2015)

Por otra parte, en lo referente a la concepción política del uniforme deportivo, ésta se mantiene en vigencia como en la modernidad pero al igual que en la cuestión publicitaria, se ha radicalizado pues en cada competencia entre naciones resalta lo político. Posterior a la segunda guerra mundial fue en el campo deportivo donde se libraron las nuevas batallas entre naciones, en este caso simbólicas, pues el éxito deportivo se ha interpretado como una manera de

medir el éxito nacional (político, económico, cultural o social), pues en la actualidad las máximas competencias deportivas son entre países entre sus representantes individuales o colectivos. Las naciones y los gobiernos consideraban que el deporte tenía mucha utilidad. En el plano nacional podía servir para aglutinar, igualar y distraer al pueblo, siendo al tiempo una vía relativamente barata y rápida para lograr la forma física y la cohesión nacional requeridas por un gobierno que insistentemente repetía que la nación debería prepararse para la guerra. En el plano internacional, la participación en eventos deportivos y especialmente los triunfos al máximo nivel, podrían utilizarse para demostrar tanto las cualidades heroicas como la vitalidad de todos los ciudadanos bajo su nuevo y progresista estado. (Cagigal, 2015)

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 TIPO Y NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación es según Hernández (2006). Es descriptivo, puesto que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Danheke, 1998). Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así (valga la redundancia) describir lo que se investiga.

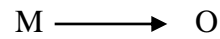
El nivel de la investigación según Hernández *et al.* (2006), es descriptivo, porque el estudio tiene como propósito establecer las características de los conceptos o variables.

3.2 DISEÑO LA INVESTIGACIÓN

En este diseño el investigador busca y recoge información actualizada sobre una situación previamente determinada (objeto de estudio) sin presentar la administración o control de un tratamiento.

Es notorio que no se busca relacionar o controlar variables, sino simplemente lograr captar información para la toma de decisiones.

Se busca y recoge información relacionada con el objeto de estudio, no presentándose la administración o control de un tratamiento, es decir está constituida por una variable y una población. Su esquema es el siguiente:



Dónde:

M: Muestra con quien(es) vamos a realizar el estudio.

O: Información (observaciones) relevante o de interés que recogemos de la muestra.

Según Hernández *et al.* (2006), su alcance temporal es transversal porque la obtención de los datos se realizara en el momento de evaluar el proceso de control y el desempeño laboral.

Según su cronología es retrospectivo debido a que el fenómeno que se pretende estudiar ha ocurrido en el pasado y sigue produciéndose en la actualidad. (Hernández, 2006).

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Población

La población del estudio está conformada por los propietarios de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) registrada en la ciudad de Juliaca, de acuerdo a la información brindada, el total de MYPE es de 347.

3.3.2. Muestra

Para obtener la muestra de las MYPE se aplicara las muestras probabilísticas en donde todos los elementos de la población tiene una misma probabilidad se ser elegidos. En una muestra probabilística necesitamos principalmente dos cosas: determinar el tamaño de la muestra (n) y seleccionar los elementos muestrales, de manera que todos tengan la misma probabilidad de ser elegidos. Para lo primero daremos una fórmula que contiene las expresiones ya descritas.

Información de la población (muestra piloto): $P=Q=0.5$ (50%), $N=327$

Información global: $\alpha =5\%$ (0.05), $E= 20\%$ (P)

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

Dónde: n = muestra
 N = población
 p y q = proporciones de muestreo
 E = Nivel de error del parámetro: P
 Z = Nivel de confianza.

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)(327)}{(327)(0.1^2) + (1.96^2)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{314.05}{4.23} = 74.23 \approx 74$$

n = 74 MYPE, que representa aproximadamente el 22.6% de la población.

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS
1. Caracterización de la formalización y la competitividad de la micro y pequeñas empresas (MYPE)	1.1. Características de la formalización	1.1.1. Licencia de funcionamiento 1.1.2. Pago de impuestos 1.1.3. Registro laboral en planilla	Si/ No Si/ No Si/ No
	1.2. Características de la competitividad	1.2.2. Calidad en la Producción 1.2.3. Ventajas Competitivas (costo-calidad) 1.2.4. Recursos Humanos-Capacitación 1.2.5. Recursos Financieros	Si/ No

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

3.5.1. Las Técnicas Básicas de Investigación son las siguientes:

- **Encuesta.-** es la técnica, muy utilizada en investigaciones poblacionales como medio de obtener datos o informaciones que solo puede aportar los sujetos, sobre un determinado problema.
- **Instrumentos.-** Consecuentemente, los instrumentos de recolección de datos es el siguiente:
- **Cuestionarios.-** Su elaboración consiste en formular las preguntas por escrito, en función de los objetivos y los indicadores de las variables a investigarse en forma ordenada, las preguntas a formularse pueden ser abiertas o cerradas.

3.6. PLAN DE ESTUDIO

Una vez obtenidos los indicadores de los elementos teóricos y definido el diseño de la investigación, será necesario definir las técnicas de recolección de datos para construir los instrumentos que nos permitan obtenerlos de la realidad. Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información.

Dentro de cada instrumento pueden distinguirse dos aspectos:

La forma: se refiere a las técnicas que utilizamos para la tarea de aproximación a la realidad (observación, entrevista).

El contenido: queda expresado en la especificación de los datos que necesitamos conseguir. Se concreta en una serie de ítems que no son otra cosa que los indicadores que permiten medir a las variables, pero que asumen ahora la forma de preguntas, puntos a observar, elementos para registrar, etc.

El instrumento sintetiza en sí toda la labor previa de investigación: resume los aportes del marco teórico al seleccionar datos que corresponden a los indicadores y, por lo tanto, a las variables y conceptos utilizados; pero también sintetiza el diseño concreto elegido para el trabajo. Mediante una adecuada construcción de los instrumentos de recolección, la investigación alcanza la necesaria correspondencia entre teoría y hechos.

Siguiendo el orden del proceso de investigación, según Pacori (2008, 12) y análisis de datos la estadística es un método científico por medio del cual podemos recolectar, organizar, presentar y analizar e interpretar datos, que nos permiten extraer conclusiones válidas y efectuar decisiones basadas en dichos análisis, el cual se realizara con la aplicación de técnicas e instrumentos respectivos ya indicados, y se realizara de la siguiente manera:

- Recolección de la información
- Organización de la información
- Matriz de tabulación.
- Presentación de la información
- Tablas estadísticas de frecuencia y porcentajes.
- Gráficos estadísticos.
- Análisis e interpretación de los resultados.

IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

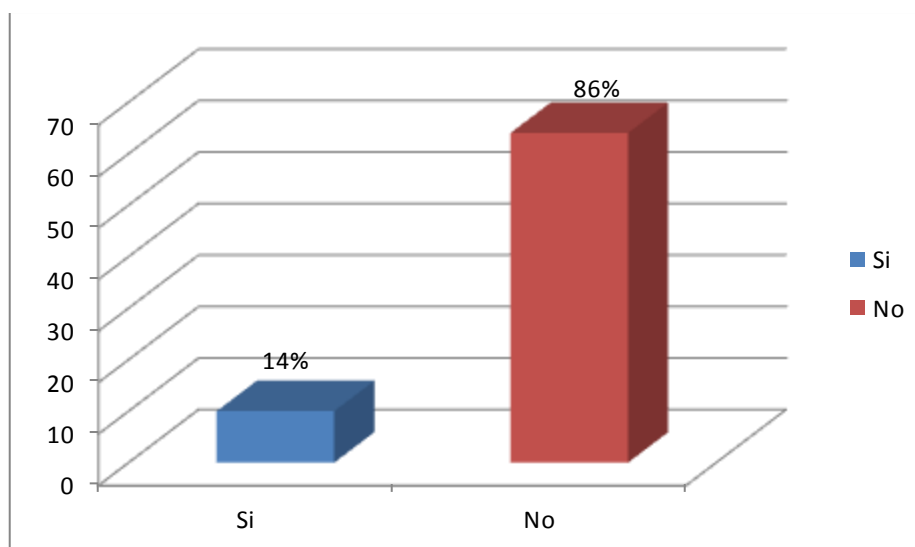
4.1. RESULTADOS

Tabla 1: Cuentas con la licencia de funcionamiento de la MYPE

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	14
No	64	86
Total	74	100

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

Gráfico 1: Cuentas con la licencia de funcionamiento de la MYPE



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

En la tabla y gráfico 1, se observa si cuenta la licencia de funcionamiento como característica de la formalización de la MYPE, de un total de 74 MYPE, el 86% no cuentan con licencia de funcionamiento, el 14% si cuenta con licencia de funcionamiento.

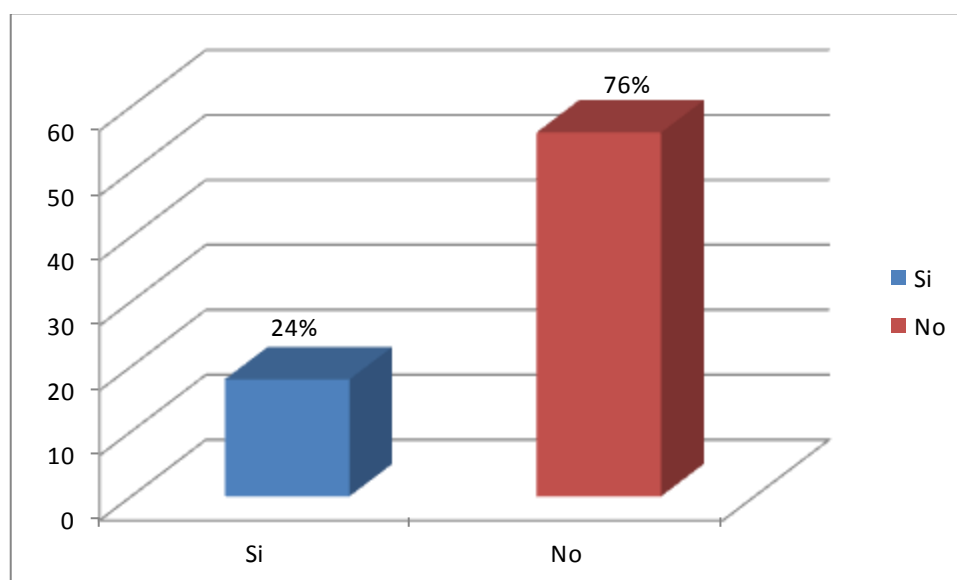
De los resultados podemos concluir que la mayoría de administradores de las MYPE manifiestan que no cuentan con licencia de funcionamiento como característica de la formalización de la MYPE.

Tabla 2: Realizas los pagos de impuestos tributarios de la producción de la MYPE

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	24
No	56	76
Total	74	100

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

Gráfico 2: Realizas los pagos de impuestos tributarios de la producción de la MYPE



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

En la tabla y gráfico 2, se observa si realiza pagos de impuestos tributarios como característica de la formalización de la MYPE, de un total de 74 MYPE, el 76% no realizan los pagos tributarios a la SUNAT, y el 24% si realizan los pagos tributarios.

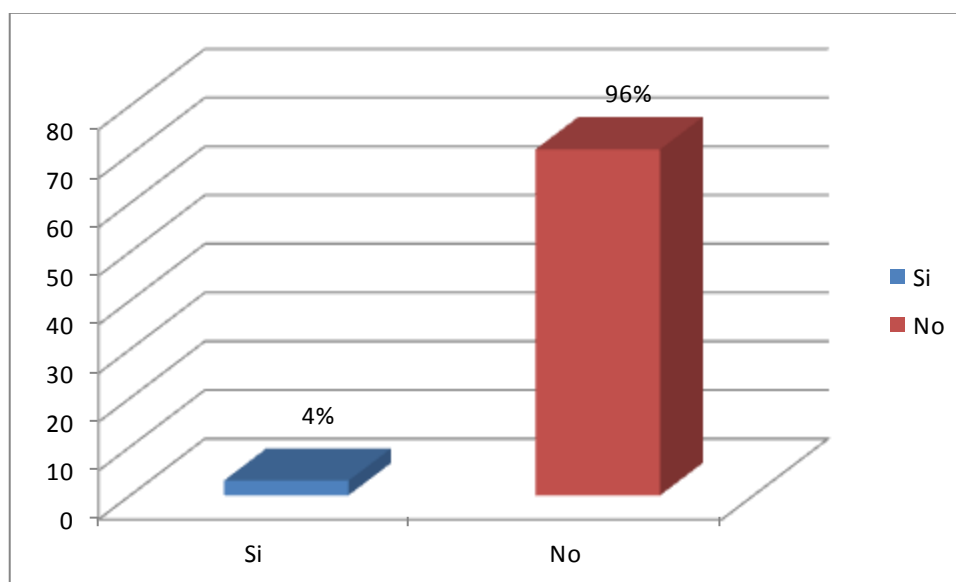
De los resultados podemos concluir que la mayoría de administradores de las MYPE manifiestan que no realizan los pagos de impuestos tributarios como características de la formalización de la MYPE.

Tabla 3: Se encuentra en planilla los trabajadores que laboran en la producción de la MYPE

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	4
No	71	96
Total	74	100

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

Grafico 3: Se encuentra en planilla los trabajadores que laboran en la producción de la MYPE



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

En la tabla y gráfico 3, se observa si se encuentra en planilla los trabajadores que laboran como característica de la formalización de la MYPE, de un total de 74 MYPE, el 96% no cuentan con planilla de los trabajadores, y el 4% si cuentan con planilla de los trabajadores.

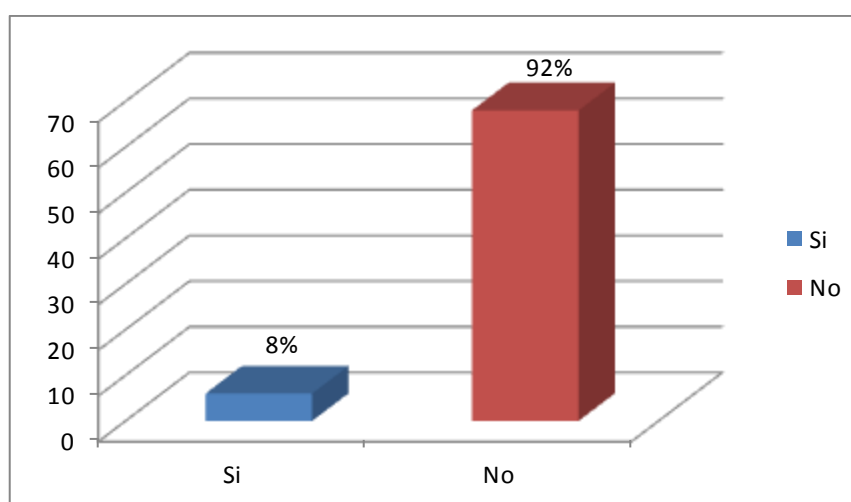
De los resultados podemos concluir que la mayoría de administradores de las MYPE manifiestan que no cuenta con planilla los trabajadores que laboran en la MYPE como características de la formalización de la MYPE.

Tabla 4: Realiza pagos sobre bonificaciones, gratificaciones y tiempos extras de los trabajadores de la MYPE

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	8
No	68	92
Total	74	100

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

Grafico 4: Realiza pagos sobre bonificaciones, gratificaciones y tiempos extras de los trabajadores de la MYPE



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

En la tabla y gráfico 4, se observa si realiza pagos sobre bonificación, gratificación y tiempos extras como característica de la formalización de la MYPE, de un total de 74 MYPE, el 92% no realizan pagos extras u otro tipo, y el 8% si realizan pagos de bonificación, gratificación o pagos extras.

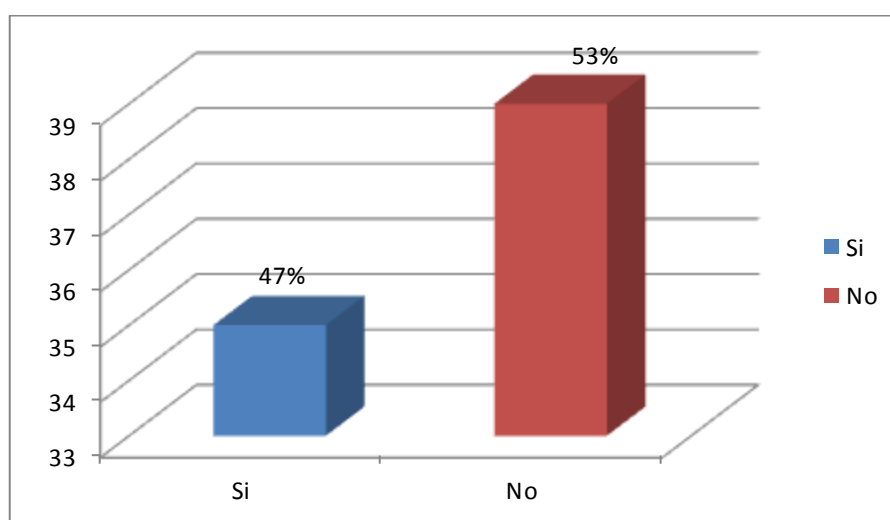
De los resultados podemos concluir que la mayoría de administradores de las MYPE manifiestan que no realizan algún tipo de pago como bonificaciones, gratificación y otros pagos extras en la MYPE como características de la formalización de la MYPE.

Tabla 5: Existe demanda en el mercado para la producción de productos de calidad

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	35	47
No	39	53
Total	74	100

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

Grafico 5: Existe demanda en el mercado para la producción de productos de calidad



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

En la tabla y grafico 5, se observa sobre la demanda en el mercado para la producción de productos de calidad como característica de la comercialización de la MYPE, de un total de 74 MYPE, el 53% no existe demanda de productos de calidad, y el 47% si existe demanda de productos de calidad.

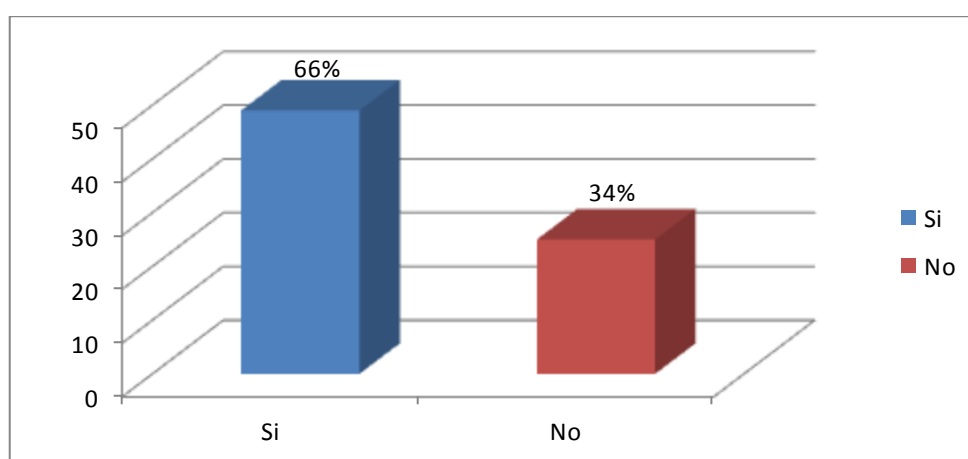
De los resultados podemos concluir que la mayoría de administradores de las MYPE manifiestan que no existe demanda suficiente sobre los productos de calidad como características de la comercialización de la MYPE.

Tabla 6: Cuentas con producción para ventas competitivas con otras empresas similares a la MYPE

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	49	66
No	25	34
Total	74	100

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

Grafico 6: Cuentas con producción para ventas competitivas con otras empresas similares a la MYPE



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

En la tabla y grafico 6, se observa sobre la producción para ventas competitivas con otras empresas similares como característica de la comercialización de la MYPE, de un total de 74 MYPE, el 34% no realiza producción para ventas competitivas, y el 66% si produce para las ventas competitivas de otras empresas similares.

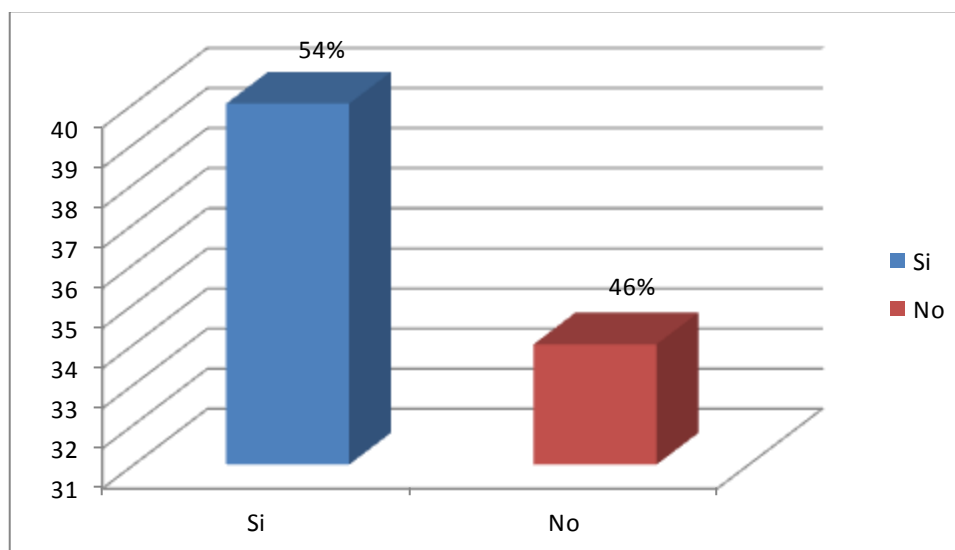
De los resultados podemos concluir que la mayoría de administradores de las MYPE manifiestan que si realizan producciones para ventas competitivas con otras empresa similares como características de la comercialización de la MYPE.

Tabla 7: Cuentas con recursos humanos capacitados para la producción de la MYPE

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	54
No	34	46
Total	74	100

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

Grafico 7: Cuentas con recursos humanos capacitados para la producción de la MYPE



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

En la tabla y gráfico 7, se observa si cuenta con recursos humanos capacitados para la producción como característica de la comercialización de la MYPE, de un total de 74 MYPE, el 46% no cuenta con recursos humanos capacitados, y el 54% si cuenta con recursos humanos capacitado.

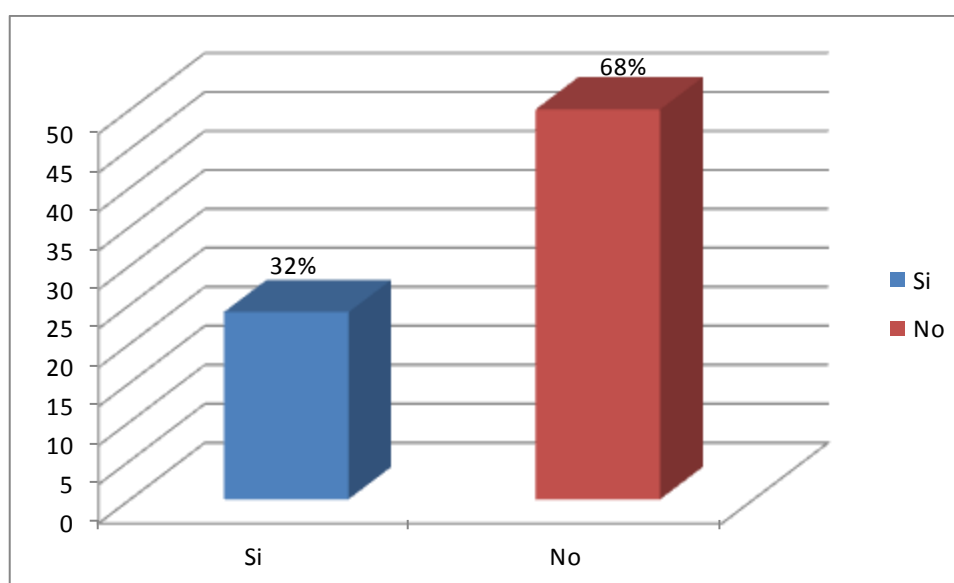
De los resultados podemos concluir que la mayoría de administradores de las MYPE manifiestan que si cuenta con recursos humanos capacitados para la producción como características de la comercialización de la MYPE.

Tabla 8: Cuentas con recurso financieros para la producción de la MYPE

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	32
No	50	68
Total	74	100

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

Tabla 8: Cuentas con recurso financieros para la producción de la MYPE



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

En la tabla y gráfico 8, se observa si cuenta con recursos financieros para la producción como característica de la comercialización de la MYPE, de un total de 74 MYPE, el 68% no cuenta con recursos financieros, y el 32% si cuenta con recursos financieros.

De los resultados podemos concluir que la mayoría de administradores de las MYPE manifiestan que no cuenta con recursos financieros para la producción como características de la comercialización de la MYPE.

4.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Cabe manifestar que al desarrollar lo propuesto en el plan de investigación presentado y aprobado oportunamente se cumplieron estas, tal como se ha previsto. A la clara nos muestra toda la información a través del tratamiento respectivo para la presentación de los resultados mediante tablas en alta resolución.

Analizando los resultados obtenidos en la presente investigación se puede enfocar a las características más influyentes para la formalización de las MYPE como el pago de impuestos por diferentes rubros, la falta de licencia de funcionamiento, asimismo la falta de registro de planillas para establecer beneficios sociales a los trabajadores, estos resultados son similares a lo mencionado por Linares (2010). Donde se ha obtenido que del total de empresarios encuestados, un 82% no se encuentran acogido a ningún régimen tributario, siendo la causa principal la falta de tiempo dirigida hacia los trámites engorrosos; y de orientación para la formalización. En su mayoría los propietarios de las microempresas financian sus actividades con recursos propios o de prestamistas particulares, no existiendo formalidad en la obtención de créditos. Siendo las entidades bancarias quienes son menos requeridas para la obtención de un crédito, por la exigencia de ciertos requisitos que el propietario no cumple.

El ser informal es un gran limitante para el empresario, no solo en la obtención de créditos financieros, sino en la búsqueda de nuevos mercados y

el desarrollo de la microempresa, no aparece en el mercado como alguien que actúa ordenada y cotidianamente, no tiene registrada la propiedad de su tienda o establecimiento, ni la de sus equipos e incluso sus productos, por la forma de venta informal, pueden ser decomisados por la policía. Es por ello que las entidades financieras consideran poco rentable y sobretodo de alto riesgo el facilitar créditos a empresarios informales. Visto de otro lado el empresario por falta de conocimiento no confía en las entidades, por las tasas de interés, cumplimiento de requisitos, entre otros.

Con referencia a las causas generales de la competitividad se establece que la globalización junto al avance tecnológico son características principales para la competitividad. Siendo esta la razón por la cual se está de acuerdo y se ratifica lo descrito por Castillo (2008) considera a las MYPE como la mayor fuerza productiva de nuestro país. Se dice que casi el 98% de las empresas nacionales son MYPE, de tal manera que el nivel de personas ocupadas en las MYPE, directa o indirectamente, representa a un 35% aproximadamente de la PEA (población económicamente activa) aunque quizá los porcentajes reales sean mucho mayores. Empero, la informalidad es creciente y los esfuerzos del estado por encauzarlas a la formalidad son insuficientes.

Analizando de la misma forma los factores de la competitividad dentro de la MYPE no cuentan con personal capacitado para la innovación y la producción de calidad con recursos tecnológicos esto se sustenta por la falta de financiamiento en la MYPE, prueba lo descrito por Cárdenas (2010). Las causas principales de

surgimiento del sector se deben a que la población busca ser independiente y a la falta de empleo en la región. El 84.38% del sector inicio la empresa máximo con dos trabajadores, que generalmente eran familiares directos como el cónyuge y/o hijos, por lo que se determinó que el sector está compuesto por empresas de corte familiar. El nivel de instrucción de los empresarios es bueno pues el 38.28% cuenta con secundaria completa y el 51.83% con estudios superiores, lo que les permite visionar el desarrollo de la empresa desde otras perspectivas, teniendo en cuenta además que el 63.54% de los empresarios se encuentran entre los 31 y 50 años de edad.

A pesar que el 67.45% del sector se encuentra inscrito en la SUNAT, sin embargo el 61.20% no cumple con pagar impuestos, el 70.31% compra sus insumos sin comprobante y el 66.15% no define la situación de sus trabajadores, situación esta última que se debería a que el 61.98% son familiares del empresario. El régimen que prefieren el sector es el RG y el RUS debido a los beneficios que ambos ofrecen, pues el primero permite al sector el enlace con las grandes empresas y el beneficio de la deprecación acelerada, consiguiendo así la tercerización en la economía regional. Mientras el segundo está dirigido a las personas naturales que inician un negocio sin aun constituirse en una empresa, pero que son considerados gestores de microempresas, permitiéndoles llevar una contabilidad relativamente fácil.

El sector invierte las utilidades en la empresa, pero no lo hace con una perspectiva de desarrollo debido a que no cuenta con un plan estratégico ni

estudio de mercado, sino más bien solo con intención de volver a reponer lo vendido o gastado. Siendo el nivel de innovación tecnológico bajo, pues el 63.02 % solo invierte cuando la empresa lo requiere, es decir cuando algún instrumento o máquina se ha malogrado y necesitan reemplazarla con otra, aunque sea de segundo uso.

V. CONCLUSIONES

PRIMERA: Se comprueba la importancia de la caracterización de la formalización y la competitividad de las micro y pequeñas empresas (MYPE) siendo estos factores indispensables para mantener la sostenibilidad y la inserción al mercado competitivo del sector industria en el rubro ropas deportivas en la ciudad de Juliaca, 2015.

SEGUNDA: Se concluye con respecto a la formalización que el 86% de encuestados señalaron que no cuentan con licencia de funcionamiento, realizando su trabajo informalmente. El 76% de encuestados manifiestan que no efectúan pago por impuestos tributarios, asimismo el 92% señalaron que sus trabajadores no perciben bonificaciones ni pagos por horas extras. De la misma forma el 68% de encuestados señalaron que no cuentan con recursos financieros suficientes.

Estos hechos nos demuestran que la formalización de las MYPE es tan importante incluso para poder acceder al financiamiento y seguir operando en el mercado.

TERCERA: Respecto a la competitividad concluimos señalando que el 66% de los encuestados han manifestado que su producción es competitiva, por cuanto conforme manifiestan que el 54% de encuestados su personal es capacitado permanentemente por lo que logran un producción de calidad, siendo así bastante competitivos frente a otros negocios del rubro de ropa deportiva que vienen de otras ciudades principalmente de la capital república.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Abad Gonzales, Víctor (2011) *Constitución de PYMES*. Lima: Editorial San Marcos.
- Arruñada, B. (2013). *El Imperativo de Eficacia en la Formalización de Empresas*. Revista: *Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*.
- Cagigal, José María (2015). *El deporte en la sociedad actual*. Segunda edición Madrid: magisterio español.
- Cárdenas, N. (2010). *Influencia de la informalidad en la Competitividad de la Micro y Pequeña Empresa en la Región Arequipa 2010*. Tesis para optar el Grado Académico de Magíster en Derecho, Facultad de Derecho, Universidad Católica Santa María, Arequipa, Perú.
- Castillo, J. (2008). *¿Existe inadecuación de la legislación referente a las MYPE con respecto a la problemática de su informalidad?* Tesis para optar el Grado Académico de Magíster en Derecho, Facultad de Derecho y Ciencia Política, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Centty, D. (2013). *Situación actual del sector en el Perú*. Extraído el día 22 de setiembre del 2015. Desde <http://eumed.net/libros/2008c/422/DEFINICION%20DE%20LA%20TERMINOLOGIA%20PYME.htm>
- Centty, D. (2015). *Informe Pyme – Región de Arequipa 2002*. Arequipa: Fundación Nuevo Mundo. [Acceso 2008]; Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/422/#indice>
- Hernandez, R. (2006) *Metodología de la investigación*. Cuarta edición. Impreso en Mexico

LEY N° 28015 (2003). *Ley De Promoción Y Formalización De La Micro Y Pequeña Empresa*

Linares, K. & Santos, J. (2010). La informalidad y su influencia en la obtención de créditos financieros para las microempresas del rubro granos y menestras del mercado Moshoqueque - 2010. Tesis de grado para optar el Título Profesional de Contador Público, Escuela Profesional de Contabilidad, Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Lambayeque.

Maroto I. (2008) Las MYPE y el aprovechamiento de las redes sociales. Extraído el día 09 de noviembre del 2015 desde http://www.documentos.campusesine.com/Revistas/ForoEsine/201104/Marketing1_114.pdf

Porter, Michael E. (2013). Ser competitivo, Nuevas aportaciones y conclusiones, Barcelona- España: Ediciones Deusto.

Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. (2007). Guía de Constitución y Formalización de Empresas. Lima, Perú: Autores.

Ministerio de la Producción. (2010). Como crear una empresa - Constitución y Formalización de empresas. Piura, Perú: Autor.

Ministerio de la Producción. (2011). Estadísticas de la Micro y Pequeña Empresa. Lima, Perú: Autor.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2012). Programas e Instituciones Estatales que apoyan a las MYPE en el Perú. Lima: Autores.

Movimiento Manuela Ramos. (2014). Microempresa, Formalización y Seguridad Social. Lima: Autores.

PEEL. (2006). La Microempresa. Extraído el día 30 de abril del 2016 desde:

http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/bel/BEL_34.pdf

ProInversión. (2015). *MYPEqueña empresa crece. Guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa*. Lima: Agencia de Promoción de la Inversión Privada con el apoyo de ESAN.

Proinversión. (2014) MYPEqueña empresa crece. Extraído el día 12 de Junio del 2015 desde: <http://www.uss.edu.pe/eventos/JovEmp/pdf/Mype.pdf>

Sabino A. (2015). *La Empresa*. Santa Fe de Bogotá, Colombia: Editorial Panamericano.

Schwalb, María Matilde y Malca, Oscar (2014). *Responsabilidad social: fundamentos para la competitividad y desarrollo sostenible*, segunda edición, Lima: Universidad del Pacífico.

Torres, M. (2012). *Microempresa, pobreza y empleo en América Latina y el Caribe. Una propuesta de trabajo. Versión Preliminar para la OEA*. Manuscrito no publicado.

Vela, L. (2012). *Caracterización de la micro y pequeña empresas (mype) en el Perú y desempeño de las microfinanzas*. Lambayeque, Perú: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

ANEXO 1

Cuestionario

Sobre la Caracterización de la formalización de MYPE

El objetivo de este instrumento es recoger información sobre **Caracterización de la formalización y competitividad de la MYPE.**

INSTRUCCIONES: Marque con (x) la alternativa que crea Ud., conveniente, agradecemos su colaboración ya que contribuirá en el presente trabajo de investigación. Tu colaboración es muy necesaria, por lo que es importante que respondas con sinceridad y objetividad

1. Cuentas con la licencia de funcionamiento de la MYPE
 - a. Si
 - b. No

2. Realizas los pagos de impuestos tributarios de la producción de la MYPE
 - a. Si
 - b. No

3. Se encuentra en planilla los trabajadores que laboral en la producción de la MYPE
 - a. Si

- b. No
4. Realiza pagos sobre bonificaciones, gratificaciones y tiempos extras de los trabajadores de la MYPE
- a. Si
 - b. No
5. Existe demanda en el mercado para la producción de productos de calidad
- a. Si
 - b. No
6. Cuentas con producción para ventas competitivas con otras empresas similares a la MYPE
- a. Si
 - b. No
7. Cuentas con recursos humanos capacitados para la producción de la MYPE
- a. Si
 - b. No
8. Cuentas con recurso financieros para la producción de la MYPE
- a. Si
 - b. No

ANEXO 1: Matriz de Consistencia

TITULO: CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS (MYPE) DEL SECTOR INDUSTRIA - RUBRO ROPAS DEPORTIVAS EN LA CIUDAD DE JULIACA, 2015.

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA o ÍNDICE
<p>¿Cuáles son las características de la formalización y la competitividad de la Micro y Pequeñas empresas (MYPE) del sector industria – rubro ropas deportivas en la ciudad de Juliaca, 2015?</p>	<ul style="list-style-type: none"> Determinar las principales características para la formalización de las MYPE del sector industria – rubro ropas deportivas frente a la competitividad en la ciudad de Juliaca Determinar las principales características de la competitividad de las MYPE del sector industria – rubro ropas deportivas para su formalización en la ciudad de Juliaca 	<p>VARIABLE 1: Características de la formalización y la competitividad de las MYPE</p>	<p>Características de la formalización</p> <p>Características de la competitividad</p>	<p>1.1.1. Licencia de funcionamiento 1.1.2. Pago de impuestos 1.1.3. Registro laboral en planilla 1.2.2. Calidad en la Producción 1.2.3. Ventajas Competitivas (costo-calidad) 1.2.4. Recursos Humanos-Capacitación 1.2.5. Recursos Financieros</p>	<p>Si/ No</p>