



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y LA
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR SERVICIO -
RUBRO MECÁNICA AUTOMOTRIZ - LABORATORIO DIESEL
- DEL DISTRITO DE JULIACA PROVINCIA DE SAN ROMAN,
REGIÓN DE PUNO, PERIODO 2015**

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

AUTOR:

Bach. NEL SANTOS SUCASAIRE MAMANI

ASESOR:

Ing. DIVAN YURI CARI CONDORI

JULIACA – PERÚ

2016

HOJA DE FIRMA DEL JURADO

DR. APOLINAR FLOREZ LUCANA
PRESIDENTE

MGTR. JUAN MAURICIO PILCO CHURATA
SECRETARIO

Lic. CONSTANTINO ANTONIO PARICAHUA CONDORI
MIEMBRO

AGRADECIMIENTOS

A Dios Todopoderoso:

Por acompañarme siempre en todo momento de dificultad, permitirme terminar satisfactoriamente mis estudios y por cuidar mi hogar en las horas de ausencia. Gracias por todo, mí querido Dios.

A ti, Yesenia:

Por tu apoyo incondicional y comprensión, que fueron fundamentales para poder iniciar y °finalizar mi tesis. Gracias, querida novia.

A Carlos y Jesús:

Por su amistad, cariño y comprensión. Porque fueron mis compañeros incondicionales “de batalla”, desde el principio hasta el fin de la tesis. Gracias, mis amigos.

Al Ing. Diván:

Por los valiosos conocimientos y experiencias transmitidos, por adiestrarnos en el “arte de exponer” y por haber sido nuestro amigo y asesor de tesis.

DEDICATORIA

A mi Alma Mater por ser la formadora de mis ideales y a mis profesores por su excelente labor de pedagógica.

A mi Madre:

Balbina por haberme dado la vida, a mi madre por el afecto que me ha dado y me sigue brindando, por su apoyo permanente e incondicional desde que decidí hacerme profesional.

RESUMEN

El presente estudio sobre la caracterización de la formalización y la competitividad de las Mype del sector servicio Rubro Mecánica Automotriz Laboratorio Diésel del distrito de Juliaca, Provincia de San Román, Región de Puno. Nos permitirá conocer las principales características de la formalización y la competitividad de las Mype en estudio. La investigación fue tipo cuantitativo, de nivel Descriptivo y de diseño No experimental/ transversal. Para la recopilación de datos se tomó la muestra en su totalidad 10 Mype del sector y rubro mencionado; a las que se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. Los principales resultados encontrados fueron: La edad promedio del 60% de los representantes de las Mype estudiadas es de 36 años a más; el 70% tiene instrucción superior universitaria, el 90% son dueños de sus empresas. Respecto a la formalización el 90% de las Mype son informales, y un 60% cree que la formalización le proporcione ventaja a su empresa y el 80% se encuentran en régimen simplificado y un 40% de los dueños no formalizan debido a muchas regulaciones estatales. Respecto a la competitividad el 40% de los empresarios cuenta con un plan estratégico para su empresa, y el 60% de los empresarios piensan que su empresa es competitiva, y un 60% de los empresarios conoce a sus competidores. Con los resultados obtenidos, le permitirá que los empresarios tomen decisiones con respecto a la formalización y la competitividad de las Mype, y el empresario puede lograr tener los diferentes servicios que originan su competitividad, sostenibilidad y rentabilidad, lo que le permite afianzarse en nuevos mercados y relacionarse con otras empresas que forman parte de los diferentes eslabones de las cadenas productivas.

Palabras Clave: Formalización – Competitividad – MYPE

ABSTRACT

This study on the characterization of formalization and competitiveness of the service industry Mype Go Automotive Mechanics Laboratory Diésel district of Juliaca, San Román Province, Puno Region. We will let you know the main features of formalization and competitiveness of MSEs under study. The research was quantitative, descriptive level and not experimental design / cross. For the sample data collection in full 10 Mype the sector and category mentioned was taken; to which was applied a questionnaire of 20 questions, using the survey technique. The main findings were: The average age of the 60% of the representatives of the Mype studied is 36 years older; 70% have university higher education, 90% own their businesses. Regarding the formalization 90% of MSEs are informal, and 60% believe that formalization will provide benefit to your company and 80% are in simplified scheme and 40% of owners not formalized because many state regulations. Regarding competitiveness 40% of employers have a strategic plan for your company, and 60% of employers think their company is competitive, and 60% of employers know your competitors. With the results, will allow employers to take decisions regarding the formalization and competitiveness of MSEs, and the employer can manage to have the different services that originate their competitiveness, sustainability and profitability, allowing it to gain a foothold in new markets and interact with other companies that are part of the various links of the supply chain.

Keywords: Formalization - Competitiveness – MYPE

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|------|
| CARÁTULA | i |
| CONTRACARÁTULA | ii |
| HOJA DE FIRMA DEL JURADO..... | iii |
| AGRADECIMIENTOS | iv |
| DEDICATORIA | v |
| RESUMEN | vi |
| ABSTRACT | vii |
| ÍNDICE DE CONTENIDO..... | viii |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | x |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS..... | xi |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. REVISIÓN DE LITERATURA..... | 5 |
| 2.1 ANTECEDENTES..... | 5 |
| 2.1.1 ANTECEDENTES INTERNACIONALES..... | 5 |
| 2.1.1 ANTECEDENTES NACIONALES..... | 8 |
| 2.2 BASES TEÓRICAS..... | 11 |
| 2.2.1 TEORIA DE LA FORMALIZACIÓN..... | 11 |
| 2.2.2 TEORIA DE LA COMPETITIVIDAD..... | 15 |
| 2.3 MARCO CONCEPTUAL..... | 22 |
| 2.3.1 DEFINICIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (MYPE)..... | 22 |
| 2.3.2 IMPORTANCIA DE LAS MYPE..... | 24 |
| 2.3.3 LAS MYPE EN EL PERÚ..... | 26 |
| 2.3.4 LAS MYPE EN PUNO..... | 29 |

| | |
|--|------------|
| 2.3.5 LAS MYPE EN JULIACA..... | 30 |
| 2.3.6 DEFINICIÓN DE LA FORMALIZACIÓN..... | 31 |
| 2.3.7 DEFINICIÓN DE LA COMPETITIVIDAD..... | 37 |
| 2.3.8 LA INNOVACIÓN: FACTOR DE SUPERVIVENCIA, TIPOS DE INNOVACIÓN..... | 47 |
| 2.3.9 CONCEPTO DE MECÁNICA AUTOMOTRIZ-LABORATORIO DIESEL..... | 54 |
| 2.3.10 EMPRESA DEL SECTOR SERVICIO-MÉCANICA AUTOMOTRIZ- LABORATORIO DIESEL..... | 70 |
| III. METODOLOGÍA | 78 |
| 3.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN | 78 |
| 3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA..... | 79 |
| 3.3 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES Y LOS INDICADORES..... | 79 |
| 3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS | 85 |
| 3.5 PLAN DE ANÁLISIS..... | 85 |
| IV. RESULTADOS | 86 |
| 4.1 RESULTADOS..... | 86 |
| 4.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS | 106 |
| V. CONCLUSIONES | 110 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 113 |
| ANEXOS | 118 |
| MATRIZ DE CONSISTENCIA..... | 123 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----|
| TABLA N°1:Edad De Los Propietarios de la empresa..... | 86 |
| TABLA N°2:Género Del Gerente y/o Propietario..... | 87 |
| TABLA N° 3: ¿Cuál es el grado de instrucción De Los Propietarios..... | 88 |
| TABLA N° 4: ¿Cuál es el cargo de los Representantes?..... | 89 |
| TABLA N° 5:¿Qué tiempo se desempeña en el cargo?..... | 90 |
| TABLA N° 6:¿Cuál es el tiempo de permanencia de su empresa en el rubro Mecánica Automotriz-Laboratorio Diésel..... | 91 |
| TABLA N° 7: Su empresa es:..... | 92 |
| TABLA N° 8:¿Cuáles es el Objetivo de su Empresa? | 93 |
| TABLA N° 9:¿Usted cree que la formalización le proporcione ventaja a su empresa | 94 |
| TABLA N° 10:¿Si fuera una empresa formal sabe, que beneficios tiene..... | 95 |
| TABLA N° 11:¿Cuál es el régimen en el que se encuentra su empresa?..... | 96 |
| TABLA N° 12:¿Por qué motivos no formalizo su empresa?..... | 97 |
| TABLA N° 13:¿Qué tipo de comprobante emite su empresa?..... | 98 |
| TABLA N° 14:¿Usted cree que la formalización le ayude en el mercado?..... | 99 |
| TABLA N° 15:¿Usted cree que su empresa cuenta con un plan estratégico?..... | 100 |
| TABLA N° 16:¿Usted conoce el termino de competitividad?..... | 101 |
| TABLA N° 17:¿Cree que su empresa es competitiva?..... | 102 |
| TABLA N° 18:¿Conoce usted a sus principales competidores?..... | 103 |
| TABLA N° 19:¿Ha mejorado la infraestructura de su empresa?..... | 104 |
| TABLA N° 20:¿De qué forma cree que es competitiva su empresa?..... | 105 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|------------|
| GRÁFICO N°1: Edad De Los Propietarios de la empresa..... | 86 |
| GRÁFICO N°2: Género Del Gerente y/o Propietario..... | 87 |
| GRÁFICO N° 3: ¿Cuál es el grado de instrucción De Los Propietarios..... | 88 |
| GRÁFICO N° 4: ¿Cuál es el cargo de los Representantes?..... | 89 |
| GRÁFICO N° 5: ¿Qué tiempo se desempeña en el cargo?..... | 90 |
| GRÁFICO N° 6: ¿Cuál es el tiempo de permanencia de su empresa en el rubro Mecánica Automotriz-Laboratorio Diésel..... | 91 |
| GRÁFICO N° 7: Su empresa es:..... | 92 |
| GRÁFICO N° 8: ¿Cuál es el Objetivo de su Empresa? | 93 |
| GRÁFICO N° 9: ¿Usted cree que la formalización le proporcione ventaja a su empresa | 94 |
| GRÁFICO N° 10: ¿Si fuera una empresa formal sabe, que beneficios tiene..... | 95 |
| GRÁFICO N° 11: ¿Cuál es el régimen en el que se encuentra su empresa?..... | 96 |
| GRÁFICO N° 12: ¿Por qué motivos no formalizo su empresa?..... | 97 |
| GRÁFICO N° 13: ¿Qué tipo de comprobante emite su empresa?..... | 98 |
| GRÁFICO N° 14: ¿Usted cree que la formalización le ayude en el mercado?..... | 99 |
| GRÁFICO N° 15: ¿Usted cree que su empresa cuenta con un plan estratégico?.. | 100 |
| GRÁFICO N° 16: ¿Usted conoce el termino de competitividad?..... | 101 |
| GRÁFICO N° 17: ¿Cree que su empresa es competitiva?..... | 102 |
| GRÁFICO N° 18: ¿Conoce usted a sus principales competidores?..... | 103 |
| GRÁFICO N° 19: ¿Ha mejorado la infraestructura de su empresa?..... | 104 |
| GRÁFICO N° 20: ¿De qué forma cree que es competitiva su empresa?.. | 105 |

I. INTRODUCCIÓN

Más de tres cuartas partes de los establecimientos de la micro y pequeña empresa están organizados formalmente como personas naturales. Obviamente esta presencia es más acentuada en la microempresa (**con 1 a 10 trabajadores**), donde aproximadamente 80% de los establecimientos son Personas Naturales. En cambio en la pequeña (**con 11 a 20 trabajadores**), se observa una mayor diversificación, que incluye desde las formas individuales de organización hasta Sociedades Anónimas. En este estrato los establecimientos organizados individualmente son menos de una quinta parte.

En el Perú, al 30 de 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 informó el INEI. Esta medición se ha hecho al considerar la nueva categorización empresarial establecida por la **Ley N° 30056** “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, promulgada el 1 de julio de 2013.

Pero con la **Ley N° 30056** se elimina la cantidad de trabajadores para diferenciar a las Mype y se incluye a la mediana empresa, precisando que son micro empresas las que alcanzan ventas anuales de hasta 150 UIT, son pequeñas empresas las que tienen ventas anuales superiores a este valor y hasta el monto máximo de 1,700

UIT, y son medianas empresas las que alcanzan ventas anuales superiores a 1,700 UIT hasta 2,300 UIT. “Considerando que el valor de la Unidad Impositiva Tributaria del 2012 fue de S/. 3,650, fijado por el Decreto Supremo N° 233-2011-EF, los ingresos registrados en el 2012 por las micro, pequeñas y medianas empresas, significan el 20,7% de las ventas totales del país”, según el INEI.

En la Región de Puno, se considera el 9.1% de los establecimientos de la micro y pequeña empresa. En Puno, la industria mecánica mantiene un flujo de operaciones dinámico y con mucho volumen, por lo tanto se espera que sea una industria bien desarrollada, próspera y competitiva. Necesita, consecuentemente, contar con información confiable, oportuna y fidedigna, la cual permitirá tomar mejores decisiones para la empresa. Empero, la cabal informalidad de las Mype, les impedirá desarrollarse en las múltiples actividades del mercado, lo que generará en ellas su fracaso y desaparición, puesto que éstas desconocen las principales características de la formalización y la competitividad de las Mype.

En Juliaca, la industria mecánica mantiene un flujo de operaciones dinámico y con mucho volumen, por lo tanto se espera que sea una industria bien desarrollada, próspera y competitiva. Empero, la cabal informalidad de las Mype, les impedirá desarrollarse en las múltiples actividades del mercado, lo que generará en ellas su fracaso y desaparición, puesto que éstas desconocen las principales características de la formalización y la competitividad de las Mype.

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente:

¿Cuáles son las principales características de la formalización y la competitividad de las Mype del sector servicio – Rubro Mecánica Automotriz – Laboratorio Diésel del distrito de Juliaca, Provincia de San Román, Región de Puno, Periodo 2015?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo

General:

- **Determinar las principales características de la formalización y la competitividad de las Mype del sector servicio– Rubro Mecánica Automotriz – Laboratorio Diésel del distrito de Juliaca, Provincia de San Román, Región de Puno, Periodo 2015.**

Para poder conseguir el objetivo general, nos hemos planteado los siguientes objetivos específicos:

- **Determinar las principales características de los empresarios del sector servicio– Rubro Mecánica Automotriz – Laboratorio Diésel del distrito de Juliaca, Provincia de San Román, Región de Puno, Periodo 2015.**

- **Determinar las principales características de las MYPE y del sector servicio– Rubro Mecánica Automotriz – Laboratorio Diésel del distrito de Juliaca, Provincia de San Román, Región de Puno, Periodo 2015.**
- **Determinar las principales características de la formalización de las Mype del sector servicio – Rubro Mecánica Automotriz – Laboratorio Diésel del distrito de Juliaca, Provincia de San Román, Región de Puno, Periodo 2015.**
- **Determinar las principales características de la competitividad de las Mype del sector servicio– Rubro Mecánica Automotriz – Laboratorio Diésel del distrito de Juliaca, Provincia de San Román, Región de Puno, Periodo 2015.**

El presente estudio se justifica, porque permitirá conocer las principales características de la formalización y la competitividad de las Mype del sector servicio– Rubro Mecánica Automotriz – Laboratorio Diésel del distrito de Juliaca, Provincia de San Román, Región de Puno.

Con los resultados obtenidos, le permitirá que los empresarios tomen decisiones con respecto a la formalización y la competitividad de las Mype.

Finalmente, este estudio servirá de base para futuras investigaciones y otros estudios de las Mype, con respecto a su formalización y competitividad.

II. REVISIÓN DE LITERATURA.

2.1 ANTECEDENTES.

2.1.1 ANTECEDENTES INTERNACIONALES.

Molina, Palma y Rodríguez (2015). En su trabajo de investigación sobre **“Competitividad en la línea de comercialización de repuestos automotrices de Casa Pellas S.A. Estelí, con respecto a las empresas similares establecidas en la ciudad, año 2015.”** Se han propuesto el siguiente objetivo general: Analizar la Competitividad en la línea de comercialización de repuestos automotrices de Casa Pellas S.A. Estelí, con respecto a las empresas similares establecidas en la ciudad de Estelí, año 2015. Y para poder conseguirlo se planteado los siguientes objetivos específicos: Describir las estrategias competitivas implementadas por Casa Pellas S.A. Estelí en la división de repuestos automotrices, Identificar la influencia de los factores de competitividad (precio, calidad de servicio, calidad de productos, y publicidad) en los negocios de comercialización de repuestos de la ciudad de Estelí, Analizar los factores de competitividad (precio, calidad de servicio, calidad de productos y publicidad) que influyen en el comportamiento de compra de los clientes en el mercado local de repuestos, Proponer estrategias que permitan a Casa Pellas S.A. Estelí la mejora de su competitividad en el mercado local de repuestos automotrices.

- Actualmente, Casa Pellas distribuye una variedad de marcas de vehículos como: Toyota, Suzuki, Mahindra, SsangYong, camiones Hino y JMC; así mismo, ofrece modernas motocicletas de marcas internacionalmente reconocidas como Yamaha, amplia variedad de llantas, plantas eléctricas, repuestos originales, soldaduras eléctricas, motores marinos, partes y equipos industriales, entre otras líneas de negocios.
- Aunque Casa Pellas S.A. ofrecen repuestos para marcas de vehículos y motos de alta circulación, no cubren la totalidad del mercado de repuestos para autos y motos que ellos no distribuyen.
- Existe alta demanda en el mercado de repuestos alternos (no originales) que por su bajo costo de adquisición se convierten en una alternativa provechosa tanto para el consumidor como para el vendedor.
- Al vender únicamente repuestos originales, el precio de Casa Pellas S.A. ofrece por sus productos es más elevado en comparación a las demás tiendas de repuestos, siendo esto una ventaja competitiva para las demás tiendas de repuestos.

Es por ello, y de acuerdo con su objetivo general, los autores han llegado a las siguientes conclusiones:

- Casa Pellas S.A. implementa muy buenas estrategias empresariales de comercialización de Repuestos automotrices y de venta directa como: Planeamiento Estratégico General, departamento de atención al cliente, gerencia de innovación, uso eficiente de los canales de distribución, convenios y acuerdos con la competencia, capacitaciones e inducciones a los empleados, estrategias de venta directa y cumplimiento de ventas (Metas sobre ventas, comisiones sobre ventas, seguimiento a proformas) entre otras actividades. que le han permitido posicionarse en el mercado local de repuestos y ser reconocido como uno de los principales competidores, distinguido por distribuir repuestos originales de calidad y su atención personalizada.
- Se logró comprobar que los principales factores de competitividad desde el punto de vista de los dueños de las tiendas de repuestos de la ciudad de Estelí son: la buena atención, que se traduce en calidad de servicio con el 93%, la calidad de los productos con el 89% y los más bajos precios del mercado con el 74%. Además, demostró que el 96% de los dueños de los comercios consideran que la publicidad es una estrategia importante para la captación de clientes en este mercado.
- Se demostró que el primer factor de competitividad en este mercado es el precio con un 69%, mientras que la calidad con un 65%, el 55% es la variedad de repuestos y el 53% la atención al cliente.

- Con respecto a la propuesta realizada a Casa Pellas S.A. división de repuestos se propone mejorar las políticas de precios para los clientes, elaborar un manual de funciones y procedimientos y realizar publicidad estratégica.

Finalmente se concluye que la hipótesis planteada en esta investigación titulada “La competitividad de Casa Pellas S.A. Estelí en el mercado local de repuestos automotrices está condicionada por la calidad del servicio y la calidad de sus productos”, se logró cumplir, ya que se demostró que todos los encuestados que compran sus repuestos en Casa Pellas S.A. Estelí lo hacen porque quieren repuestos de calidad (100%), mientras con 50% por asesoría y conocimiento técnico, y un 42% porque se les brinda muy buena atención.

2.1.1 ANTECEDENTES NACIONALES.

Alfonso Valdivia Ferré (2014). En su trabajo de investigación sobre **caracterización de la formalización la competitividad de las MYPE del sector servicio-rubro mecánica automotriz del distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2013- 2014.** Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la formalización y la competitividad de las Mype del sector servicio – Rubro Mecánica Automotriz del distrito de Breña, Provincia de Lima, Departamento de Lima. Y para poder conseguirlo se planteado los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de la formalización de las Mype del sector servicio –

Rubro Mecánica Automotriz del distrito de Breña, Provincia de Lima, Departamento de Lima, Determinar las principales características de la competitividad de las Mype del sector servicio – Rubro Mecánica Automotriz del distrito de Breña, Provincia de Lima, Departamento de Lima, Determinar las principales características de las Mype y de los empresarios del sector servicio – Rubro Mecánica Automotriz del distrito de Breña, Provincia de Lima, Departamento de Lima..

- Obteniendo los siguientes resultados. El 56% de empresarios encuestados manifiestan tener de 31 – 40 años de edad, el 67% ser casados, el 56% cuentan con estudios Superiores no Universitarios, el 67% ser dueños de su propia empresa.
- Con respecto a determinar las principales características de las MYPE, se obtuvo que: El 45% tener de 2 – 3 años en la actividad y el rubro, el 31% se encuentran formalizadas, y el 67% tienen de 1 - 5 trabajadores.
- Con respecto a determinar las principales características de la formalización de las MYPE se obtuvo como resultado que: El 44% no obtienen ventajas, puesto que no se encuentran formalizadas, mientras que un 15% señalan obtener créditos por su formalización y además que el 33% a los tramites para formalizar la empresa como demasiado engorroso.
- Y por último, con respecto a determinar las principales características de la formalización de las MYPE se obtuvo lo siguiente: El 100% tienen

conocimiento del término competitividad, y el 56% manifiestan ser competitivas por calidad de sus productos.

Así mismo llegó a las siguientes conclusiones:

- Se ha llegado a la conclusión que las personas dueñas de un empresa en el Distrito de Breña saben que es necesario realizar la formalización de sus empresas ya que esto conllevará a ser elegibles de otorgar un crédito por parte de los bancos. En su totalidad los dueños de negocios en el distrito de Breña no desean realizar la formalización de los mismos, porque existen muchos trámites engorrosos que realizan y eso los ahuyenta de efectuar el mismo.
- En este medio los talleres mecánicos pequeños son muy pocos los que cuentan con una debida administración, además de estar equipados con las debidas herramientas técnicas informáticas y un plan o método. Cabe destacar que la gran mayoría de usuarios declara que si las Empresas que no están formalizadas lo realizan, la competencia será beneficiosa para ellos y tendrán mejores oportunidades de elegir un buen servicio.
- De los que utilizan algún medio de control en sus talleres mecánicos se tienen los siguientes como los más comunes: Hojas de Excel, libreta, expedientes, facturas, órdenes de servicio, registros, es decir, la mayoría lo hace todo de manera “manual”, Con esto se observa la poca importancia que se le ha prestado a los talleres automotrices menos aún en el medio, que es

un país menos avanzado tecnológicamente a pesar de la importancia que tiene el sector de la industria automotriz y lo desatendido que éste se encuentra.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.3 TEORIA DE LA FORMALIZACIÓN.

Arruñada, B. (2010). Numerosos gobiernos y organizaciones internacionales están dedicando gran cantidad de recursos a “simplificar” los trámites necesarios para constituir y operar legalmente las empresas. Muchas de estas iniciativas carecen de una teoría de la formalización empresarial, a la que ven tan solo como un proceso burocrático al servicio de los profesionales y funcionarios que intervienen en la formalización. Consiguientemente, muchas reformas se han centrado en reducir los costes y el tiempo en que incurre el empresario para formalizar la empresa, sin preocuparse de los costes sociales ni del valor obtenido. En particular, han desentendido del papel central de la formalización: reducir los costes de transacción de la empresa en sus relaciones con otros agentes económicos.

Sin embargo, la reforma de las instituciones de formalización empresarial no debe tener como único objetivo el coste de los procedimientos administrativos: ha de considerar también los beneficios que aquéllas proporcionan. Para

fundamentar este argumento, el presente artículo presenta una teoría de las instituciones de formalización (esencialmente, el registro de sociedades mercantiles) que permite abordar su reforma con un objetivo de eficiencia y no de mera reducción de costes. La teoría contempla la formalización como una intervención pública de ciertos contratos privados para hacer posible que los jueces apliquen reglas facilitadoras del mercado.

Lotero, J., Moreno, A., & Valencia, M. (2005) Hernando De soto (1989).

Afirma que: El sector informal está constituido por el conjunto de empresas, trabajadores y actividades que operan fuera de los marcos legales y normativos que rigen la actividad económica. Por lo tanto, pertenecer al sector informal supone estar al margen de las cargas tributarias y normas legales, pero también implica no contar con la protección y los servicios que el estado puede ofrecer.

Schneider y Enstex (2000). Hacen referencia a dos definiciones que han sido utilizadas con relativa frecuencia. La primera describe al sector informal como “toda actividad económica que contribuye con el PBI observado o calculado de manera oficial, pero que no se encuentra registrada”. La segunda lo define como “la producción en el mercado, legal o ilegal, de bienes y servicios que escapan al registro del PBI oficial”.

Mirus y Smith (1997). Enmarcan la economía informal dentro de un contexto más amplio, que incluye actividades legales e ilegales y transacciones monetarias y no monetarias. De acuerdo con ellos, además de las actividades

independientes del hogar, el ingreso no reportado en la producción de bienes y servicios legales también forma parte del sector informal.

Feige (2003). por su parte, desarrolla una taxonomía del sector informal donde las actividades que se desenvuelven en la economía subterránea evaden, eluden, o están excluidas del sistema institucional de reglas, leyes, derechos y sanciones que rigen las actividades formales. Según el autor, existen cuatro clases de actividades económicas subterráneas: actividades ilegales, no declaradas, no registradas e informales.

Fleming et. Al. (2000). Indican que las discrepancias en la definición del sector informal se deben a diferencias en los objetivos de estudio, tales como la estimación de la magnitud del sector o la caracterización del mismo. En el primer caso, sugieren definir como informal a toda actividad no registrada; mientras que en el segundo, recomiendan definir el sector informal a partir de las características del comportamiento de los agentes. Como se puede apreciar, resulta complicado establecer una definición precisa del sector informal, pues existen tantas definiciones como estudios que buscan tipificarlo. De acuerdo con lo señalado por Fleming et. Al. (2000), existe un gran discrecionalidad para el investigador en la selección y el diseño de la definición del sector informal; luego, se debe adoptar una definición acorde con el objeto de estudio y que incorpore los alcances de taxonomías depuradas como la de **Mirus y Smith (1997)**.

Hernando De soto (1989). El estatus legal es el elemento clave para distinguir entre las actividades formales e informales. En este sentido, el sector informal se define como el conjunto de unidades económicas que no cumplen con todas las regulaciones e impuestos. Más aun, se enfatiza que las actividades informales emplean medios ilegales para satisfacer objetivos esencialmente legales. De la tesis de Soto se desprenden dos ideas. Primero, no son informales los individuos sino sus actividades, al punto que un agente económico pueden participar de manera formal en un mercado pero de modo informal en otro. Segundo, en la mayoría de los casos las unidades económicas desobedecen disposiciones legales precisas. Así, existe una continuidad de firmas e individuos ubicados en un rango que va desde aquellos que acatan todas las regulaciones y pagan todos los impuestos, hasta aquellos que se encuentran fuera del marco regulatorio.

Loayza (1996). Añade que ser informal es una elección racional donde los agentes evalúan los costos y beneficios de ser parcial o completamente informal. El autor divide los costos de la formalidad en costos de acceso y costos de permanencia. Los primeros incluyen el gasto incurrido para obtener licencias y permisos, y sobre todo el costo de oportunidad derivado del tiempo empleado para cumplir con todos los requerimientos legales. Los segundos están referidos a los impuestos, las regulaciones y los requisitos burocráticos. De estos, las regulaciones relacionadas con el bienestar de los trabajadores serían las más restrictivas y costosas (salarios mínimos, indemnizaciones, protección a los sindicatos, entre otras). Por el otro lado, dentro de los costos de

la informalidad se identifican dos tipos: los de las penalidades cuando las actividades informales son detectadas y los de la imposibilidad de acceder a todos los bienes y servicios provistos por el Estado.

De la Roca, J. (2004). Dreyden y College ya que sintetiza la visión legalista de la informalidad, de gran aceptación dentro de la literatura. Además, permite establecer una clara identificación de los componentes de la estructura informal, con lo cual facilita su medición. Dichos autores dividen las actividades informales en tres componentes:(1) Evasión tributaria “pura”, (2) economía irregular, y (3) actividades ilegales.

2.2.3 TEORIA DE LA COMPETITIVIDAD.

Gómez, (2011). En sus inicios y desde que el autor ADAM SMITT publicó en 1776, el libro titulado *La riqueza de las naciones*, el tema de la competitividad ha sido el centro de análisis de los negocios (**López y Marín, 2011**). Sin embargo, su verdadero término se comenzó a emplear a partir del siglo XVIII por David Ricardo en 1817 y Adam Smith en 1966, como un concepto relacionado a la ventaja comparativa de la producción y precios para una economía del mercado de un país en contraste con otro.

Marín y López, (2011). A partir de entonces, el término ha evolucionado constantemente, Otro de los autores precursores fue **J. M. McGeehan**, quien durante la década de los sesenta realizó una ardua revisión de la competitividad

internacional, destacando el papel que juegan las crisis en la balanza de pagos de las economías referidas a las importaciones y exportaciones de un país (Gómez, 2011). Consecuentemente, otros autores como **Shumpeter, Engels y Marx**, y algunos más recientes, se han involucrado en abordar el constructo desde una óptica más amplia y compleja, con un soporte técnico, sociopolítico y cultural.

La barca, (2007). Como resultado de lo anterior, surgen distintos conceptos acerca de la competitividad que representan un marco referencial bastante amplio. Entre las principales definiciones se encuentra la de la Real Academia Española (1992), la cual define a la competitividad como aquel que es capaz de competir o que tiene la capacidad de competir Por su parte, la comisión sobre la Competitividad Industrial de los Estados Unidos (1992), en Morales y Pech (2000), señala que la competitividad es la capacidad de producir bienes y servicios que cumplan con las pruebas y reglamentos de los mercados internacionales, con el fin de que los ciudadanos logren un mejor nivel de vida a largo plazo.

Para Ivacevich y Lorenzi (1997). La competitividad se refiere al grado en que una nación es capaz de producir bienes y servicios que bajo condiciones de mercado libre, puedan pasar de manera satisfactoria la prueba que emana de los mercaos internacionales.

Peñaloza (2005). Indica que la competitividad constituye el nuevo paradigma que ha trascendido en el mundo económico y el mercado global, y que como tal puede aplicarse tanto a empresas como personas, el cual para ser medido debe ser ajustado a uno o varios indicadores, según **Sobrino (2002) en Marín y López (2011).**

Jon Azua (2000). Propone un concepto de competitividad, basado en el definido por **Porter**, indicando que la competitividad es hacer las cosas mejor que la competencia, en función de nuevas redes o alianzas cooperativas, a través de interacciones entre las empresas, industrias y regiones buenas, dejando de lado las malas, fracasadas y obsoletas, debido a que pertenecer al primer grupo es garantía de éxito, bienestar y progreso, a diferencia de las del segundo grupo.

Villareal (2006). Argumenta que la competitividad representa un proceso dirigido a la generación y el fortalecimiento de las capacidades productivas y organizacionales, con el fin de afrontar los cambios del entorno, remplazando las ventajas comparativas en competitivas a largo plazo, como condicionante indispensable para alcanzar niveles de desarrollo elevados y exitosos.

Morales (2011). Define el concepto de competitividad como “la capacidad que tiene una industria de alcanzar sus objetivos, de forma superior al promedio del sector en referencia y de forma sostenible”.

A pesar de lo anterior, cabe resaltar que las teorías económicas clásicas son las que en realidad dieron su verdadera forma al concepto de la competitividad, pero que con el paso del tiempo la tendencia ha ido modificando las condiciones a las que los participantes deben de adaptarse, desde el nivel internacional, hasta el doméstico, incorporando nuevos elementos de terminología, tales como los cambios tecnológicos, productivos y organizacionales.

Morales y Pech (2000). Así pues, se destaca que el enfoque macroeconómico es aquel en el que interviene el gobierno mediante un apoyo hacia las empresas para el incremento de las exportaciones y la participación en el mercado internacional y el microeconómico aquel en el que empresarios, administradores o asesores de empresas perfilan sus objetivos en base a intereses de la empresa privada y no en función del país.

López et al. (2012). En este contexto, el Global Competitiveness Report indica que durante más de tres décadas, los Informes de Competitividad anuales Globales del Foro Mundial Económico han estudiado distintos factores que sostienen la competitividad de las naciones, teniendo por objetivo discutir sobre las mejores estrategias y políticas que ayuden a los países a vencer los obstáculos del entorno económico, con fundaciones macro y micro económicas.

Urbana (2012). En cambio, el Índice de Competitividad que forma parte de una serie de reportes de competitividad del Instituto Mexicano para la

Competitividad A.C., y que además se encarga de evaluar la competitividad de 77 ciudades de México, indica que tanto en las ciudades como en los países y en las regiones, el nivel de productividad de las empresas y las personas, así como el atractivo para la inversión y para el talento, son fuertes ventajas potenciales que un territorio puede maximizar en beneficio de la productividad y el bienestar de sus habitantes, y por tanto, el incremento de su nivel de competencia.

López y Guerrero (2008). Paralelamente, existen otros estudios que demuestran que los planteamientos relacionados al concepto de competitividad pueden ser abordados desde cuatro enfoques o niveles de actividad socioeconómica distintos, tales como: país, región, industria y empresa, o bien, macro, meta, meso y micro. Estos últimos desarrollados por investigadores del Instituto Alemán de Desarrollo.

López y Marín (2011). El primero de ellos, la competitividad de acuerdo con el enfoque macro, correspondiente al nivel país, es analizada por medio de las teorías del comercio internacional, teniendo a Adam Smith como su principal precursor, quien señala que un país que goza de empresas que producen un bien a menores costos, tendrá ventaja absoluta en el comercio mundial lo que se traduce en la oportunidad de una mejor calidad de vida y bienestar de la población.

Marín y López (2011). Para un país, la competitividad está inclinada hacia la especialización, producción de bienes y exportación, al igual que al aprovechamiento de los recursos naturales y mejoras continuas de la productividad en los negocios existentes o incursionando exitosamente en otros para elevar su penetración en los mercados mundiales. En este nivel se incluyen también aspectos relativos a la capacidad de exportación y venta de productos en los mercados externos de un país, al igual que la capacidad de defensa respecto a la excesiva penetración de importaciones considerando entre otras cosas, las políticas monetarias, presupuestal, fiscal y comercial

López y Guerrero (2008). En el nivel meta o región, es donde se ubican las estructuras básicas de organización de tipo jurídico, político y económico, y se analizan los factores socioculturales, la escala de valor, y la capacidad estratégica. A nivel meso, industria o sector, según la competitividad se plantea por la capacidad de las empresas de un sector en alcanzar un éxito sostenido en comparación con sus competidores foráneos, y puede medirse en materia de la rentabilidad de las empresas, las inversiones extranjeras entrantes y salientes, políticas horizontales, mediciones costo-calidad, entre otros.

López y Marín (2011). En cuarto término se ubica el nivel micro, el cual se adapta a la concepción de la empresa que para ser competitiva requiere un mayor desarrollo de productos y servicios de alta calidad, con costos inferiores a la competencia, contribuyendo a una remuneración adecuada de los

empleados y a un mayor rendimiento para los propietarios, esto según la Comisión Especial de la Cámara de los Lores sobre Comercio Internacional.

La CEPAL en (2000). Sustentó que la competitividad a nivel micro está condicionada a los aspectos de productividad, tecnología, relaciones interpresa, y que se puede ver manipulada por el tipo de relaciones que existan con sus proveedores y clientes. También, hay otros elementos como el tiempo de entrega, la disponibilidad de infraestructura para el servicio o servicio post venta, las estrategias empresariales, entre otros, los cuales marcan la diferencia entre una empresa competitiva y otra menos competitiva.

López y Marín (2011). Hasta este punto, es válido destacar que la competitividad entre empresas o microeconómica es la más importante, ya que de forma general, estas son las que deben enfrentar la competencia global en los mercados tratando de sustituir las ventajas comparativas por competitivas, generalmente creadas a partir de la diferenciación de los productos de la reducción de costos.

López y Guerrero (2008). En suma, todos los enfoques o niveles de la competitividad, de acuerdo con la jerarquización de los niveles concéntricos inferen de manera directa uno con otro, es decir, tanto la competitividad de la empresa como de la industria o país, se ve afectada por las condiciones prevalecientes en cada uno de ellos.

Marín y López (2011). Así, todas las anteriores concepciones de competitividad son tan distintas como los diferentes enfoques teóricos que se han ocupado de su estudio. A pesar de ello y debido a la intención de establecer un marco conceptual adecuado para el manejo del concepto en el ámbito empresarial, el enfoque administrativo es uno de los que mejor se ajusta a los intereses de la investigación científica.

2.3 MARCO CONCEPTUAL.

2.3.1 DEFINICIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA MYPE.

Un estudio realizado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en setenta y cinco países encontró más de cincuenta definiciones distintas sobre Pequeña Empresa. Los criterios utilizados son muy variados, desde considerar la cantidad de trabajadores o el tipo de gestión, el volumen de ventas o los índices de consumo de energía, hasta incluso el nivel tecnológico, por citar los más usuales.

La OIT, en su Informe sobre fomento de las Pequeñas y Medianas Empresas, presentado en la 72^o reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo, realizada en Ginebra en 1986, define de manera amplia a las Pequeñas y Medianas Empresas pues considera como tales, tanto a empresas modernas, con no más de cincuenta trabajadores, como a empresas familiares

en la cual laboran tres o cuatro de sus miembros, inclusive a los trabajadores autónomos del sector no estructurado de la economía (informales).

La CEPAL define a la microempresa como unidad productora con menos de diez personas ocupadas incluyendo al propietario, sus familiares y a sus trabajadores tanto permanentes como eventuales.

El especialista de la pequeña empresa, Fernando Villarán en su trabajo para el Seminario de "Microempresas y Medio Ambiente" realizado en Lima durante el mes de Julio de 1993, señala, refiriéndose a la micro industria, que está caracterizada por su reducido tamaño , tiene de uno a cuatro personas ocupadas y presenta una escasa densidad de capital equivalente a 600 dólares por puesto de trabajo. Utiliza poco equipo de capital y es intensiva en mano de obra. Además presenta bajos niveles de capacitación y productividad. Con ingresos que se mantienen a niveles de subsistencia, inestabilidad económica y la casi nula generación de excedentes. Este sector es mayoritariamente informal.

Con respecto a la Pequeña Empresa Industrial, la describe como empresa que tiene un tamaño de 5 a 19 personas ocupadas y una densidad de capital de aproximadamente 3000 Dólares por puesto de trabajo. Su base tecnológica es moderna y la productividad, es mayor que en la microempresa: Es capaz de generar excedentes, acumular y crecer, teniendo entonces, una mayor estabilidad económica que el sector micro empresarial.

Como se observará, existen diversos criterios para caracterizar a la Micro y Pequeña Empresa. Sin embargo nuestra legislación, cuando de reglamentarla o promocionarla se trata usualmente ha utilizado, los montos anuales vendidos y/o el número de personas ocupadas o el valor de los activos, para establecer sus límites.

2.3.2 IMPORTANCIA DE LAS MYPE.

Las experiencias internacionales muestran que en las primeras fases del crecimiento económico las Micros y Pequeñas Empresas cumplen un rol fundamental; pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo.

En realidad por la presencia que tienen en nuestra economía. En total, el último censo de Empresas en el Perú que se realizó, arrojó un total de 3'220,000 empresas que tienen más de 2 personas ocupadas, de ahí el 98% de estas son Micro empresas (de 1 a 10 personas ocupadas) y 1.5% son Pequeñas Empresas (de 10 a 50 personas ocupadas)... entre las 2 hacen el 99.5% en todas las unidades económicas del país. En términos de empleo, también su presencia es mayoritaria, la Micro Empresa da empleo aproximadamente a 8 millones de personas y la Pequeña Empresa a 1 millón; entre las dos (micro y pequeña)

suman 9 millones, que es un alto porcentaje de los 14 millones del total de la población económica actualmente activa.

La importancia de la MYPE se evidencia desde distintos ángulos. En primer lugar, es una de las principales fuentes de empleo; es interesante pues como herramienta de promoción de empleo en la medida en que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a estratos de bajos recursos. En segundo lugar, puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa resolviendo algunos cuellos de botella en la producción.⁴ Con ello se da oportunidad a que personas sin empleo y de bajos recursos económicos puedan generar su propio empleo, y así mismo contribuyan con la producción de la gran empresa.

Se promueven las pequeñas empresas porque generan empleo e innovación, brindándole capacitación, fuente de crédito y normas promotoras. Se equivocan quienes creen que la pequeña empresa es un fenómeno exótico de los países pres industrializados del Tercer Mundo. Basta contemplar los dos millones de pujantes pequeñas y medianas empresas que progresan en Alemania abasteciendo a los gigantes Volkswagen, Siemens, Basf o Bayer. En el Japón, el 80 % del producto bruto interno proviene de la pequeña y mediana industria. En los Estados Unidos, las más importantes transnacionales de la informática han salido del seno de la pequeña empresa. Apple, por ejemplo, nació hace dos décadas en una cochera familiar con un capital de solo 20 mil dólares. En

nuestro país no nos quedamos atrás con grandes ejemplos de micro y pequeños empresarios ubicados en el emporio Gamarra.

2.3.3 LAS MYPE EN EL PERÚ.

El análisis de la producción y empleo desde la óptica del tamaño de las unidades productivas muestra diferencias importantes. Se estima que la gran empresa genera el 29% del PBI pero sólo emplea al 5% de la fuerza laboral del país. El empleo está concentrado en 75% en las Micro empresa y el autoempleo, pero sólo genera el 37% del PBI. Estas diferencias de participación reflejan, por un lado, la amplia heterogeneidad de los niveles de productividad relativa de la población. En la gran empresa se obtienen los niveles más altos de productividad e ingresos y el trabajador accede a los servicios de seguridad social y mejores condiciones de trabajo. En la Micro empresa o el auto empleo, en cambio, se encuentran los trabajadores más pobres del país, carentes de seguridad social, alta rotatividad ocupacional y jornadas amplias de trabajo.

El propósito de éste UNIDAD TEMÁTICA es precisamente examinar la actual capacidad de absorción de mano de obra de las Pymes, su inserción productiva grado de calificación de su mano de obra e ingresos laborales, a fin de tener conocimientos sobre su capacidad para contribuir al crecimiento económico, generación de empleo y reducción de las desigualdades sociales.

¿En qué segmentos se inserta la mano de obra?

AGRICULTURA: La agricultura es una de las actividades económicas que está organizada en pequeña escala, como lo muestra el minifundio y el pequeño productor agropecuario. Esta fragmentación de la propiedad agropecuaria, a la larga, ha deteriorado la productividad y contribuido a la disminución de su capacidad de capitalización. Por otro lado, los flujos de capital hacia este sector también disminuyeron, en gran parte, por medidas equivocadas o inacción del gobierno de turno, agudizando la capacidad del sector para crear empleos adecuados. La resultante fue el ensanchamiento del minifundio y el auto empleo. El auto empleo, la micro empresa y el trabajador familiar no remunerado el 95.5% del empleo agropecuario. El aporte de la Gran y mediana empresa en la absorción de mano de obra agropecuaria es de apenas el 4.5%, la tasa más baja que este tipo de empresa registra respecto a los otros sectores de la economía. La pequeña empresa contribuye con el 3.3% del empleo agropecuario.

MINERÍA: A diferencia de otras actividades, la minería se organiza más en gran escala que en pequeña escala. De ahí que el 80.3% del empleo minero está en la Gran y mediana empresa, 42.6% en la gran empresa y el 37.7% en la mediana y pequeña empresa. El espacio para la micro y el auto empleo es poco significativo, apenas el 19.2%. Por tanto, la participación del trabajo asalariado en esta actividad es la más alta que la registrada en las otras actividades de la economía.

MANUFACTURA: La manufactura tiene una mayor diversidad tecnológica y permite organizar la producción en distintas escalas. Es decir, existen espacios tanto para la gran, mediana, pequeña y micro empresa.

CONSTRUCCIÓN: La construcción es considerada como una actividad intensiva en mano de obra, puesto que permite también organizar la producción en pequeña escala, principalmente en la fase descendente de su ciclo económico. En efecto, en 1999, un año de recesión para la actividad, el 75.5% de los trabajadores de la construcción estaban en la micro empresa (54.5%) y el auto empleo (20.8%). Cabe destacar que muchos de estos trabajadores están vinculados a la mediana y gran empresa a través del sistema de subcontratación. La gran, mediana y micro empresa absorbe el 24.3% del empleo sectorial, principalmente la micro empresa (19.2%)

SERVICIOS NO PERSONALES: El sector de servicios no personales es muy heterogéneo tecnológicamente y los servicios se prestan en diversas escalas, habiendo espacio para la gran, mediana y pequeña empresa y en mayor grado para el auto empleo y la micro empresa. La gran, mediana y pequeña empresa emplea el 39% de los ocupados en ese sector, mientras que la micro empresa y el auto empleo el 58.8%.

COMERCIO Y SERVICIOS PERSONALES: Estas dos actividades se caracterizan por la facilidad de entrada para organizar la producción. De ahí que más del 90% de los empleados en estas actividades trabaja en la micro empresa, el auto empleo o trabajador familiar no remunerado. La gran, mediana y pequeña empresa, en cambio, emplea menos del 8% de los trabajadores de estos sectores.

En suma, actividades como el comercio y servicios personales facilitan en mayor grado la organización del empleo en pequeña escala, de ahí que la micro empresa y el auto empleo adquieran predominancia en la absorción de mano de obra en esas

actividades. En la agricultura, si bien el empleo está concentrado en el minifundio y la agricultura de subsistencia, éstas no son las formas insuficientes de producción. Es factible desarrollar la pequeña, mediana y hasta la gran propiedad. En cambio, en la minería predomina la producción en gran escala, siendo la gran, mediana y pequeña empresa la principal demandante de mano de obra. En un tercer grupo de actividades como la manufactura, servicios no personales y la construcción, existen posibilidades de organizar la producción con la gran empresa. No obstante, en la actualidad la participación de la micro empresa y el trabajo independiente en el empleo de estas actividades sigue siendo mayoritaria. Esto implica que las mayores potencialidades de desarrollo de las PYMES están en manufactura, servicios no personales, construcción y agricultura.

2.3.4 LAS MYPE EN PUNO.

Según los últimos reportes del Registro Nacional de las Micro y pequeñas empresas, desde el 2009 al 31 de marzo del presente año un promedio de dos mil 200 empresas de las diferentes actividades económicas fueron debidamente registrados y formalizados en el departamento de Puno.

En la región Puno hay más de 300 mil Medianas y Pequeñas Empresas (MYPE) informales, que representan el 88% de las empresas en nuestro medio; de ellas, solo 31 mil son formales y el 38.6% están integrados en el Sistema Financiero, de acuerdo a los datos de la Cámara de Comercio.

“Una vez que las empresas estén formalizadas tienen muchos beneficios, como girar facturas, vender en gran cantidad, venderle al Estado”, según la Cámara de Comercio y la Producción de Puno.

Cabe indicar que existen determinados beneficios tributarios que son concedidos por el Estado peruano a los micros y pequeños empresarios, para favorecer la formalización y promoción de sus negocios, pero hasta la fecha el grado de informalidad de las microempresas es muy alto, a pesar de estos beneficios tributarios.

2.3.5 LAS MYPE EN JULIACA.

En Juliaca se estima que existen un promedio de 2 mil Micro y Pequeñas Empresas (Mype), de las cuales sólo 470 están registradas y formalizadas en el Ministerio de la Producción para que puedan acceder a las compras estatales. La mayoría trabaja en la informalidad evadiendo impuestos.

El Ministerio de Producción, Oficina Zonal Juliaca, da a entender que la mayor parte de las Mype siguen siendo informales, porque el costo de formalización es caro y la ciudad está ubicada en zona de frontera.

"La cultura fiscal es muy pésima en Juliaca, porque nos encontramos en zona de frontera, además el costo de formalización es alto y los empresarios le tienen miedo a la Sunat".

2.3.6 DEFINICIÓN DE LA FORMALIZACIÓN.

Arruñada, B. (2007). 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.

NESESIDAD DE FORMALIZAR UNA EMPRESA:

Chimoy, M. (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.

ELEMENTOS DE LA FORMALIZACIÓN:

Cárdenas, N. (2010). 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 a las micro y pequeñas empresas que impedían su incorporación al sector formal; por lo que surgió la necesidad de generar regímenes especiales que se adecuaron 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.

IMPORTANCIA DE LA FORMALIZACIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS:

Según el estudio de Sánchez, F. y Ferrer, S. (2011), el 57% de los empresarios MYPE manifestaron que sus empresas tenían algún tipo de personería jurídica (más de la mitad de las cuales eran empresas individuales de responsabilidad limitada); el 18.6% utiliza la forma de independientes con honorarios profesionales y el 24.5% dice no tener personería jurídica

Contrariamente, alrededor del 64% de los conductores de microempresas declaró que sus negocios no tienen personería jurídica; cerca del 30% declaró tener algún tipo de personería jurídica, pero en éste caso destaca el de persona natural con negocio (donde no existe separación de los bienes del propietario de los de la empresa); y 7% no tiene registro como empresa sino como independiente con recibos por honorarios profesionales.

Nótese que las microempresas de 5 a 9 trabajadores son más formales que las empresas de 2 a 4 trabajadores, destacando que el 55% de sus conductores declararon tener algún tipo de personería jurídica. Esta alta correlación entre tamaño y formalización permite asumir que la mejor estrategia para impulsar la formalización de la microempresa pasa por promover su crecimiento.

VENTAJAS DE FORMALIZACIÓN:

- a. 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.
- b. Cumple con el pago de tributos y, por tanto, aporta al desarrollo del país.
- c. Tiene el reconocimiento y el respaldo de la seriedad de la empresa, tiene mayor aceptación y genera más confianza
- d. Contar con facilidades para el acceso al sistema financiero formal y de los inversionistas privados.
- e. Tener posibilidades de obtener créditos y otros beneficios con los proveedores.
- f. Participar en concursos públicos, licitaciones y adjudicaciones como proveedores de bienes y/o servicios (incluyendo las compras del Estado).

- g. 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.
- h. Puede hacer uso del crédito fiscal.

COSTOS DE LA FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS:

Uno de los problemas centrales que afrontan las MYPE tiene que ver con el exceso de regulaciones estatales.

Esta barrera constituye uno de los factores principales que limita la creación y la liquidación de una empresa, la contratación y despido de trabajadores redundantes, el cumplimiento de los contratos, el registro de la propiedad y la obtención de créditos.

Este exceso de regulaciones afecta en mayor grado a los empresarios MYPE, determinando que muchos de ellos opten por operar al margen de la legalidad.

En ese sentido, según el documento del Banco Mundial “Haciendo Negocios 2005”, “los países que tienen una mayor necesidad de empresarios que generen fuentes de trabajo y estimulen el crecimiento—los países pobres—ponen los mayores obstáculos en su camino”.

El Perú estaría en este grupo de países. Como puede observarse en el cuadro siguiente, el tiempo para iniciar un negocio es de 98 días, debido a los trámites y obstáculos burocráticos, mientras que en Chile son 27 días, en Estados Unidos 5 días y en Australia 2 días.

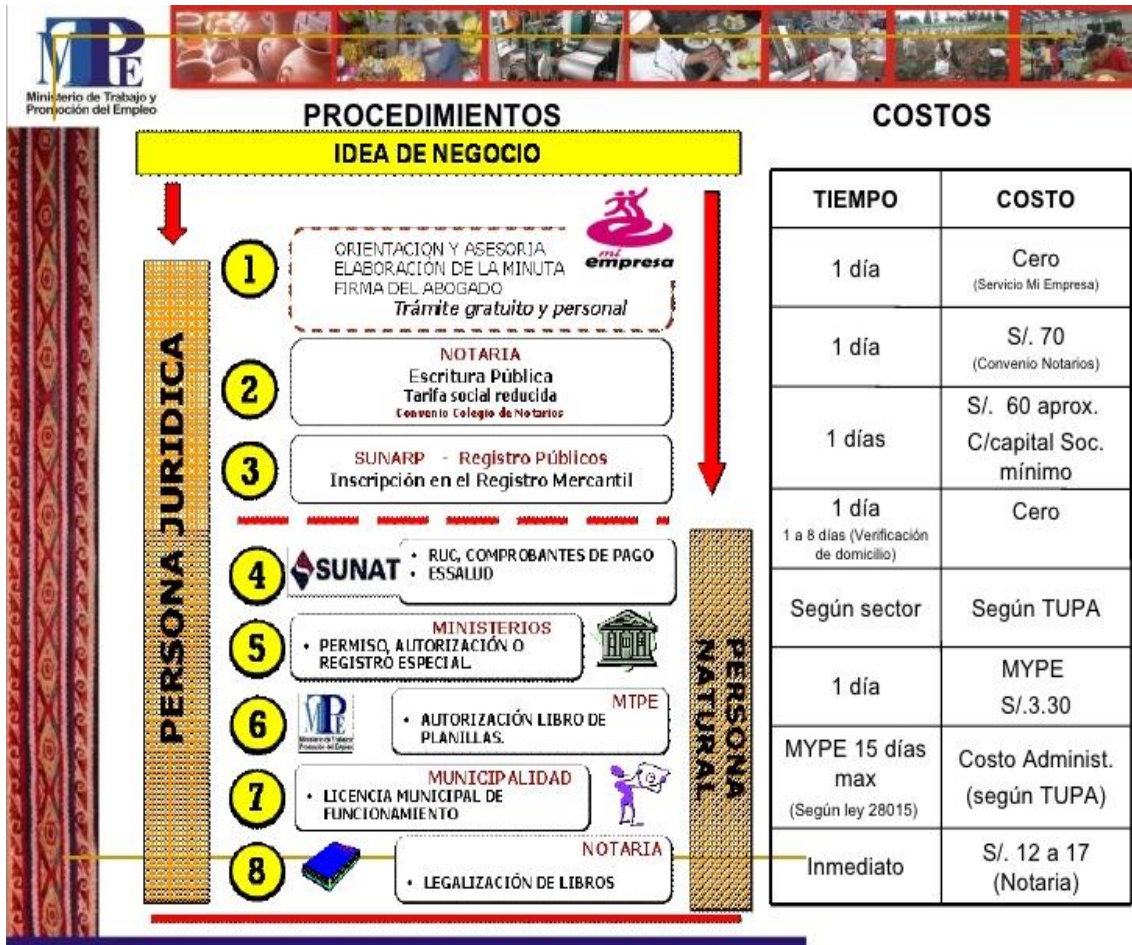
En base a lo anterior, este estudio concluye lo siguiente:

- 1) “Las empresas en los países pobres enfrentan costos regulatorios mucho más elevados que las empresas en los países ricos. Sus costos administrativos son 3 veces superiores y tienen que realizar el doble de trámites burocráticos enfrentando los retrasos que éstos implican.
- 2) “El exceso de regulaciones gubernamentales y la debilidad de los derechos de propiedad impiden que los pobres hagan negocios.
- 3) “Los beneficios derivados de la reforma regulatoria son considerables pues ahorran tiempo y dinero a los empresarios y eso contribuye a elevar el índice de competitividad.

Siguiendo esta línea, el Banco Mundial nos ofrece una radiografía de la región andina sobre lo que ellos han denominado “entorno de negocios”.

Es decir, variables sobre los costos y procedimientos involucrados en la apertura y cierre de negocios, reclutamiento y despido de trabajadores, acceso al crédito y registro de la propiedad, y otras que pueden ser críticas en la entrada y salida de las empresas en el mercado.

PROCEDIMIENTO, TIEMPO Y COSTO PARA LA FORMALIZACIÓN DE UNA MYPE: Quispe Jenny. (2008)



2.3.7 DEFINICIÓN DE LA COMPETITIVIDAD.

El concepto de competitividad ha sido abordado desde diversas perspectivas. Landau, citado por Piedra, J., Kennedy, F. y Wharrison, G. (2008), ha definido la competitividad como "La habilidad de proveer una tasa aceptable de crecimiento y un estándar de vida sostenido para sus ciudadanos, mientras que eficientemente se provee empleo sin reducir el crecimiento potencial y estándar de vida de las futuras generaciones".

Esta definición está ligada al nivel de empleo del país y, consecuentemente, al estándar de vida de sus ciudadanos. Sin embargo, el nivel nacional de empleo, el crecimiento de este y el estándar de vida en una economía dependen de la competitividad de las firmas dentro del país.

Por lo tanto, al analizar el nivel de competitividad de un país se requiere que los factores fundamentales influyentes en el nivel competitivo individual de las firmas también sean examinados.

Porter (citado por Piedra et. al, 2000) introduce la noción de que son las firmas quienes compiten en los mercados internacionales y no los países como tales.

En el enfoque porteriano, el énfasis no es puesto en la economía como un todo, sino en industrias específicas y segmentos de industrias, donde ser competitivo es el resultado de ofrecer precios más bajos a los de la competencia por beneficios equivalentes, o el proveer beneficios únicos para compensar un mayor precio.

Por otra parte, **Lerma (2000)** contempla un concepto de competitividad más general, definiéndola como "La capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico" (p. 25).

La definición de la competitividad según **Marcovitch y Silber, citado por Guevara (2004)**, entran a la consideración de tres categorías que se complementan entre sí:

Estructural: describe la capacidad de una economía para incrementar o sustentar su participación en el mercado internacional de bienes y servicios, con un incremento simultáneo del nivel de vida de su población. Un país estructuralmente competitivo es un país donde los componentes del ambiente nacional incorporan crecientemente a amplios segmentos de la sociedad y los convierte en elementos de estímulo de la eficiencia empresarial.

Sectorial: refleja la capacidad de los sectores económicos para generar bases de creación y desarrollo de ventajas competitivas. Representa la medida en que un sector económico ofrece, simultáneamente, potencial de crecimiento y de rendimiento.

Empresarial: comprende las condiciones a nivel de empresa y producto, que pueden hacer a la mercancía exitosa en los mercados metas. También se define como la capacidad de esta para mantener o incrementar de manera sostenida su cuota de participación en un determinado mercado.

A pesar de que se han desarrollado metodologías con la finalidad de evaluar la competitividad de los países y algunas para los sectores industriales, en ambos

casos con cierto grado de aceptación académica e industrial, poco ha sido el avance en cuanto al estudio empresarial. Autores como Viana y Cervilla (1998); Piedra et. al. (2000) proponen guías para el diagnóstico competitivo de las empresas; sin embargo, reconocen la necesidad de aumentar el nivel de detalle, con el fin de analizar aquellas organizaciones con cierto grado de similitud de condiciones a la hora de competir.

Entre las organizaciones que se ven más afectadas por la competitividad se encuentran las pequeñas y medianas industrias del sector agroalimentario, sobre todo las de los países en vías de desarrollo, muchos de los cuales están inmersos en procesos de apertura económica y, en consecuencia, el rol del Estado ha disminuido en el resguardo de sus intereses, a diferencia por ejemplo de los países del primer mundo, donde estos han puesto dedicado interés en consolidar las ventajas competitivas de la agroindustria por sus implicaciones sociales.

FACTORES QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD.

Cárdenas, N. (2010). Son muchos los factores que inciden en el éxito competitivo de las micro 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.

**b) CALIDAD EN LA PRODUCCIÓN O PRESTACIÓN DE SERVICIOS
– DIFERENCIACIÓN**

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.

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.

CAUSAS DE LA COMPETITIVIDAD: OBSTÁCULOS DE LOS AGENTES.

La competitividad es una referencia de la capacidad de respuesta y de anticipación de la organización ante las demandas y necesidades del entorno.

Los colectivos son:

- a) Accionistas.
- b) Directivos.
- c) Empleados.
- d) Acreedores.

FOMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD.

La competitividad de las empresas es la capacidad de ganar posiciones sostenibles y espacios crecientes en los mercados a partir de sus ventajas diferenciales.

La intensificación de la competencia en los mercados lleva a la necesidad de elevaciones continuas de la productividad a través de innovaciones constantes de proceso, productos y gestión.

Los rápidos cambios en las tendencias del mercado y las exigencias de segmentos de clientes cada vez más específicos, obliga a las empresas a personalizar y diferenciar los productos, así como a flexibilizar sus organizaciones y estructuras.

Apostamos a un concepto sistémico de competitividad y a una visión de competitividad genuina que toma distancia de aquella “competitividad espuria” caracterizada por salarios bajos, jornadas largas de trabajo, no declarar impuestos, y precarización de las condiciones de trabajo.

FOMENTO DE LA ARTICULACIÓN Y LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL.

FUNDAMENTOS Y ORIENTACIONES:

Una de las claves para conseguir mayor competitividad de las MYPE descansa en el concepto de asociatividad que les permita superar las condiciones de inferioridad en los mercados que les otorga su atomización.

Los beneficios de las diversas formas de articulación están asociados al aprovechamiento de conocimientos específicos de cada empresa, a lograr de manera simultánea economías de escala y flexibilidad en la producción y a difusión de conocimientos entre las empresas que cooperan.

Esta puede enfrentarse mediante diversas formas de empresariado compartido o asociatividad.

Esto se traduce en mecanismos de cooperación con propósitos comerciales variados que van desde la producción, el ahorro y crédito hasta la conformación de consorcios creados para fines particulares.

Por un lado, se requiere promover la articulación horizontal sobre la base de esquemas de cooperación entre micro y pequeñas empresas a través de los cuales lograr beneficios mutuos.

Estos esquemas pueden ser, por ejemplo, demandas que exceden las capacidades individuales o esquemas de subcontratación entre empresas de similar tamaño basados en capacidades específicas.

Por otro lado, se requiere potenciar mecanismos de articulación vertical entre empresas, como esquemas de subcontratación entre empresas grandes, medianas y pequeñas.

Las cadenas productivas pueden ganar en productividad y flexibilidad si logran la articulación comercial y productiva de las MYPE a su interior y si con ellas logran acceder a los mercados nacionales e internacionales. Sin embargo, existen algunas limitaciones para realizar estos procesos de articulación. La falta de homogeneidad y especialización conlleva brechas de productividad entre las diversas escalas. Estos problemas asociados además a factores culturales y de confianza, así como las fallas en la entrega de productos de calidad y “justo a tiempo” impide el desarrollo de relaciones fluidas de cooperación.

Las MYPE pueden aprovechar oportunidades de nichos de mercado internos y externos si logran generar productos diferenciados y personalizados, apelando a sus ventajas de flexibilidad y ciertas economías favorables asociadas a la pequeña escala.

El Estado debe aprovechar y potenciar esta energía empresarial y desarrollar políticas que apoyen el desarrollo de relaciones de cooperación horizontal y vertical sobre la base de ellas. Para ello se tiene como instrumentos de política la facilitación en la conformación de **redes horizontales** entre unidades de rubros productivos o de servicios similares (conformación de consorcios, por ejemplo), y **redes verticales** (también conocidas como "**cadena productivas**") entre MYPE y la gran empresa (conformación de esquemas de subcontratación o desarrollo de proveedores, por ejemplo). Lo ideal es llegar a la conformación de los denominados conglomerados productivos ó **clusters** en donde se logran niveles de competitividad empresarial y territorial propiamente dichos (capacidad de innovar y diferenciarse).

Estos esquemas de asociatividad empresarial cobran especial importancia para los países de la Región, y especialmente para el Perú, si tomamos en consideración que las MYPE (tanto urbanas como rurales) deben enfrentar un mercado global sumamente competitivo y particularmente en próximas circunstancias de competir en el marco de los Tratados de Libre Comercio.

2.3.8 LA INNOVACIÓN: FACTOR DE SUPERVIVENCIA. INNOVACIÓN Y SUPERVIVENCIA.TIPOS DE INNOVACIÓN.

La innovación es el proceso que consiste en aplicar nuevas ideas para resolver problemas. El objetivo de supervivencia precisa que la empresa sea capaz de impulsar sus actividades y adaptarse a los cambios externos e internos.

Los tipos de innovación según su naturaleza:

- a. Innovación tecnológica (tanto en productos como en procesos).
- b. Innovación en métodos de gestión.
- c. Innovación social.

CONDICIONES PARA LA INNOVACIÓN. FUNCIONES DEL EQUIPO MULTIDICIPLINAR.

- a. La dirección asume riesgos.
- b. Participación de todos los miembros de la organización.
- c. Incentivación de la creatividad.
- d. Responsabilidad compartida.

La función de innovación ha de ser distribuida por toda la organización.

Las funciones:

- a. I+D.
- b. Producción.
- c. Marketing.
- d. Compras.
- e. Ingeniería de diseño.

MODALIDADES DE CREATIVIDAD. ACTITUD DE LA DIRECCIÓN.

Tenemos tres clases de creatividad:

- a. Normativa: solución de problemas.
- b. Exploratoria: descubrir nuevas aplicaciones a las innovaciones.
- c. Aleatoria: recurre a la ingeniosidad de los empleados.

Una actitud poco receptiva por parte de la dirección en materia de creatividad producirá en la empresa un efecto de anquilosamiento por falta de regeneración.

ADHOCRACIA. PUNTOS QUE LA COMPONE.

La adhocracia es una estructura simple, flexible, con unos sistemas de comunicación fluidos, constituida por equipos de expertos para desarrollar sistemas de innovación. Está compuesta:

- a. Alta dirección.
- b. Línea intermedia.
- c. Empleados.
- d. Analistas de planificación y control.
- e. Staff de apoyo.

RIESGOS DE LA INNOVACIÓN

Los riesgos que existen cuando se realizan actividades de innovación son:

- Desconocimiento tecnológico.

- Disponibilidad de recursos económicos.
- Falta de habilidad gerencial para afrontar la innovación.

GESTIÓN DE INNOVACIÓN

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN. FUNCIONES. EVOLUCIÓN HISTÓRICA

La gestión de la innovación es la capacidad de reunir, organizar, y optimizar, de una forma eficiente y eficaz, los recursos tecnológicos disponibles, con miras a la implantación y cumplimiento de la estrategia formulada por la dirección de la empresa.

La estrategia para la innovación es aquella parte de la estrategia corporativa que se refiere a los activos de la compañía relacionados con la innovación-tecnológica.

Las funciones a desarrollar para la gestión de la innovación:

- a. Optimizar los recursos tecnológicos disponibles.
- b. Enriquecer el patrimonio tecnológico.
- c. Proteger patrimonio tecnológico.
- d. Inventar los recursos tecnológicos.
- e. Evaluar el entorno tecnológico de la empresa.
- f. Vigilar el comportamiento innovador de los competidores directos.

La evolución histórica se expone:

- a. Enfoque intuitivo: El I+d se consideraba como una partida más del presupuesto. No hay comunicación entre los distintos expertos funcionales.
- b. Enfoque sistemático: Se definen objetivos y unos presupuestos acordes a estos.
- c. Enfoque estratégico: El departamento de I+D se integra en el plan estratégico de la empresa. La asignación de recursos financieros se hace de forma flexible adaptándose a las necesidades.

RIESGO DE ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN NO RELACIONADA SUS COMPETENCIAS GENÉRICAS

- a. La empresa entra en un sector desconocido para ella, necesita de un periodo de aprendizaje.
- b. No aprovecha las sinergias.
- c. Ausencia de dominio tecnológico.

Cuanto mayor sea el dominio tecnológico y mayores sea las habilidades para encontrar nuevas aplicaciones a sus competencias, mayores serán las probabilidades de su supervivencia. Esta valoración nos lleva a que los bienes y servicios desarrollados son producto de una experiencia adquirida.

CAMBIOS NESESARIOS PARA POTENCIAS LA CREATIVIDAD

- a. Inversiones para potenciar la creatividad
- b. Fomentar cultura donde las personas expresen sus ideas
- c. Permanecer abiertos para acceder a fuente externas de información
- d. Actividades para abrir la mente de los empleados. Motivar la utilización de la información.

Para ello debemos de intensificar esfuerzos en la dirección de la organización y fomentar la comunicación.

REDUCCIÓN DEL TIEMPO DE LANZAMIENTO

La reducción en el tiempo de lanzamiento puede conseguirse acortando el calendario de planificación de desarrollo. Esto se consigue introduciendo procesos paralelos mediante la ingeniería concurrente. Los ahorros conseguidos son del 10 al 20 %. En lo que a retrasos se refiere se consigue ahorros del 50%.

REDUCCIÓN DE LOS COSTES DE LANZAMIENTO

Los costes de desarrollo se pueden reducir desde dos alternativas:

- a. Reducir los costes de materiales

- b. Disminuir las horas de ingeniería, acortando el tiempo de lanzamiento, o el número de ingeniero.

Se aconseja una combinación de ambas, acortando el tiempo de lanzamiento. No se aconseja reducir el número de ingenieros, ya que reducimos la creatividad de la empresa.

EL PROCESO DE INNOVACIÓN

DIFERENCIAS ENTRE INVENCION E INNOVACION

Una invención o invento supone la solución a un problema técnico. La innovación es un asunto social, y se basa en imponer en práctica una nueva tecnología, que interactúa con el entorno.

TIPOS DE INNOVACIONES

A) Grado de novedad:

- Radical: Presenta un cambio total en los productos, servicios, procesos, o tecnologías.
- Incremental: Mejora de un producto, servicio o proceso. Introduce cambios menores.

B) Componentes:

- Modular: Modificar alguno de los componentes, manteniendo su estructura.

- Arquitectónica: Utiliza los mismos componentes conocidos, modificando la estructura.

BENEFICIOS DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA COMO PROCESO

El proceso de innovación tecnológica se define como el conjunto de las etapas que conducen al lanzamiento con éxito en el mercado de nuevos productos y servicios, utilizando nuevos procesos técnicos. Como beneficios:

- a. Renovación y ampliación de la gama de productos y servicios.
- b. Renovación y ampliación de los procesos productivos.
- c. Cambios en la organización y en la gestión.

2.3.9 CONCEPTO DE MECÁNICA AUTOMOTRIZ - LABORATORIO DIESEL.

La **mecánica automotriz-Laboratorio Diésel** es la rama de la mecánica que estudia y aplica los principios propios de la física y mecánica para la generación y transmisión del movimiento en sistemas automotrices, como son los vehículos de tracción mecánica.

FUNDAMENTOS

El término mecánico se refiere principalmente para denominar a todos los profesionales que se ocupan de la construcción de equipos industriales y maquinarias, así como de su montaje y de su mantenimiento cuando las máquinas están en servicio. Tanta globalidad de profesionales contiene una buena variedad de especialidades de mecánicos según la tarea que desarrollen: Así por ejemplo en los talleres y fábricas de construcción de equipos y maquinaria, los mecánicos se especializan según la máquina herramienta que manejen, por ejemplo: Ajustadores, torneros, fresadores, rectificadores, soldadores, etc. Los mecánicos que se ocupan del montaje de maquinaria, se les conoce como mecánicos montadores. Finalmente a los mecánicos que se ocupan del mantenimiento de maquinaria reciben el nombre de: mecánicos de automoción, mecánicos de barcos, mecánicos de trenes, mecánicos de aviones, etc. La formación de un profesional mecánico se adquiere después de varios años de aprendizaje tanto teórico como práctico. Este aprendizaje se imparte en los Institutos de Formación Profesional. Un profesional mecánico que continúe sus estudios, puede titularse como Ingeniero Mecánico y poder trabajar en la Oficina técnica de proyecto y diseño de maquinaria y equipos industriales. En sus tareas profesionales los mecánicos manejan una buena cantidad de herramientas e instrumentos de medición, muestra de la cual se adjunta en este artículo.

LAS MAQUINAS QUE SE USAN EN EL LABORATORIO DIESEL

SON:

- Banco de pruebas.
 - Probador de inyectores.
 - Máquina de inyectores de common rail.
 - Máquina para inyectores
 - Escáner.
-
- **BANCO DE PRUEBAS:** El banco de pruebas se usa para probar todo tipo de bombas de inyección y calibrarlas al parámetro que pida su tabla de calibración de cada tipo de bomba.



- **PROBADOR DE INYECTORES:** Se usa para probar los inyectores y calibrarlas de acuerdo a cada tipo de bomba.



- **MAQUINA DE INYECTORES DIESEL COMMON RAIL:** En esta máquina se usa para calibrar los inyectores de versión electrónica o inyectores con memoria y también se usa la máquina para reparar todo tipo de inyectores de inyección electrónica.



- **MAQUINA PARA INYECTORES:** Esta máquina se usa para los inyectores gasolinos para el lavado del ultrasonido para un buen funcionamiento de un motor gasolero ya que los inyectores gasoleros son desechables.



- **SCANNER:** El scanner se usa para codificar errores o detectar fallas en un motor electrónico o sino para codificar errores de emisión de la memoria del vehículo.



EQUIPO BÁSICO DEL MECANICO AUTOMOTRIZ-LABORATORIO DIESEL.

Las herramientas básicas de un taller mecánico se pueden clasificar en cuatro grupos diferentes, en primer lugar podemos citar a las herramientas llamadas de corte, que sirven para trabajar los materiales que no sean más duros que de un acero normal sin templar.

Los materiales endurecidos no se pueden trabajar con las herramientas manuales de corte.

Como herramientas manuales de corte podemos citar las siguientes.

- Sierra de mano, lima, cuchillo, macho de roscar, escariador, terraja de roscar, tijera, cortafrió, buril, cincel, cizalla, tenaza. En segundo lugar se pueden considerar las herramientas que se utilizan para sujetar piezas o atornillar piezas.

En este grupo se pueden considerar las siguientes.

- ❖ Llaves.
- ❖ Martillo.
- ❖ Regla graduada.
- ❖ Alicates.

- ❖ Broca de usos múltiples.
- ❖ Cizalla.
- ❖ Compás.
- ❖ Cortafrío, buril y cincel.
- ❖ Destornillador.
- ❖ Escariador.
- ❖ Extractor mecánico.
- ❖ Granete.
- ❖ Lima.
- ❖ Macho de roscar.
- ❖ Punzón.
- ❖ Punta de trazar.
- ❖ Remachadora.
- ❖ Sierra manual.
- ❖ Tenaza.
- ❖ Terraja de roscar.
- ❖ Cinta métrica.
- ❖ Flexómetro.
- ❖ Goniómetro.
- ❖ Micrómetro.
- ❖ Pie de rey.
- ❖ Regla.
- ❖ Reloj comparador.

GENERACIÓN DEL MOVIMIENTO

BOMBA INYECTORA

La **Bomba inyectora** es un dispositivo capaz de por su parte elevar la presión de un fluido, generalmente presente en los sistemas de Inyección de combustible como el gasoil (Motores Diésel) o más raramente gasolina (Motores Otto), hasta un nivel lo bastante elevado como para que al ser inyectado en el motor esté lo suficientemente pulverizado, condición imprescindible para su inflamación espontánea (fundamento del ciclo del Motor diésel), gracias a la elevada Temperatura de auto combustión. Además distribuyen el combustible a los diferentes cilindros en función del orden de funcionamiento de los mismos (ej. 1-3-4-2 en los 4 cilindros). Básicamente han existido dos tipos de bombas para diésel y gasolina (estas últimas ya desaparecidas al aparecer la Inyección electrónica). Estos dos tipos son: las bombas en línea y las bombas rotativas.

FUNCIONAMIENTO

Esta bomba inyectora, recibe el movimiento desde el motor generalmente a través de un accionamiento como la distribución, de forma tal que gira sincronizada con él, y a la mitad de revoluciones en un motor de 4 tiempos.



Bomba rotativa Bosch para motor turbo, se aprecian las tuberías de alta presión la presión se regula mediante un tornillo y no tiene circuito eléctrico.

Internamente tiene un émbolo ajustado con gran precisión (2 micras) que tiene dos movimientos simultáneos: rotativo para distribuir, y axial para comprimir el gasóleo.

La regulación de caudal de gasoil se hace mediante una corredera anular que abre la descarga del émbolo de presión más o menos tarde, en función de la posición del pedal acelerador y del régimen motor en ese momento. Al abrirse la descarga la presión en el inyector cae por debajo de la presión de apertura del muelle del mismo, terminándose la inyección.



Bomba en línea Bosch

En el caso de las bombas en línea, las más antiguas cronológicamente, existe un émbolo de caudal para cada cilindro. Los émbolos son accionados mediante un árbol de levas interno de la bomba, en el orden de encendido del motor. En este caso el caudal se regula mediante el giro simultáneo de los émbolos mediante la acción de una cremallera, con lo cual queda descubierto el canal de descarga de presión antes o después, dosificando al inyector igual que en la bomba rotativa.

Tiene la desventaja con respecto a otros tipos de bombas que es más pesada, voluminosa y que no puede girar a altas revoluciones, no obstante es la más utilizada en los motores Diésel de equipos pesados y camiones de carga cuyos motores no son muy rápidos, por su robustez, vida útil y estabilidad. En el gráfico pueden apreciarse también los tubos que salen de la bomba hacia los inyectores.

Todos los pistones se alimentan de un conducto común elaborado en el cuerpo de la bomba, presurizado con combustible por la bomba circuladora.

MOTOR

Es el elemento encargado de la generación del movimiento. Las diversas clases de motores son:

CORREA DE DISTRIBUCIÓN

La correa de distribución o dentada , es uno de los más comunes métodos de transmisión de la energía mecánica entre un piñón de arrastre y otro arrastrado, mediante un sistema de dentado mutuo que posee tanto la correa como los piñones, impidiendo su deslizamiento mutuo. Se emplea muy frecuentemente en motores Otto y diésel de 4 tiempos entre el cigüeñal y el árbol de levas, en motores de motocicletas y maquinaria industrial, es una correa de goma que normalmente enlaza un generador de movimiento con un receptor de la misma por medio de poleas o piñones.

ARBOL DE LEVAS

Un árbol de levas es un mecanismo formado por un eje en el que se colocan distintas levas, que pueden tener distintas formas y tamaños y estar orientadas de diferente manera, para activar diferentes mecanismos a intervalos repetitivos, como por ejemplo unas válvulas, es decir constituye un temporizador mecánico cíclico.

EMBRAGUE

El embrague es un sistema que permite tanto transmitir como interrumpir la transmisión de una energía mecánica a su acción final de manera voluntaria. En un automóvil, por ejemplo, permite al conductor controlar la transmisión del par motor desde el motor hacia las ruedas.

Funcionamiento

Está constituido por un conjunto de piezas situadas entre el motor y los dispositivos de transmisión, y asegura un número de funciones:

- En posición acoplado (o "embragado") transmite el par motor suministrado por el motor. En un automóvil, cuando el embrague gira, el motor está vinculado a la transmisión.
- En posición desacoplada (o "desembragado") se interrumpe la transmisión. En un automóvil, las ruedas giran libres o están

detenidas, y el motor puede continuar girando sin transmitir este par de giro a las ruedas.

- En las posiciones intermedias restablece progresivamente la transmisión de par, mediante rozamiento o fricción.

Si consideramos la ecuación que define la potencia de un motor:

- Potencia = Par \times $\omega = 2 \cdot \pi \cdot F \cdot r \cdot n \cdot 60^{-1}$, en la que
- r = radio de la muñequilla del cigüeñal
- F = fuerza media de la biela sobre la muñequilla
- n = revoluciones por minuto del motor (rpm)
- ω = velocidad angular = $n \cdot 2 \cdot \pi \cdot 60^{-1}$

Según la cual, en la transmisión de fuerza mediante giro (la definición misma de momento de fuerza o par) toda disminución de la velocidad de giro (RPM) implica un aumento de par en la misma proporción. Esta es la razón de ser de las desmultiplicaciones de la caja de cambio y del grupo, reducir la velocidad de giro para ganar par.

Por tanto una disminución a la mitad del régimen del primario con respecto al del motor, implica un aumento al doble del par transmitido al primario, conservándose el producto, o sea la potencia, sin tener cuenta las pérdidas por calor debidas al rozamiento.

Esto se entiende fácilmente si se imagina intentando subir una cuesta muy pronunciada, hasta el punto de hacer "patinar" el embrague durante un período prolongado: de esta manera se obtiene el par que el motor no puede dar, mediante reducción de su régimen al entrar la fuerza al cambio.

Asimismo, permite moderar los choques mecánicos evitando, por ejemplo, que el motor se detenga o que los componentes de los sistemas se rompan por la brusquedad que se produce entre la inercia de un componente que se encuentra en reposo y la potencia instantánea transmitida por el otro.

Clasificación

Existen diferentes tipos de embrague:

- Según el número de discos
 - Hidráulico. No tiene discos. Se utiliza en vehículos industriales.
 - Mono disco seco.
 - Bidisco seco con mando único.
 - Bidisco con mando separado (doble).
 - Multidisco húmedo o seco.

- Según el tipo de mando
 - Mando mecánico.
 - Mando hidráulico.

- Mando eléctrico asistido electrónicamente.
- Centrífugo.

ELEMENTOS CONSTITUTIVOS Y DE FUNCIONAMIENTO

El mecanismo del embrague está formado por los componentes siguientes:

- El volante motor **2**, atornillado al cigüeñal **1**.
- El disco de fricción **3** que gira solidario con el eje de entrada al cambio o "primario" **6** gracias a un estriado.
- El plato de presión **4**, que presiona al disco asegurando su adherencia al volante motor **2** cuando el mecanismo está en posición de reposo (embragado).
- Los muelles del mecanismo (en este caso de diafragma), **5** apoyan en el cojinete o "collarín" **7**.

Cuando el mando hidráulico (o por cable) del conductor es activado por el conductor, la palanca desplaza al cojinete, el cual empuja al diafragma, que articula sobre los apoyos **9** que a su vez están fijos a la cubierta o tapa **8**, dejando entonces de hacer fuerza con lo que el disco de fricción ya no apoya sobre el volante. El primario **6** queda libre, no recibe par del motor, podemos cambiar de marcha con suavidad. Del mismo modo, si salimos desde parado, acoplaremos el disco de fricción con el pedal tanto más progresivamente cuanto más incremento de par necesitemos en el primario. Por ejemplo en una

cuesta muy pronunciada, haremos lo que se llama " hacer patinar el embrague ».

EMBRAGUE MULTIDISCO

Los embragues multidisco funcionan según el mismo principio, sólo que se utiliza un "paquete" de discos, unos con dentado externo engrana con el cigüeñal mediante el "tambor" ; los otros, intercalados con los anteriores, con dentado interno engranan con el cambio mediante el "buje". Este paquete de discos en reposo está presionado por una serie de muelles helicoidales, con lo que el tambor y el buje giran solidarios. Su uso está limitado a las motocicletas, ya que el par que transmiten hacia el cambio es mucho más elevado que el que produce el cigüeñal debido a la desmultiplicación primaria, inexistente en el automóvil. Por tanto el acoplamiento ha de ser mucho más progresivo, mejorándose el proceso al estar sumergido en baño de aceite, que absorbe el calentamiento originado por el rozamiento, que se reparte además entre varios discos. Sólo las máquinas de competición poseen embrague en seco, de tacto mucho más brusco.

Características técnicas

El par que puede transmitir un embrague depende del material de fricción del disco, del área de las superficies en contacto, del diámetro del disco y de la fuerza del o los muelle(s).

Hay casos en que el mecanismo del embrague se sustituye por un convertidor de par hidráulico. Es el sistema de la Transmisión automática.

CAJA DE CAMBIOS

La caja de cambios o caja de velocidades (también llamada simplemente caja) es el elemento encargado de obtener en las ruedas el par motor suficiente para poner en movimiento el vehículo desde parado, y una vez en marcha obtener un par suficiente en ellas para poder vencer las resistencias al avance, fundamentalmente las resistencias aerodinámicas, de rodadura y de pendiente.

ÁRBOL DE TRANSMISIÓN

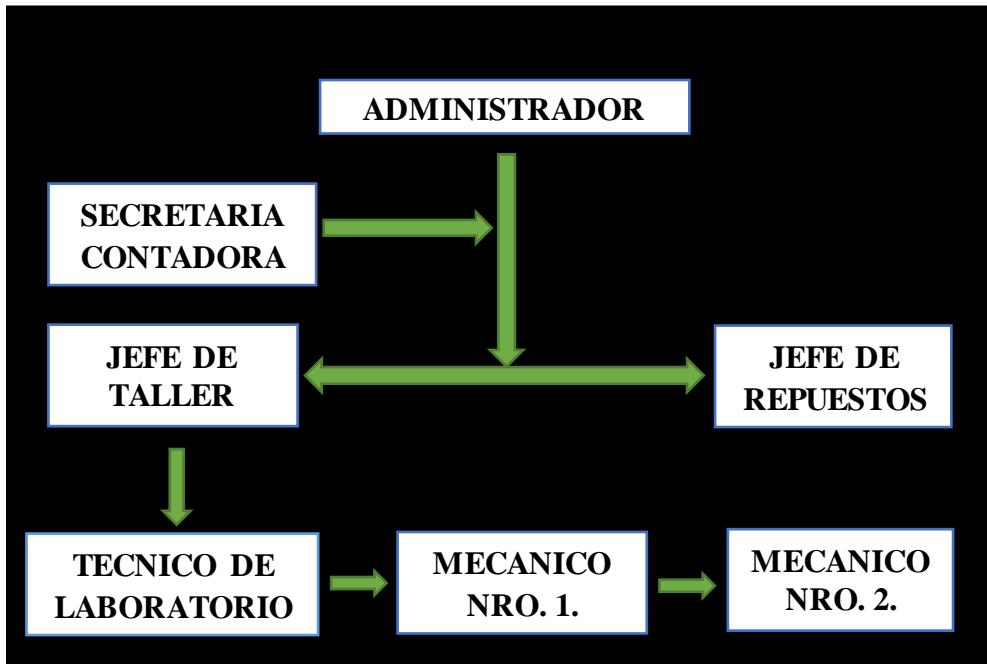
El árbol de transmisión o eje de transmisión es el elemento encargado de transmitir el movimiento del motor a las ruedas.

GRUPO CÓNICO-DIFERENCIAL

Es el elemento de la transmisión que reparte la potencia del movimiento a las ruedas estabilizando la velocidad de las mismas dependiendo de las curvas.

**2.3.10 EMPRESA DEL SECTOR SERVICIO-RUBRO MECÁNICA
AUTOMOTRIZ - LABORATORIO DIESEL**

**ORGANIGRAMA DE LA MECANICA AUTOMOTRIZ -
LABORATORIO DIESEL**



Fuente: Elaboración propia.

ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO

Cada taller cuenta con diferentes tipos de servicios en la cual cuenta con un almacén de repuestos y lugares de trabajos.

Los diferentes Mantenimientos preventivos y correctivos de vehículos livianos de combustión interna a gasolina y a diésel son:

- a. Reparación de Bomba.

- b. Mantenimiento de bomba de inyección.
- c. Reparación de inyectores diésel.
- d. Control de humo y gases.
- e. Escaneo.
- f. Limpieza de inyectores.
- g. Cambio de cualquier componente o accesorio de la bomba.
- h. Reparación de motor.
- i. Otros.

ANÁLISIS FODA

Se permitirá delinear el alcance de cada Taller Automotriz-Laboratorio Diésel y planear estratégicamente las acciones y medidas para posicionarse dentro del mercado automotriz artesanal.

Las fortalezas y debilidades corresponderán al ámbito interno del Taller Automotriz. Cuáles son esas fortalezas con las que cuenta y cuáles las debilidades que obstaculizan el cumplimiento de sus objetivos estratégicos.

Hay que acotar que el análisis de cada elemento es situacional, es decir, para decidir si se beneficia o se perjudica, tiene propuesto una Misión y una Visión.

MISIÓN DE LOS TALLERES

Satisfacer las necesidades de los clientes en el menor tiempo posible del mantenimiento del vehículo comprometidos con la garantía del trabajo

realizado con precios accesibles y con el personal capacitado, responsable y comprometido en resolver sus problemas.

VISIÓN DE LOS TALLERES

Todos quieren ser un taller líder y confiable en el servicio automotriz con los mejores equipos, herramientas y sistemas administrativos computarizados con el mejor personal eficaz y eficiente.

EL MEDIO AMBIENTE EXTERNO: OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

Las amenazas se encuentran en el entorno de cada Taller Automotriz que puede afectar de manera directa o indirecta pero que si no se consideran en un futuro puede que lleve a una crisis o cierre definitivo de cada Taller.

Las amenazas podrían incluir los problemas de competencia local, falta de implementación de herramientas especiales y disposiciones gubernamentales.

La importancia de revisar las oportunidades, es de vital trascendencia, ya que en función de la seriedad del análisis se tendría una ventana clara de lo que el exterior se puede proporcionar con una adecuada selección de estrategias para su aprovechamiento.

Las amenazas podrían actuar como contrapesos de las oportunidades, ya que no todo será oportunidad ni amenaza. Se deberá considerar ese criterio de temporalidad en función de las situaciones.

OPORTUNIDADES: Ahorro de tiempo. Calidad de servicio. Satisfacción de cliente.

AMENAZAS:

COMPETIDORES EN EL SECTOR DE UBICACIÓN: En la zona de ubicación del Taller se encuentran 20 talleres automotrices.

GUERRA DE PRECIOS: Obviamente debido a la competencia los talleres se ven en la obligación de bajar los precios para llamar así la atención al cliente.

AVANCE DE TECNOLOGIA: Por motivos del medio ambiente la tecnología automotriz se ve en la necesidad de constantes cambios con el propósito de llegar a la fabricación de diseños muy ecológicos, por ende el técnico siempre debe estar actualizado.

EL MEDIO AMBIENTE INTERNO: FORTALEZAS Y DEBILIDADES

Las demandas del medio ambiente externo sobre los Talleres Automotrices-Laboratorio Diésel son cubiertas con los recursos del negocio.

Las fortalezas se detectan a través de los resultados, por ejemplo, la fidelidad de los clientes antiguos derivado de la atención oportuna y asertividad en cada mantenimiento realizado al vehículo.

Las fortalezas se definen como la parte positiva del Taller Automotriz, es decir, aquel servicio que de manera directa se tiene el control de realizar y que reflejan una ventaja ante los demás talleres locales, producto del esfuerzo. Esto se puede medir a través de una encuesta al cliente antiguo, el mismo que se usará para la propaganda de boca en boca como fuente confiable.

FORTALEZAS:

FIDELIDAD DE CLIENTES

Los talleres laboran desde hace 10 años, el cual ya cuenta con clientes permanentes.

PERSONAL CAPACITADO

El personal siempre capacitado debido al avance continuo en la tecnología automotriz para asegurar un servicio de mantenimiento en el menor tiempo posible.

ALMACÉN DE REPUESTOS

Inventario de repuesto actualizado según los modelos de los vehículos. Permitirá ahorro de tiempo de los clientes ya que no tendrá que salir de los Talleres para buscar repuesto.

INNOVACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

Actualizar las herramientas de trabajo para tener una mayor competitividad en el área de mantenimiento automotriz y un buen servicio satisfaciendo las necesidades del cliente y así superar a la competencia; por lo cual se realizó un diagnóstico en los diferentes tipos de mantenimientos.

Las debilidades son aquellas que afectan en forma negativa y directa el desempeño de los Talleres Automotrices, derivándose en malos repuestos o servicios. Una debilidad puede ser disminuida mediante acciones correctivas, mientras que una amenaza, para ser reducida, solo se puede realizar acciones preventivas. Al identificar las debilidades del Taller Automotriz se podría atacar con acciones a corto plazo a efecto de eliminarlas y transformarlas en fortalezas; por ejemplo, pérdida de tiempo para detectar la falla de la pieza o componente del vehículo a no tener una bitácora del mantenimiento realizado anteriormente.

DEBILIDADES

TIEMPO DE RESPUESTA DE LOS TÉCNICOS

- a. Los técnicos pierden tiempo en la ubicación del componente específico en recibir el mantenimiento preventivo por no tener un historial detallado del vehículo más que la memoria del operario del vehículo o del técnico, por lo cual surge la idea de un software.
- b. Los talleres cuentan con un problema en el orden en las diferentes herramientas a utilizarse, en donde las herramientas están todas mezcladas en cajas, en donde se podría realizar un cambio con un tablero para la clasificación con las medidas de las diferentes herramientas, y no se perdería tiempo en ubicarlas en el momento de la realización de los trabajos.
- c. Realizando mantenimiento a diferentes vehículos se comprobó que se pierde mucho tiempo en el desmontaje de piezas y en elevar los vehículos para los diferentes tipos de trabajos.
- d. Los trabajos son de un técnico por vehículo, lo que toma más tiempo en los trabajos de mantenimiento.

FALTA PUBLICACIÓN: Los Talleres Automotrices-Laboratorio Diésel no tienen publicidad dentro de la zona. Solo cuenta con la propaganda de sus clientes antiguos.

CONTROL DE INVENTARIO: Repuestos obsoletos que el propietario del Taller no pudo salvar al no tener una herramienta de trabajo automatizada.

Como se puede apreciar hay que determinar claramente cuál es la interrelación que existe entre cada uno de los factores FODA y, en consecuencia, hacer precisamente acciones estratégicas que permitan que con un movimiento se corrijan dos o más debilidades o se amortigüen dos o más amenazas.

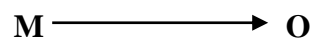
Existen debilidades que con el transcurso del tiempo se pueden convertir en fortalezas como es el caso del empleo de Herramientas manuales a herramientas neumáticas. Así pues, las debilidades deberán ser señaladas.

Del análisis interno del Taller Automotriz, se obtuvo una lista plana de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que influirán en la implementación de este proyecto.

III. METODOLOGÍA

3.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

En la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental - transversal - descriptivo.



Donde:

M = Muestra conformada por las MYPE encuestadas.

O = Observación de las variables: Formalización y Competitividad.

3.1.1 NO EXPERIMENTAL

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables en estudio, observando el fenómeno tal como se mostró de su contexto.

3.1.2 TRANSVERSAL

Porque se va a estudiar en un tiempo determinado.

3.1.3 DESCRIPTIVO

Porque el propósito de la investigación fue describir las características de las variables de estudio ya que se pretende comprender, describir, registrar,

analizar e interpretar la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos del problema planteado.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 POBLACIÓN

La población está constituida por 10 MYPE en total del sector servicio - rubro mecánica automotriz-laboratorio diésel del distrito de Juliaca, periodo 2015, las mismas que se encuentran en el mismo distrito de Juliaca.

3.2.2 MUESTRA

La muestra será tomada en su totalidad de la población por 10 MYPE del sector servicio – rubro mecánica automotriz - laboratorio diésel del distrito de Juliaca, periodo 2015 debido a que no existe más laboratorios.

3.3 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

DEFINICION DE VARIABLES: Es un proceso metodológico que consiste en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general a lo más específico; es decir que estas variables se dividen (si son complejas) en dimensiones, áreas, aspectos, indicadores, índices, subíndices, ítems; mientras si son concretas solamente en indicadores, índices e ítems. Ahora bien, una variable es operacionalizada con la finalidad de convertir un concepto abstracto en uno empírico, susceptible de ser

medido a través de la aplicación de un instrumento. Dicho proceso tiene su importancia en la posibilidad que un investigador poco experimentado pueda tener la seguridad de no perderse o cometer errores que son frecuentes en un proceso de investigación, cuando no existe relación entre la variable y la forma en que se decidió medirla, perdiendo así la validez, dicho de otro modo (grado en que la medición empírica representa la medición conceptual). La precisión para definir los términos tiene la ventaja de comunicar con exactitud los resultados.

Las variables de supuesto de investigación formuladas son:

a) Variable: Formalización y competitividad de las Mype

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL: INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|--|---|---|---|
| Perfil de los propietarios de las MYPE | Son algunas características de los propietarios de las MYPE | Edad | Razón: <ul style="list-style-type: none"> • De 15 a 25. • De 26 a 35. • De 36 a más. |
| | | Sexo | Razón: <ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino |
| | | Grado de instrucción | Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria • Superior no U • Superior U |
| | | Cargo que desempeña en la empresa | Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Dueño • Administrador • Representante legal. |
| | | Años de permanencia en la actividad y el rubro | Razón: <ul style="list-style-type: none"> • 1 – 3 años • 4 – 6 años • 7 – a mas años |

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL: INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|-------------------|--|--|--|
| Perfil de la MYPE | Son algunas características de la MYPE | Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro | Razón: <ul style="list-style-type: none"> • 0 – 3 años • 4 – 6 años • 7 – más años |
| | | La empresa es: | Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Formal • Informal |
| | | Su empresa se creó para: | Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Generar ganancia • Subsistencia |

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL: INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|---------------------------|---|---|---|
| Formalización de las Mype | Algunas características de la formalización de las Mype | La formalización le proporciona ventaja a su empresa | Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Si • No |
| | | Qué ventajas le proporciona | Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Aumento de ventas • Obtención de créditos. • Otros. |
| | | En qué régimen está constituido su empresa | Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • General • Especifico • Simplificado |
| | | Por qué motivos no se formalizó | Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Costosos. • Trámites engorrosos. • No opinan |
| | | Qué tipo de comprobante emite | Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Boleta • Factura |
| | | Cree usted que la formalización le ayuda en el mercado | Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Si • No |

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL: INDICADORES | ESCALA DE MEDICION |
|-----------------------------|--|--|--|
| Competitividad de las Mype. | Algunas características de la competitividad | Su empresa cuenta con un plan estratégico | Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Si • No |
| | | Conoce usted el termino de competitividad | Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Si • No |
| | | Cree que su empresa es competitiva | Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Si • No |
| | | Conoce usted a sus principales competidores | Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Si • No |
| | | Ha mejorado la infraestructura de su empresa | Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Si • No |
| | | De qué forma es competitivo su empresa | Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Precios bajos • Calidad del producto • Atención al cliente |

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizará la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario.

3.4.1 TÉCNICAS

Para el recojo de la información se utilizó la técnica de la encuesta.

3.4.2 INSTRUMENTOS

Para el recojo de la información se utilizó como instrumento un cuestionario estructurado de 20 preguntas cerradas en función a los objetivos específicos de la investigación y la operacionalización de las variables.

3.5 PLAN DE ANÁLISIS

Para el plan de análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso del análisis descriptivo y para la tabulación de los datos, elaboración de cuadros y figuras se utilizará el programa Microsoft Excel.

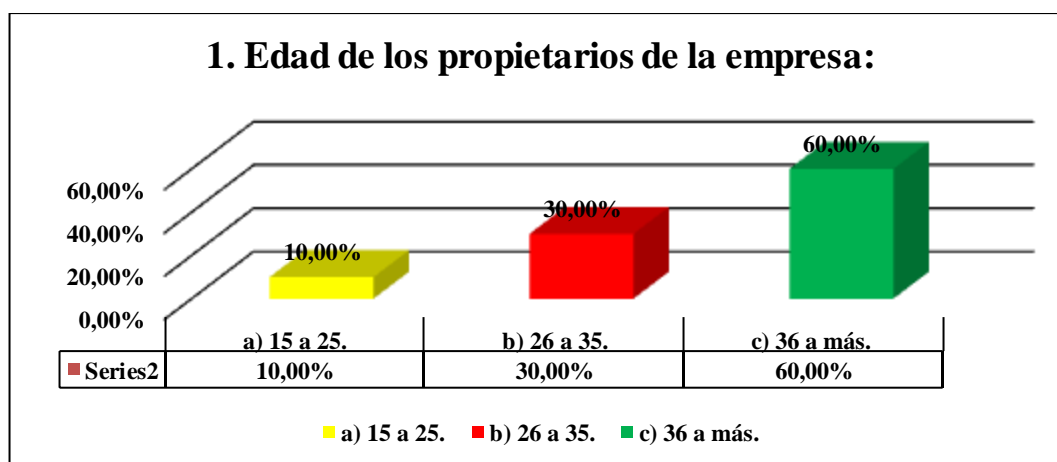
IV. RESULTADOS

4.1 RESULTADOS

TABLA 1: Edad de los propietarios de la empresa.

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| a) 15 a 25. | 1 | 10.00% |
| b) 26 a 35. | 3 | 30.00% |
| c) 36 a más. | 6 | 60.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

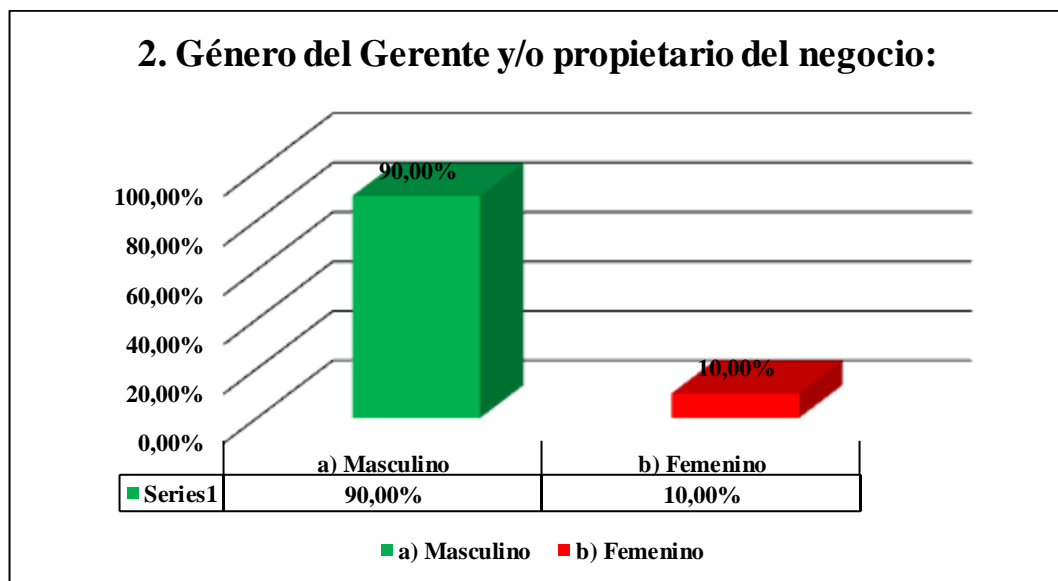
Interpretación

En la figura N° 1: Se observa que el 10% tiene la edad entre 15 a 25 años (1), y que el 30% tiene la edad entre 26 a 35 años (3), y que el 60% tiene la edad de 36 años a más (6), se entiende que en la especialidad de laboratorio diésel gran mayoría de personas con experiencia laboral son mayores de edad.

TABLA 2: Género del Gerente y/o propietario del negocio.

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| a) Masculino | 9 | 90.00% |
| b) Femenino | 1 | 10.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

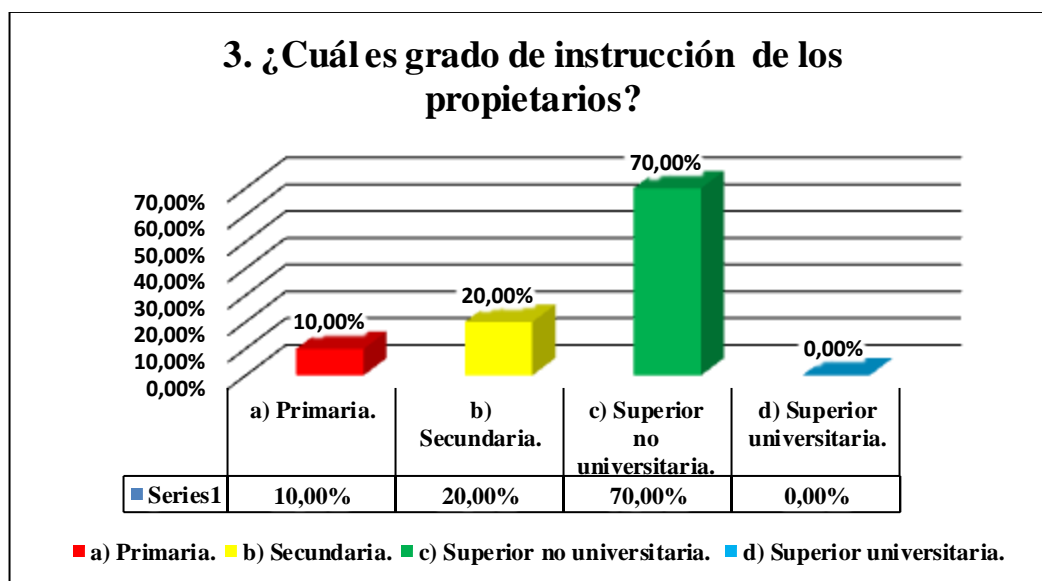
Interpretación

En la figura N° 2: Se observa que el 90% son varones (9), y que el 10% representa a las mujeres (1), esto se ve casi en todo los estudios que se realiza en el estudio al sector servicios-Mecánica Automotriz-Laboratorio Diésel debido a que hay servicios pesados y que a veces las mujeres son delicadas y no optan por especializarse en esta rama de servicios de Mecánica Automotriz.

TABLA 3: ¿Cuál es el grado de instrucción de los propietarios?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|-------------------------------|-----------|-------------|
| a) Primaria. | 1 | 10.00% |
| b) Secundaria. | 2 | 20.00% |
| c) Superior no universitaria. | 7 | 70.00% |
| d) Superior universitaria. | 0 | 0.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

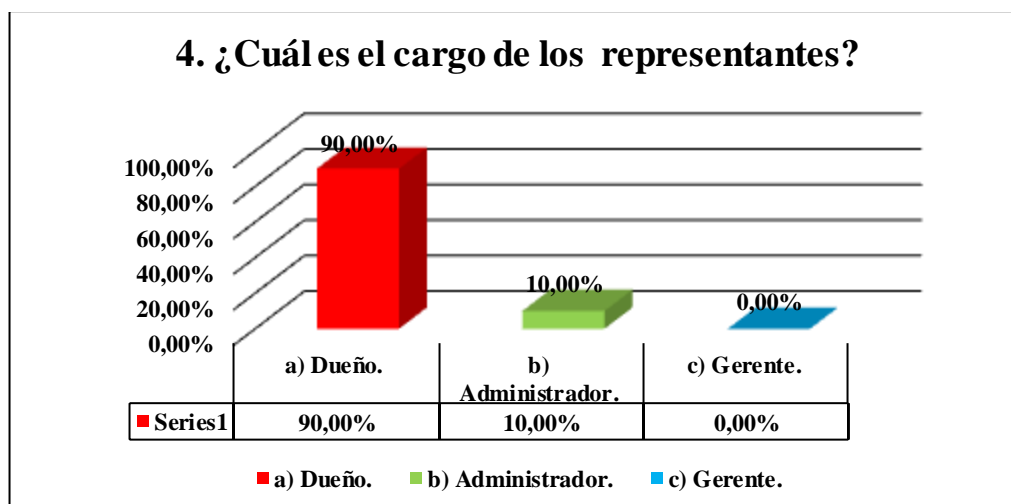
Interpretación

En la figura N° 3: Se observa que el 10% solo estudio primaria (1), y que el 20% estudio secundaria (2), y que el 70% tienen estudios superior no universitaria (7), y que un 0% (0), tienen estudios universitarios debido a que estas personas son de una especialidad técnica es por eso que se tiene una mayoría aceptable en estudios superior no universitaria.

TABLA 4: ¿Cuál es el cargo de los representantes?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|-------------------|-----------|-------------|
| a) Dueño. | 9 | 90.00% |
| b) Administrador. | 1 | 10.00% |
| c) Gerente. | 0 | 0.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

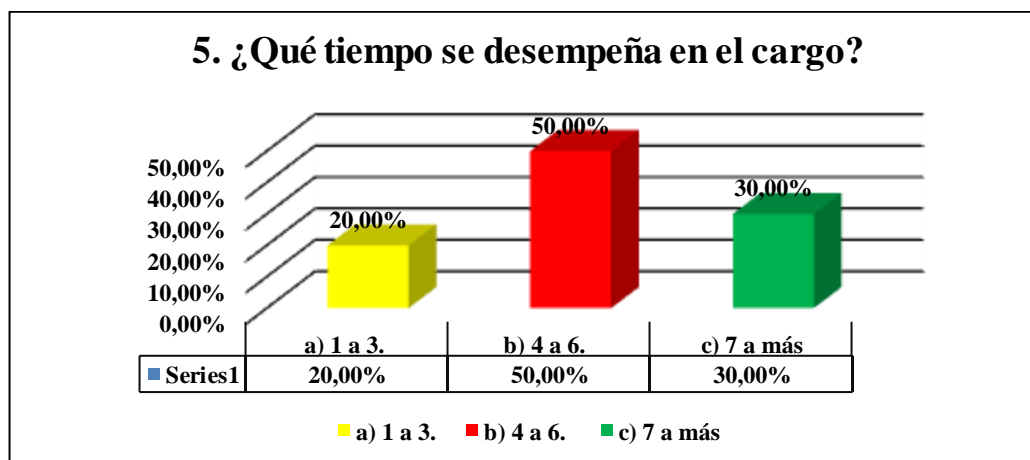
Interpretación

En la figura N° 4: Se observa que el 90% es dueño (9), y que el 10% es administrador (1), y que el 0% es gerente (0), es decir que en estos servicios no contratan profesionales capacitados para el área de gerencia, y que todas las personas de este rubro son autónomas de manejar sus propios negocios.

TABLA 5: ¿Qué tiempo se desempeña en el cargo?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| a) 1 a 3. | 2 | 20.00% |
| b) 4 a 6. | 5 | 50.00% |
| c) 7 a más. | 3 | 30.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

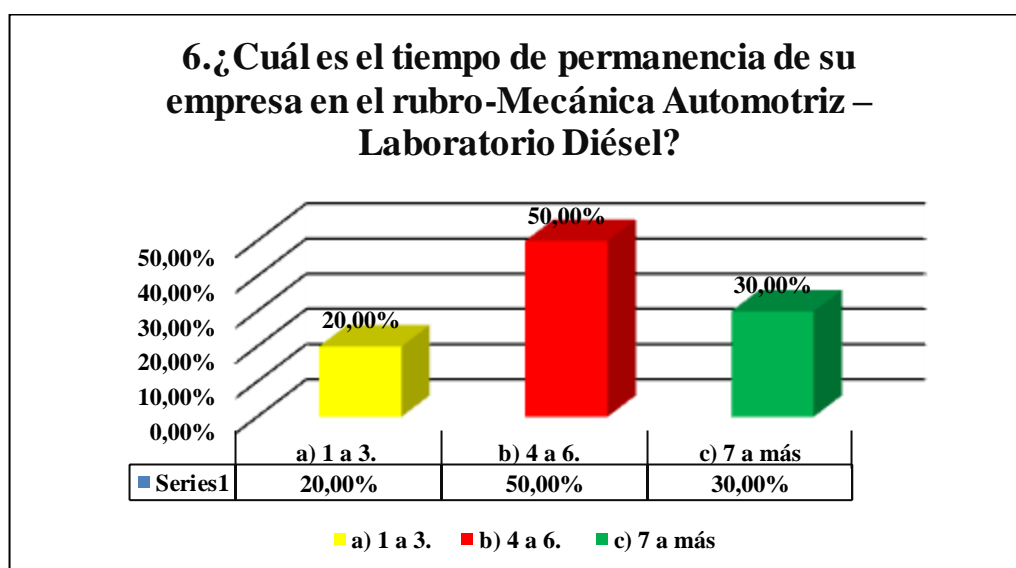
Interpretación

En la figura N° 5: Se observa que el 20% se desempeña de 1 a 3 años (2), y que el 50% se desempeña de 4 a 6 años (5), y que el 30% se desempeña de 7 más años (3), es decir que en estos servicios de los dueños no tienen más de 10 años por que estos servicios requieren de mucha inversión.

TABLA 6: ¿Cuál es el tiempo de permanencia de su empresa en el rubro- Mecánica Automotriz – Laboratorio Diésel?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| a) 0 a 3. | 2 | 20.00% |
| b) 4 a 6. | 5 | 50.00% |
| c) 7 a más. | 3 | 30.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

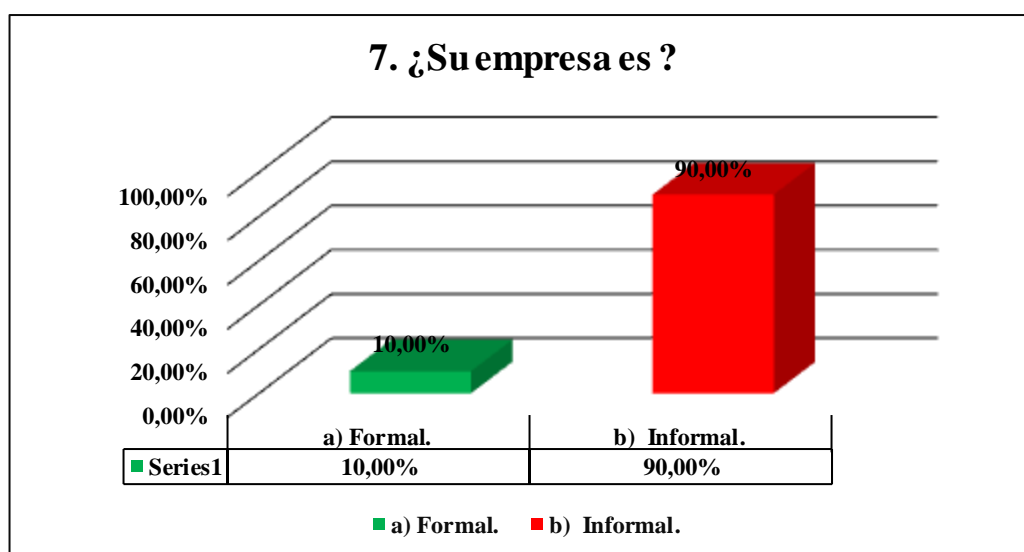
Interpretación

En la figura N° 6: Se observa que el 20% se desempeña de 1 a 3 años (2), y que el 50% se desempeña de 4 a 6 años (5), y que el 30% se desempeña de 7 más años (3), es decir que en estos servicios no se han implantado bien el mercado de competencias porque carecen de información empresarial.

TABLA 7: Su empresa es:

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| a) Formal. | 1 | 10.00% |
| b) Informal. | 9 | 90.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

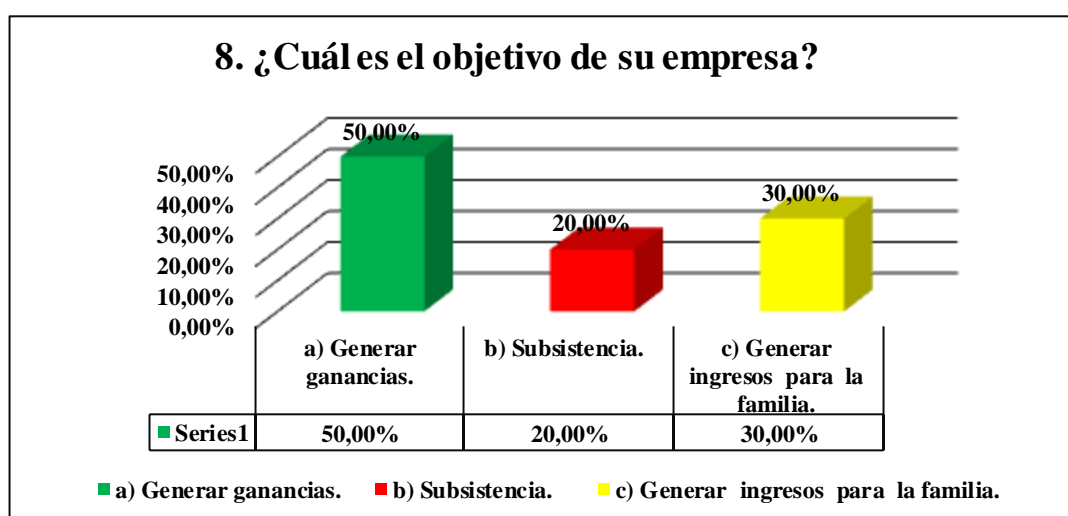
Interpretación

En la figura N° 7: Se observa que el grado de informalidad es muy alta y que el 10% solo es formal (1), y que el 90% es informal (9), debido a que hacen uso de productos de contrabando, y no les gusta contribuir con el estado por el alto grado de informalidad que se refleja en la región de puno.

TABLA 8: ¿Cuál es el objetivo de su empresa?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--------------------------------------|-----------|-------------|
| a) Generar ganancias. | 5 | 50.00% |
| b) Subsistencia. | 2 | 20.00% |
| c) Generar ingresos para la familia. | 3 | 30.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

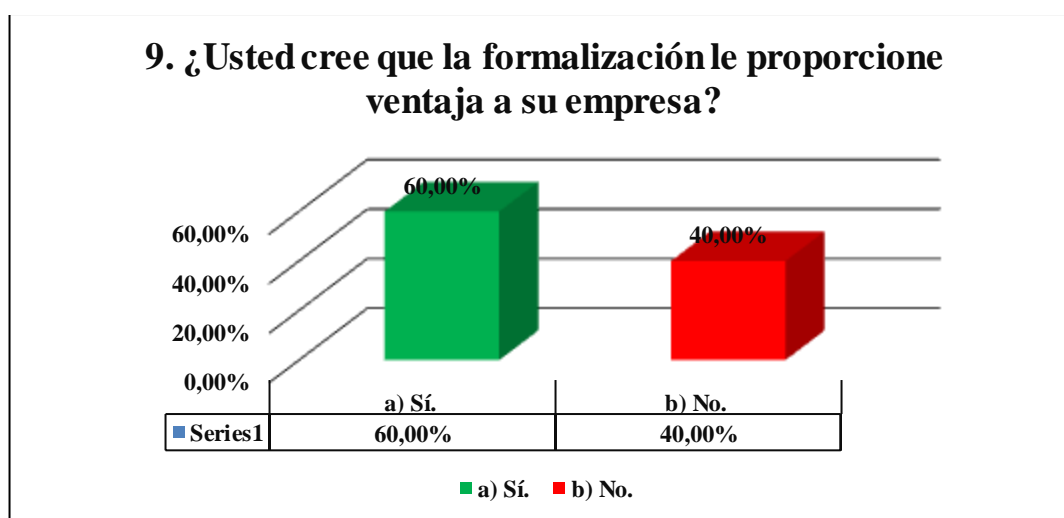
Interpretación

En la figura N° 8: Se observa que los dueños de las empresas de servicios mecánica-automotriz-laboratorio diésel solo prestan servicios para lucrar y que el 50% solo es para generar ganancias (5), y que un 20% trabaja para subsistir (2), y que un 30% trabaja para generar ingresos para su familia (3), y en el sector de mecánica automotriz la gran mayoría en la región de Puno solo trabajan para lucrar en beneficio propio.

TABLA 9: ¿Usted cree que la formalización le proporcione ventaja a su empresa?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| a) Si. | 6 | 60.00% |
| b) No. | 4 | 40.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

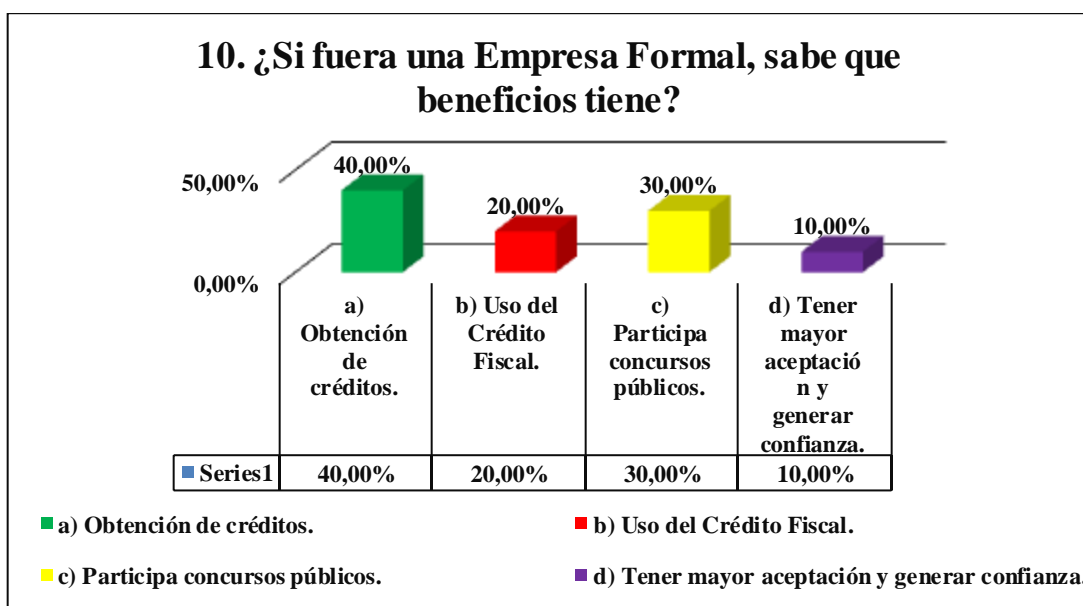
Interpretación

En la figura N° 9: Se observa que los dueños de las empresas de servicios mecánica automotriz-laboratorio creen que formalizando tendrán ventajas sus empresas que un 60% cree que la formalización le proporcione ventaja a su empresa (6), y que un 40% que no le proporcionada ventajas a su empresa (4), en el sector de mecánica automotriz la gran mayoría en la región de puno trabajan en informalidad.

TABLA 10: ¿Si fuera una Empresa Formal, sabe que beneficios tiene?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--|-----------|-------------|
| a) Obtención de créditos. | 4 | 40.00% |
| b) Uso de crédito fiscal. | 2 | 20.00% |
| c) Participa de concursos públicos. | 3 | 30.00% |
| d) Tener mayor aceptación y generar confianza. | 1 | 10.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

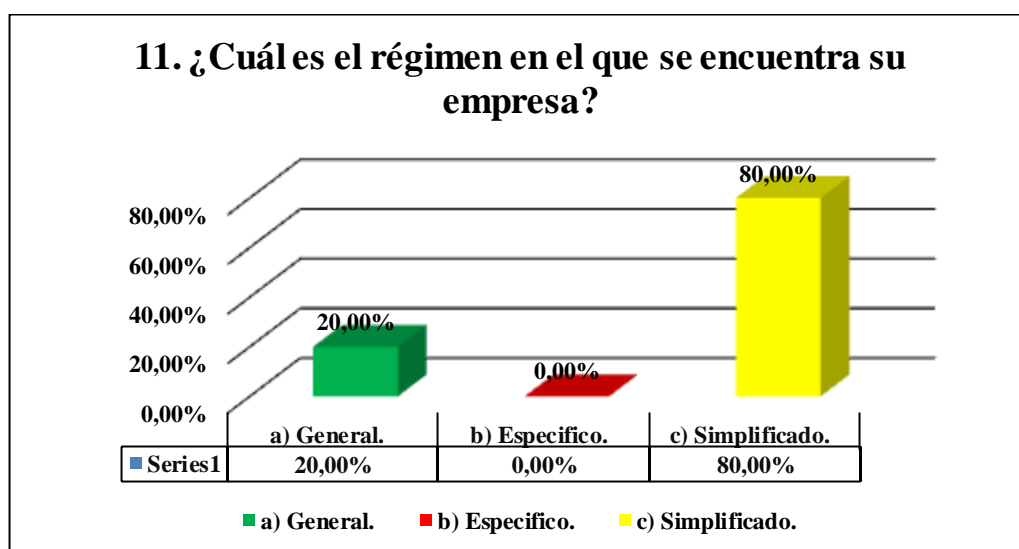
Interpretación

En la figura N° 10: Se observa que si las empresas fueran formales un 40% cree que tendría obtención de créditos (4), un 20% haría uso de crédito fiscal (2), y un 30% participaría de concursos públicos (3) y un 10% en tener mayor aceptación y generar confianza en las personas.

TABLA 11: ¿Cuál es el régimen en el que se encuentra su empresa?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|------------------|-----------|-------------|
| a) General. | 2 | 20.00% |
| b) Especifico. | 0 | 0.00% |
| c) Simplificado. | 8 | 80.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

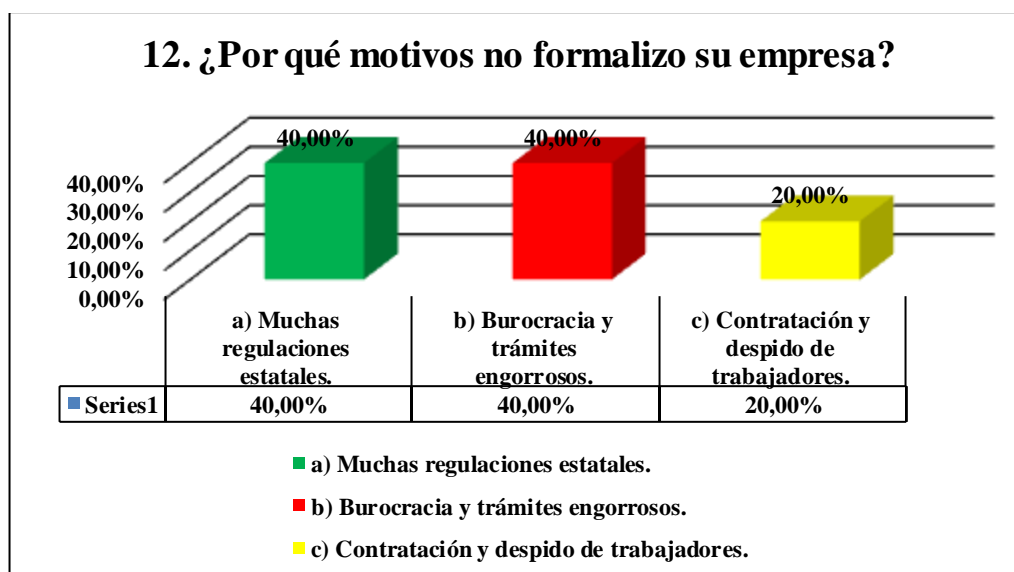
Interpretación

En la figura N° 11: Se observa que las empresas se encuentran un 20% en el régimen general (2), un 0% en el específico (0), y un 80% se encuentran en régimen simplificado (8) a los empresarios del sector servicio mecánica automotriz-laboratorio diésel no les gusta contribuir con el estado.

TABLA 12: ¿Por qué motivos no formalizo su empresa?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--|-----------|-------------|
| a) Muchas regulaciones estatales. | 4 | 40.00% |
| b) Burocracia y trámites engorrosos. | 4 | 40.00% |
| c) Contratación y despido de trabajadores. | 2 | 20.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

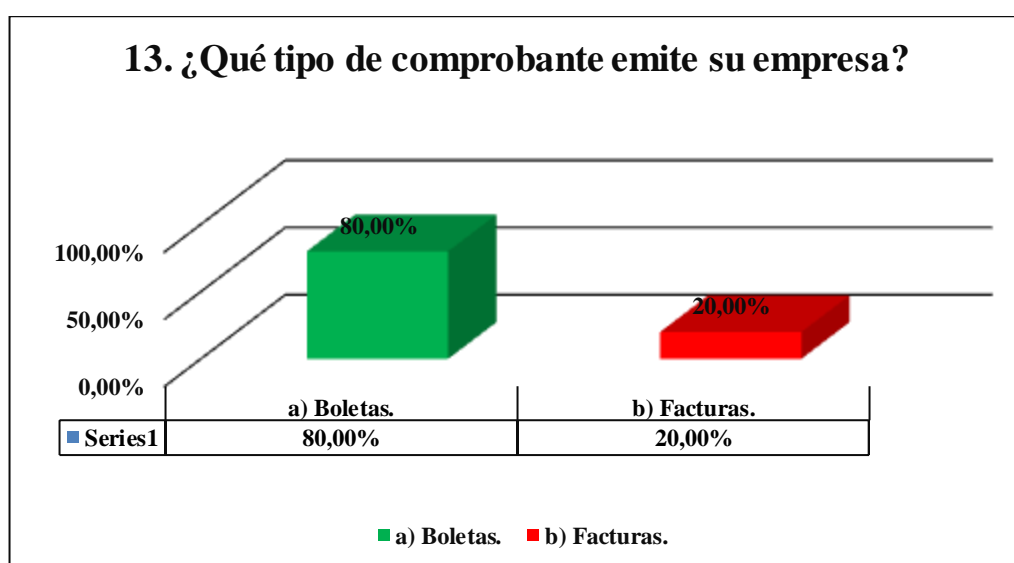
Interpretación

En la figura N° 12: Se observa que un 40% de los dueños no formalizan debido a muchas regulaciones estatales (4), y otro 40% no formalizan por la burocracia y trámites engorrosos (4), un 20% por la contratación y despido de los trabajadores (2), en su gran mayoría son las entidades públicas que demoran tantas regulaciones a las mype.

TABLA 13: ¿Qué tipo de comprobante emite su empresa?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| a) Boletas. | 8 | 80.00% |
| b) Facturas. | 2 | 20.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

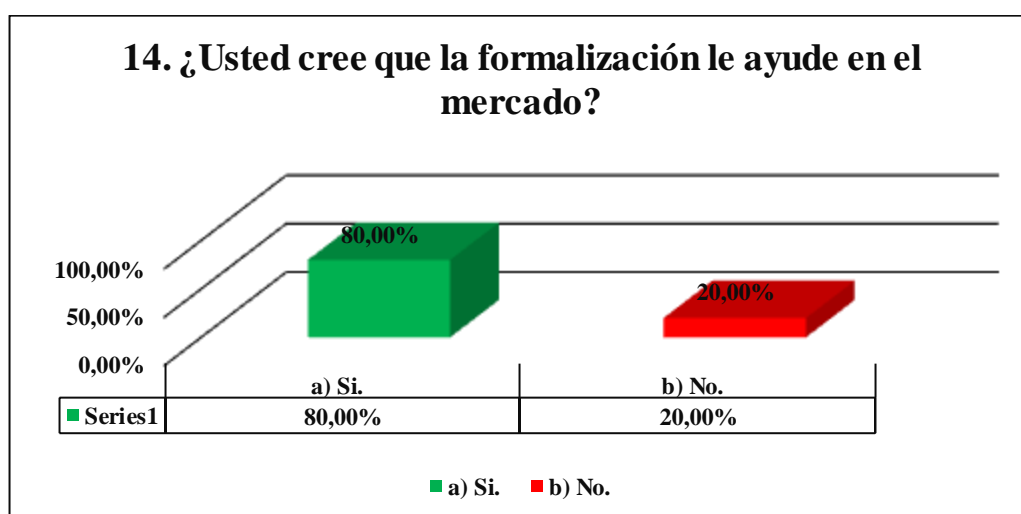
Interpretación

En la figura N° 13: Se observa que un 80% de las empresas emiten solo boletas (8), y solo un 20% emite facturas (2), esto se debe a que los ciudadanos no estamos acostumbrados a solicitar nuestros comprobantes de pago o de servicios.

TABLA 14: ¿Usted cree que la formalización le ayude en el mercado?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| a) Si. | 4 | 80.00% |
| b) No. | 6 | 20.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

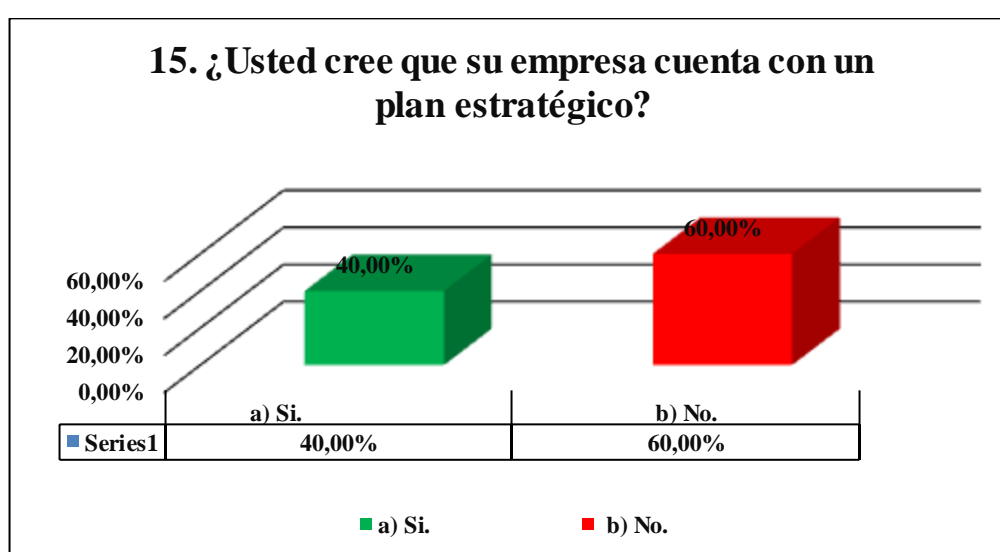
Interpretación

En la figura N° 14: Se observa que un 80% de los empresarios cree que la formalización les ayudada en el mercado (8), y solo un 20% cree no le ayude en nada la formalización (2), debido a que los empresarios no tienen capacitaciones y no tienen un asesor para poder llevarlos al paso de la formalización.

TABLA 15: ¿Usted cree que su empresa cuenta con un plan estratégico?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| a) Si. | 4 | 40.00% |
| b) No. | 6 | 60.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

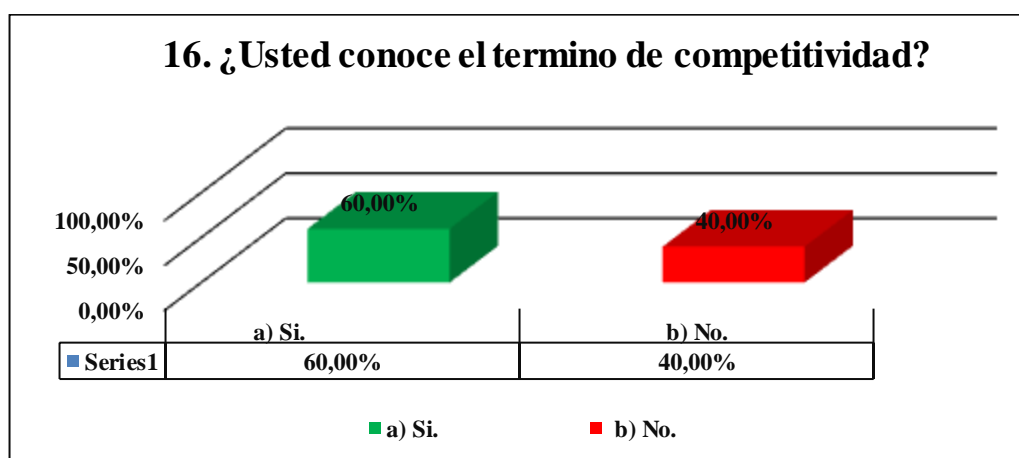
Interpretación

En la figura N° 15: Se observa que un 40% de los empresarios cuenta con un plan estratégico para su empresa(4), y un 60% no tiene un plan estratégico para su empresa (6), debido a que los empresarios no tienen la información suficiente de como implantarse en los mercados.

TABLA 16: ¿Usted conoce el término de competitividad?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| a) Si. | 6 | 60.00% |
| b) No. | 4 | 40.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

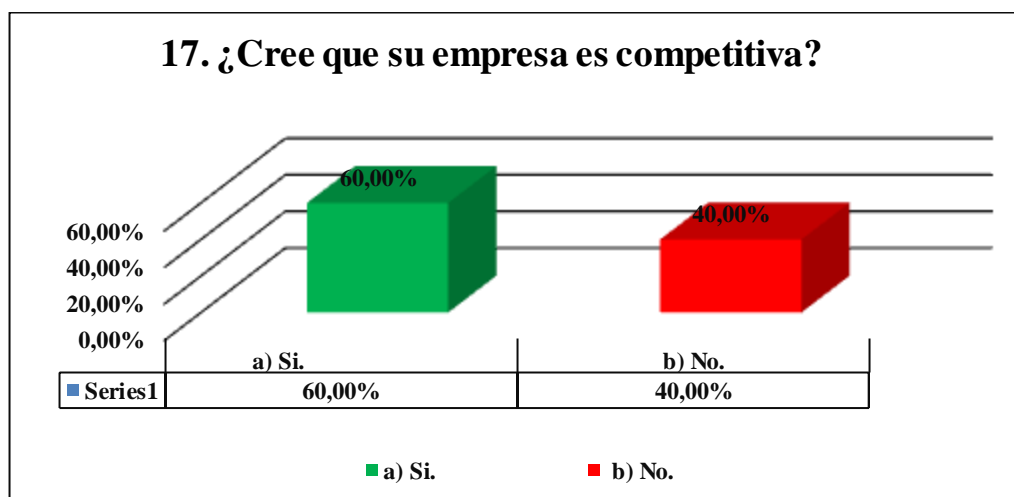
Interpretación

En la figura N° 16: Se observa que un 60% de los empresarios conocen el término de competitividad (6), y un 40% no tiene conocimiento de este término (4), de manejarse la competitividad con un alto grado de conciencia generaría más satisfacciones para la empresa.

TABLA 17: ¿Cree que su empresa es competitiva?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| a) Si. | 6 | 60.00% |
| b) No. | 4 | 40.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



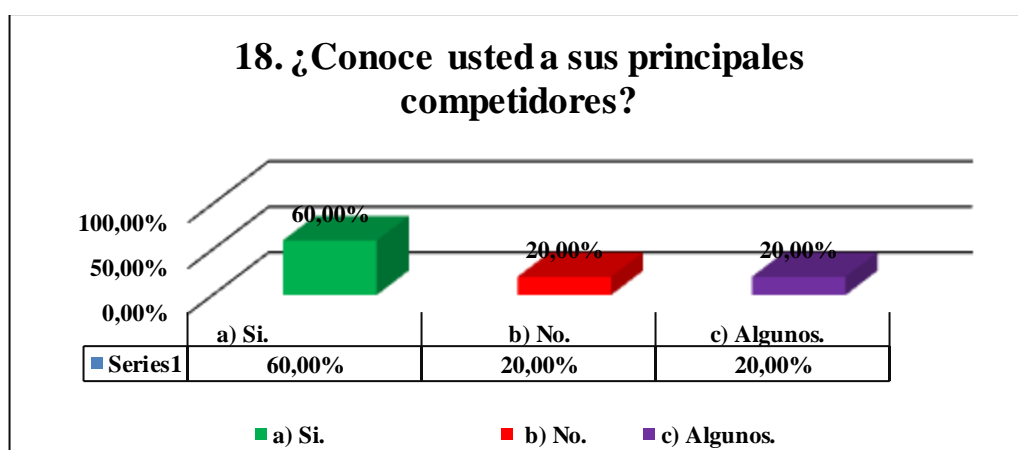
Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las mype en estudio.

En la figura N° 17: Se observa que un 60% de los empresarios piensan que su empresa es competitiva (6), y un 40% cree que no es competitiva (4), de manejarse la competitividad con un alto grado de conciencia generaría más satisfacciones para la empresa.

TABLA 18: ¿Conoce usted a sus principales competidores?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| a) Si. | 6 | 60.00% |
| b) No. | 2 | 20.00% |
| c) Algunos. | 2 | 20.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

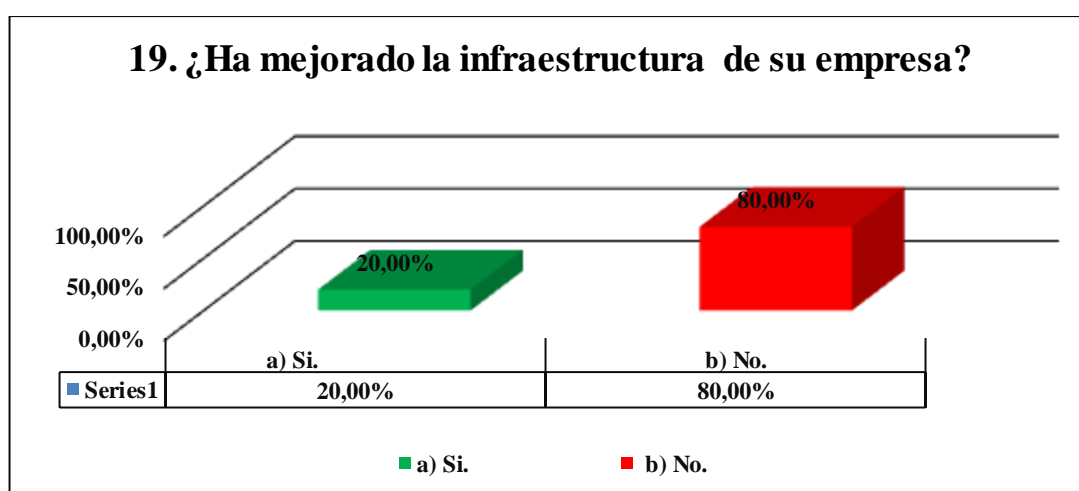
Interpretación

En la figura N° 18: Se observa que un 60% los empresarios conoce a sus competidores (6), y un 20% no conocen a sus competidores (2), y un 20% solo conocen a algunos de sus competidores (2).

TABLA 19: ¿Ha mejorado la infraestructura de su empresa?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| a) Si. | 2 | 20.00% |
| b) No. | 8 | 80.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

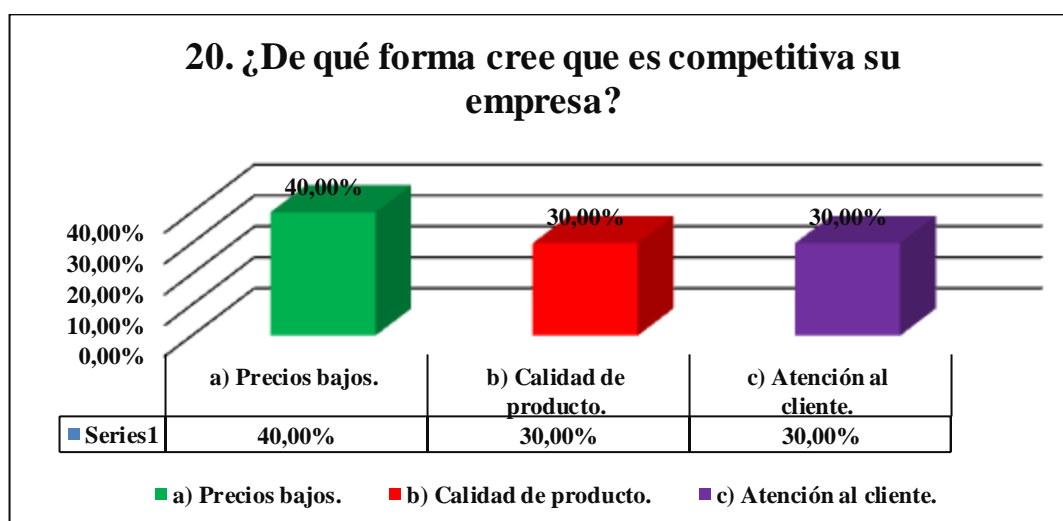
Interpretación

En la figura N° 19: Se observa que solo un 20% de los empresarios mejoró su infraestructura (2), y un 80% no mejoró nada (8), en las mype del rubro servicios mecánica automotriz-laboratorio diésel no mejoran sus infraestructuras debido a que estos empresarios solo alquilan un local por un tiempo determinado.

TABLA 20: ¿De qué forma cree que es competitiva su empresa?

| Respuesta | Total | Porcentaje |
|--------------------------|-----------|-------------|
| a) Precios bajos. | 4 | 40.00% |
| b) Calidad del producto. | 3 | 30.00% |
| c) Atención al cliente. | 3 | 30.00% |
| Total | 10 | 100% |

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



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

Interpretación

En la figura N° 20: Se observa que un 40% de los empresarios cree que su empresa es competitiva con los precios bajos (4), y un 30% cree con la calidad de producto (3), y un 30% cree que lo es con la atención al cliente.

4.2 ANALISIS DE RESULTADOS

ANALISIS DE RESULTADOS GENERAL

Se ha llegado al resultado general que las personas dueños de las empresas en el distrito de Juliaca la gran mayoría son varones, y que la gran mayoría tiene de 36 años a más y tienen una formación no universitaria saben que es necesario realizar la formalización de sus empresas ya que esto conllevará a ser elegibles de otorgar un crédito por parte de los bancos. En su totalidad los dueños de negocios en el distrito de Juliaca no desean realizar la formalización de los mismos, porque existen muchos trámites engorrosos que realizan y eso los ahuyenta de efectuar el mismo. En este medio los talleres mecánicos pequeños son muy pocos los que cuentan con una debida administración, además de estar equipados con las debidas herramientas técnicas informáticas y un plan o método. Cabe destacar que la gran mayoría de usuarios declara que si las empresas que no están formalizadas lo realizan, la competencia será beneficiosa para ellos y tendrán mejores oportunidades de elegir un buen servicio. De los que utilizan algún medio de control en sus talleres mecánicos se tienen los siguientes como los más comunes: Hojas de Excel, libreta, expedientes, facturas, órdenes de servicio, registros, es decir, la mayoría lo hace todo de manera “manual”. Con esto se observa la poca importancia que se le ha prestado a los talleres automotrices menos aún en el medio, que es un país menos avanzado tecnológicamente a pesar de la importancia que tiene el sector de la industria automotriz y lo desatendido que éste se encuentra. Se hizo una comparación con la tesis de caracterización de la formalización y la competitividad de las mype del sector servicio – rubro

mecánica automotriz del distrito de breña provincia de lima, departamento de lima, periodo 2013 – 2014 de **ALFONSO VALDIVIA FERRÉ** se llegó a analizar que la gran mayoría de propietarios del sector servicio rubro mecánica automotriz son varones y que no quieren formalizar porque existen muchas regulaciones estatales y que la gran mayoría dueños de las empresas sugieren que la competitividad se da por la calidad de servicio y de productos en ambos casos.

ANALISIS DE RESULTADOS DE LOS EMPRESARIOS.

Respecto a los datos generales del encuestado los principales resultados a las que se llegó es que la mayoría de los empresarios encuestados del rubro servicios – mecánica automotriz – laboratorio diésel del distrito de Juliaca, el 60% tiene la edad de 36 años a más, 90% son varones, 70% tienen estudios superior no universitaria, 90% es dueño, y el 50% se desempeña de 4 a 6 años. Y se hizo una comparación con la tesis de caracterización de la formalización y la competitividad de las mype del sector servicio – rubro mecánica automotriz del distrito de breña provincia de lima, departamento de lima, periodo 2013 – 2014 de **ALFONSO VALDIVIA FERRÉ** que en el sector servicio de mecánica-automotriz por lo que es un trabajo muy pesado es que solo hay más varones prestando servicios en este rubro y que la mayoría son personas ya mayores.

ANALISIS DE RESULTADOS DE LAS MYPE.

Respecto a los datos generales de la empresa los principales resultados de los datos generales de la empresa del rubro servicios – mecánica automotriz – laboratorio diésel del distrito de Juliaca, que el 50% se desempeña de 4 a 6 años en la actividad y el rubro, y que el 90% es informal, y que el 50% solo es para generar ganancias. Que por el sistema geográfico que tenemos en la región es que casi la gran mayoría de MYPE son informales en el distrito de Juliaca.

ANALISIS DE RESULTADOS DE LA FORMALIZACIÓN.

Respecto a la formalización de la empresa los principales resultados son que la mayoría de los empresarios encuestados del rubro servicios – mecánica automotriz – laboratorio diésel del distrito de Juliaca, consideran que un 60% cree que la formalización le proporcione ventaja a su empresa, que si las empresas fueran formales un 40% cree que tendría obtención de créditos, un 80% se encuentran en régimen simplificado, que un 40% de los dueños no formalizan debido a muchas regulaciones estatales, que un 80% de las empresas emiten solo boletas, que un 80% de los empresarios cree que la formalización les ayudada en el mercado y se hizo una comparación con la tesis de caracterización de la formalización y la competitividad de las mype del sector servicio – rubro mecánica automotriz del distrito de breña provincia de lima, departamento de lima, periodo 2013 – 2014 de **ALFONSO VALDIVIA FERRÉ** se llegó a analizar que tanto en puno u otra región la informalidad siempre es alta y que muchos no se formalizan por muchas regulaciones estatales.

ANALISIS DE RESULTADOS DE LA COMPETITIVIDAD.

Respecto a la competitividad de la empresa los principales resultados de los empresarios encuestados del rubro servicios – mecánica automotriz – laboratorio diésel del distrito de Juliaca, que un 60% no tiene un plan estratégico para su empresa, un 60% de los empresarios conocen el término de competitividad, un 60% de los empresarios piensan que su empresa es competitiva, un 60% los empresarios conoce a sus competidores, un 80% no mejoro nada en infraestructura, un 40% de los empresarios cree que su empresa es competitiva con los precios bajos, consideran que la implementación de nuevas tecnologías contribuye a la competitividad de las Mype se hizo una comparación con la tesis de caracterización de la formalización y la competitividad de las mype del sector servicio – rubro mecánica automotriz del distrito de breña provincia de lima, departamento de lima, periodo 2013 – 2014 de **ALFONSO VALDIVIA FERRÉ** se llegó a analizar que la competitividad lo manejan de acuerdo a los servicios de calidad y productos de calidad que la empresa ofrece al usuario.

V. CONCLUSIONES

CONCLUSIÓN GENERAL; Se ha llegado a la conclusión general que las personas dueños de las empresas en el distrito de Juliaca saben que es necesario realizar la formalización de sus empresas ya que esto conllevará a ser elegibles de otorgar un crédito por parte de los bancos. En su totalidad los dueños de negocios en el distrito de Juliaca no desean realizar la formalización de los mismos, porque existen muchos trámites engorrosos que realizan y eso los ahuyenta de efectuar el mismo. En este medio los talleres mecánicos pequeños son muy pocos los que cuentan con una debida administración, además de estar equipados con las debidas herramientas técnicas informáticas y un plan o método. Cabe destacar que la gran mayoría de usuarios declara que si las empresas que no están formalizadas lo realizan, la competencia será beneficiosa para ellos y tendrán mejores oportunidades de elegir un buen servicio. De los que utilizan algún medio de control en sus talleres mecánicos se tienen los siguientes como los más comunes: Hojas de Excel, libreta, expedientes, facturas, órdenes de servicio, registros, es decir, la mayoría lo hace todo de manera “manual”. Con esto se observa la poca importancia que se le ha prestado a los talleres automotrices menos aún en el medio, que es un país menos avanzado tecnológicamente a pesar de la importancia que tiene el sector de la industria automotriz y lo desatendido que éste se encuentra.

PRIMERA CONCLUSIÓN; Respecto a los datos generales del encuestado las principales conclusiones a las que se llegó es que la mayoría de los empresarios

encuestados del rubro servicios – mecánica automotriz – laboratorio diésel del distrito de Juliaca, el 60% tiene la edad de 36 años a más, 90% son varones, 70% tienen estudios superior no universitaria, 90% es dueño, y el 50% se desempeña de 4 a 6 años.

SEGUNDA CONCLUSIÓN; Respecto a los datos generales de la empresa las principales conclusiones de los datos generales de la empresa del rubro servicios – mecánica automotriz – laboratorio diésel del distrito de Juliaca, que el 50% se desempeña de 4 a 6 años en la actividad y el rubro, y que el 90% es informal, y que el 50% solo es para generar ganancias.

TERCERA CONCLUSIÓN; Respecto a la formalización de la empresa las principales conclusiones son que la mayoría de los empresarios encuestados del rubro servicios – mecánica automotriz – laboratorio diésel del distrito de Juliaca, consideran que un 60% cree que la formalización le proporcione ventaja a su empresa, que si las empresas fueran formales un 40% cree que tendría obtención de créditos, un 80% se encuentran en régimen simplificado, que un 40% de los dueños no formalizan debido a muchas regulaciones estatales, que un 80% de las empresas emiten solo boletas, que un 80% de los empresarios cree que la formalización les ayudada en el mercado.

CUARTA CONCLUSIÓN; Respecto a la competitividad de la empresa las principales conclusiones que los empresarios encuestados del rubro servicios – mecánica automotriz – laboratorio diésel del distrito de Juliaca, que un 60% no

tiene un plan estratégico para su empresa, un 60% de los empresarios conocen el término de competitividad, un 60% de los empresarios piensan que su empresa es competitiva, un 60% los empresarios conoce a sus competidores, un 80% no mejoro nada en infraestructura, un 40% de los empresarios cree que su empresa es competitiva con los precios bajos, consideran que la implementación de nuevas tecnologías contribuye a la competitividad de las Mype.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad Gonzales, Víctor (2011) Constitución de PYMES. Lima: Editorial San Marcos.
- Arruñada, B. (2007). El Imperativo de Eficacia en la Formalización de Empresas. Revista: Globalización, Competitividad y Gobernabilidad. 1 (1) ,106-107.
- Arruñada, B. (2013). El Imperativo de Eficacia en la Formalización de Empresas. Revista: Globalización, Competitividad y Gobernabilidad.
- Cabrera, A., López, P. & Ramírez, C. (2011). La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. Bogotá: Universidad Central, Departamento de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables.
- 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>
- Chimoy Maritza (2011). La Formalización de una Mype. [En línea] 2011. [Fecha de acceso 09 de Marzo de 2013]. URL disponible en: <http://www.slideshare.net/mecht/la-formalizacion-empresarial>.
- DIESTE, F. (1995). Relaciones Laborales en las Pequeñas y Medianas Empresas. Montevideo, (pp.10) <http://www.perupymes.com/>
- Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. (2007). Guía de Constitución y Formalización de Empresas. Lima, Perú: Autores.
- Gremios expresan apoyo al programa de créditos PYME. (2006, Agosto 11). El Comercio, p. B3
- 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.
- Martínez Jorge (2006). Definiendo Competitividad. [En línea] 2006. [Fecha de acceso 09 de Marzo de 2013]. URL disponible en: <http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/TallerBasesdeDatosRep.Dom/Documentosypresentaciones/2DefiniendolaCompetitividad.pdf>.
- 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.
- MYPE se potencian con formalización. (2006, Setiembre 7). EL COMERCIO. p. B3.
- Movimiento Manuela Ramos. (2014). Microempresa, Formalización y Seguridad Social. Lima: Autores.
- NUEVO CAMINO DE ALTERNATIVA FINANCIERA (2004, Agosto). Normas Internacionales de Información Financiera para MYPE. Lima, Vol. 1, (pp.150).
- Hirano, R. (2006, Agosto 27). Una mirada a las políticas públicas a favor de las MYPE en América Latina. El Comercio, p. B5. MYPE se potencian con formalización. (2006, Setiembre 7). EL COMERCIO. p. B3.
- 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
- Perú, Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. (2007). Guía de Constitución y Formalización de Empresas. Lima: Autores.
- Perú, Nathan Associates Inc. (2009). COMPETITIVIDAD: El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las mype. Lima: Autor.
- Perú, Ministerio de la Producción. (2010). Como crear una empresa - Constitución y Formalización de empresas. Piura: Autor.

- Perú, Ministerio de la Producción. (2011). Mype 2011. Estadísticas de la Micro y Pequeña Empresa. Lima: Autor.
- Porter, Michael E. (2013). Ser competitivo, Nuevas aportaciones y conclusiones, Barcelona- España: Ediciones Deusto.
- Pro Inversión. (2015). MYPE 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.
- Pro inversión. (2014) MYPE empresa crece. Extraído el día 12 de Junio del 2015 desde: <http://www.uss.edu.pe/eventos/JovEmp/pdf/Mype.pdf>
- Quispe Jenny. Formalizando empresas. [En línea] 2008. [Fecha de acceso 25 de Marzo de 2016]. URL disponible en: http://www.slideshare.net/ed_economia/ponencia-formalizacion
- 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.
- Valdivia, A. (2014). Caracterización de la formalización y la competitividad de las mype del sector servicio – rubro mecánica automotriz del distrito de breña, provincia de lima, departamento de lima, periodo 2013-2014 Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Vela, L. (2007). Caracterización de las micro y pequeñas empresas (mype) en el Perú y desempeño de las micro finanzas. Lambayeque, Perú: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

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.

<http://es.slideshare.net/Lordkoky/formalizacion-de-MYPE>.

<http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo-ciencias-contables/article/view/175>.

<http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo-ciencias-contables/article/viewFile/175/204>.

<http://www.revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/806>.

www.eumed.net/cursecon/dic/

www.unmsm.edu.gob.pe

ANEXOS

Anexo I- Cuestionario

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE METODOLOGÍA
DE LA INVESTIGACIÓN – DEMI**

**CUESTIONARIO APLICADO A LOS DUEÑOS, GERENTES O
PROPIETARIOS DE LAS MYPE DEL ÁMBITO DE ESTUDIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado **CARACTERÍSTICAS DE LA FORMALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR SERVICIO RUBRO MECANICA AUTOMOTRIZ – LABORATORIO DIESEL DEL DISTRITO DE JULIACA, PERÍODO 2015.**

La información que usted nos proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Encuestado (a):.....

Fecha:...../...../.....

1. DATOS GENERALES

1.1. Edad de los propietarios de la empresa:

- a) De 15 a 25 años. () b) De 26 a 35 años. () c) De 36 a 45 años. ()
d) Más de 46 años. ()

1.2. Género del Gerente y/o propietario del negocio:

- a) Femenino. () b) Masculino. ()

1.3. ¿Cuál es grado de instrucción de los propietarios?

- a) Primaria. ()
b) Secundaria. ()
c) Superior no universitaria. ()
d) Superior universitaria. ()

1.4. ¿Cuál es el cargo de los representantes?

- a) Dueño. () b) Administrador. () c) Gerente. ()

1.5. ¿Qué tiempo se desempeña en el cargo?

- a) 1 a 3. () b) 4 a 6. () c) 7 a más. ()

2. PERFIL DE LAS MYPE

2.1. ¿Cuál es el tiempo de permanencia de su empresa en el rubro-Mecánica

Automotriz – Laboratorio Diésel?

- a) 0 a .3 () b) 4 a 6. () c) 7 a más. ()

2.2. ¿Su empresa es: ?

- a) Formal. () b) Informal. ()

2.3. ¿Cuál es el objetivo de su empresa?

- a) Generar ganancias. ()
b) Subsistencia. ()
c) Generar ingresos para la familia. ()

3. FORMALIZACIÓN DE LAS MYPE

3.1. ¿Usted cree que la formalización le proporcione ventaja a su empresa?

- a) Sí () b) No. ()

3.2. ¿Si fuera una Empresa Formal, sabe que beneficios tiene?

- a) Obtención de créditos. ()
b) Uso del Crédito Fiscal. ()
c) Participa concursos públicos. ()
d) Tener mayor aceptación y generar confianza. ()

3.3. ¿Cuál es el régimen en el que se encuentra su empresa?

- a) General. () b) Especifico. () c) Simplificado.

3.4. ¿Por qué motivos no formalizo su empresa?

- a) Muchas regulaciones estatales. ()
b) Burocracia y trámites engorrosos. ()
c) Contratación y despido de trabajadores. ()

3.5. ¿Qué tipo de comprobante emite su empresa?

- a) Boletas. () b) Facturas. ()

3.6. ¿Usted cree que la formalización le ayude en el mercado?

- a) Si. () b) No. ()

4. COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE

4.1. ¿Usted cree que su empresa cuenta con un plan estratégico?

- a) Si. () b) No. ()

4.2. ¿Usted conoce el termino de competitividad?

- a) Si. () b) No. ()

4.3. ¿Cree que su empresa es competitiva?

- a) Si. () b) No. ()

4.4. ¿Conoce usted a sus principales competidores?

- a) Si. () b) No. () c) Algunos. ()

4.5. ¿Ha mejorado la infraestructura de su empresa?

- a) Si. () b) No. ()

4.6. ¿De qué forma cree que es competitiva su empresa?

- a) Precios bajos. ()
b) Calidad de producto. ()
c) Atención al cliente. ()

MATRIZ DE CONSISTENCIA

CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO MECÁNICA AUTOMOTRIZ – LABORATORIO DIESEL, DEL DISTRITO DE JULIACA, PROVINCIA DE SAN ROMÁN REGIÓN DE PUNO PERIODO 2015?

| PROBLEMA | OBJETIVOS | JUSTIFICACION | VARIABLES | DISEÑO DE LA INVESTIGACION |
|---|---|---|---|---|
| <p>PROBLEMA GENERAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son las principales características de la formalización y la competitividad de las Mype del sector servicio - Rubro Mecánica Automotriz – Laboratorio diésel del distrito de Juliaca, provincia de San Román, Región de Puno periodo 2015? <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son las principales características de las Mype y de los empresarios del sector servicio - Rubro Mecánica Automotriz – Laboratorio Diésel del distrito de Juliaca, provincia de San Román, Región de Puno periodo 2015? | <p>OBJEIVO GENERAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar las principales características de la formalización y la competitividad de las Mype del sector servicio - Rubro Mecánica Automotriz – Laboratorio diésel del distrito de Juliaca, provincia de San Román, Región de Puno periodo 2015? <p>OBJEIVOS ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar las principales características de la formalización de las Mype del sector servicio - Rubro Mecánica Automotriz – Laboratorio Diésel del distrito de Juliaca, provincia de San Román, Región de Puno. Determinar las principales características de la competitividad de las Mype del sector servicio - Rubro Mecánica Automotriz – Laboratorio Diésel del distrito de Juliaca, provincia de San Román, Región de Puno periodo 2015? Determinar las principales características de las Mype y de los empresarios del sector servicio - Rubro Mecánica Automotriz – Laboratorio Diésel del distrito de Juliaca, provincia de San Román, Región de Puno periodo 2015? | <ul style="list-style-type: none"> El presente estudio se justifica, porque permitirá conocer las principales características de la formalización y la competitividad de las Mype del sector servicio - Rubro Mecánica Automotriz – Laboratorio diésel del distrito de Juliaca, provincia de San Román, Región de Puno periodo 2015. Del mismo modo, permitirá que los empresarios tomen decisiones con respecto a la formalización y la competitividad de las Mype. Finalmente, este estudio servirá de base para futuras investigaciones y otros estudios de las Mype, con respecto a su formalización y competitividad. | <ul style="list-style-type: none"> Perfil de los propietarios de las MYPE. Perfil de las MYPE. Formalización de las MYPE. Competitividad de las MYPE. | <p>TIPO DE INVESTIGACIÓN</p> <p>En la presente elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental - transversal - descriptivo.</p> <p>NO EXPERIMENTAL: Porque se va a estudiar conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.</p> <p>TRANSVERSAL: Porque se va a estudiar en un tiempo determinado.</p> <p>DESCRIPTIVO: Porque el propósito de la investigación fue describir las características de las variables de estudio ya que se pretende comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos del problema planteado.</p> |