



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACION**

**CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y LA  
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR  
COMERCIO DEL MERCADO BENJAMIN GAMARRA  
DE LA URBANIZACION CAMPODONICO CHICLAYO  
2018**

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

**AUTOR:**

**BACH. CÉSAR JESÚS SÁNCHEZ GARCÍA**

**ASESOR**

**LIC. VICTOR ADEMAR ARELLANO LACHAPELL**

**CHICLAYO PERU**

**2018**

## **JURADO EVALUADOR DE TESIS**

---

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

PRESIDENTE

---

Lic. Adm. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

SECRETARIO

---

Mgtr. Adm. Víctor Helio Patiño Niño

VOCAL

---

Lic. Adm. Víctor Ademar Arellano Lachapell

Asesor

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote y a la Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración de Empresas y en especial a mis asesores y docentes quienes con su apoyo he logrado la consolidación de mis estudios.

A las personas que de alguna manera me apoyaron con su experiencia en la presente investigación.

## **DEDICATORIA**

La presente investigación la dedico A mi madre, esposa e hijos y a mis hermanos, por ser el pilar más importante, quienes me han apoyado para llegar a concluir mis estudios profesionales y a mis docentes.

## **RESUMEN**

El desarrollo del trabajo de tesis se denomina: Caracterización de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector comercio del mercado Benjamín Gamarra de la Urbanización Campodónico Chiclayo 2018, para la presente investigación se determinó como objetivo general: Determinar las principales características de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector del Mercado Benjamín Gamarra de la Urbanización Campodónico 2018, la metodología empleada fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. Las MYPES de investigación son 24 Gerentes (Dueños), la población por las variables son: formalización y competitividad que determinaron una población finita conocida, respecto a la muestra según, Hernández, Fernández y Baptista (2010), y el resultado que se obtuvo para encuestar en la ciudad de Chiclayo es de 24 gerentes. Para aplicar la técnica se utilizó la encuesta, con el instrumento cuestionario. Luego de la ejecución de resultado del análisis se concluyó, que: El 45.8% de MYPES encuestadas del rubro del sector mercado de la provincia de Chiclayo, se encuentran formalizadas, logrando ventajas, tales como la obtención de créditos y el aumento de sus ventas. En cuanto a la competitividad, el 70.8% de MYPES encuestadas del rubro del sector mercado de la provincia de Chiclayo, son competitivas, por la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente.

Palabras claves: Formalización, Competitividad y MYPES.

## **ABSTRACT**

The development of the thesis work is called: Characterization of the formalization and competitiveness of the MYPES of the market sector Benjamín Gamarra of the Urbanization Campodónico Chiclayo 2018, for the present investigation was determined as a general objective: Determine the main characteristics of the formalization and the competitiveness of the MYPES of the Benjamín Gamarra Market sector of the 2018 Campodónico Urbanization, the methodology used was of a descriptive type, quantitative level, non-experimental design and cross-cutting. The research MYPES are 24 Managers (Owners), the population by the variables are: formalization and competitiveness that determined a known finite population, with respect to the sample according to Hernández, Fernández y Baptista (2010), and the result that was obtained to survey in the The city of Chiclayo has 24 managers. To apply the technique the survey was used, with the questionnaire instrument. After the execution of the result of the analysis, it was concluded that: 45.8% of MSEs surveyed in the sector of the market sector of the province of Chiclayo are formalized, achieving advantages, such as obtaining credits and increasing their sales. In terms of competitiveness, 70.8% of SMEs surveyed in the sector of the market sector of the province of Chiclayo are competitive, for the quality, the price of their products and customer service.

**Keywords:** Formalization, Competitiveness and MYPES.

## Índice de Contenido

<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iii
<b>DEDICATORIA</b> .....	iv
<b>RESUMEN</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>Índice de Contenido</b> .....	vii
<b>Índice de tablas</b> .....	ix
<b>Índice de gráficos</b> .....	x
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>II. REVISIÓN DE LITERATURA</b> .....	6
<b>2.1. ANTECEDENTES</b> .....	6
<b>2.1.1. VARIABLE FORMALIZACIÓN</b> .....	6
<b>2.1.2. Variable Competitividad.</b> .....	10
<b>2.2. BASES TEÓRICAS</b> .....	12
<b>2.2.1. Formalización</b> .....	12
a) <b>Ventajas de la formalización</b> .....	12
b) <b>Desventajas de la formalización</b> .....	13
<b>2.2.2. Competitividad</b> .....	18
<b>III. HIPÓTESIS.</b> .....	23
<b>IV. METODOLOGÍA</b> .....	24
<b>4.1. DISEÑO DE LA METODOLOGÍA</b> .....	24
<b>4.1.1. Tipo de investigación</b> .....	24
<b>4.1.2. Nivel de investigación</b> .....	24
<b>4.1.3. Diseño de la investigación</b> .....	24
<b>4.2. Universo o población, muestra</b> .....	24
<b>4.2.1. Población</b> .....	24
<b>4.2.2. Muestra</b> .....	25
<b>4.3. Criterios de inclusión y exclusión</b> .....	25
<b>4.4. Operacionalización de variables e indicadores</b> .....	26
<b>4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	28
<b>4.6. Plan de análisis de datos</b> .....	28
<b>4.7. Matriz de consistencia</b> .....	29
<b>4.8. Principios éticos:</b> .....	31

<b>V. RESULTADOS</b> .....	32
<b>5.1. Resultados</b> .....	32
5.1.1.    Respecto al perfil del empresario.....	32
5.1.2.    Respecto a las características de las MYPES.....	37
5.1.3.    Respecto a la formalización.....	42
5.1.4.    Respecto a las características de la competitividad.....	47
<b>5.2. Análisis de Resultados</b> .....	52
5.4.1.    Respecto al perfil del empresario.....	52
5.4.2.    Respecto a la formalización.....	52
5.4.3.    Respecto a la característica de la competitividad.....	53
<b>VI. CONCLUSIONES</b> .....	55
<b>VII. Referencias Bibliográficas</b> .....	56
<b>ANEXO</b> .....	61



## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> operacionalización de las variables.....	26
<b>Tabla 2</b> Edad de los representantes de las MYPES. ....	32
<b>Tabla 3</b> Género de los representantes de las MYPES.....	33
<b>Tabla 4</b> Grado de instrucción de los representantes de las MYPES. ....	34
<b>Tabla 5</b> Estado civil de los representantes .....	35
<b>Tabla 6</b> Profesión de los representantes de las MYPES .....	36
<b>Tabla 7</b> Antigüedad de las MYPE del sector Mercados .....	37
<b>Tabla 8</b> Formalización de las MYPES .....	38
<b>Tabla 9</b> Número de trabajadores permanentes de las MYPES .....	39
<b>Tabla 10</b> Número de trabajadores eventuales de las MYPES .....	40
<b>Tabla 11</b> Motivos de formalización de las MYPES.....	41
<b>Tabla 12</b> ¿Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa? .....	42
<b>Tabla 13</b> Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial .....	43
<b>Tabla 14</b> Considera que la formalización aumenta los costos laborales .....	44
<b>Tabla 15</b> : Si el Estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES, formalizaría su empresa .....	45
<b>Tabla 16</b> Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio .....	46
<b>Tabla 17</b> Competitividad para el buen desempeño de las MYPES. ....	47
<b>Tabla 18</b> El vendedor asesora al comprador en las MYPES.....	48
<b>Tabla 19</b> Entrega del producto al cliente con la menor demora posible.....	49
<b>Tabla 20</b> Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores. ....	50
<b>Tabla 21</b> Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra.....	51

## Índice de gráficos

GRAFICO 1 <b>Edad de los representantes de las MYPES</b> .....	32
GRAFICO 2 <b>Género de los representantes de las MYPES</b> .....	33
GRAFICO 3 <b>Grado de instrucción de los representantes de las MYPES</b> .....	34
GRAFICO 4 <b>Estado civil de los representantes</b> .....	35
GRAFICO 5 <b>Profesión de los representantes de las MYPES</b> .....	36
GRAFICO 6 <b>Antigüedad de las MYPE del sector Mercados</b> .....	37
GRAFICO 7 <b>Formalización de las MYPES</b> .....	38
GRAFICO 8 <b>Número de trabajadores permanentes de las MYPES</b> .....	39
GRAFICO 9 <b>Número de trabajadores eventuales de las MYPES</b> .....	40
GRAFICO 10 <b>Motivos de formalización de las MYPES</b> .....	41
GRAFICO 11 <b>Beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa</b> .....	42
GRAFICO 12 <b>Recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial</b> .....	43
GRAFICO 13 <b>Considera que la formalización aumenta los costos laborales</b> .....	44
GRAFICO 14 <b>El Estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES</b> .....	45
GRAFICO 15 <b>Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio</b> .....	46
GRAFICO 16 <b>Competitividad para el buen desempeño de las MYPES</b> .....	47
GRAFICO 17 <b>El vendedor asesora al comprador en las MYPES</b> .....	48
GRAFICO 18 <b>Entrega del producto al cliente con la menor demora posible</b> .....	49
GRAFICO 19 <b>Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores</b> .....	50
GRAFICO 20 . <b>Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra</b> .....	51

## **I. INTRODUCCIÓN**

La presente investigación tiene como objetivo general las características de la formalización y competitividad de las MYPES, del sector comercio Benjamín Gamarra de la urbanización Campodónico del distrito de Chiclayo 2018, la investigación es de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, no experimental y de corte transversal.

Hoy en día el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) está promoviendo campañas en la Formalización para la MYPE y a sus trabajadores brindándoles la oportuna información.

Por otro lado, se conoce como mercados de abastos a aquellas instalaciones (o puestos de abarrotes) donde se expende todo tipo de alimentos frescos y envasados (abarrotes en general), que serán usados para el consumo y distribución de alimentación para la población de una determinada localidad.

En la actualidad existen tres tipos de Mercado de abastos, los Mayoristas, los Mixtos y los Minoristas. Cada uno cumple su rol según el (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2017). Donde el 1,7% son mayoristas, el 10,1% son de tipo mixto y el 88,2% es de tipo minoristas (INEI, 2017).

En la década de los 90 y a inicios del presente siglo, el 63,0% de mercados de abastos iniciaron sus actividades, mientras que el 37,9% iniciaron en los años 2000 y 2016 según el (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2016). Se reflejó del crecimiento de la economía y la población donde los mercados de abastos continúan siendo la principal fuente de suministro de alimentos, bienes y servicios de los consumidores al nivel nacional (INEI, 2016).

En el año 2016 se registró un total de 2612 mercados de abastos al nivel nacional en comparación de los años 1996 se inició con un total de 1097 mercados de abastos (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2017). Se comparó con Lima que la mayor cantidad de mercados de abastos con un total de 1122. Mientras que en el departamento de Piura ocupa el octavo puesto con el total de 76 mercados de abastos al nivel departamental (INEI, 2017).

Las pequeñas y micro empresas, en casi todos los países del mundo, constituyen con la mayoritaria del tejido empresarial. Por ejemplo, en Brasil para el año 2000, el

92% de las empresas son microempresas y aproximadamente el 7% son pequeñas y medianas; en conjunto emplean al 48 % del total del sector de la empresa (Castillo, 2011, p.05).

Las micro y pequeñas empresas en Latinoamérica suman 10 millones y son una “importancia crítica” porque generan parte del empleo con un 47% pero a la vez presentan altos índices de informalidad y baja productividad (GESTIÓN, 2015).

En el Perú nueve de cada diez compañías son MYPE permitiendo que sobresalga como mercado relevante para la economía, políticos y privados. Ya que el 50% de las microempresas generan ingresos mensuales de entre S/1.500 y S/10.000 y el 40% entre S/10.000 y S/30.000. Y, el lado de las pequeñas empresas, más del 70% de sus ingresos está concentrado el rango de entre S/50.000 y S/80.000 (Castillo, 2016).

De acuerdo con las micro y pequeñas empresas dedicada a la comercialización de abarrotos esto traería los grandes beneficios ya que se podrá importar un stock de productos que estén al acorde con las necesidades de consumo humano y así va permitiendo que nuestro país obtenga un crecimiento económico estable, que va a ayuda a minimizar las cifras de pobreza como nos explica: Silva (2011) en la conferencia de “Impacto del comercio Exterior en la Economía Peruana” nos dice que el auge del comercio exterior del Perú es uno de los tantos factores que influyen en el crecimiento económico del país, y como tal tiene incidencia en la reducción de la pobreza y en el incremento de la inversión extranjera.

Todas las MYPE para dar inicio a sus actividades están obligadas a estar inscritas en el Registro Único de contribuyentes (RUC), que otorga la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), que se refiere la ley N° 26935, Ley sobre Simplificación de Procedimientos para obtener los Registros Administrativos y las Autorizaciones Sectoriales para el Inicio de las Actividades de las Empresas. (Comisión Permanente del Congreso de la República, 1997).

Un aspecto interesante como es, en Latinoamérica la estructura industrial está segmentada claramente. Y es cierto que las MYPES generan empleo a una parte importante de la población económicamente activa tanto en la industria manufacturera, dando su aporte al valor agregado y a las exportaciones es mínimo.

Se trata una especialización desacertada, en condiciones de competencia creciente para las MYPES y así podrán subsistir solamente en nichos del mercado o como proveedores de las grandes empresas. (Hernández, F. 2007).

Lo más importante es la generación de empleos y los ingresos, en la innovación, a las MYPES como el centro en la agenda nacional en función del desarrollo del país. Y las cifras en el Perú, las micro, pequeñas y medianas empresas representando el equivalente el 99.6% del total de los negocios en el país, produciendo el 47% del PBI y generando empleos superior al 80% de la fuerza laboral; se afirma que las MYPES en el Perú, hace 40 años, donde el estado está regulando a las pequeñas y medianas empresas, y estas no se desarrollan lo suficiente, convirtiéndose en una economía informal, la más grande en el mundo, donde 74% en el Perú, las MYPES son informal; el cliente en la actualidad, emite un juicio, sobre la calidad y satisfacción real, percibida debe constituir que el producto o servicio sea lo fundamental y principal. **(Perspectivasperu.ey.com, 2015).**

Por otro lado, la Formalización es un problema con mayor que enfrentan las MYPES debido a los trámites son engorrosos y a los elevados precios para lograr dicha formalización. Y así Muchos de estas empresas no se formalizadas, corren el riesgo en perder su mercaderías en los decomisos, y varios de ellos son golpeados por las autoridades; otros son desalojados y lo más injusto es que no tienen oportunidad a préstamos.

La competitividad consiste en la capacidad de una organización pública o privada, con fines de lucro, de mantener en forma sistemáticamente, las ventajas comparativas que permitan alcanzar a las organizaciones en mejoras determinadas posiciones dentro mercado y del entorno socioeconómico; la competitividad incide en plantear el propósito de desarrollar cualquier iniciativa de negocios. El concepto de competitividad, manifestado como la excelencia, con connotación de eficiencia y eficacia de la organización. **(Monografias.com, 2016).**

Capacitación denominado desarrollo de personal, es la actividad realizada por las organizaciones empresariales y/o públicas, que responde a las necesidades, que busca en mejoramiento de las actitudes, e incrementar los conocimientos, para mejorar las habilidades o conductas del personal de una organización; concretamente, las capacitaciones: busca perfeccionar al trabajador en su puesto de trabajo, de acuerdo a

las necesidades de la empresa, con un proceso bien estructurado y con metas que se desean alcanzar. (Forodeseuridad.com, 2017).

En base a lo descrito se formula la siguiente interrogante:

¿Cuáles son las características de la formalidad y competitividad de las MYPES, del sector comercio del mercado Benjamín Gamarra de la Urbanización Campodónico Chiclayo 2018?

Para dar respuesta a este problema se ha planteado los siguientes objetivos

### **Objetivo General.**

Determinar la caracterización de la formalización y competitividad de las MYPES del sector comercio del Mercado Benjamín Gamarra de la urbanización Campodónico Chiclayo 2018

### **Objetivos Específicos:**

Determinar las principales características de la formalización de las MYPES del sector comercio del Mercado Benjamín Gamarra de la Urbanización Campodónico Chiclayo 2018.

Determinar las principales características de la competitividad de las MYPES del sector comercio del Mercado Benjamín Gamarra de la Urbanización Campodónico Chiclayo 2018.

Asimismo, esta investigación está justificado de manera práctica, ya que, tiene como finalidad cumplir con la Ley Universitaria 30220, artículo 45° inciso 45.1, para la obtención del grado de Licenciada, en lo cual se requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés. Así como cumplir con lo establecido con la SUNEDU (2016), Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales. De manera Teórica, se han recurrido a científicos, especialistas, autores de la ciencia de administración, especialmente en formalización y competitividad. De manera metodológica, la investigación cumple con aportes de investigación científica, por lo que se acude a registros de entes gubernamentales de la propia empresa para estudiar a la población y luego se calcula la muestra de la población estadísticamente.

El presente estudio queda delimitado de forma temática: formalización y competitividad; de las MYPE rubro sector comercio; de forma geográfica: Ciudad de Chiclayo; de forma temporal: año 2018. Se tomarán en cuenta estos aspectos para poder aplicar el instrumento de recojo de información como es el cuestionario y luego de ello realizar un análisis y las conclusiones según los objetivos planteados.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. ANTECEDENTES**

#### **2.1.1. VARIABLE FORMALIZACIÓN**

Alarcón, M. (2017), “Formalización para el crecimiento y competitividad de la micro y pequeña empresa en el sector pesca artesanal en el puerto de Chorrillos 2017”,(Tesis para optar el grado de Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad), Universidad Cesar Vallejo, Lima, Concluyendo que, formalizarse con estrategias adecuadas y satisfaciendo las necesidades insatisfechas de los pescadores artesanales conlleva a desarrollar actividades, programas y proyectos como parte del desarrollo pesquero y competir considera la capacidad del pescador artesanal del puerto de Chorrillos en relación a otros pescadores artesanales peruanos de otros puertos, de Sudamérica y del mundo, asimismo crecer en el tiempo considera elevar los ingresos diarios por pesca artesanal, cuyo aporte se refleja en el Producto Bruto Interno – PBI del Perú. La presente investigación contribuye a la sostenibilidad en infraestructura y recursos humanos del mencionado Puerto de Chorrillos en el periodo 2017.

Casanova, C. (2016), “La gestión de calidad y la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – venta de abarrotes en el mercado central de la ciudad de Casa Grande, año 2016”, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo, De acuerdo a las características de la Gestión de Calidad, el 100% de las MYPES no conocen lo que es gestión de calidad, el 100% no ha aplicado ninguna estrategia de gestión de calidad, el 90% evalúa el nivel de satisfacción de sus clientes en la comercialización de sus productos, el 90% actualiza sus productos según los gustos y preferencias del cliente, el 90% comercializa productos fabricados mediante procesos estandarizados de producción, el 90% evalúa el nivel de satisfacción de sus clientes en la comercialización de sus productos y finalmente el 70% de MYPES encuestadas no se encuentran formalizadas, teniendo el 80% como motivo principal su falta de conocimiento sobre los trámites para la legalización de sus actividades comerciales, reconociendo el 20% de los encuestados que, formalizarse les traería como ventaja principal el acceso al sistema financiero y de esta manera crecer dentro de su rubro comercial.



Abambari (2013) En su trabajo de investigación titulado: “Análisis de las fuentes de financiamiento para las pymes”. Usado para la obtención del Título de magister en gestión y dirección de empresas. Tuvo como objetivo general: Identificar y calificar las posibilidades de financiamiento que el Ecuador otorga, considerando las que ofertan las Instituciones Bancarias y Organizaciones Auxiliares del Sistema Financiero Ecuatoriano, que están encausadas a pequeñas y medianas empresas (PYMES), de igual manera, los sistemas e información requerida por estos para viabilizar una oportunidad de financiamiento. El principal objetivo de este trabajo es dar una visión general sobre las Pequeñas y Medianas Empresas "PYME", partiendo de un estudio de las PYMES en América Latina, a continuación, centrándose en el estudio de la situación de este tipo de empresas en el Ecuador. Por esta razón en esta tesis se describen las principales características de las PYMES, así como las deficiencias y problemas que enfrentan estas empresas en crecimiento en el mercado local al momento de solicitar una fuente de financiamiento. También esta tesis proporciona una guía general que incluye los pasos para identificar y aplicar los principios contables, financieros y administrativos en las pequeñas empresas con el fin de lograr una adecuada fuente de financiamiento que pueden ser obtenidas de recursos externos o internos, formales o informales que se encuentran disponibles en el Mercado Ecuatoriano. Finalmente, la autora concluye con lo siguiente: Que en el mercado existen amplias y variadas opciones de financiamiento para las PYMES, pues sus propietarios no las utilizan porque desconocen sobre su existencia, consideran que sus procesos son tediosos y generalmente buscan la opción más cara pero que finalmente termina siendo la más rápida como es el caso de los prestamistas informales. También Muchas de estas trabas que se le presenta al microempresario al buscar financiamiento formal están dadas por la Banca en General, se ha podido determinar que, para acoplarse a la estructura de las Pymes, son las propias instituciones bancarias las que se encargan de construir una estructura contable y financiera que les permita proceder a conceder un préstamo.

Ramírez, R. y Orozco, J. (2013). “La informalidad en la gestión de las Pymes del sector comercial en la ciudad de Milagro y su efecto en la competitividad”, Universidad Estatal de Milagro, Ecuador, Concluyendo que realizando sus gestiones de manera informal son ineficientes en las actividades productivas mostrándose frente a otras poca competitivas, ya que tienen dificultad para ubicar sus productos en el mercado nacional y no generan nuevas ofertas innovadoras y creativas. La propuesta del Diseño de la Guía de Planes de Negocios trata de garantizar la planificación, supervivencia, participación, permanencia y conquista de mercados de las empresas del sector comercial en la ciudad de Milagro, consolidándolo el eficiente manejo de las herramientas administrativas y de gestión empresarial; ayudando a mejorar la competitividad.

Rivera & Silvera, (2012): “Formalización tributaria de los comerciantes informales en la zona central del Cantón Milagro”, (Tesis Pre-grado). Universidad Estatal del Milagro, Milagro, Ecuador, del tipo correlacional causal, donde se usó como instrumentos de medición encuesta, realizadas a 298 comerciantes, donde se concluyó que el proceso de la formalización tributaria afecta el desarrollo socioeconómico de los comerciantes no formalizados. Esto nos ayuda a enfocarnos en la cultura tributaria de las empresas la cual se enmarca en una realidad muy similar a que se pretende estudiar, teniendo un modelo similar y objetivos muy bien definidos.

Chupillón A. y Coronado, A. (2017), “Influencia del decreto supremo N° 007-2008-tr texto único ordenado ley MYPES en la formalización de la micro y pequeña empresa en la ciudad de Chiclayo-2009”, Universidad señor de Sipán, Chiclayo, Con respecto a la formulación del problema tenemos ¿Cuál será la influencia del Texto Único Ordenado del Decreto Supremo N° 007-2008 TR Ley MYPE, en la formalización de la Micro y Pequeña Empresa en la ciudad de Chiclayo, para hacerlas más competitivas y rentables?. El objetivo general de la investigación es, conocer la influencia de las Leyes MYPES, de la formalización de la Micro y Pequeña Empresa. La Hipótesis que se plantea es; si analizamos y determinamos la influencia del Texto Único Ordenado de la Ley MYPES,

entonces conoceremos que esta normatividad vigente contribuye positivamente a la formalización, y como consecuencia a la competitividad y rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas en la ciudad de Chiclayo.

Adanaque, C. (2016), “Nivel de conocimiento de los beneficios tributarios y voluntad de formalización de las MYPES del sector abarrotes en el mercado Moshoqueque, Distrito de José Leonardo Ortiz, 2016”, Universidad Cesar Vallejo, Chiclayo, Concluyendo que si existe relación significativa entre ambas variables, lo cual demuestra que no necesariamente las personas que conozcan más sobre beneficios, tendrán una tendencia a formalizarse y viceversa; de manera que pueden existir otros factores que pueden influir en la informalidad empresarial en este gran mercado de abastos.

Vincenzo, S. y Suarez G. (2015), “Factores Competitivos Determinantes Del Mercado De Moshoqueque Del Distrito De José Leonardo Ortiz 2014”, Universidad católica santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Como principales resultados, se obtuvo que los factores competitivos del mercado de Moshoqueque se rigen principalmente por aspectos como la mejora constante no solo del puesto de trabajo, sino de cada uno de los procesos de transformación y presentación final de los productos a vender, la antigüedad de los comerciantes y la evaluación previa a la selección de los productos a vender, puesto que se considera lo más atrayente para el cliente.

Arruñada, B. (2007). En los últimos años nos han llenado de iniciativas que pretenden simplificar los trámites para la formalizar de las empresas, y siguiendo las pautas marcadas por los trabajos de Hernando de Soto (1986, 2000) y Djankov et al. (2002), y los informes tomados por Doing Business publicados desde el año 2004 por el Banco Mundial. En esencia, las obras argumentan que los políticos y burócratas regulan la formalización de las empresas con el solo fin de “captar” rentas para sí mismos, sin entender que la formalización también debe generar servicios útiles para las propias empresas y las Entidades Públicas. Ciertamente, se produce mucha captura de rentas en los procesos de

formalización, pero ello no debemos olvidar el valor tiene la formalización: para las decisiones que han de basarse en la eficiencia, no sólo en los costos, y menos aún en las rentas.

### **2.1.2. Variable Competitividad.**

Estrada (2013), la Competitividad es un término microeconómico, referido principalmente al ámbito de la empresa y su capacidad para competir frente a otras en el mercado. La distorsión se produce cuando pasamos a usarlo en términos agregados, macroeconómicos, para referirnos a países o incluso áreas económicas como la propia Unión Europea. Por un lado, hay que tener en cuenta que las empresas no son como los países, no disponen de una «demanda interna» relevante que se cubra parcialmente con producción propia. Tampoco se puede agregar sin más el conjunto de empresas, muy diferentes entre sí en sus estructuras de producción, nivel tecnológico, poder de mercado. Y además hay que tener en cuenta que no todos los productos y servicios son exportables. Por tanto, al hablar de la competitividad de un país, en realidad nos estamos refiriendo a una gama muy dispar de empresas y sectores económicos.

Haidar (2012), dice que la competitividad de calidad y de precios se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijado un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijado una cierta calidad. Concebida de esta manera se asume que las empresas más competitivas podrán asumir mayor cuota de mercado a expensas de empresas menos competitivas, si no existen deficiencias de mercado que lo impidan.

### **Estrategias Competitivas**

Cabrera; López y Ramírez (2011), plantean que la estrategia competitiva establece el éxito o fracaso de las empresas. La estrategia se refiere a una habilidad o destreza, y la competitividad (es decir, la capacidad de hacer uso de esa destreza para permanecer en un ambiente) es entonces un indicador

que mide la capacidad de una empresa de competir frente al mercado y a sus rivales comerciales.

- a) **Liderazgo en costos:** Generalmente buscan ser proveedores de bajo costo de la industria, es decir, atraen a sus clientes por tener el precio promedio más bajo del mercado. Esta estrategia busca captar un amplio espectro del mercado para el cual el precio es una característica esencial del producto. Por lo general, las empresas que tiene una estrategia de liderazgo en costos cuentan con un buen producto o servicio básico, de calidad aceptable y con pocas posibilidades de cambiar algunas de sus características.
- b) **Diferenciación:** estrategia que permite a las MYPE y organizaciones marcar una alta y definida diferenciación de sus productos en relación con la competencia, siempre debe salir primero al mercado llegando de esa forma a la mente del consumidor con mayor velocidad. Es difícil encontrar mercados que no estén saturados o muy desarrollados.
- c) **Enfoque:** referida al segmento de mercado para competir mejor sin tener que andar diversificando esfuerzos. Lo ideal es tener las tres estrategias, ellas por separado convierte una organización en una organización medianamente competente.

### **Ventaja competitiva.**

Una empresa tiene ventaja competitiva cuando se encuentra en una mejor posición para defenderse contra las fuerzas competitivas y mantener a los clientes. Existen muchas fuentes de ventajas competitivas: elaborar un producto con la más alta calidad, proporcionar un servicio superior a los clientes, lograr menores costos en los rivales, tener una mejor ubicación geográfica, diseñar un producto que tenga un mejor rendimiento que las marcas de la competencia.

### **Competitividad empresarial**

Villegas Carlos (2013). Indica que la competitividad empresarial es parte importante para las empresas porque gracias a ello ha podido ver crecimiento en el entorno económico y social por que las empresas están

comprometidas con sus clientes a dar el mejor servicio o productos y cada vez mejorarlo para que esto se pueda realizar también se necesita que dentro de la empresa haya un departamento de recursos humanos, aunque en la actualidad se cree que es un departamento que casi no hace nada pero es parte fundamental para que la empresa tenga una buena dirección y tener control de cada situación que pase en interior o exterior de la empresa.

Bengochea Valietti (2008). Considera a la competitividad empresarial como dos aspectos; que son competitividad interna y competitividad externa. La competitividad interna se refiere a la competencia de la empresa consigo misma a la comparación de su eficiencia en el tiempo y también a la eficiencia de sus estructuras internas (productivas y de servicios.) Este tipo de análisis es esencial para encontrarlas reservas internas de eficiencia, pero por lo general se le confiere con menos importancia que al análisis competitivo externo, el cual se expresa en el concepto más debatido, divulgado y analizado universalmente.

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. Formalización**

Para la Real Academia Española (2010) uno de los conceptos de formalización indica que es, “dar carácter de seriedad a lo que no la tenía”.

Sánchez, A. (2007), define que la formalización viene hace para todas aquellas personas que laboral algo clave o llamado fundamental, indicando que el comportamiento se verá afectado de manera vital por el grado de la formalización. Así pues, la formalización tendrá diversas consecuencias muchas de ellas consideradas importantes para la organización, tales como: comunicación y la innovación tecnológica.

#### **a) Ventajas de la formalización**

Las ventajas que obtendremos al formalizar las Mypes son:

- Lo pone en contacto con potenciales compradores que buscarán y necesitarán sus productos o servicios.
- Le permite que se le acerquen proveedores de la materia prima que la empresa necesita.

- Llegaran inversionistas interesados en comprarle sus productos o servicios.
- Puede participar en ferias y promocionar la empresa en el sector industrial donde incursione la empresa.
- Estará actualizado sin hacer gastos adicionales del mercado potencial que a usted le interesa.
- Dan mayor confianza y garantías a los clientes.
- Tienen seguridad jurídica.
- Tienen mayor posibilidad de aumentar su mercado.
- Pueden proveer al Estado
- Oportunidad para lograr tener acceso al financiamiento.
- Se le acercarán otros empresarios con los que podrá consolidar aún más la idea de negocio.
- Estará actualizado sin hacer gastos adicionales del mercado potencial que a usted le interesa (“La importancia y ventajas de formalizar un negocio”, 2012)

#### **b) Desventajas de la formalización**

- La única desventaja se da cuando empiezas el negocio y tienes que incurrir en gastos de formalización y perder tiempo en los trámites, que si bien es cierto se han reducido, aún está por encima de lo que muchos emprendedores podrían invertir para empezar. Hoy en día, existen muchos emprendedores que tienen empresas informales, por lo tanto, es importante en estos casos, los emprendedores deben identificar en el artículo de (“Finanzas Personales”, s.f.) La actividad industrial de la naciente empresa y registrarla es clave para proyectarla, tener acceso a círculos de contactos y conseguir inversionistas.
- Además, es importante que las empresas tomen conciencia para formalizarse, ya que esto traerá muchos beneficios tanto para el estado como para las empresas.
- Llevar la contabilidad de la empresa permite tener un registro de los ingresos y gastos del negocio, lo que facilita el control y la toma de decisiones.
- Pague impuestos, dinero con que el Estado financia los servicios de los ciudadanos como educación, salud, infraestructura que se traduce en su aporte al desarrollo del país.

### **2.2.1.1. Teoría de la Formalización.**

Sánchez, A. (2007) La formalización es la variable estructural clave para las personas que laboran en una organización. Su comportamiento como individuos se ve afectado de manera vital por el grado de dicha formalización. La cantidad de discrecionalidad individual está relacionada inversamente con la cantidad de programación previa del comportamiento por la organización. La formalización tiene consecuencias importantes para la organización y sus áreas en términos de procesos, tales como las comunicaciones y la innovación tecnológica. Igualmente, las reglas y procedimientos diseñados para manejar las consecuencias que enfrenta la organización forman parte de lo que se llama formalización.

El grado de formalización de una organización se manifiesta, entre otras, en la elaboración por escrito de todas las actividades que se desarrollan en la dinámica empresarial. La comunicación en una estructura organizacional tiende a formalizarse en la medida que la empresa crece planificada mente. Razón por la cual son importantes los diferentes manuales que estas empresas elaboran y que se vuelven más complejos a la par de sus crecimientos.

Formalización es la técnica organizacional de prescribir como, cuando, con qué elementos, quien y en cuanto tiempo debe realizar las tareas. Las normas, instructivos y procedimientos diseñados para manejar las contingencias afrontadas por la organización son parte de la llamada formalización. Se trata de un determinante clave de la estructura para el individuo, debido a que su comportamiento se verá pautado y directamente afectado por la intensidad o grado de dicha formalización. (Sosa, 2013).

García (2013), en su investigación, la formalización aparece naturalmente cuando las organizaciones crecen, sea por el estilo de gestión o por condiciones de su entorno, algunas instituciones desarrollan características extremas, perdiendo flexibilidad. Las sucesivas generaciones de dirigentes que la organización pone al frente crean condiciones de distorsión de la formalización. Los intentos por formalizar las empresas en el país no han dado los resultados que se esperaban. Tal es el caso de la Ley de Promoción y Formalización de la MYPE (más conocida como Ley MYPE).



### **2.2.1.2. Proceso de formalización**

Aguado (2012). El conjunto de fases que las MYPES deben realizar en un tiempo determinado para formalizarse, que consiste en un conjunto de procesos cada uno, con sus reglamentos y procedimientos de esta manera concluimos que el trámite regular mínimo para la formalización de una pequeña y mediana empresa debería ser el siguiente Proceso:

1. Realizar la búsqueda y reserva del nombre en Registros Públicos, es importante tener un nombre propio permanente es decir una marca.
2. Crear una minuta de constitución para la empresa. Puede realizarse donde un Abogado o Notario, pero consideramos que la mejor opción es donde un Abogado, el realizará la minuta de acuerdo a tus necesidades y al rubro que desea desempeñar, es decir, a la medida de tu emprendimiento.
3. Con los partes dobles que dará la Notaría, inscribimos la empresa en los Registros Públicos.
4. Una vez que Registros Públicos nos de la constancia de inscripción, vamos a la SUNAT a sacar nuestro RUC y Clave Sol.
5. Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) en la página web del Ministerio de Trabajo. (Microempresa de 1 hasta 10 trabajadores, ventas brutas o netas anuales hasta por un monto máximo de 150 UIT / Pequeña empresa de 1 hasta 100 trabajadores, ventas brutas o netas anuales hasta por un monto máximo de 1700 UIT)
6. Trámites Municipales
7. Trámite en INDECOPI.

Una vez finalizado este proceso está en condiciones de iniciar las actividades Empresariales.

### **2.2.1.3. Instrumentos de la formalización.**

Cárdenas, N. (2010). El Estado ha empleado diversas formas de estrategias que buscan incorporar a los agentes informales para el marco de legalidad. Sin embargo, en la realidad el régimen general inicial que propiciaba un trato igualitario a todas las empresas, escondía así una profunda discriminación a la falta de conocimiento a la realidad socioeconómica, y en los

sectores emergentes que no se compartían el mismo nivel de producción que las grandes inversiones de capitales de gran escala. Es así que el trato homogéneo generaba desincentivos en las MYPES que les impedían su incorporación al sector formal; por lo que vio en la necesidad de generar regímenes especiales que se adaptara en la naturaleza de la realidad, tal como determina nuestra constitución.

A pesar de la existencia de todos los diversos regímenes flexibles aplicados a las microempresas, no se ha hecho posible la reducción de la informalidad en la nuestra economía peruana; por lo que es necesario la formulación de nuevos regímenes legales, como el mostrado en Decreto Legislativo N. ° 1086.

De seguro que este último dispositivo legal propuesto por el Estado y así poder regular la situación de las MYPES, pues habrá más acuerdos que se enfoque en la realidad de cada sector y exija que las políticas que el gobierno de turno se pueda implantar para las mismas.

#### **2.2.1.4. Razón de formalizar una empresa:**

Chimoy Maritza. (2011). A través de la formalización nuestros empresarios tienen acceso a los diferentes servicios que viene promoviendo la competitividad, sostenibilidad y rentabilidad, lo que les permite conectarse en nuevos mercados para relacionarse con otras empresas que forman parte de las diferentes cadenas productivas. Que hoy en día se considera a la formalización es más una obligación legal del mercado y Estado.

#### **2.2.1.5. Importancia de la formalización de las MYPES.:**

Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. (2007). Las MYPES representan el 98% del mercado empresarial del país; pero no obstante, el 74.3% de estas son informales.

Esta situación de la informalidad de un sector es tan vital para la economía de nuestro país pues ocasiona bajos niveles de ingresos y competitividad de los mismos que viene, repercutiendo negativamente en la calidad del empleo.

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

En este sentido, para revertir esta realidad, se debe establecer un nuevo sistema para que la formalización se contemple, entre todos los elementos, en la simplificación de trámites, la sensibilización a la cultura de la formalización, brindándoles, las informaciones, capacitaciones y asesoría en los procedimientos a la formalización empresarial. Las razones de la formalización son varias, y las ventajas relacionadas con la formalización son múltiples.

#### **2.2.1.6. Formación legal de la MYPES:**

Bernilla Magaly. (2009). El proceso de la formación, legal, de las MYPES en el Perú es realmente muy tardío ya que este procedimiento o tramite puede demorar unos 120 días.

#### **2.2.1.7. Empezaremos con la constitución de una microempresa:**

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

Luego debemos elegir el régimen tributario más conveniente, estos pueden ser: Régimen Único Simplificado (RUS).

Régimen Especial.

Régimen General.

Realizado estos procedimientos entonces procedemos a imprimir los comprobantes de pago (en caso de haber elegido la segunda o tercera opción) debemos de presentar los siguientes formularios N. ° 806 y N. ° 816.

Luego se procede a la obtención de los permisos especiales, estos son otorgados por las instancias correspondientes al giro de la empresa. Ejemplo, si queremos

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

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

A continuación, si vamos a tramitar la licencia de funcionamiento municipal de la empresa debemos de cumplir con los requisitos especificados por la Municipalidad de su Distrito ejemplo para este rubro es el Certificado de Defensa Civil, entre otros.

Y luego se debe hacer visar el libro de planillas por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Para que Luego pasemos al registro patronal y aseguramiento de los empleados en ESSALUD.

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

### **2.2.2. Competitividad**

Alarco et al. (2011) afirma que la competitividad es el nivel de productividad que pueden alcanzar las empresas que se encuentran en un determinado lugar. Esto representa que si una empresa no tiene un correcto estándar de productividad no llega a ser competitiva dentro de un mercado establecido.

Porter (2013), señala que es la condición favorable que obtienen las empresas al realizar actividades de manera más eficiente que sus competidores lo que se refleja en un costo inferior; o realizarlas de una forma peculiar que les permite crear un mayor valor para los compradores y obtener un sobreprecio. El valor se mide por el precio que los compradores están dispuestos a pagar. Las fuentes potenciales de ventaja competitiva están por todas partes en una empresa. Cada departamento, instalación, oficina, sucursal y otras unidades organizacionales tienen un papel que debe ser definido y comprendido.

### **2.2.2.1. La Empresa Competitiva.**

Castillo Dennys (2014). Una empresa competitiva se caracteriza por desarrollar y mantener ventajas para operar de manera exitosa y crecer en su mercado, proporcionando bienes y servicios que superan a los de sus rivales. La competitividad es una capacidad decisiva, vital para las empresas que aspiran sobrevivir y progresar en condiciones de competencia creciente.

La competitividad es un asunto de toda la organización. Es por ello, que la empresa competitiva es una organización en la cual todos sus componentes están alineados para tener la capacidad de producir y mercadear sus productos, bienes o servicios, en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales. No obstante, es importante tener en cuenta que el logro de la capacidad necesaria para implantarse y competir en los mercados internacionales, o para resistir a la competencia de empresas extranjeras en el país, debe ir en comunión con las políticas públicas que deben promover los niveles de competitividad nacional.

### **2.2.2.2. Estrategias para mejorar la competitividad de tu empresa.**

Samuel (2018) señala que las empresas viven en un entorno en el que todo ha cambiado y la renovación constante se ha convertido en una dinámica arrolladora. No tomar medidas para mejorar la competitividad en el momento actual, a la velocidad a la que surgen nuevas tecnologías y nuestros competidores toman posiciones, es sencillamente una locura.

También algunas estrategias pueden ayudar a mejorar la competitividad como empresa, ten en cuenta que muchas de ellas implican tener un conocimiento profundo de las tendencias y las dinámicas del mercado, así como una inversión para buscar una mayor satisfacción del cliente.

Hay multitud de ámbitos en los que las empresas pueden intentar mejorar su competitividad. Al mejorar la competitividad, no sólo podemos obtener una mayor rentabilidad, sino fortalecer y consolidar nuestra marca de cara al futuro, crecer y expandirnos a otros mercados, y sobre todo, generar confianza en nuestro público objetivo.

### **2.2.2.3. Ofrecer un buen servicio al cliente.**

Arturo, (2012). Señala que, debido a la alta competencia, los consumidores se vuelven cada vez más exigentes, y lo que buscan ya no es sólo el precio y la calidad, sino también, una buena atención, un trato personalizado, un ambiente agradable, un servicio rápido; es decir, buscan un buen servicio al cliente.

Siempre debemos procurar ofrecer un buen servicio o atención al cliente, de ese modo, lo “fidelizaremos”, es decir, nos ganaremos su preferencia y confianza, y además, lograremos que muy probablemente nos recomienden.

El buen servicio al cliente debe estar presente en todos los aspectos del negocio en donde haya interacción con el cliente, y debe ser practicado por todos los trabajadores.

### **2.2.2.4. Modernícese**

Analice las opciones que tiene para modernizar su aparato productivo, maquinaria, equipos, procesos y gestión. Modernizarse no solo implica adquirir tecnología, también es una forma de pensar y proyectar su empresa hacia el futuro. Por medio de la modernización su empresa puede aumentar su capacidad de adaptación al cambio y de mantenerse vigente, a través del tiempo.

### **2.2.2.5. Invertir constantemente en innovación.**

Bir (2016), señala que prácticamente todos los sectores aparecen constantemente innovaciones que sitúan a aquellas empresas que son capaces de incorporarlas por delante de las otras. Especialmente en 45 determinados sectores, como el de las nuevas tecnologías, las compañías invierten grandes cantidades de dinero para ser los primeros en crear o desarrollar una innovación que satisfaga de una forma más completa las necesidades mostradas por los clientes a partir de sus preferencias. Por lo tanto, toda compañía está obligada a innovar de forma constante para no perder posiciones y no quedarse atrás.

#### **2.2.2.6. Busca la innovación y el desarrollo de nuevos productos.**

Muchas empresas dependen única y exclusivamente de productos de proveedores, no desarrollan productos. En este sentido, la innovación parece un terreno reservado a las empresas que apuestan por la fabricación de sus propios productos, o que cubren todas las fases de trazabilidad de un producto. En cualquier caso, una empresa que quiera ser competitiva tiene que ser innovadora. Y la innovación pasa por un profundo conocimiento de las necesidades de tus clientes, una investigación exhaustiva y constante de tus productos y una inversión adecuada en la mejora y la gestión de los mismos, así como en el diseño y creación de otros nuevos en un entorno cambiante y en el que continuamente surgen nuevas necesidades.

#### **2.2.2.7. Capacite a su personal para mejorar la competitividad.**

Perez (2016) señala que el capital humano de su empresa es su recurso más importante, por esto es clave que sus empleados se capaciten constantemente y adquieran nuevos conocimientos que les permitan seguir desarrollando habilidades para realizar eficaz y eficientemente las tareas que les corresponden en su empresa. Capacitar a sus empleados le ayudará a tener un buen nivel de motivación, productividad, integración y compromiso. Existen diferentes opciones de actualización y capacitación que le permitirán tanto a los directivos como a sus empleados desarrollar mejor sus habilidades, competencias y aumentar la productividad de su negocio y así brindar una mejor atención a nuestros clientes.

#### **2.2.2.8. Los factores que determinan la competitividad empresarial.**

Albert (2016) Serán los factores que definan la capacidad de la empresa para formular y aplicar estrategias coherentes que te permitan, de manera duradera, una posición significativa en el mercado.

Por ese motivo, en caso que se quiera conseguir una situación determinante o estable en un mercado, hay que ser capaz de mantener de forma sostenida una productividad tal que impida a los competidores llevarse parte de los clientes propios y un alto porcentaje del público objetivo. Para ello, ha tomado mucho valor el concepto de competitividad. Consiste en utilizar los recursos

propios de tal forma que funcionen con el máximo rendimiento. Como recursos no solamente se entiende aquellos aspectos técnicos o materiales, sino también humanos y de otro tipo, como comercial o de marketing. Así pues, si una empresa quiere proseguir con su actividad, debe de ser altamente competitiva.

Martínez (2014) señala que las empresas de hoy se preocupan más por vender y pagar cuentas que por ser verdaderamente competitivas; para esto, es necesario contar con niveles de dirección dinámicos, actualizados, abiertos al cambio y conscientes de que se debe poner en primer lugar a los trabajadores, ya que sin ellos la empresa no funcionaría.

#### **2.2.2.9. La Tecnología en el negocio.**

Aplicar tecnología en un negocio no debe ser entendido como un fin, sino como un medio para poder llegar a los objetivos de las empresas. La tecnología bien aplicada ayuda a las empresas a ser más competitivas e incrementar su capacidad de producción, agilizar los procesos, la operación del negocio y mejorar la toma de decisiones, ya que brindan información relevante y en tiempo para las empresas.

En un mundo tan globalizado es importante contar con este tipo de herramientas para alcanzar metas financieras y poder comunicarnos mejor con clientes y colaboradores. La tecnología va desde la implementación de correo electrónico, creación de páginas web para el negocio y sistemas de administración de negocios (software).

#### **2.2.2.10. Conocer las necesidades del cliente es un objetivo para la competitividad**

Revson (2011), señala que la satisfacción del cliente y su fidelización son componentes esenciales para incrementar la competitividad de las organizaciones es la identificación de las necesidades y expectativas de los distintos segmentos de clientes es fundamental para alcanzar su satisfacción. Los clientes o potenciales clientes de los productos o servicios de la empresa tienen una serie de características que es necesario tener en cuenta sin hacer juicios de valor sobre ellas. Estas características hacen del cliente un ser bastante



imprevisible, si bien no debemos olvidar que la razón de ser de la empresa es satisfacer sus necesidades.

#### **2.2.2.11. Relación calidad / precio**

Grönroos (2012) señala que cuando la calidad no importa y el único objetivo es el precio, disminuimos la competitividad de la empresa. Con un cliente muy especial puedes hacer un esfuerzo y dar la misma calidad a menor precio, pero esto no suele ser sostenible en el tiempo. Es claro que los consumidores siempre buscamos productos y servicios que nos ofrezcan una buena relación precio-calidad. Preferimos un servicio de menor precio si consideramos que la calidad es similar a la de otro más caro, en el caso de servicios altamente intangibles, el precio puede ser un criterio de calidad. Entonces entiende tu mercado, intenta hacer esta combinación y pon a tus competidores donde esta cada uno y ve donde está menos competido y ahí emprende. Pon precio, calidad y servicio y solo ponle atención a tu competencia y ve como esta de competido tu mercado.

### **III. HIPÓTESIS.**

La presente investigación es descriptiva y no se construyó ninguna hipótesis, puesto que Hernández (2014) indica que, en las investigaciones descriptivas, solamente se debe formular hipótesis cuando se pretende predecir un hecho o cifra. Además, en esta investigación su objetivo principal es determinar las características de dos variables de estudio de una población finita y en un tiempo determinado.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. DISEÑO DE LA METODOLOGÍA**

#### **4.1.1. Tipo de investigación**

La presente investigación fue de tipo descriptivo, según Hernández, Fernández y Baptista (2010) afirman que en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga.

#### **4.1.2. Nivel de investigación**

El nivel de investigación fue cuantitativo, ya que la información se representará de forma numérica y en porcentajes, usando técnicas e instrumentos de la estadística. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) es cuantitativo porque se centra en analizar cuál es el nivel o estado de una o diversas variables en un momento dado.

#### **4.1.3. Diseño de la investigación**

La investigación fue de diseño no experimental, porque se observó los fenómenos tal como ocurren, naturalmente sin intervenir en su desarrollo, es decir los fenómenos encontrados no serán manipulados. Según Hernández, Fernández y Baptista, (2010) la investigación es de diseño no experimental, cuando se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos, y de corte transversal por que los datos se obtienen en un solo momento.

### **4.2. Universo o población, muestra**

#### **4.2.1. Población**

P1: Para la variable Formalización la población de estudio está conformada por 24 empresarios de las MYPES del sector comercio del Mercado Benjamín Gamarra de la urbanización Campodónico Chiclayo 2018. Por lo que se considera una población finita conocida.

P2: Para la variable competitividad se tiene una población de 24 empresarios de las MYPES del sector comercio del Mercado Benjamín Gamarra de la urbanización Campodónico Chiclayo 2018. Considerándola una población finita conocida.

#### **4.2.2. Muestra**

M1: La muestra para la variable de formalización se ha considerado de manera exclusiva a los 24 empresarios, indican que la población menor a 50 individuos; consideran a la población como igual a la muestra.

M2: Para la variable de competitividad la población de 24 empresarios será igual a la muestra

### **4.3. Criterios de inclusión y exclusión**

#### **Criterio de inclusión para la variable formalización**

Propietarios formalizados

#### **Criterio de exclusión para la variable formalización**

Propietarios no formalizados

#### **Criterio de inclusión para la variable competitividad**

Personas del lugar

Personas que no son del lugar (foraños)

#### **Criterio de exclusión para la variable competitividad**

No se excluye

#### 4.4. Operacionalización de variables e indicadores

**Tabla 1** operacionalización de las variables

<b>Variables</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional: Indicadores</b>	<b>Escala de Medición</b>
<b>Perfil de los Dueños ,administradores y/o representantes legales de las Mypes</b>	<b>Algunas Características de los Administradores y/o Representantes legales de las Mypes</b>	<b>Edad</b>  <b>Genero</b>  <b>Grado de instrucción.</b>  <b>Estado civil.</b>  <b>Profesión.</b>	<b>20-35 años.</b> <b>36-50 años</b> <b>51- mas</b>  <b>Masculino.</b> <b>Femenino.</b>  <b>Primaria</b> <b>Secundaria</b> <b>Instituto</b> <b>Universitario</b>  <b>Soltero</b> <b>Casado</b> <b>Conviviente</b>  <b>Sin estudio</b> <b>Técnico</b> <b>Profesión</b>
<b>Perfil de las Mypes</b>	<b>Algunas Características De las Mypes</b>	<b>Antigüedad</b>  <b>Formalización</b>  <b>Trabajadores permanentes</b>  <b>Trabajadores eventuales.</b>  <b>Motivos</b>	<b>Un año</b> <b>Dos años</b> <b>Tres años</b> <b>Más de tres años</b>  <b>Formal</b> <b>Informal</b> <b>Ninguno</b> <b>Un trabajador</b> <b>Dos trabajadores</b> <b>Tres Trabajadores</b>  <b>Ninguno</b> <b>Un trabajador</b> <b>Dos trabajadores</b>  <b>Obtención de ganancias</b> <b>Subsistencia</b>

<p>Formalización de las Mypes</p>	<p>Algunas Características de la Formalización de las Mypes</p>	<p>Beneficios usted obtendrá</p> <p>Asesoría publica</p> <p>Considera formalizacion</p> <p>Concedería beneficios.</p> <p>Considera expansion</p>	<p>Aumento de las ventas</p> <p>Acceso al crédito financiero</p> <p>Participación en licitaciones publicas</p> <p>SI</p> <p>NO</p> <p>SI</p> <p>NO</p> <p>SI</p> <p>NO</p> <p>SI</p> <p>NO</p>
<p>Competitividad de las Mypes</p>	<p>Algunas características de la competitividad de las Mypes</p>	<p>Competitividad.</p> <p>El vendedor asesora.</p> <p>Entrega de productos</p> <p>Procesan el pago</p> <p>Responden a sus consultas.</p>	<p>Aprueba</p> <p>Desaprueba</p> <p>SI</p> <p>NO</p> <p>Mayor frecuencia</p> <p>Menor frecuencia</p> <p>Poca frecuencia</p> <p>Si</p> <p>No</p> <p>Mayor frecuencia</p> <p>Menor frecuencia</p> <p>Poca frecuencia</p>

#### **4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La información que se obtuvo fue a través de técnicas observacionales y se empleó instrumentos como el software estadístico para el ordenamiento de datos y cruce de variables (SPSS versión 21). Las técnicas empleadas son: Observación, Encuesta.

Las cuáles fueron realizadas a la MYPES del sector comercio del mercado Benjamín Gamarra de la Urbanización Campodónico de la ciudad de Chiclayo 2018.

##### **De recolección de Datos:**

##### **Observación:**

Es una técnica que nos permite mirar u observar de manera atenta el comportamiento de los objetos y/o fenómenos de un determinado problema.

##### **Encuesta:**

Esta técnica se puede aplicar a muchos individuos de forma simultánea, además se requiere de un tiempo prudencial donde se permita responder con mesura las interrogantes planteadas.

#### **4.6. Plan de análisis de datos**

El procesamiento, implica un tratamiento luego de haber tabulado los datos obtenidos de la aplicación de los instrumentos, a los sujetos del estudio, con la finalidad de apreciar el comportamiento de las variables. Para el análisis de los datos se empleó las técnicas estadísticas descriptivas como la media y desviación estándar de las puntuaciones obtenidas en la evaluación del propietario de las MYPE. También se elaboraron tablas de distribución de frecuencias y gráficos circulares y de barras para cada una de las variables en estudio.

#### 4.7. Matriz de consistencia

Tabla 2 Matriz de consistencia de caracterización de las Formalización de la competitividad de las MYPES.

Título de tesis	Objetivo de la investigación	Hipótesis	Universo o Población	Variables
¿Cuáles es la caracterización de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector Comercio del Mercado Benjamín Gamarra de la urbanización Campodónico Chiclayo 2018?	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar la caracterización de la formalización y competitividad de las MYPES, Sector Comercio del Mercado Benjamín Gamarra de la urbanización Campodónico Chiclayo 2018</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>Determinar las características de la formalización de los representantes de las MYPES, Sector Comercio del Mercado Benjamín</p>	<p><b>Hipótesis</b></p> <p>La presente investigación es descriptiva y no se construyó ninguna hipótesis, puesto que Hernández (2014) indica que, en las investigaciones descriptivas, solamente se debe formular hipótesis cuando se pretende predecir un hecho o cifra. Además, en esta investigación su objetivo principal es determinar las características de dos variables de estudio de una</p>	<p>La población en estudio está conformada por 24 propietarios de las 24 MYPES del sector comercio del mercado benjamín gamarra de la urbanización Campodónico año 2018</p>	<p>Formalización</p> <p>Competitividad</p>

	<p>Gamarra de la Urbanización Campodónico Chiclayo 2018</p> <p>Determinarlas características de la competitividad de las MYPES, Sector Comercio del Mercado Benjamín Gamarra de la Urbanización Campodónico Chiclayo 2018</p>	<p>población finita y en un tiempo determinado.</p>		
--	---	---	--	--



#### **4.8. Principios éticos:**

Según Hernández, (2015) refiere que las investigaciones el investigador debe actuar en todo momento respetando la diversidad de principios éticos que garanticen la veracidad de la información, en la presente investigación se ha considerado los principios peticos de:

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Veracidad
- ✓ Ética
- ✓ Respeto
- ✓ Confianza.

**RESPONSABILIDAD.**- Acción de compromiso firme de la persona, para con la investigación y la entidad.

**VERACIDAD.**- Capacidad de actuar con la verdad y de buena fe.

**ÉTICA.**- Actitudes del investigador de manera positiva desde todo punto de vista, realización constante de los actos buenos del ser humano.

**RESPECTO** El respeto es un valor que permite que el hombre pueda reconocer, aceptar, apreciar y valorar las cualidades del prójimo y sus derechos. Es decir, el respeto es el reconocimiento del valor propio y de los derechos de los individuos y de la sociedad.

**CONFIANZA.**- La confianza es la seguridad que alguien tiene en otra persona o en algo.

## V. RESULTADOS

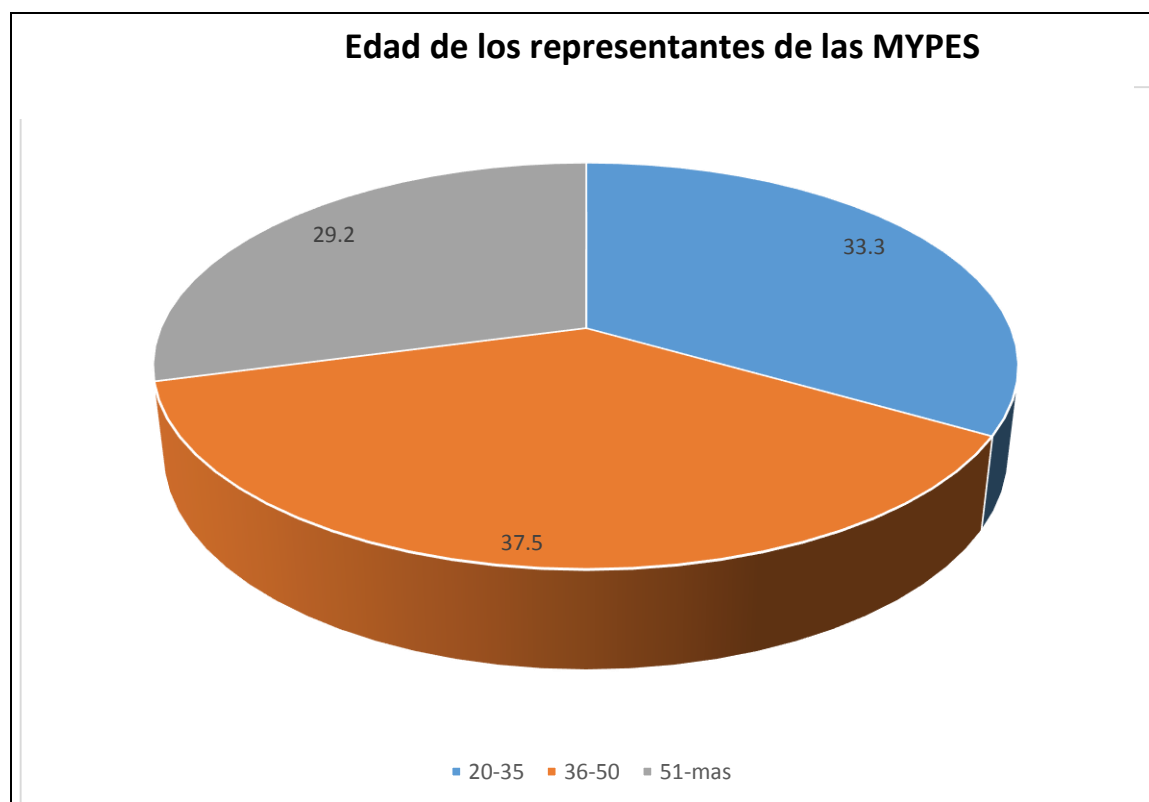
### 5.1. Resultados

5.1.1. Respecto al perfil del empresario.

**Tabla 2 Edad de los representantes de las MYPES.**

Genero	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
20-35	8	33.3	33.3	33.3
36-50	9	37.5	37.5	70.8
51-mas	7	29.2	29.2	100.0
Total	24	100.0	100.0	

Fuente: Base de Datos procesados en SPSS 21



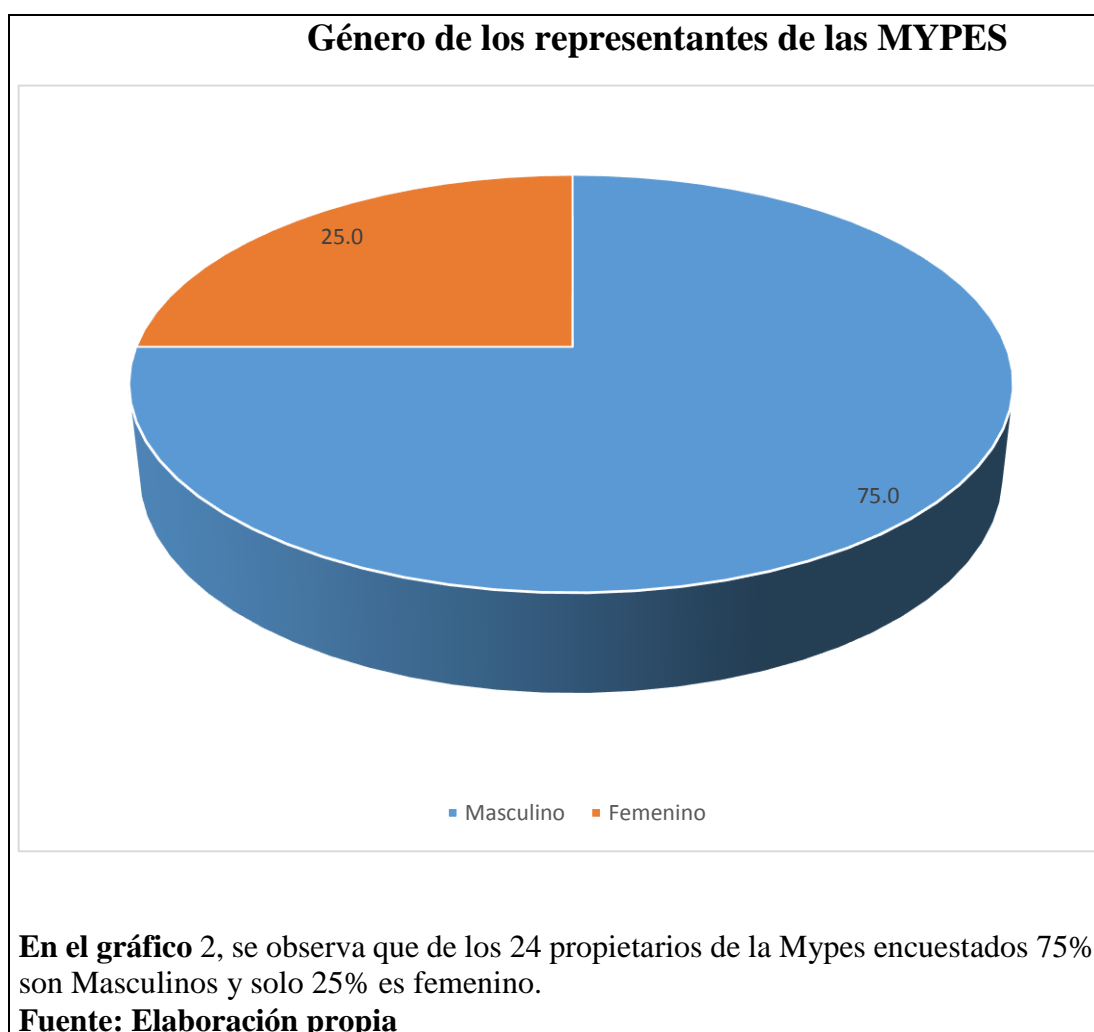
**En el Gráfico 1.**, se observa que de los 24 propietarios de las MYPES encuestados en un 37.5% están en la edad de 36 a 50 años y en un 33.3% están en la edad de 20 a 35 años y de la misma forma en un 29.2 % de 51 a más años.

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 3 Género de los representantes de las MYPES.**

Genero	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	18	75.0	75.0	75.0
Femenino	6	25.0	25.0	100.0
Total	24	100.0	100.0	

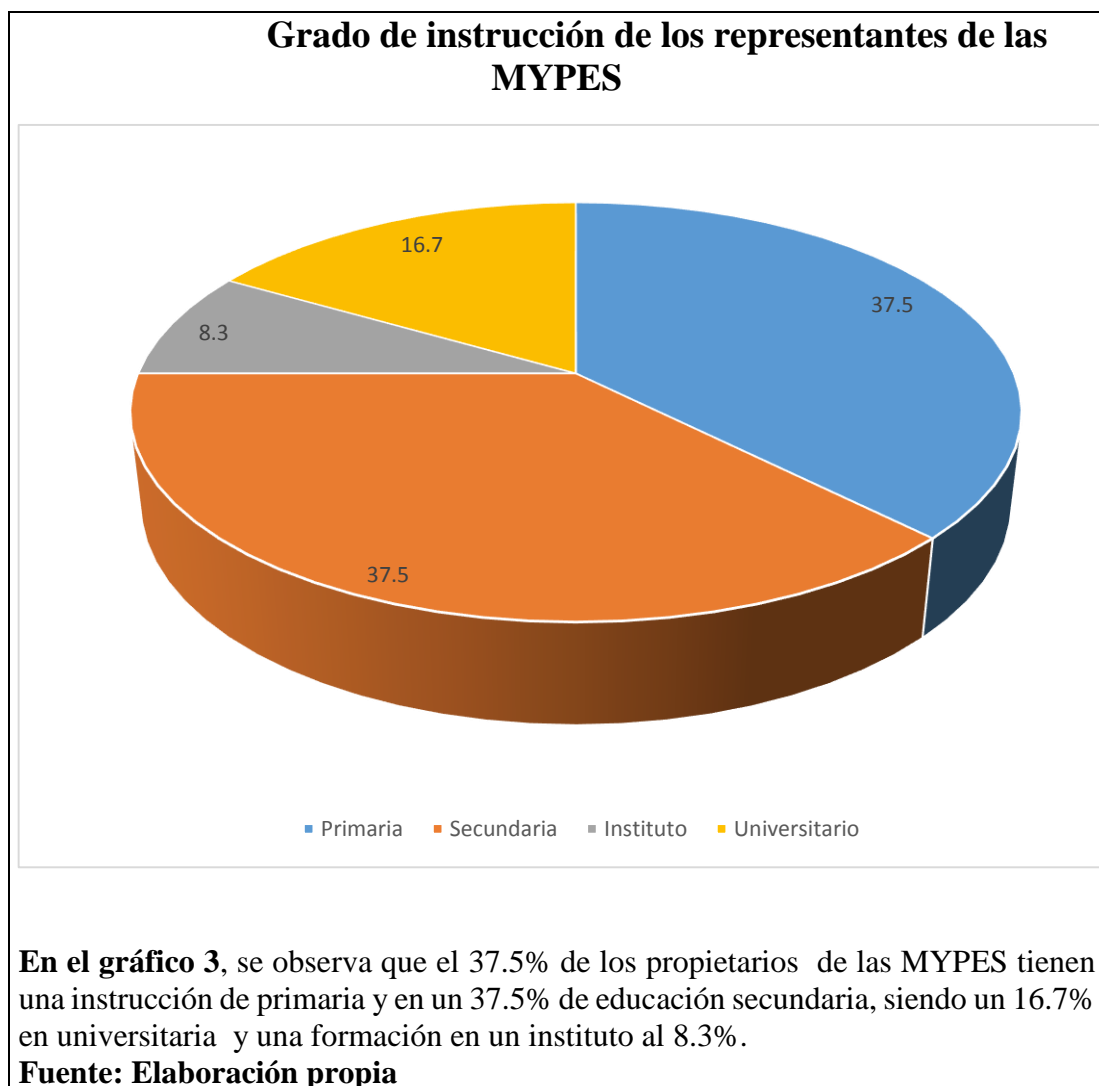
**Fuente: Base de Datos procesados en SPSS 21**



**Tabla 4 Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.**

Instrucción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	9	37.5	37.5	37.5
Secundaria	9	37.5	37.5	75.0
Instituto	2	8.3	8.3	83.3
Universitario	4	16.7	16.7	100.0
Total	24	100.0	100.0	

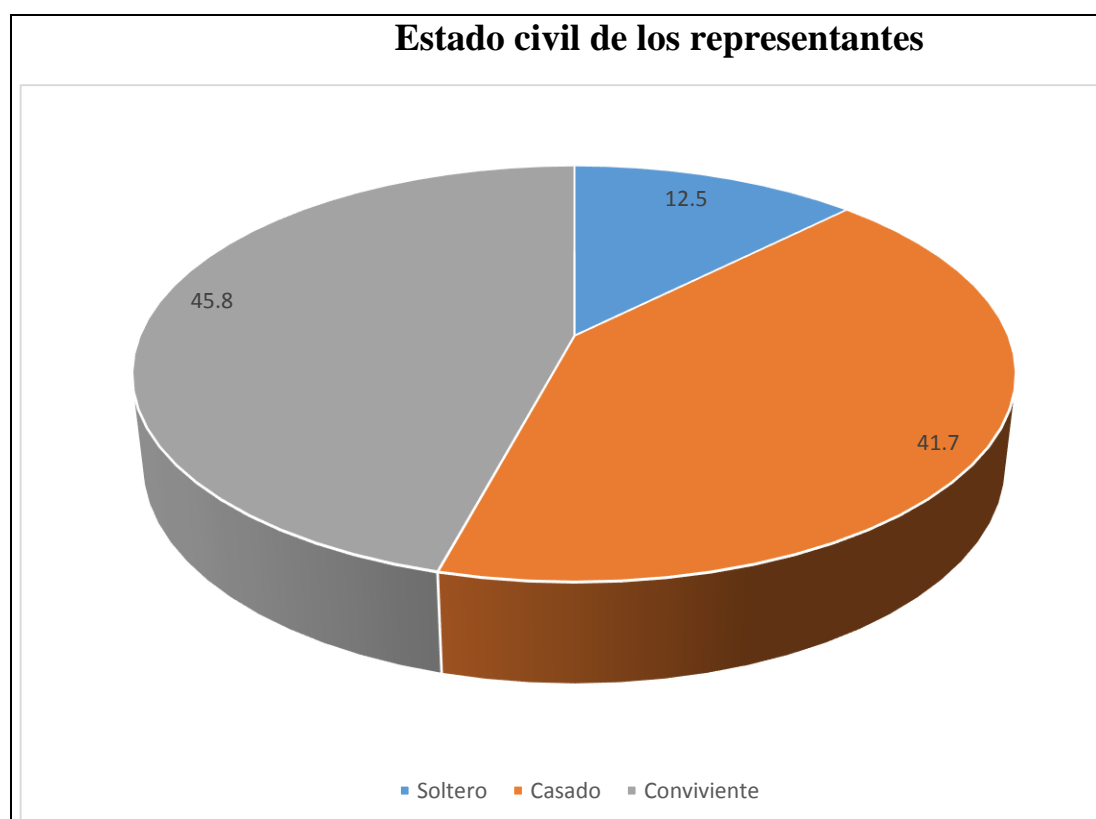
**Fuente:** Base de Datos procesados en SPSS 21



**Tabla 5 Estado civil de los representantes**

Estado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Soltero	3	12.5	12.5	12.5
Casado	10	41.7	41.7	54.2
Conviviente	11	45.8	45.8	100.0
Total	24	100.0	100.0	

**Fuente: Base de Datos procesados en SPSS 21**



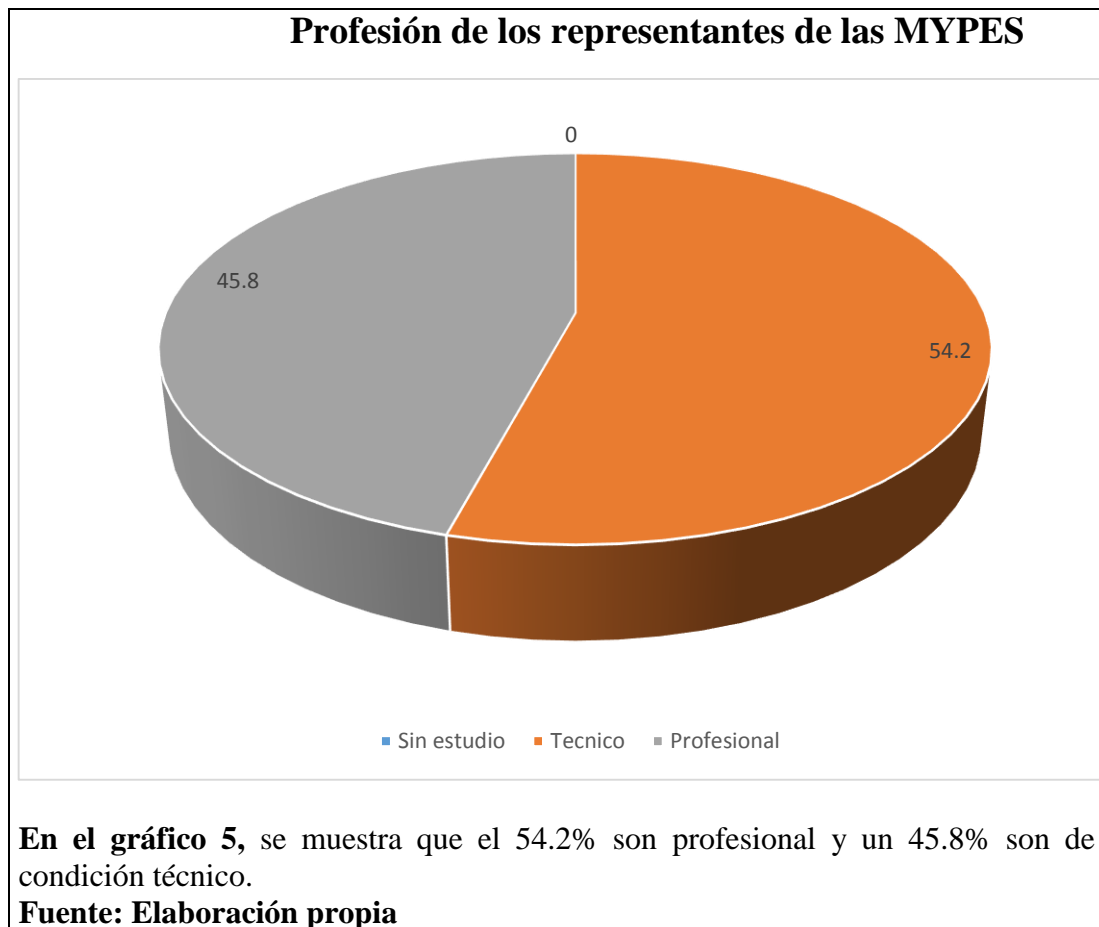
**En el gráfico 4**, se observa que el 45.8% de los propietarios o representantes de las MYPE del sector mercado son convivientes y un 41.7% son casados y el 12.5% son divorciados.

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 6 Profesión de los representantes de las MYPES**

Profesión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudio	0	0	0	0
Técnico	13	54.2	54.2	54.2
Profesional	11	45.8	45.8	100.0
Total	24	100.0	100.0	

**Fuente:** Base de Datos procesados en SPSS 21

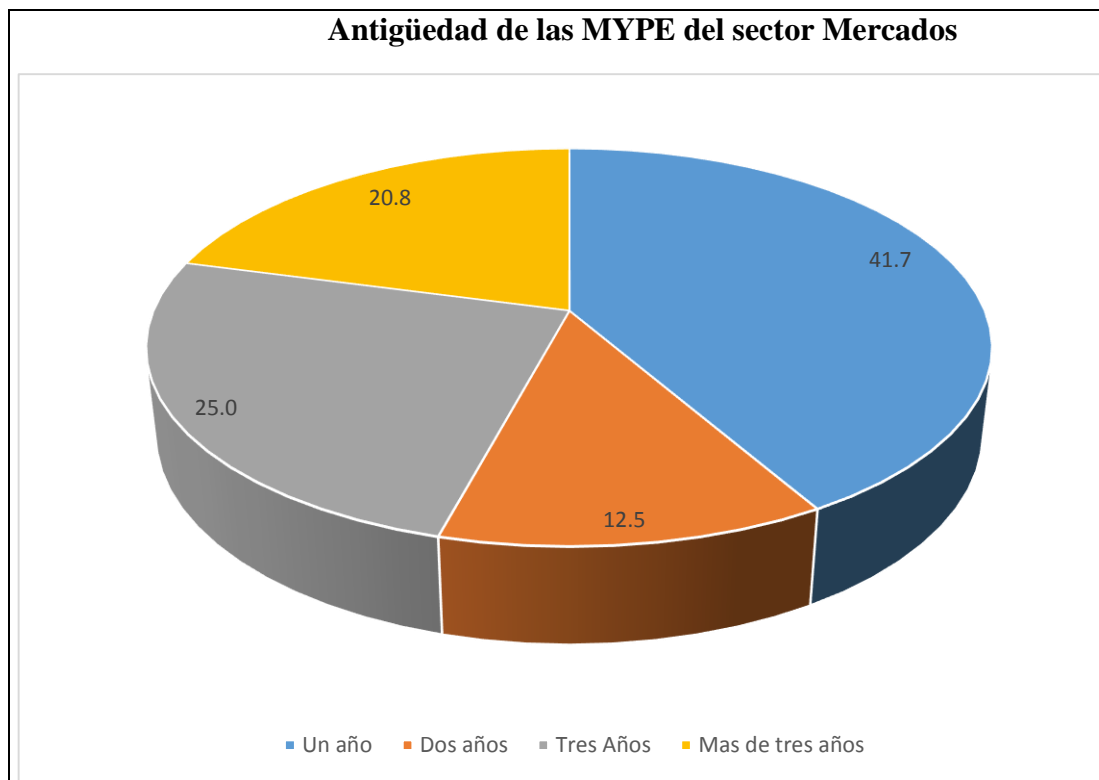


5.1.2. Respecto a las características de las MYPES

**Tabla 7 Antigüedad de las MYPE del sector Mercados**

Antigüedad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Un año	10	41.7	41.7	41.7
Dos años	3	12.5	12.5	54.2
Tres Años	6	25.0	25.0	79.2
Mas de tres años	5	20.8	20.8	100.0
Total	24	100.0	100.0	

**Fuente: Base de Datos procesados en SPSS 21**



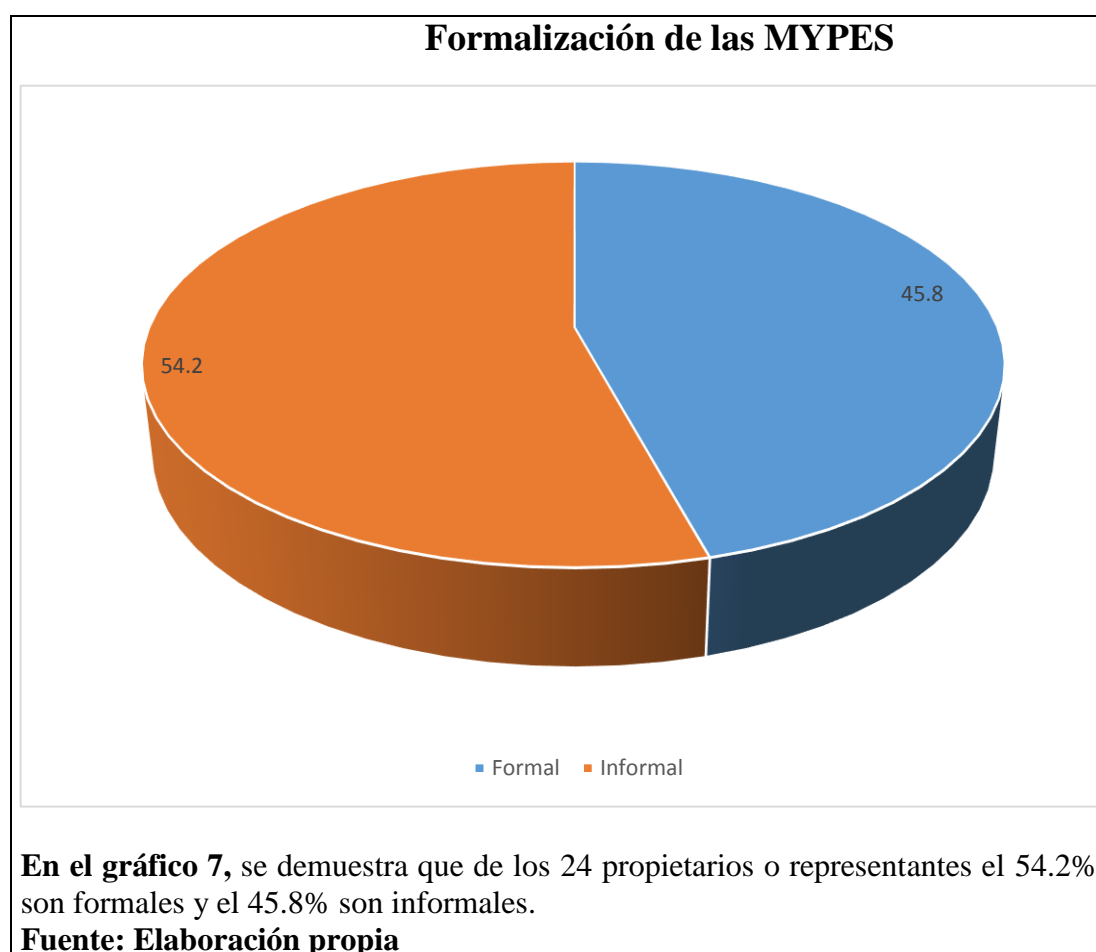
**En el gráfico 6**, se observa que de los 24 propietarios o representantes tienen una antigüedad del 41.7 % de un año y en un 25% en tres años, y en 20.8% más de tres años y el 12.5% dos años.

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 8 Formalización de las MYPES**

Formalidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Formal	11	45.8	45.8	45.8
Informal	13	54.2	54.2	100.0
Total	24	100.0	100.0	

**Fuente: Base de Datos procesados en SPSS 21**

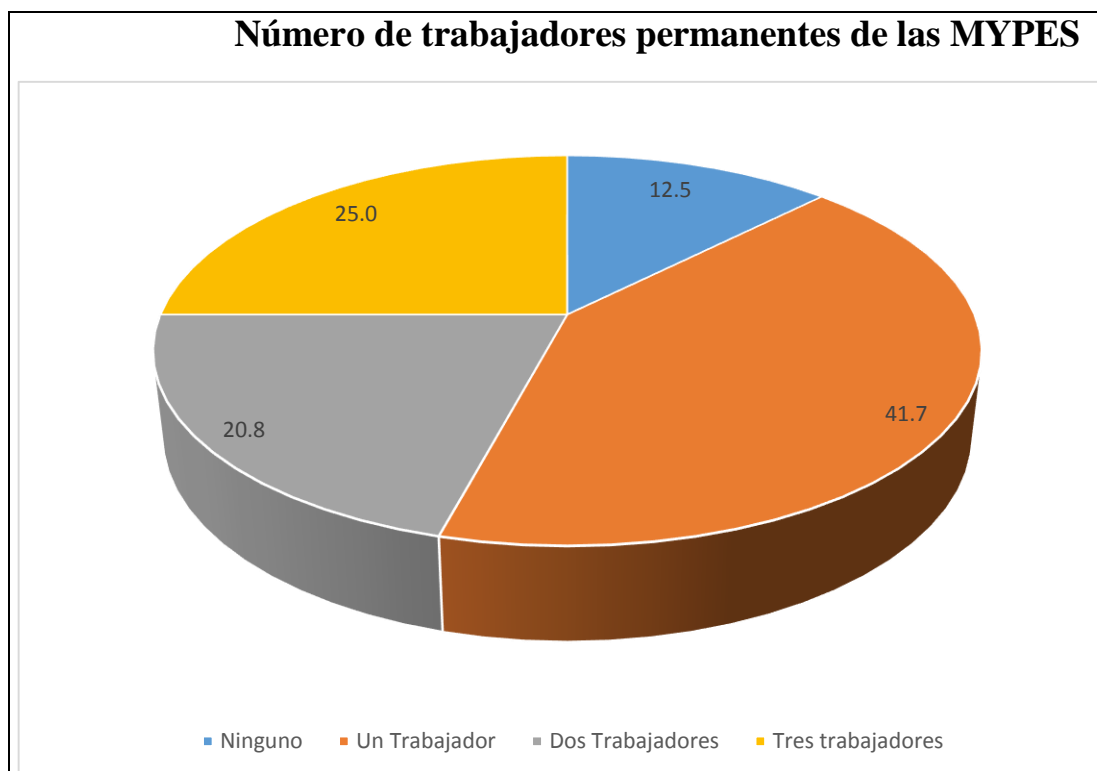




**Tabla 9 Número de trabajadores permanentes de las MYPES**

Trabajadores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ninguno	3	12.5	12.5	12.5
Un Trabajador	10	41.7	41.7	54.2
Dos Trabajadores	5	20.8	20.8	75.0
Tres trabajadores	6	25.0	25.0	100.0
Total	24	100.0	100.0	

**Fuente: Base de Datos procesados en SPSS 21**



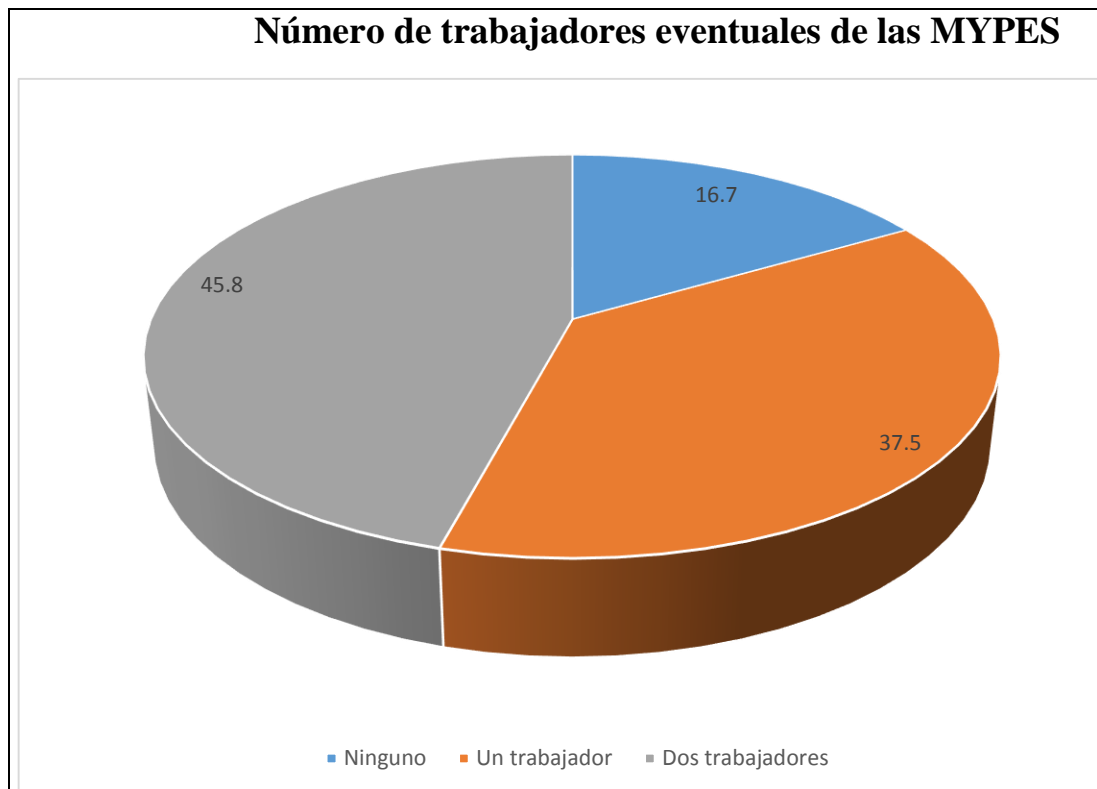
**En el gráfico 8,** se observa que el 41.7% un trabajado son permanentes que equivale a 1 trabajador y el 25% tres trabajadores son permanentes que equivale a 3 trabajadores y en 20.8% tiene 02 trabajadores permanentes y el 12.5% ninguno.

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 10 Número de trabajadores eventuales de las MYPES**

Trabajadores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ninguno	4	16.7	16.7	16.7
Un trabajador	9	37.5	37.5	54.2
Dos trabajadores	11	45.8	45.8	100.0
Total	24	100.0	100.0	

**Fuente:** Base de Datos procesados en SPSS 21

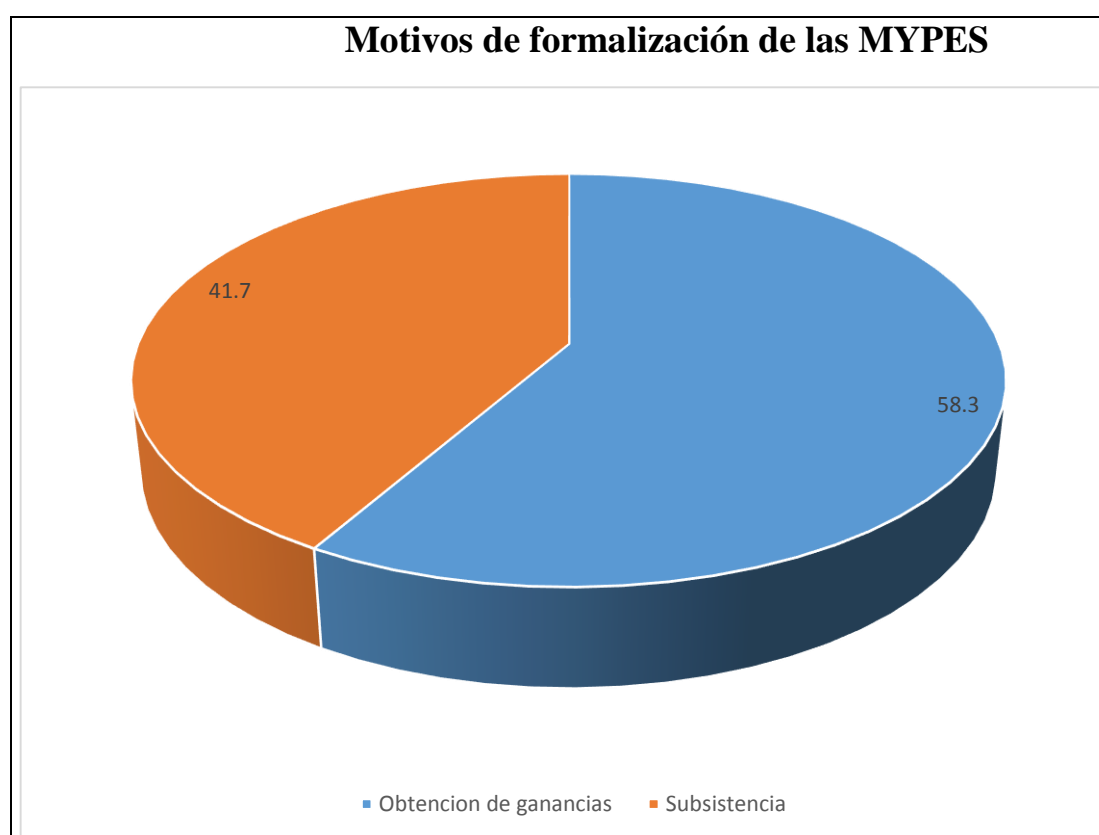


**En el gráfico 9**, se muestra que del 100% de los encuestados, el 45.8% entre dos trabajadores son eventuales, y el 45.8% tiene entre un trabajado y en 16.7% ninguno  
**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 11 Motivos de formalización de las MYPES**

Motivos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Obtención de ganancias	14	58.3	58.3	58.3
Subsistencia	10	41.7	41.7	100.0
Total	24	100.0	100.0	

**Fuente: Base de Datos procesados en SPSS 21**



**En el gráfico 10**, se observa que del 100% de los encuestados el 58.3% se formó por obtención de ganancias y el 41.7% por subsistencia.

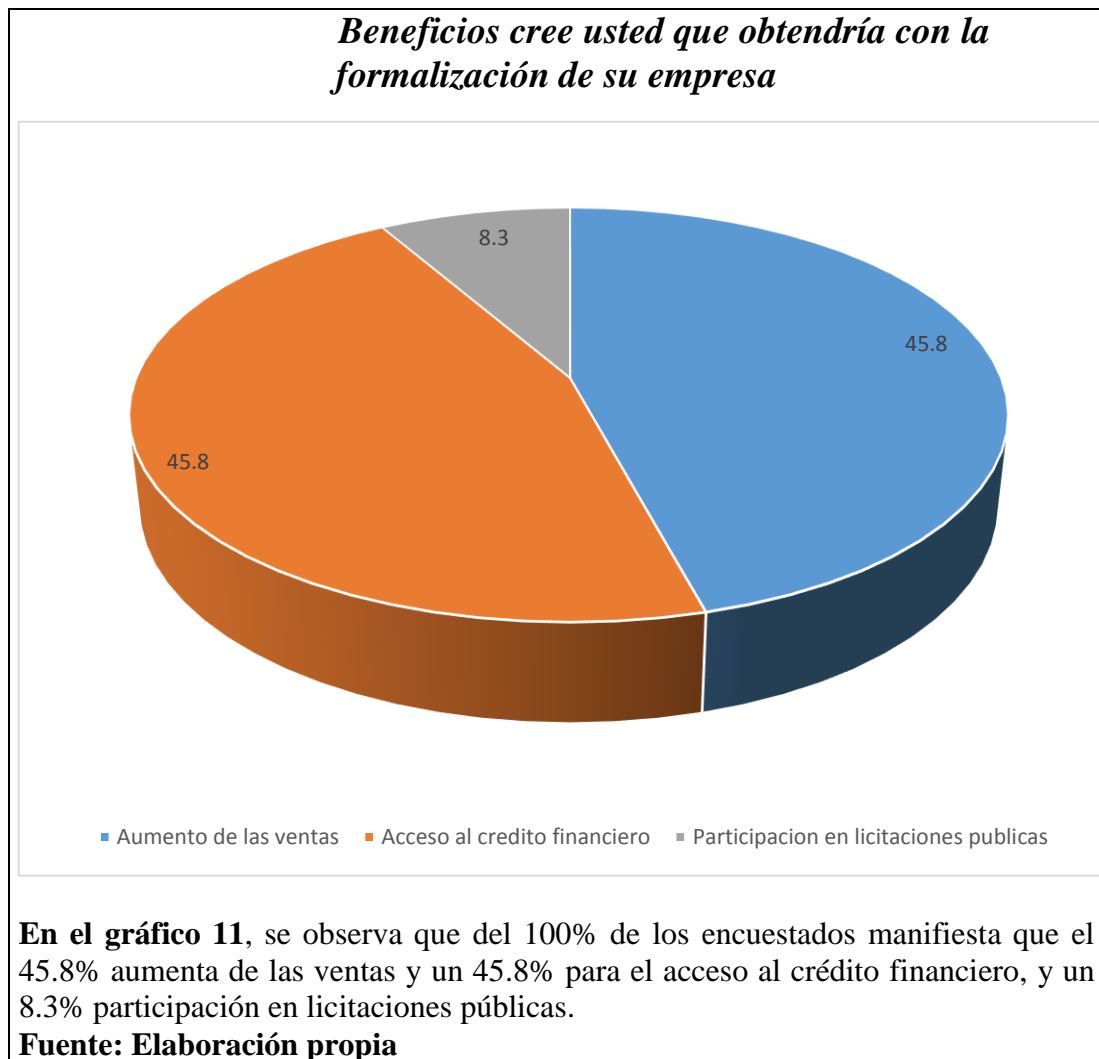
**Fuente: Elaboración propia**

5.1.3. Respecto a la formalización

**Tabla 12 ¿Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa?**

Beneficios	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Aumento de las ventas	11	45.8	45.8	45.8
Acceso al crédito financiero	11	45.8	45.8	91.7
Participación en licitaciones publicas	2	8.3	8.3	100.0
Total	24	100.0	100.0	

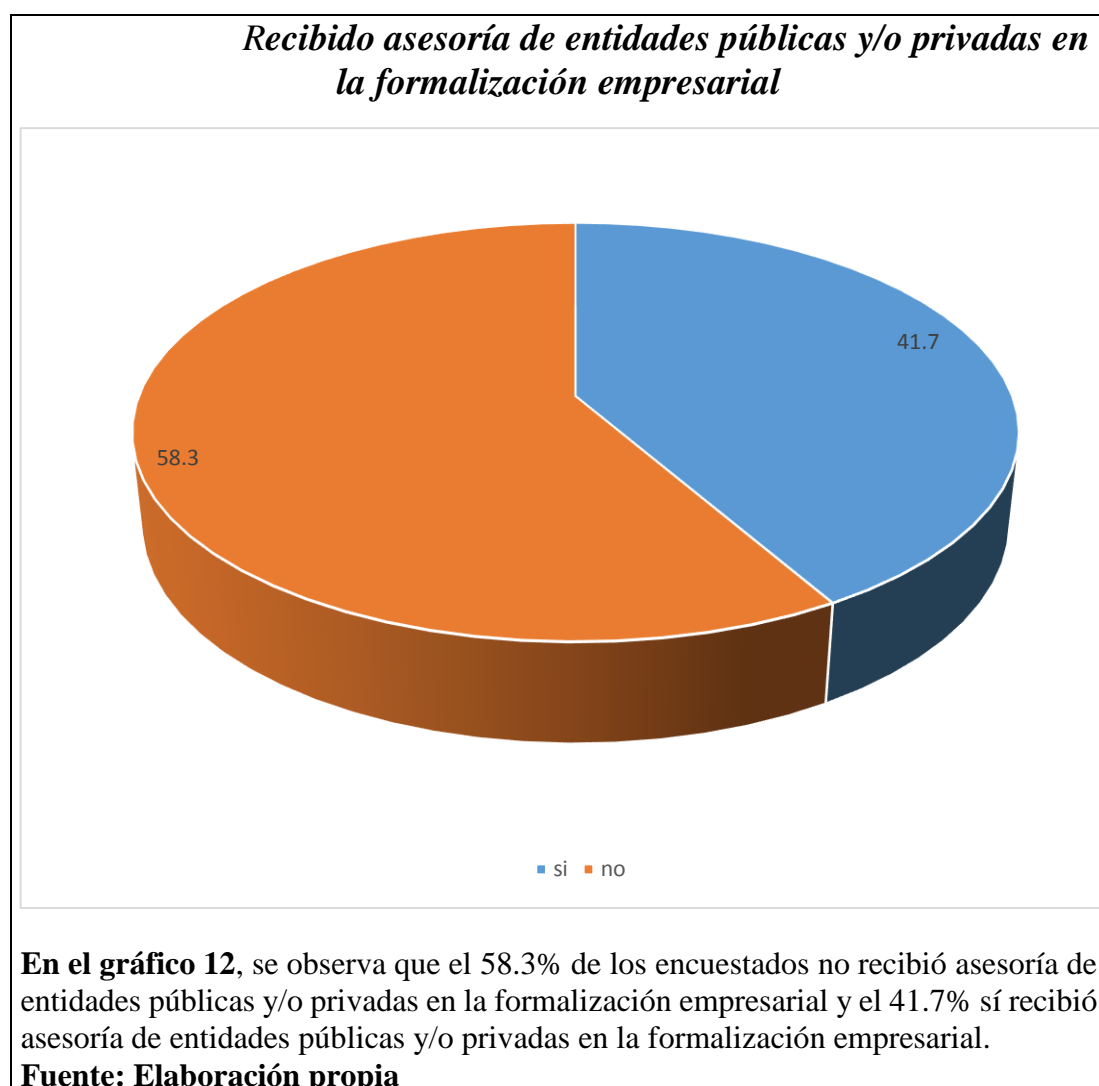
**Fuente:** Base de Datos procesados en SPSS 21



**Tabla 13 Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial**

Recibió asesoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	10	41.7	41.7	41.7
No	14	58.3	58.3	100.0
Total	24	100.0	100.0	

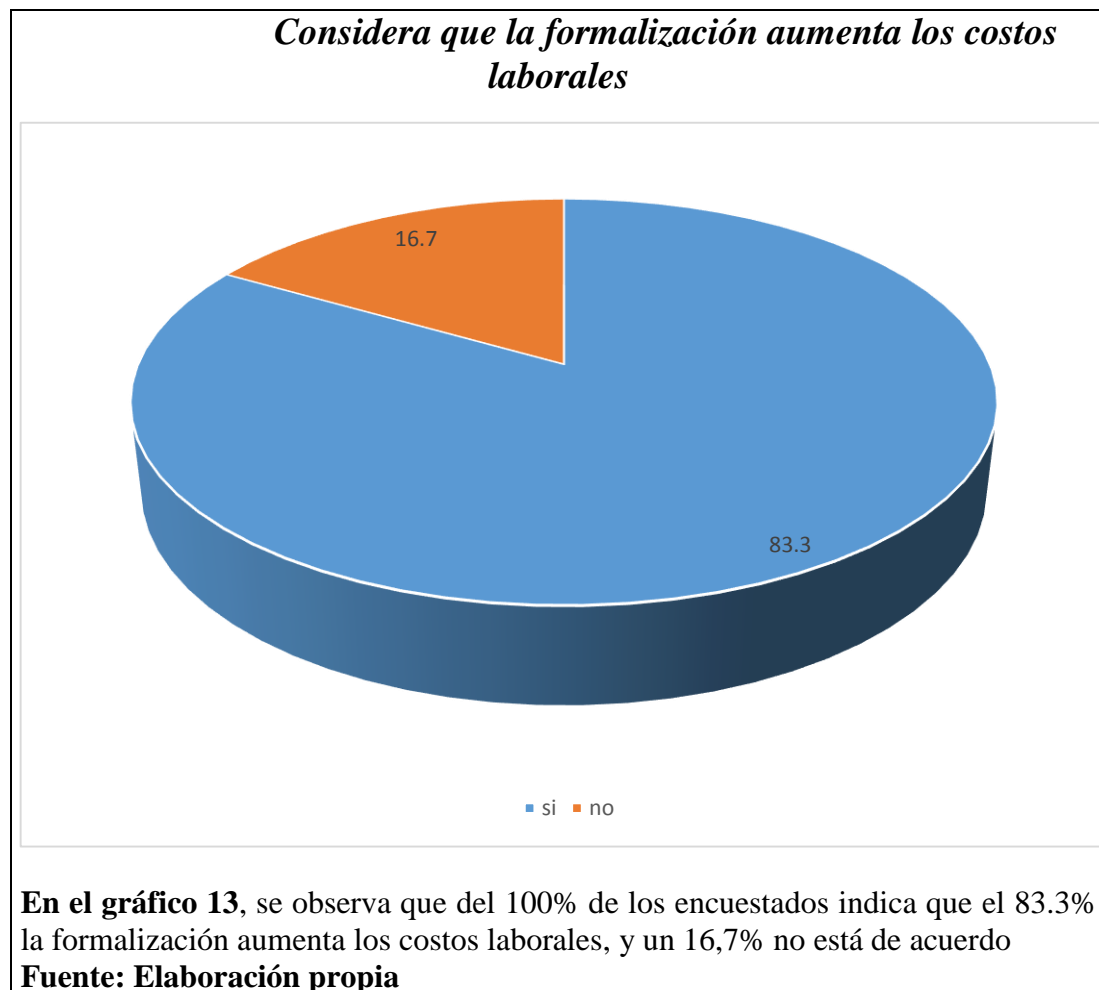
**Fuente:** Base de Datos procesados en SPSS 21



**Tabla 14 Considera que la formalización aumenta los costos laborales**

Aumento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	20	83.3	83.3	83.3
No	4	16.7	16.7	100.0
Total	24	100.0	100.0	

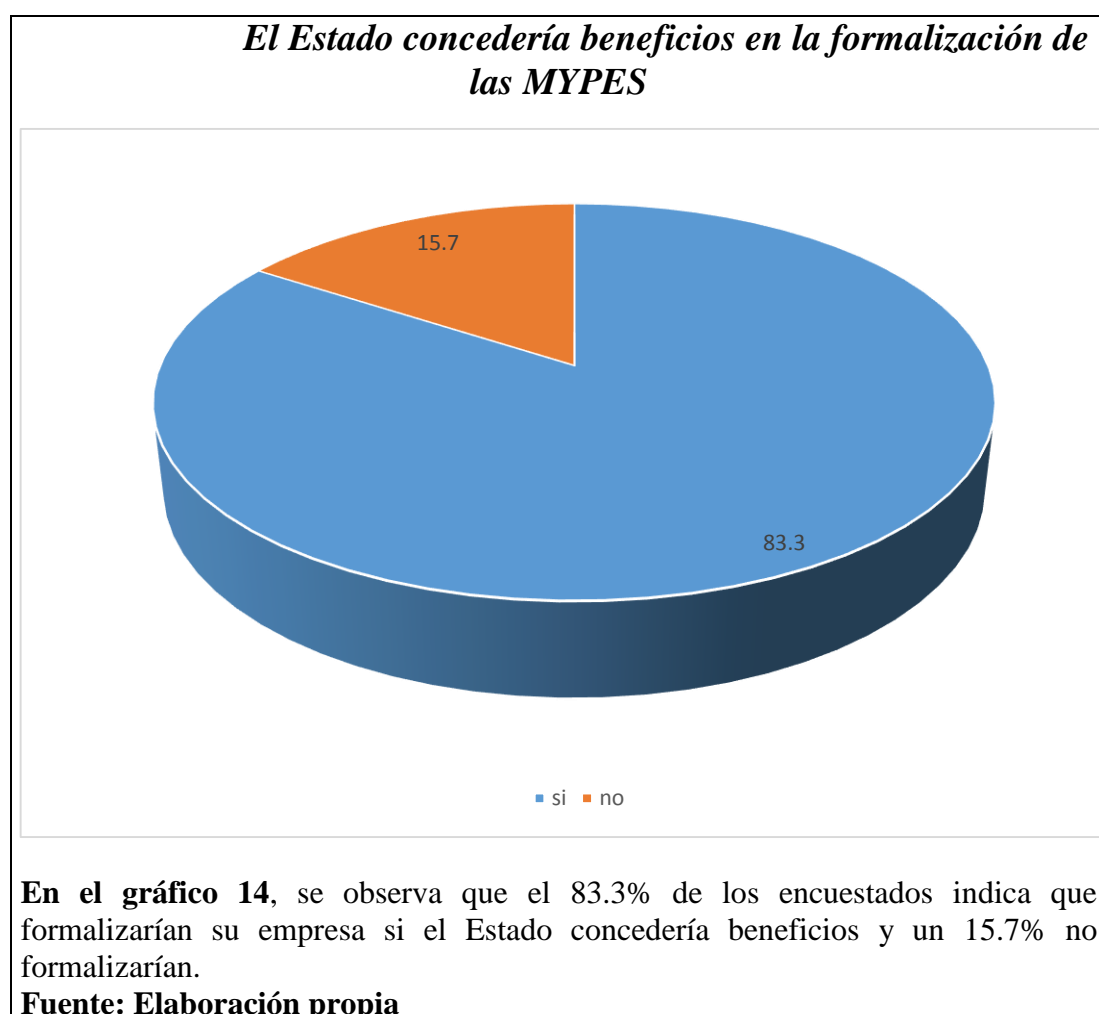
**Fuente:** Base de Datos procesados en SPSS 21



**Tabla 15 : Si el Estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES, formalizaría su empresa**

Formalización de empresa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	20	83.3	83.3	83.3
No	4	15.7	15.7	100.0
Total	24	100.0	100.0	

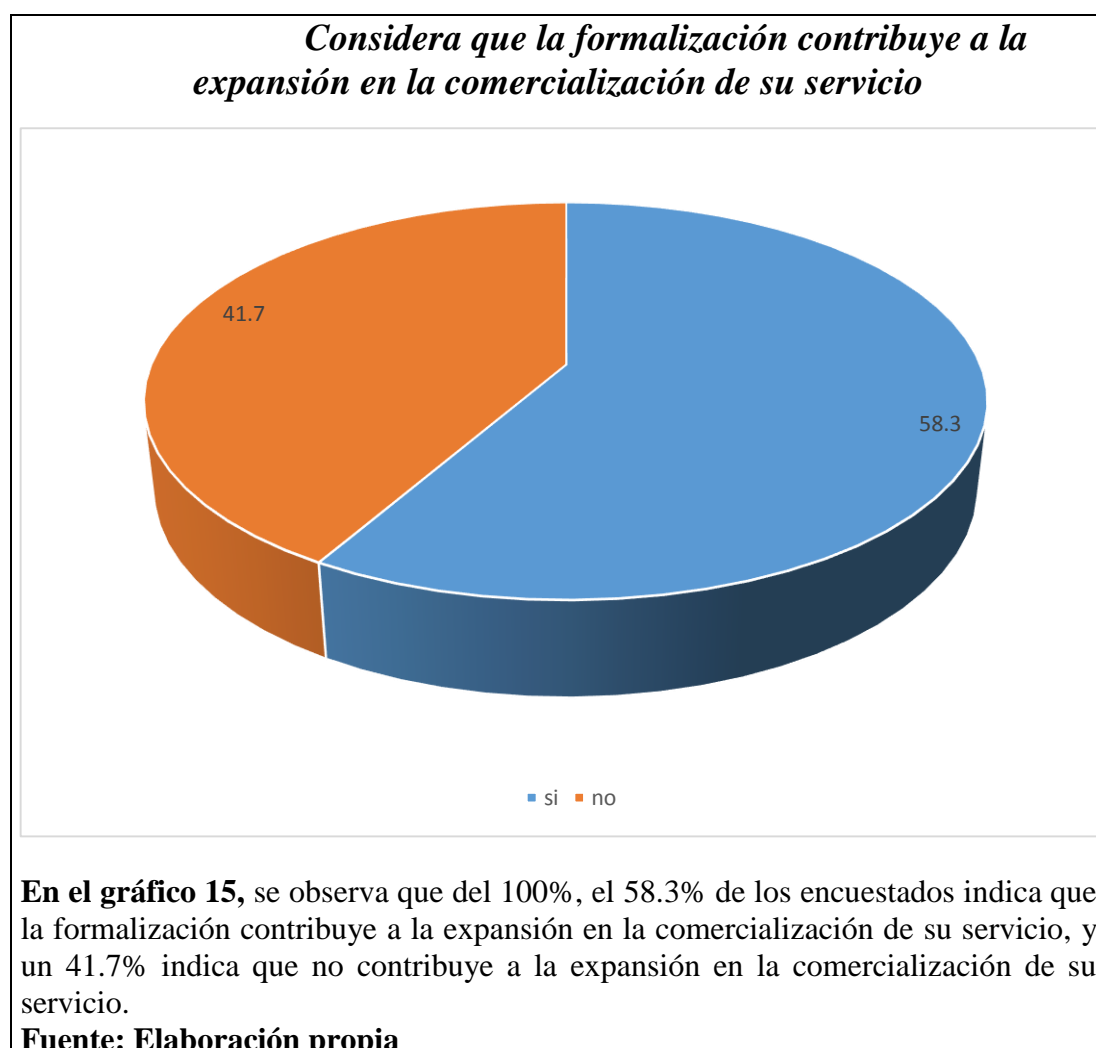
**Fuente:** Base de Datos procesados en SPSS 21



**Tabla 16** Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio

Competitividad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	14	58.3	58.3	58.3
No	10	41.7	41.7	100.0
Total	24	100.0	100.0	

Fuente: Base de Datos procesados en SPSS 21



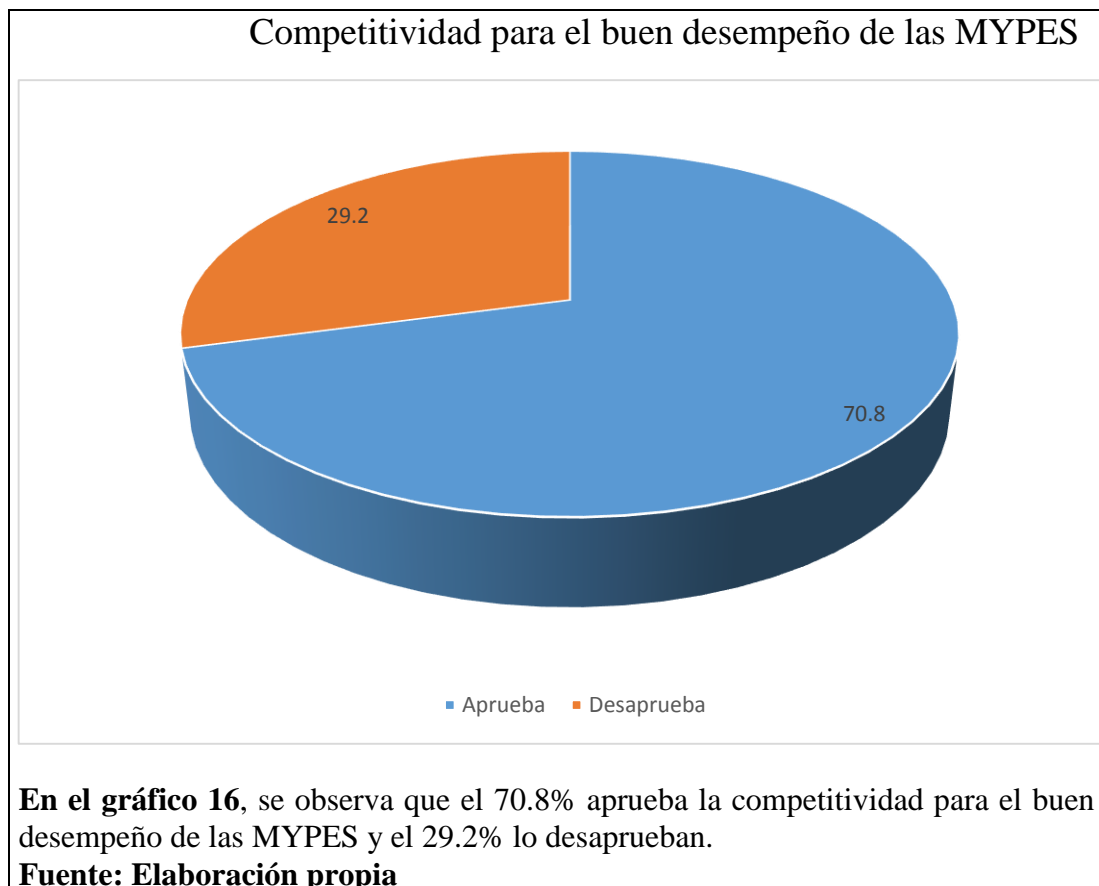


5.1.4. Respecto a las características de la competitividad

**Tabla 17 Competitividad para el buen desempeño de las MYPES.**

Competitividad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Aprueba	17	70.8	70.8	70.8
Desaprueba	7	29.2	29.2	100.0
Total	24	100.0	100.0	

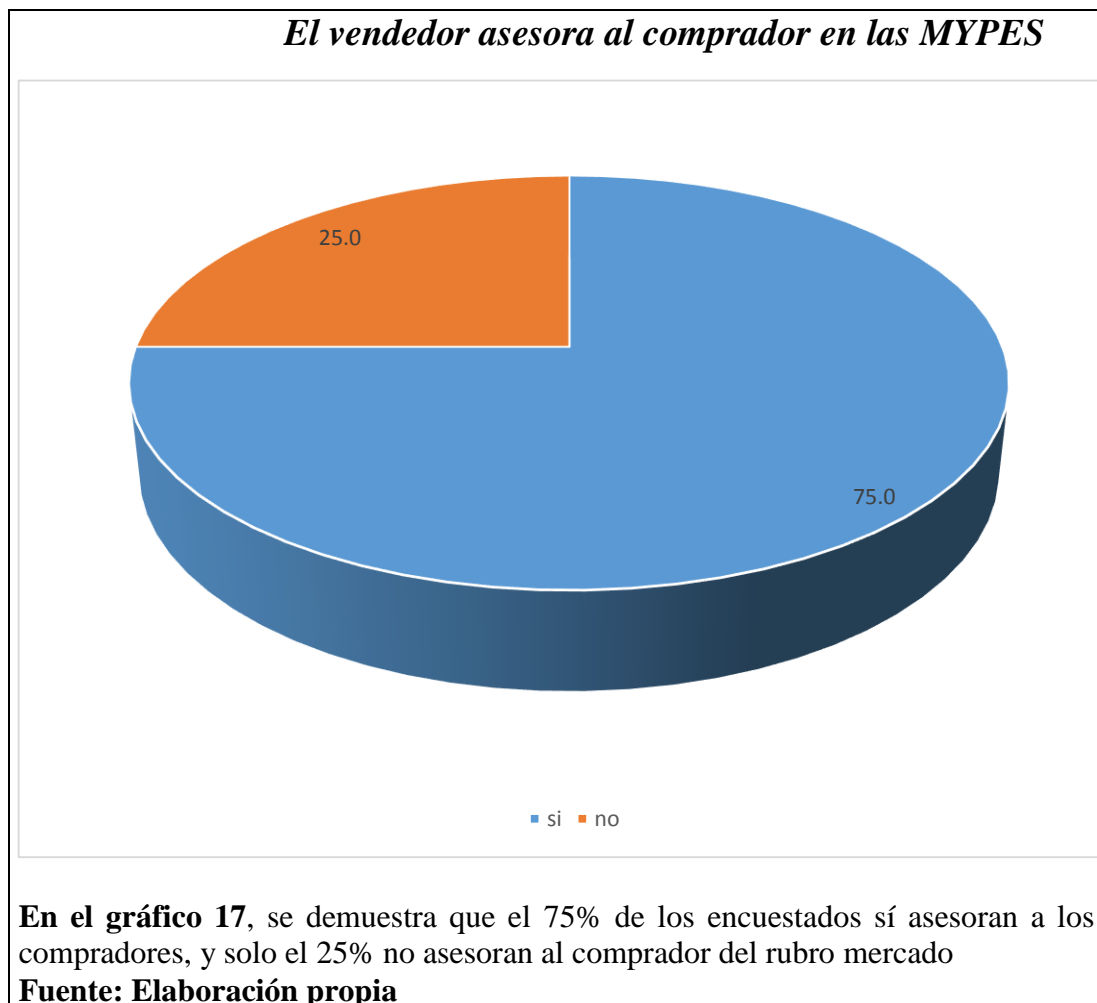
**Fuente: Base de Datos procesados en SPSS 21**



**Tabla 18 El vendedor asesora al comprador en las MYPES**

Vendedor asesora	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	18	75.0	75.0	75.0
No	6	25.0	25.0	100.0
Total	24	100.0	100.0	

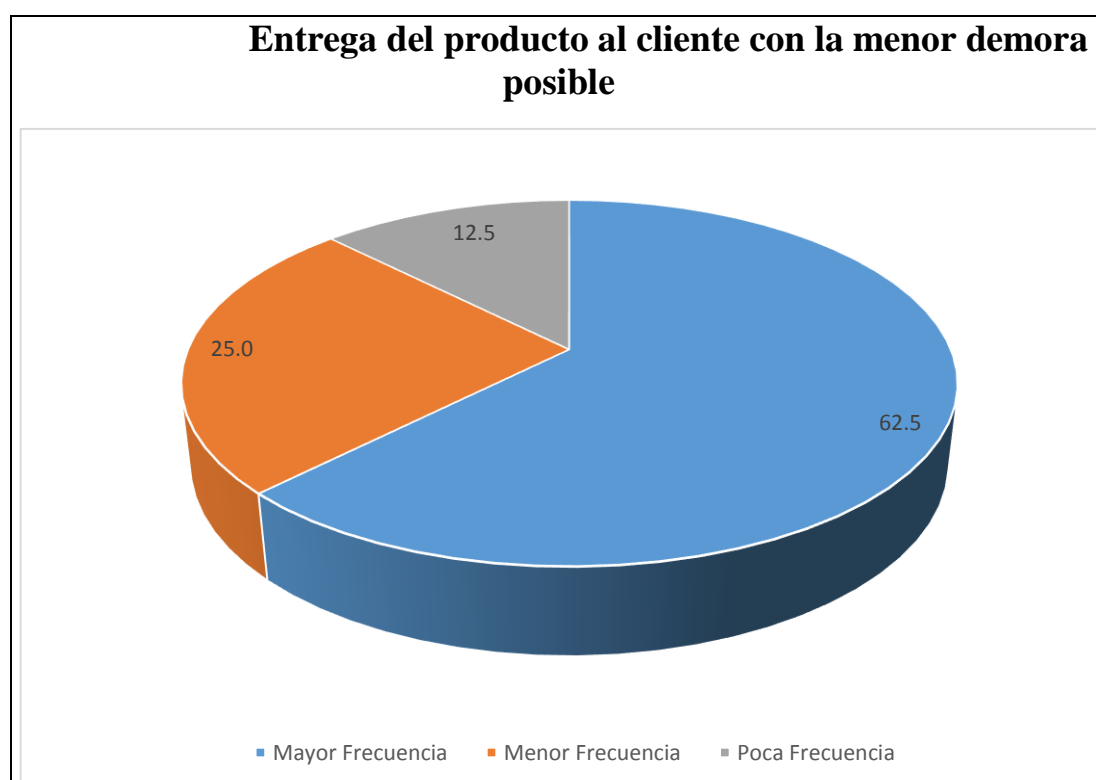
**Fuente:** Base de Datos procesados en SPSS 21



**Tabla 19 Entrega del producto al cliente con la menor demora posible.**

Entrega producto	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mayor Frecuencia	15	62.5	62.5	62.5
Menor Frecuencia	6	25.0	25.0	87.5
Poca Frecuencia	3	12.5	12.5	100.0
Total	24	100.0	100.0	

**Fuente: Base de Datos procesados en SPSS 21**



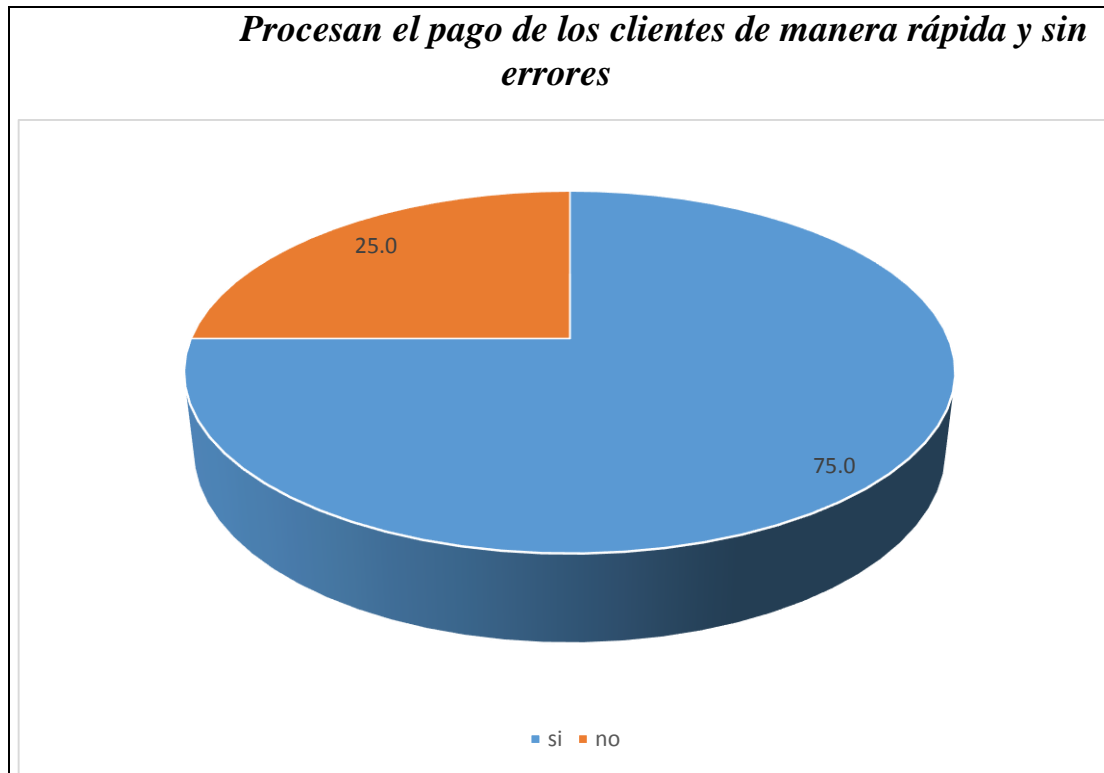
**En el gráfico 18,** se observa que el 62.5% de las MYPES entregan el producto al cliente con mayor frecuencia, mientras que el 25% lo hace con menor frecuencia y en un 12.5% lo hace con poca frecuencia.

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 20 Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores.**

Procesan pago	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	18	75.0	75.0	75.0
no	6	25.0	25.0	100.0
Total	24	100.0	100.0	

**Fuente:** Base de Datos procesados en SPSS 21



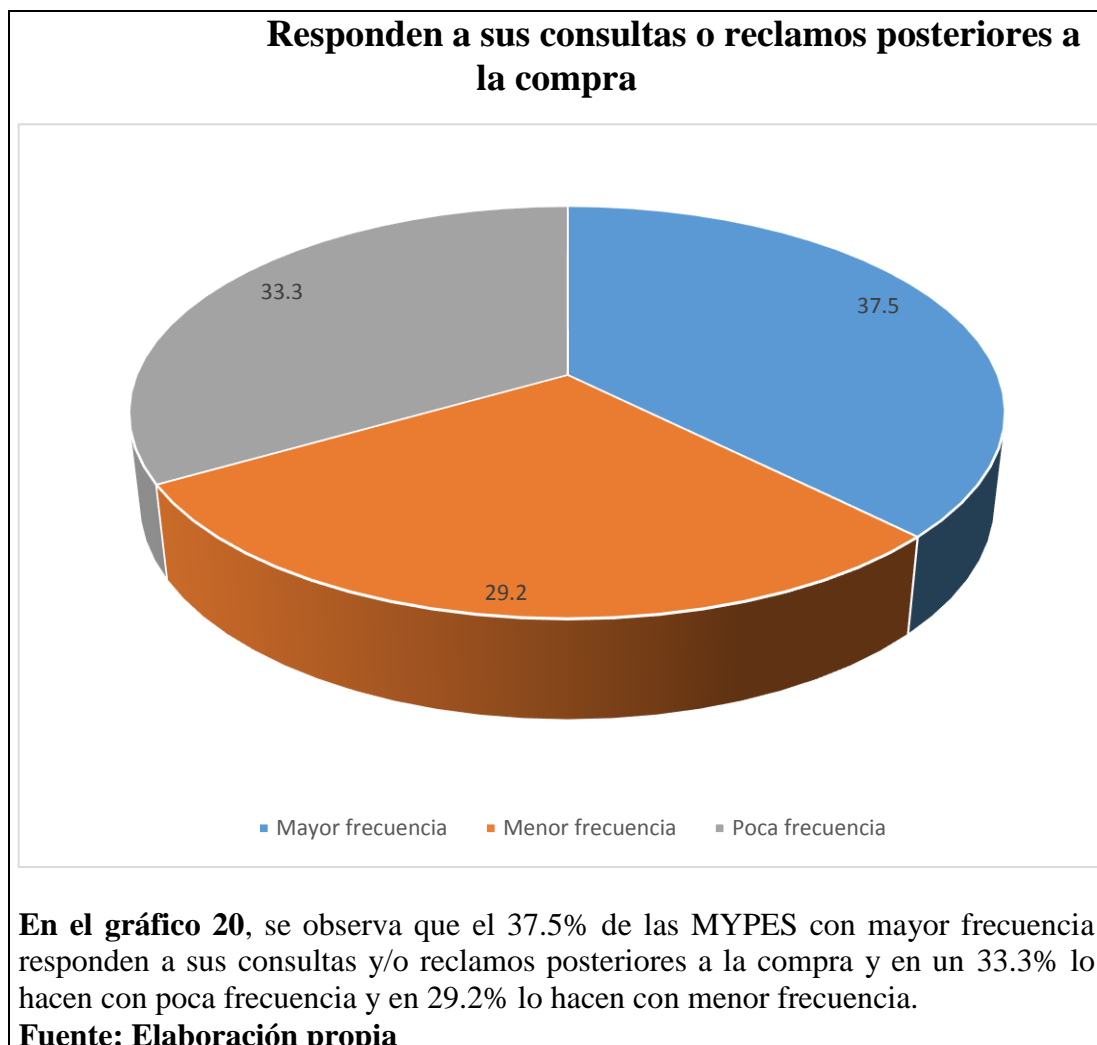
**En el gráfico 19,** se observa que el 75% de las MYPES sí procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores, y en el 25% no lo procesan como debería ser.

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 21 Responder a sus consultas o reclamos posteriores a la compra.**

Responden consultas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mayor frecuencia	9	37.5	37.5	37.5
Menor frecuencia	7	29.2	29.2	66.7
Poca frecuencia	8	33.3	33.3	100.0
Total	24	100.0	100.0	

Fuente: Base de Datos procesados en SPSS 21



## **5.2. Análisis de Resultados**

### **5.4.1. Respecto al perfil del empresario**

En la tabla N 03

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES fluctúan entre los 36-50 años en un 37.5% y de los 20-35 años en un 33.3%, y en un 29.2% de 51 años a más.

En la tabla N 04

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES; 18 son del género masculino y se representan en un 75.0 % y 6 son del género femenino y están representadas en un 25.0 %.

En la tabla N 05

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES; el 75.0% que 18 tienen nivel primaria y secundaria y el 16.7% que son 04 tienen nivel universitario, y 02 son de instituto en un 8.3%

En la tabla N 06

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES; 11 son convivientes y representan el 45.8% mientras que 10 son casados y se encuentran en un 41.7%. y 03 son solteros en un 12.5%

En la tabla N 07

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES; 13 tienen estudio técnica y se encuentran en un 54.2% y 11 tienen una condición profesional representando el 45.8%.

### **5.4.2. Respecto a la formalización**

En la tabla N 08

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES; 10 cuentan con un año de antigüedad y están en un 41.7% y 06 cuentan con tres años de antigüedad representando el 25.0%, 03 cuentan con 02 años de antigüedad en un 12.5 % y 05 cuentan con más de 03 años de antigüedad en un 20.8%.

En la tabla N 09

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES, el 54.2 % que son 13 informales mientras que el 45.8% que 11 son formales.

En la tabla N 10

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES, en número de 10 son permanente que representa el 41.7% , 06 son trabajadores permanentes que se

encuentran en un 25.0 %, 05 son trabajadores permanentes en un 20.8% y 03 no son permanentes con un porcentaje de 12.%

En la tabla N 11

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES, el 45.8% en número de 11 representan trabajadores eventuales, en un 37.5 % en número de 09 se encuentran trabajadores eventuales, y 04 ningún trabajador que representa un 16.7%

En la tabla N 12

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES; 14 es la obtención de ganancias que representan el 58.3% y el 10 es la subsistencia que se encuentra en un 41.7%.

En la tabla N 13

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES; el 91.6 % son 22 tienen beneficios como aumento de las ventas y acceso al crédito financiero y el 8.3% en número de 2 tienen participación en licitaciones públicas.

En la tabla N 14

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES; el 58.3% son 14 han recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas mientras que el 41.7% que son 10 no han recibido asesoría de ningún tipo de empresa.

En la tabla N 15

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES; que son 20 que representa el 83.3% si considera que la formalización aumenta los costos laborales en cambio 04 que se encuentra en un 16.7% no considera que la formalización aumenta los costos laborales.

En la tabla N 16

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES; que son 20 que se encuentra en un 83.3 % dicen si en la formalización de empresa y 04 que se encuentra en un 16.7% dicen no en la formalización de empresa.

En la tabla N 17

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES; el 58.3 % que son 14 si consideran que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio y el 41.7% que son 10 no consideran que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio.

#### 5.4.3 Respecto a la característica de la competitividad.

En la tabla N 18:

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES; el 70.8% que son 17 aprueba la competitividad para el buen desempeño de las MYPES mientras que el 29.2%, que son 07 desaprueba la competitividad para el buen desempeño de las MYPES.

En la tabla N19.

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES; el 75.0% que son 17 si asesoran al comprador y el 25.0%, que son 06 no asesoran al comprador del rubro mercado.

En la tabla N 20

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES; que son 15 se encuentra un 62.5% que entregan el producto al cliente con mayor frecuencia mientras que 06 está un 25.0 %, que entregan el producto al cliente con menor frecuencia y 03 que representa el 12.5%.

En la tabla N 21

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES; que sone 18 representa el 75.0% que si procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores; y son 06 se encuentra el 25.0% que no procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores.

En la tabla N 22

Se observó que de los 24 representantes de las MYPES; el 37.5% que son 09 responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra con mayor frecuencia mientras que el 33.3% y 08 responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra con poca frecuencia, y 07 con menor frecuencia en un 29.2%



## **VI. CONCLUSIONES.**

Se determinó que la formalización de las MYPES del sector comercio del mercado Benjamín Gamarra de la Urbanización Campodónico 2018, desde el perfil del empresario la mayoría son de sexo masculino, cuentan con estudios secundarios, son de y en edades de 36 a 50 años, en su mayoría son formales. Por otra parte la mayoría de los dueños consideran que si son asesorados por el estado obtienen ganancias y les permite acceder a créditos hipotecarios que contribuye a la expansión de su servicio.

Se determinó respecto a la competitividad de las MYPES del sector mercado Benjamín Gamarra de la Urbanización Campodónico 2018, en su mayoría aprueban la competitividad para el mejor desempeño, la formalización contribuye a la expansión empresarial, están atentos a dar respuesta inmediata a las consultas y reclamos, reciben asesoría de entidades públicas, la entrega de producto en menor tiempo posible y sin errores, el control de pagos es oportuno.

## VII. Referencias Bibliográficas

Abambari., E. V. (2013). ANÁLISIS DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA LAS PYMES. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5269/1/Tesis.pdf>

Adanaque, C. (2016), “Nivel de conocimiento de los beneficios tributarios y voluntad de formalización de las MYPES del sector abarrotes en el mercado Moshoqueque, Distrito de José Leonardo Ortiz, 2016”, Universidad Cesar Vallejo, Chiclayo.

Aguado, D. (2013). (Caracterización Del Financiamiento Y La Formalización De Las Mypes En El Sector Textil Del Distrito De Comas), Tesis Para Optar El Título De Licenciada En Administración, Universidad, Católica los Ángeles de Chimbote, Lima

Albert, B. (2016). ¿Qué factores determinan la competitividad? Obtenido de <https://noticias.infocif.es/noticia/que-factores-determinan-la-competitividad>

Alarcón, M. (2017, “Formalización para el crecimiento y competitividad de la micro y pequeña empresa en el sector pesca artesanal en el puerto de Chorrillos 2017”, (Tesis para optar el grado de Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad), Universidad Cesar Vallejo, Lima.

Alarco, G & Anderson, C. (2011). Competitividad y Desarrollo. Metro Color S.A.: Lima.

Arias (2006), indica una serie de recomendaciones con respecto a la delimitación de la población, que son:

La población objetivo debe quedar delimitada con claridad y precisión en el problema de investigación e interrogante) y en el objetivo general del estudio.

Arturo. (2012). Empresa competitiva. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/requisitospara-tener-una-empresa-competitiva/>

Arruñada, B. (2007). El Imperativo de Eficacia en la Formalización de Empresas. Revista: Globalización, Competitividad y Gobernabilidad. <https://gcg.universia.net/article/view/313/imperativo-eficacia-formalizacion-empresas->

Bernilla Magaly. MYPES Oportunidad de Crecimiento [En línea] 2009. [Fecha de acceso 07 de Marzo de 2013]. URL disponible en: <http://www.slideshare.net/Lordkoky/formalizacion-de-MYPES>

Bir, A. (2016). Obtenido de <https://noticias.infocif.es/noticia/que-factores-determinan-lacompetitividad>

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, N. (15 de Febrero de 2016). Mypes, un mercado con potencial para más productos financieros. El comercio. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/mypes-mercadopotencial-productos-financieros-272696>

Casanova, C. (2016), “La gestión de calidad y la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – venta de abarrotes en el mercado central de la ciudad de Casa Grande, año 2016”, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo.

Chunga W. (2018), “Caracterización Del Financiamiento Y Formalización De Las Micro Y Pequeñas Empresas Comerciales Rubro Abarrotes Del Mercadillo Del Distrito De Bellavista, Sullana Año 2018”, (Tesis para optar el título de licenciado en administración), Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Piura

Chupillón A. y Coronado, A. (2017), “Influencia del decreto supremo N° 007-2008-tr texto único ordenado ley mype en la formalización de la micro y pequeña empresa en la ciudad de Chiclayo-2009”, Universidad señor de Sipán, Chiclayo

Chimoy Maritza. La Formalización de una MYPES. [En línea] 2011. [Fecha de acceso 09 de Marzo de 2013]. URL disponible en: <http://www.slideshare.net/mecht/la-formalizacin-empresarial>

Dennys, C. (2014). La empresa competitiva. Obtenido de <http://planificaciondeempresasunipap.blogspot.pe/p/la-empresa-competitiva.html>

Estrada. (2013). Qué hacemos con la competitividad. España: Ediciones Akal

Forodeseguridad.com, (2016). Capacitación. [Extraído el 10 de mayo de 2017] <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>.

GESTIÓN. (08 de setiembre de 2015). GESTIÓN. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/oitamerica-latina-existen-diez-millones-micro-pequenas-empresas-99434>

Hernández, F. (2007). Propuesta de un Modelo Estratégico de Globalización económica para el municipio de Nuevo Laredo, México. Recuperad de <http://www.caei.com.ar/ebooks/ebook27.pdf>. [Extraído el 03 de julio del 2017], disponible en: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/pymes.html>.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial McGraw – Hill Interamericana.

INEI. (2017). CENSO NACIONAL de MERCADO DE ABASTOS. Lima. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitaes/Est/Lib1448/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaes/Est/Lib1448/libro.pdf)

La Comisión Permanente del Congreso de la República. (1997). Congreso del Perú. Recuperado de <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/1997/turismo/26935.htm>

La importancia y ventajas de formalizar un negocio. (7 de Septiembre de 2012). PYMEX. Recuperado de <https://pymex.pe/emprendedores/constitucion-y-formalizacion/la-importancia-y-ventajas-de-formalizar-un-negocio/>

Monografias.com, (2016). La competitividad. [Extraído el 18 de mayo de 2017] <http://www.monografias.com/trabajos58/calidad-competitividad/calidadcompetitividad.shtml>

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

Perez., A. (2016). Obtenido de para mejorar la productividad de su empresa. <https://www.dinero.com/empresas/articulo/10-tips-paramejorar-la-productividad-de-su-empresa/193162>

Perspectivasperu.ey.com, (2015).La MYPES. [Extraído el 22 de mayo de 2017] <https://perspectivasperu.ey.com/2015/06/17/las-pymes-en-el-peru-impulsando-elcrecimiento-economico/>.

Ramírez, R. y Orozco, J. (2013). “La informalidad en la gestión de las Pymes del sector comercial en la ciudad de Milagro y su efecto en la competitividad”, Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.

Rivera & Silvera, (2012): “Formalización tributaria de los comerciantes informales en la zona central del Cantón Milagro”, (Tesis Pre-grado). Universidad Estatal del Milagro, Milagro, Ecuador.

Real Academia Española. (2010). Diccionario de la lengua española [versión electrónica]. Dictionary of the Spanish Language, <http://buscon.rae.es/drae/srv/search?val=formaliz%E1s>

Revson, C. (2011). Identificación y satisfacción de las necesidades de los clientes. Obtenido de <http://cursodemba.com/identificacion-y-satisfaccion-de-las-necesidades-de-losclientes/>

Sánchez, Á. (2007). Gestión empresarial, relaciones de poder, liderazgo, conflicto e intereses en una organización financiera colombiana. Madrid, España: Eumed.net

Samuel. (2018). Obtenido de la competitividad de tu empresa. <https://www.mygestion.com/blog/estrategias-para-mejorar-lacompetitividad-de-tu-empresa>

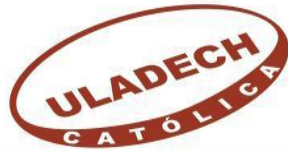
Silva Martinot, J. L. (2011). El Comercio Exterior Y el Progreso del Perú. Lima. Recuperado de <http://www.ulima.edu.pe/node/2935>

Valiotti, B. (2008). Competitividad empresarial un nuevo concepto. Obtenido de [https://degerencia.com/articulo/competitividad\\_empresa\\_un\\_nuevo\\_concepto/](https://degerencia.com/articulo/competitividad_empresa_un_nuevo_concepto/)

Villegas Carlos. (2013). Competitividad empresarial- Labor empresarial, empresa de recursos humanos. Obtenido de [http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/competitividad.html#\\_ftn1](http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/competitividad.html#_ftn1)

Vincenzo, S. y Suarez G. (2015), “Factores Competitivos Determinantes Del Mercado De Moshoqueque Del Distrito De José Leonardo Ortiz 2014”, Universidad católica santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.

# ANEXO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales de las  
MYPE del ámbito de estudio.**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los micros y  
pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado:

**CARACTERIZACION DE LA FORMALIZACION Y LA COMPETITIVIDAD  
DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO DEL MERCADO BENJAMIN  
GAMARRA DE LA URBANIZACION CAMPODONICO CHICLAYO 2018**

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

Encuestador(a):..... Fecha:...../...../.....

**I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPES**

**1.1 Edad del representante legal de la empresa:**

- 20-35.....
- 38-50.....
- 50-mas .....

- 1.2 Género:** Masculino.....  
Femenino.....

**1.3 Grado de instrucción:**

- Sin instrucción.....
- Primaria.....



Secundaria.....  
Instituto.....  
Universitaria.....

**1.4 Estado Civil:**

Soltero.....  
Casado.....  
Conviviente.....  
Divorciado.....  
Otros.....

**1.5 Profesión:**

Sin instrucción .....  
Técnico .....  
Profesional .....

**II. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES**

**2.1 Antigüedad en años que se encuentra en el sector y rubro**

Un año.....  
Dos años .....  
Tres años .....  
Más de tres años.....

**2.2 Formalización de La MYPE formal:**

Sí.....  
No.....

**2.3 Número de trabajadores permanentes de las Mypes:**

Ninguno.....  
Un trabajador.....  
Dos trabajadores.....  
Tres trabajadores.....

2.4 Número de trabajadores Eventuales de las Mypes.

Ninguno.....

Un trabajador.....

Dos trabajadores.....

**2.5 Motivos de formalización de las Mypes**

Sí.....

No.....

### **III. FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES**

**3.1** ¿Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa?

1. Aumento de las ventas

2. Acceso al crédito financiero

3. Participación en licitaciones públicas

**3.2.** ¿Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial?

Sí.....

No.....

**3.3.** ¿Considera que la formalización aumenta los costos laborales?

Sí.....

No.....

**3.4.** ¿Si el estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES, Formalizaría su empresa?

Sí.....

No.....

**3.5.** ¿Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio?

Sí.....

No.....

A veces.....

#### **IV. DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES:**

**4.1** Competitividad para el buen desempeño de las MYPE: Aprueba:

Sí.....

No.....

**4.2** El vendedor asesora al comprador en las MYPES:

Sí.....

No.....

**4.3** Entrega del producto al cliente con la menos demora posible:

Mayor frecuencia.....

Menor frecuencia.....

Poca frecuencia.....

**4.4** Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores:

Sí.....

No.....

**4.5** Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra:

Mayor frecuencia.....

Menor frecuencia.....

Poca frecuencia.....



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**Señor**

.....

**Representante**

.....

Presente

**Asunto: Permiso para aplicación de encuestas**

Tengo el agrado de dirigirme a usted expresándole nuestro cordial saludo y al mismo tiempo darle a conocer que nuestros estudiantes egresados de la Carrera Profesional de Administración de empresas, se encuentran realizando el curso de Titulación por Tesis, con la finalidad de optar el Título profesional de Licenciado en Administración. Los egresados se encuentran ejecutando la siguiente línea de investigación:

**CARACTERIZACION DE LA FORMALIZACION Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO DEL MERCADO BENJAMIN GAMARRA DE LA URBANIZACION CAMPODONICO CHICLAYO 2018**

los resultados de la investigación realizada serán publicados en eventos científicos a nivel nacional, y en el congreso de investigación que realiza nuestra casa superior de estudios una vez al año.

Es por ello que solicito a su despacho tenga a bien permitir el acceso a su institución para aplicar las encuestas de recogida de información a nuestro estudiante:

**CÉSAR JESÚS SÁNCHEZ GARCÍA**

Agradeciendo su gentil aceptación que redundara en beneficio de la formación de educadores, me suscribo de usted, reiterándole las muestras de mi especial consideración y estima personal.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

ANEXO 02

**CONSTANCIA DE VALIDACION**

YO WALTER GARCIA Neco, identificado con  
DNI 16742630 con CLAD N° 05532 Por medio de la presente hago  
constar.

Que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos del cuestionario del estudiante Br. César Jesús Sánchez García para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación denominado:

**CARACTERIZACION DE LA FORMALIZACION Y LA COMPETITIVIDAD  
DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO DEL MERCADO BENJAMIN  
GAMARRA DE LA URBANIZACION CAMPODONICO CHICLAYO 2018.**

Luego de haber realizado la evaluación pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados por el cual firmo y sello la presente.

Chiclayo, Noviembre del 2018



Mgt. Walter García Neco  
CLAD. N° 05532

Firma y Post firma del Experto


MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS																									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN																							
		¿Es pertinente con el concepto?						¿Necesita mejorar la redacción?						¿Es tendencioso aquiescente?						¿Se necesita más ítems para medir el concepto?					
		1EDJ		2EDJ		3EDJ		1EDJ		2EDJ		3EDJ		1EDJ		2EDJ		3EDJ		1EDJ		2EDJ		3EDJ	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
OE 1	Determinar las principales características de la formalización de las MYPES del sector comercio del Mercado Benjamín Gamarra de la Urbanización Campodónico Chiclayo 2018.																								
1	¿Que edades tienen el representante legal de la empresa?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		X		x	
2	¿Que genero son : masculino, femenino?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		X		x	
				x		x		x		x		x		x		x		x		x		X		x	
3	. ¿Tienen grado de instrucción: primaria ,secundaria ,instituto, universitario o sin instrucción?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		X		x	
4	¿ Que estado civil con que cuenta : soltero, casado,	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		X		x	



11	¿Que beneficios cree usted que obtendrá con la formalización de su empresa: aumento de las ventas, acceso al crédito financiero, participación en licitaciones públicas?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		X		x
12	¿ Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial : si..... no.....?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		X		x
13	¿considera que la formalización aumenta los costos laborales : si..... No	x		x		x		x		x		x		x		x		x		X		x
14	¿ Si el estado concediera beneficios en la formalización de las Mypes, formaría su empresa : si.....no.....?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
15	¿ Considera que la formalización contribuye ala expansión en la comercialización de su servicio: si..... no..... a veces.....?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		X		x
16	¿competitividad para el buen desempeño de las Mypes aprueba : si.....no.....?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		X		x



17	¿ el vendedor asesora al comprador en las Mypes: si.....no.....?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
18	¿ Entrega del producto al cliente con la demora posible: mayor frecuencia, menor frecuencia, poca frecuencia?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		X		x
19	¿Proceso a el pago de los clientes de manera y sin errores : si.....no.....?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
20	¿Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra : mayor frecuencia, menor frecuencia, poca frecuencia?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x

  
 -----  
**Mgtr. Walter García Neco**  
 CLAD. N° 05532



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

ANEXO 02

CONSTANCIA DE VALIDACION

YO S. JONATHAN SILVA VÁSQUEZ....., identificado con  
DNI 42789331 con CLAD N° 02250..... Por medio de la presente hago  
constar.

Que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos del cuestionario del estudiante Br. César Jesús Sánchez García para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación denominado:

**CARACTERIZACION DE LA FORMALIZACION Y LA COMPETITIVIDAD  
DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO DEL MERCADO BENJAMIN  
GAMARRA DE LA URBANIZACION CAMPODONICO CHICLAYO 2018.**

Luego de haber realizado la evaluación pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados por el cual firmo y sello la presente.

Chiclayo, Noviembre del 2018



Mgtr. S. Jonathan Silva Vásquez  
Registro CLAD N° 02250

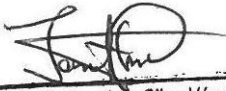
Firma y Post firma del Experto

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS																									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN																							
		¿Es pertinente con el concepto?						¿Necesita mejorar la redacción?						¿Es tendencioso aquiescente?						¿Se necesita más ítems para medir el concepto?					
		1EDJ		2EDJ		3EDJ		1EDJ		2EDJ		3EDJ		1EDJ		2EDJ		3EDJ		1EDJ		2EDJ		3EDJ	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
OE 1	Determinar las principales características de la formalización de las MYPES del sector comercio del Mercado Benjamín Gamarra de la Urbanización Campodónico Chiclayo 2018.																								
1	¿Que edades tienen el representante legal de la empresa?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
2	¿Que genero son : masculino, femenino?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
3	¿Tienen grado de instrucción: primaria ,secundaria ,instituto, universitario o sin instrucción?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
4	¿ Que estado civil con que cuenta : soltero, casado,	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	



11	¿Que beneficios cree usted que obtendrá con la formalización de su empresa: aumento de las ventas, acceso al crédito financiero, participación en licitaciones públicas?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
12	¿ Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial : si..... no.....?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
13	¿considera que la formalización aumenta los costos laborales : si..... No	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
14	¿ Si el estado concediera beneficios en la formalización de las Mypes, formaría su empresa : si.....no.....?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
15	¿ Considera que la formalización contribuye ala expansión en la comercialización de su servicio: si..... no..... a veces.....?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
16	¿competitividad para el buen desempeño de las Mypes aprueba : si.....no.....?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x

17	¿ el vendedor asesora al comprador en las Mypes: si.....no.....?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
18	¿ Entrega del producto al cliente con la demora posible: mayor frecuencia, menor frecuencia, poca frecuencia?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
19	¿Proceso a el pago de los clientes de manera y sin errores : si.....no.....?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
20	¿Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra : mayor frecuencia, menor frecuencia, poca frecuencia?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x

  
**Mgr. S. Jonathan Silva Vásquez**  
 Registro CLAD Nº 02258



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

ANEXO 02

CONSTANCIA DE VALIDACION

YO MIGUEL ANGEL BORRERO CASTAÑEDA, identificado con  
DNI 42484875 con CLAD N° 17110 Por medio de la presente hago  
constar.

Que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos del cuestionario del estudiante Br. César Jesús Sánchez García para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación denominado:

**CARACTERIZACION DE LA FORMALIZACION Y LA COMPETITIVIDAD  
DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO DEL MERCADO BENJAMIN  
GAMARRA DE LA URBANIZACION CAMPODONICO CHICLAYO 2018.**

Luego de haber realizado la evaluación pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados por el cual firmo y sello la presente.

Chiclayo, Noviembre del 2018

  
Lic. Adm. Miguel Angel Barreto Castañeda  
CLAD 17110

Firma y Post firma del Experto

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS																									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN																							
		¿Es pertinente con el concepto?						¿Necesita mejorar la redacción?						¿Es tendencioso aquiescente?						¿Se necesita más ítems para medir el concepto?					
		1EDJ		2EDJ		3EDJ		1EDJ		2EDJ		3EDJ		1EDJ		2EDJ		3EDJ		1EDJ		2EDJ		3EDJ	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
OE 1	Determinar las principales características de la formalización de las MYPES del sector comercio del Mercado Benjamín Gamarra de la Urbanización Campodónico Chiclayo 2018.																								
1	¿Que edades tienen el representante legal de la empresa?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
2	¿Que genero son : masculino, femenino?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
3	¿Tienen grado de instrucción: primaria ,secundaria ,instituto, universitario o sin instrucción?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
4	¿ Que estado civil con que cuenta : soltero, casado,	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	





11	¿Que beneficios cree usted que obtendrá con la formalización de su empresa: aumento de las ventas, acceso al crédito financiero, participación en licitaciones públicas?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
12	¿ Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial : si..... no.....?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
13	¿considera que la formalización aumenta los costos laborales : si..... No	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
14	¿ Si el estado concediera beneficios en la formalización de las Mypes, formaría su empresa : si.....no.....?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
15	¿ Considera que la formalización contribuye ala expansión en la comercialización de su servicio: si..... no..... a veces.....?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
16	¿competitividad para el buen desempeño de las Mypes aprueba : si.....no.....?	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x

17	¿ el vendedor asesora al comprador en las Mypes: si.....no.....?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x		x
18	¿ Entrega del producto al cliente con la demora posible: mayor frecuencia, menor frecuencia, poca frecuencia?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x		x
19	¿Proceso a el pago de los clientes de manera y sin errores : si.....no.....?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x		x
20	¿Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra : mayor frecuencia, menor frecuencia, poca frecuencia?	x		x		x			x		x				x		x		x		x		x

  
 Lic. Adm. Miguel Angel Barreto Castañeda  
 CLAD 17110

LIBRO DE CÓDIGOS						RESULTADOS DE LA ENCUESTA			
		MEDICIÓN	EST			FRECUENCIA		PORCENTAJE	
Orden	Pregunta		n1, n2.....			n9, n10.....	Parcial	Total	Parcial
OE 1	Determinar las principales características de la formalización de las MYPES del sector comercio del Mercado Benjamín Gamarra de la Urbanización Campodónico Chiclayo 2018.								
1	¿Que edades tienen el representante legal de la empresa?	SI				76		63%	
		NO				44	120	37%	100%
2	¿Que genero son : masculino, femenino?	SI				90		75%	
		NO				30	120	25%	100%
3		SI				82		68%	
	¿Tienen grado de instrucción: primaria ,secundaria ,instituto, universitario o sin instrucción?	NO				38	120	32%	100%
4	¿ Que estado civil con que cuenta : soltero, casado, conviviente, divorciado ?	SI				88		73%	
		NO				32	120	27%	100%
5	¿son profesionales : sin instrucción, técnico , profesionales	SI				82		68%	
		NO				38	120	32%	100%
6	¿Usted con que antigüedad en el sector o rubro un año, dos años, tres años, mas de tres años en el mercado?	SI				87		72%	
		NO				33	120	28%	100%
7	¿formalización de la MYPE es formal si...no....?	SI				84		70%	
		NO				36	120	30%	100%
	¿ cuantos trabajadores tienen permanentes, ninguno, un trabajador, dos trabajadores, tres trabajadores?	SI				78		65%	
8		NO				42	120	35%	100%
	¿ cuantos trabajadores tienen eventuales, ninguno, un trabajador, dos trabajadores, tres trabajadores?	SI				71		59%	
9		NO				49	120	41%	100%
	¿motivos de la formalización de la Mypes ?	SI				68		56%	
10		NO				52	120	44%	100%
	Determinar las principales características de la competitividad de las MYPES del sector comercio del Mercado								

	Benjamín Gamarra de la Urbanización Campodónico Chiclayo 2018.									
<b>OE2</b>										
	¿Que beneficios cree usted que obtendrá con la formalización de su empresa: aumento de las ventas, acceso al crédito financiero, participación en licitaciones públicas?	<b>SI</b>					71		<b>59%</b>	
11		<b>NO</b>					49	120	<b>41%</b>	<b>100%</b>
	¿ Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial : si..... no.....?	<b>SI</b>					77		<b>64%</b>	
12		<b>NO</b>					43	120	<b>36%</b>	<b>100%</b>
	¿considera que la formalización aumenta los costos laborales : si..... No	<b>SI</b>					66		<b>55%</b>	
13		<b>NO</b>					54	120	<b>45%</b>	<b>100%</b>
	¿ Si el estado concediera beneficios en la formalización de las Mypes, formaría su empresa : si.....no.....?	<b>SI</b>					73		<b>60%</b>	
14		<b>NO</b>					47	120	<b>40%</b>	<b>100%</b>
	¿ Considera que la formalización contribuye ala expansión en la comercialización de su servicio: si..... no..... a veces.....?	<b>SI</b>					83		<b>69%</b>	
15		<b>NO</b>					37	120	<b>31%</b>	<b>100%</b>
	¿competitividad para el buen desempeño de las Mypes aprueba : si.....no.....?	<b>SI</b>					84		<b>70%</b>	
16		<b>NO</b>					36	120	<b>30%</b>	<b>100%</b>
	¿ el vendedor asesora al comprador en las Mypes: si..... no.....?	<b>SI</b>					71		<b>59%</b>	
17		<b>NO</b>					49	120	<b>41%</b>	<b>100%</b>
	¿ Entrega del producto al cliente con la demora posible: mayor frecuencia, menor frecuencia, poca frecuencia?	<b>SI</b>					77		<b>64%</b>	
18		<b>NO</b>					43	120	<b>36%</b>	<b>100%</b>
	¿Proceso a el pago de los clientes de manera y sin errores : si.....no.....?	<b>SI</b>					70		<b>58%</b>	
19		<b>NO</b>					50	120	<b>42%</b>	<b>100%</b>
	¿Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra : mayor frecuencia, menor frecuencia, poca frecuencia?	<b>SI</b>					78		<b>65%</b>	
20		<b>NO</b>					42	120	<b>35%</b>	<b>100%</b>



[Ejercicios](#) | [Estudiantes](#) | [Boletín de notas](#) | [Bibliotecas](#) | [Calendario](#) | [Discusión](#) | [Preferencias](#)

ESTÁS VIENDO: INICIO > TITULACION > TESIS

### Acerca de esta página

Esta es la bandeja de entrada de ejercicios. Para ver un trabajo, haga clic en el título del trabajo. Para ver un Reporte de Similitud, seleccione el icono de Reporte de Similitud en la columna de Similitud. Un icono atenuado indicará que el Reporte de Similitud no se ha generado todavía.

## TESIS

BANDEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS ▾

Entregar archivo

Informe de calificación en línea | [Editar la configuración del ejercicio](#) | [Como electrónico sin remitentes](#)

AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	RESPUESTA	ARCHIVO	Nº DEL TRABAJO	FECHA
Eduardo Saldaña	TESIS	5%	--	--	<input type="checkbox"/>	1062765694	10-ene.-2019
Gisella Guerrero	TESIS	4%	--	--	<input type="checkbox"/>	1062705406	10-ene.-2019
Waldo Valdeqs	TESIS	12%	--	--	<input type="checkbox"/>	1062784721	10-ene.-2019
Candelario Santisteb...	TESIS	0%	--	--	<input type="checkbox"/>	1062704440	10-ene.-2019
Cesar Sánchez	TESIS	13%	--	--	<input type="checkbox"/>	1062751519	10-ene.-2019
Javier Flores	TESIS	4%	--	--	<input type="checkbox"/>	1062748735	10-ene.-2019
Jover Gil	TESIS	0%	--	--	<input type="checkbox"/>	1062748697	10-ene.-2019
Esther Ludeña	TESIS	0%	--	--	<input type="checkbox"/>	1062745953	10-ene.-2019
Agripina Mori	TESIS	0%	--	--	<input type="checkbox"/>	1062838105	08-ene.-2019
Jovanna Lintop	TESIS	0%	--	--	<input type="checkbox"/>	1062833579	08-ene.-2019
Carlos Davila	TESIS	4%	--	--	<input type="checkbox"/>	1062832830	08-ene.-2019
Manuel Musayon	TESIS	6%	--	--	<input type="checkbox"/>	1062832196	08-ene.-2019
Lupita Olivos	TESIS	0%	--	--	<input type="checkbox"/>	1062830686	08-ene.-2019
Ruth Lluen	TESIS	4%	--	--	<input type="checkbox"/>	1062828843	08-ene.-2019

PÁGINA: 1 2 3 4