



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD
Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPE RUBRO
BODEGAS DEL AA. HH LOS MÉDANOS -
CASTILLA - PIURA, AÑO 2016**

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

AUTOR:

HEWUEN LIOSEE SANTOS SANTOS

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA-PERÚ

2019



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD
Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPE RUBRO
BODEGAS DEL AA. HH LOS MÉDANOS -
CASTILLA - PIURA, AÑO 2016**

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

AUTOR:

HEWUEN LIOSEE SANTOS SANTOS

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEE PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA-PERÚ

2019

JURADO EVALUADOR DE TESIS

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

Secretario

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

Asesora

AGRADECIMIENTO

A los dueños de las MYPE bajo estudio por la ayuda y la amabilidad de brindarme la información necesaria para realizar la presente investigación.

DEDICATORIA

En primer lugar, a Dios por darnos fuerza para seguir adelante, por guiar nuestro camino y otorgarnos un día más de vida para lograr nuestras metas y sueños.

A mi madre porque es la persona más importante en mi vida demostrándome siempre su cariño incondicional y apoyo, por sus buenas enseñanzas que cada día me brinda para ser mejor, a mis hermanas por estar conmigo alentándome con sus palabras de seguir adelante y a todas las personas que fueron parte de esta etapa y me ayudaron a cumplir mis metas.

RESUMEN

La presente investigación Titulada Competitividad y Formalización de las MYPE rubro bodegas del AA. HH Los Médanos Castilla – Piura, año 2016 estableció como objetivo general determinar las características de la competitividad y formalización de las MYPE rubro bodega. La metodología utilizada para esta investigación es descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Se empleó como técnica la encuesta para la recolección de información y como instrumento el cuestionario aplicado a una muestra de 67 clientes y 7 dueños. De acuerdo con la investigación realizada a las MYPE bajo estudio respecto a la variable competitividad el 84% de los clientes consideran que el elemento de la calidad de los productos se ve reflejado en la buenas condiciones en el que se encuentra, así mismo, el 63% manifestó que aprecian que las bodegas ofrezcan precios bajos lo que implica una estrategia de liderazgo en costos que conlleva a fidelizar a los clientes, por otro lado para la variable formalización el 100% de los dueños mencionaron que como persona natural con negocio, han optado por afiliarse al régimen único simplificado, de igual manera el 100% manifiesta que pertenecer a este régimen otorga beneficios tributarios, como también acceder a créditos tanto de entidades financieras como de sus proveedores, por tanto estar formalizado proyecta en los clientes seguridad de seguir adquiriendo sus productos.

Palabras clave: Competitividad, Formalización, Mype.

ABSTRACT

The present investigation Titled Competitiveness and Formalization of the MYPE item bodegas of the AA. HH Los Médanos Castilla - Piura, 2016 established as a general objective to determine the characteristics of the competitiveness and formalization of the MYPE winery category. The methodology used for this research is descriptive, quantitative level, non-experimental, cross-sectional design. The survey was used as a technique for the collection of information and as an instrument the questionnaire applied to a sample of 67 clients and 7 owners. According to the research carried out to the MSEs under study regarding the variable competitiveness, 84% of the clients consider that the element of the quality of the products is reflected in the good conditions in which it is found before consumption, as well same, 63% said that low prices implies a strategy to maintain their preference, on the other hand for the variable formalization 100% of the owners mentioned that opting for the modality of natural person with business are affiliated to the simplified single regime, On the other hand, 100% state that belonging to this regime grants tax benefits, as well as accessing loans from financial entities as well as from their suppliers, generating the assurance of continuing to acquire their products.

Keywords: Competitiveness, Formalization, Mype.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR DE TESIS	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
TABLA DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	14
2.1. Antecedentes.....	14
2.1.1. Competitividad.....	14
2.1.2. Formalización.....	21
2.2. Bases Teóricas	28
2.2.1. Competitividad.....	28
2.2.2. Formalizacion.....	47
III. HIPOTESIS	56
IV. METODOLOGÍA.....	57
4.1. Diseño de la Investigación	57
4.1.1. Tipo de Investigación.....	57
4.1.2. Nivel de Investigación.....	57
3.1.3. Diseño de Investigación.....	57
4.2. Población y Muestra	58
4.2.1. Criterios Incluyentes y Excluyentes.....	59
4.3. Definición y Operacionalización de Variables.....	60
4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	62
4.5. Plan de Análisis	62
4.6. Matriz de Consistencia	63
4.7. Principios Éticos.....	65
V. RESULTADOS.....	66
5.1. Resultados.....	66
5.2. Análisis de los Resultados.....	90

VI. CONCLUSIONES	111
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	113
ANEXOS	119

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 “El Precio”	66
TABLA 2 “Verificación del Producto”	67
TABLA 3 “Sugerencias”	68
TABLA 4 “Atención Rápida y Amable”	69
TABLA 5 “Actitud del Personal”	70
TABLA 6 “Publicidad”	71
TABLA 7 “Implementación de Mejoras”	72
TABLA 8 “Variedad de Productos”	73
TABLA 9 “Limpieza del Establecimiento”	74
TABLA 10 “ Precios Bajos”	75
TABLA 11 “Linea de Productos”	76
TABLA 12 “Elemento Destacado”	77
TABLA 13 “Tiempo formalizado”	78
TABLA 14 “Capital de Trabajo”	79
TABLA 15 “Regimen Tributario”	80
TABLA 16 “Pago de Tributos”	81
TABLA 17 “ Colaboradores”	82
TABLA 18 “Tipo de Licencia de Funcionamiento”	83
TABLA 19 “Carnet y Certificado de Saneamiento”	84
TABLA 20 “ Beneficios Tributarios”	85
TABLA 21 “Proceso de Formalización”	86
TABLA 22 “Talleres de Capacitación”	87
TABLA 23 “Beneficios Financieros”	88
TABLA 24 “Beneficios con Proovedores”	89

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 “El Precio”	66
FIGURA 2 “Verificación del Producto”	67
FIGURA 3 “Sugerencias”	68
FIGURA 4 “Atención Rápida y Amable”	69
FIGURA 5 “Actitud del Personal”	70
FIGURA 6 “Publicidad”	71
FIGURA 7 “Implementación de Mejoras”	72
FIGURA 8 “Variedad de Productos”	73
FIGURA 9 “Limpieza del Establecimiento”	74
FIGURA 10 “ Precios Bajos”	75
FIGURA 11 “Linea de Productos”	76
FIGURA 12 “Elemento Destacado”	77
FIGURA 13 “Tiempo formalizado”	78
FIGURA 14 “Capital de Trabajo”	79
FIGURA 15 “Regimen Tributario”	80
FIGURA 16 “Pago de Tributos”	81
FIGURA 17 “ Colaboradores”	82
FIGURA 18 “Tipo de Licencia de Funcionamiento”	83
FIGURA 19 “Carnet y Certificado de Saneamiento”	84
FIGURA 20 “ Beneficios Tributarios”	85
FIGURA 21 “Proceso de Formalización”	86
FIGURA 22 “Talleres de Capacitación”	87
FIGURA 23 “Beneficios Financieros”	88
FIGURA 24 “Beneficios con Provedores”	89

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “Caracterización de la Competitividad y Formalización de las MYPE Rubro Bodegas del AA. HH Los Médanos-Castilla-Piura, año 2016” pertenece a la línea de investigación de ULADECH CÁTOLICA denominada caracterización del financiamiento, la capacitación, competitividad, rentabilidad, Gestión de calidad y formalización de las MYPE en el Perú, líneas que han sido asignadas por la Escuela de Administración y comprenden al campo disciplinar promoción de las MYPE.

La presente investigación se ha estructurado considerando al capítulo I Introducción; capítulo II Revisión de la Literatura; capítulo III denominado hipótesis; capítulo IV denominado Metodología; capítulo V resultados; capítulo VI Conclusiones.

La economía en Perú ha alcanzado mejoras significativas en la última década, según Parodi (2012) muchos especialistas concuerdan que la economía en el país presenta avances positivos y excelentes cifras económicas. Esto representado en el aumento del Producto Bruto Interno (PBI) y a el control de la inflación y de las finanzas públicas. En gran parte, ello se ha logrado gracias a la intervención de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE). Sin embargo, una economía puede transitar por una fase de crecimiento, pero no de desarrollo, es decir, no se mejora la calidad de vida de la población, lo que se refleja en los índices de desempleo, dando paso a una de las razones que ha promovido la aparición de este tipo de empresas,

que por un lado permite a las familias percibir ingresos y por otro coopera con el desarrollo de la sociedad.

Las MYPE envuelven diversas ventajas que las convierte en únicas e indispensables dentro del entorno económico, puesto que se destacan por elaborar productos individualizados a comparación de las grandes empresas que ofrecen productos estandarizados, así mismo, son el soporte de las grandes compañías que les permite disminuir costos al subcontratarlas para realizar servicios u operaciones de tal modo que resulta más apropiado y accesible, además, otra de sus ventajas es la rápida adaptabilidad a los cambios del mercado debido a su estructura productiva, no obstante su punto débil se centran en tener una cartera de clientes limitada y acceder solo a mercados específicos. (Herrera, 2011)

Según Espinoza (2008) las MYPE representan el sector empresarial inmensamente mayoritario, por ello son el soporte de la economía del País. En los últimos años, el PBI en el cuarto trimestre del 2015 fue del 4,7% (INEI, 2015), ello nos lleva a destacar la importancia de las MYPE para cumplir con los objetivos del país en materia de inclusión social, competitividad, generación de riquezas y lucha contra la pobreza, no obstante, sobre ellas recaen varios problemas que impiden su crecimiento y desarrollo. El problema principal es la escasa accesibilidad a los mercados nacionales e internacionales, la falta de capital para invertir proveniente de la carencia de políticas estatales promotoras de financiamiento que limitan el

accionar de las MYPE, así mismo, la ausencia de tecnología representa un punto en contra para afrontar los cambios de un mundo globalizado.

Según Abusada (2017) el problema más arraigado a las MYPE es la informalidad como uno de los principales frenos del progreso, debido a que la productividad es prácticamente escasa en las miles de pequeñas empresas a comparación de las grandes empresas formales. Por otro lado resalta que la creciente informalidad se debe a que los beneficios de formalizarse no cubren los costos de mantenerse en la formalización .

Jose Luis Noriega presidente de la COMEX PERÚ sostuvo que en el país existen aproximadamente 5.7 millones de micro y pequeñas empresas que contratan a 8.13 millones de ciudadanos y que contribuyen con el 20% de la producción total. No obstante, el panorama no es del todo alentador, puesto que el 79.9% está dentro de la informalización, por lo que se requiere impulsar el fortalecimiento de las mismas para lograr su dinamismo y competitividad en el mercado tanto interno como externo (Exitosa Noticias, 2017)

Uno de los obstáculos para emprender es la falta de conocimiento, información y la escasa o nula preparación en temas de gestión empresarial, lo que pone en riesgo la permanencia de las MYPE en el mercado, es por ello la importancia de despertar y fortalecer habilidades y un conjunto de atributos tanto intelectuales como personales mediante capacitaciones, para el manejo

correcto de los recursos y mayores posibilidades de alcanzar el éxito. (Pérez, Huaroto, Quintana, & Uyehara, 2013)

En Perú de acuerdo con un diagnóstico sobre la situación empresarial, 8 de cada 10 empresas son consideradas MYPE, las cuales representan el 98,6% y generan el 42 % del PBI nacional (Ministerio de la Producción, 2011), esto nos lleva a vislumbrar la gran importancia que ha venido ganando este sector a comparación de años anteriores.

En el año 2015 durante la Conferencia Anual de Ejecutivos (CADE) se llevó a cabo el tema Cambios para Crecer Micro y Pequeña Empresa, donde se propuso que las MYPE necesitan cadenas productivas no convencionales con el cual se pretende mejorar la competencia y habilidades de los productores de manera individual, así mismo se cuestionó las normas propuestas por el estado, ya que generan que los ilegales a pesar de tener los medios para formalizarse evitan estar dentro del sistema. Las propuestas para cambiar el presente escenario a uno más inclusivo y de mayores beneficios se resumen en establecer continuidad de programas, reducir costos de formalidad, flexibilidad laboral, simplificación de la carga tributaria, incentivo para inversionistas y crear mecanismos de reemprendimiento. (Diario Perú21, 2015)

De acuerdo con el Ministerio de la Producción (2015) en su estudio de la situación actual de las empresas Peruanas el factor político es uno de los factores que determina el desarrollo económico a través de las regulaciones

emitidas. De esta manera las empresas crean, innovan e invierten, tomando en cuenta las leyes y sus modificaciones por los diversos organismos de control y apoyo a las MYPE tal es el caso de la Ley de Formalización y Promoción de la Micro y Pequeña Empresa ley N° 28015 creada en el 2003 y que estuvo vigente hasta el 30 de setiembre del 2008 la cual se modificó el 01 de octubre de 2008 por Decreto Legislativo N° 1086 y que se denominó Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y de acceso al empleo decente. Esta norma y sus modificaciones son las que se encuentran vigentes a la fecha, y que han sido modificadas por la Ley N° 30056.

La ley N°30056 Ley del Impulso al Desarrollo Productivo y Crecimiento Empresarial pretende dar un giro positivo a los problemas de la MYPE en la que se destaca la informalidad, la carencia de capital humano capacitado y los altos costos que lleva consigo la innovación. Esta ley presenta varios cambios en los que se pueden mencionar que las empresas ya no definirán su tipo por la cantidad de trabajadores si no por sus ventas, así mismo, no serán sancionadas si cometen un error laboral o tributario en los tres primeros años, además pueden cambiar su régimen tributario y la capacitación del personal puede asumirse como un gasto al momento de tributar. (Escalante, 2014)

En el Perú existen regímenes tributarios en el que se encuentran el Régimen Único Simplificado (RUS) el Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER) el Régimen General (RG) y el recientemente creado el Régimen MYPE Tributario (RMT). Cada uno contempla características propias donde

una persona natural o jurídica puede afiliarse de acuerdo al tipo, tamaño y niveles de ingresos del negocio. (Diario Gestión, 2018)

Referente al factor económico y su dinamismo, la inflación tuvo un crecimiento en el índice de precios de 1,36% que de acuerdo con especialistas es una de las tasas más bajas en los últimos 9 años y que se encuentra dentro del rango meta entre el 1% y 3% pronosticado por el banco Central de Reserva del Perú. Los grupos de consumo que sufrieron variación en sus precios fueron el de servicios culturales y de enseñanza, alquiler de vivienda, combustibles, electricidad, agua potable, alimentos, bebidas y otros bienes y servicios. Además, de los 532 productos que componen la canasta familiar, 390 tuvieron un crecimiento de precio, 119 disminuyeron y 23 se mantuvieron estables. (Morales, 2018)

Según el Banco Central de Reserva del Perú (2015) el crédito al sector privado constituido en primer lugar por las personas naturales ha logrado un crecimiento estable alrededor de 12,4%, mientras que el crédito hipotecario mantuvo tasas de crecimiento cercanas al 9,6% anual; de igual manera el segmento corporativo y gran empresa se expandió a una tasa anual del 17,5%; en tanto el que el segmento de mediana empresa se contrajo 1,6% y el de Micro y Pequeña empresa apenas creció 0,2%. Esto sin duda nos lleva a analizar que, si hubo un pequeño incremento en el crédito a las MYPE durante el 2015, el aumento en la tasa de interés para el 2016 puede traer consigo la negatividad en el consumo y la producción, es decir, las MYPE

tendrían que evaluar y analizar el contexto teniendo conocimiento de las modificaciones que presentan los factores económicos antes mencionados.

El uso de tecnología se ha vuelto una necesidad más que una elección para enfrentar la alta competitividad tanto en el mercado nacional e internacional, actualmente las MYPE carecen de herramientas tecnológicas de información y comunicación (TIC) ya que de acuerdo con el informe elaborado por la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (Faedpyme), más del 60% no cuentan con páginas web, correos electrónicos, ventas por internet, redes sociales, entre otros. Sin embargo el acceso a las TIC no requieren de altos costos, por el contrario, las operaciones y actividades se vuelven más fluidas y en menor tiempo. (Rocca, 2014)

Torres (2016) manifestó que las MYPE que usan tecnologías innovadoras muestran un mayor crecimiento a diferencia de las que carecen de la misma, no obstante, debido a que aun con los beneficios que se han descrito anteriormente los dueños ven con desconfianza e inseguridad realizar transacciones comerciales vía internet. Por tanto, una alternativa es insertar la enseñanza del uso de TIC en centros educativos con el propósito de que las futuras generaciones las aplican dentro del mercado laboral como empresarial.

Se vive en un mundo competitivo a nivel de países, sectores y empresas cuya meta es el uso adecuado de los recursos naturales, humanos y el capital disponible para mantenerse a través del tiempo, las MYPE como tal se derivan de la forma más común e ingeniosa de generar ingresos como lo es el caso de las MYPE rubro bodegas, estas tienen bastante influencia en el Perú, actualmente es una actividad accesible y es considerada como primera opción para generar ingresos. En el 2015 las bodegas formales a nivel nacional han ascendido a 414 000 unidades, tanto así que si se mide por el número de trabajadores el 70,1% de las bodegas son unipersonales, por otra parte, si se mide por el rango de ventas el 99,68% son microempresas considerando que tienen ventas anuales inferiores a S/.525 000, no obstante, el 54,7% está por debajo de S/.48 100 de ventas anuales (Choy, 2016)

Según un estudio realizado por la Asociación de Bodegueros del Perú (ABP), de acuerdo con el crecimiento de las bodegas en el Perú, se estima que el empleo generado por las bodegas es de 448 000 puestos de trabajo; un dato bastante importante refiere a que el 91% de los gastos de los peruanos se destina a alimentos y bebidas, y que el 22% de sus compras se realizan en bodegas. Así mismo, el estudio menciona que 41% de los bodegueros consideran que la razón que los llevo a establecer una bodega como negocio fue la falta de trabajo, el 24% señaló que conocía el negocio y tenía recursos de capital y el 19% manifestó que es un negocio familiar (Choy,2016)

La formalización es el punto de partida para contribuir al alcance de los objetivos de grandes organizaciones, pero también es de fundamental para las MYPE del rubro bodegas, porque abre puertas al desarrollo, favorece a la competitividad del negocio, es decir, una empresa legalizada muestra identidad y seriedad al momento de hacer negocios; así como también refleja responsabilidad en el cumplimiento de sus obligaciones y mucha confianza con todos sus clientes. Un dato interesante es que las licencias de funcionamiento para bodegas en el año 2010 tuvieron una reducción al 20,3% a comparación del año 2009 que registro el 24,9%, visto desde esta perspectiva el rubro bodegas a pesar de su gran influencia presentan dificultades en temas de control y administración, que justamente se abren paso a partir de la informalización, en todo caso, es importante conocer el entorno más cercano y accesible para entender las características del rubro bodegas. (Choy, 2013)

La oportunidad de llevar a cabo una idea de negocio como lo es una bodega, sin duda atiende a situaciones favorables que los microempresarios observan a simple vista en el entorno, sin embargo, durante el ciclo de vida del negocio, la amenaza de nuevos competidores como menciona Michael Porter, pone en riesgo la existencia del más débil, por tanto, la competencia es una lucha constante que las empresas sin importar su magnitud afrontan, resulta así mismo interesante, que la competitividad busca la diferenciación destacando elementos que logren dicho cometido, tal es el caso de la atención, la variedad de productos, precios e higiene, incluso actitudes y

conocimientos de los propietarios. Al mismo tiempo la competencia en el rubro bodegas suele manifestarse de manera directa en cuanto nos referimos a que muchas de estas se ubican unas cercas de otras, por su parte el cliente toma sus decisiones teniendo en cuenta los elementos mencionados con anterioridad.

La informalidad laboral y empresarial es una limitante para el crecimiento de los agentes económicos y de los países, ya que, si bien un trabajador o empresa informal no paga tributos directos e incumplen regulaciones diversas, están fuera de la cadena de valor de la economía sin acceso a diversos derechos básicos, al financiamiento formal, al mercado externo, al mercado de compras estatales y al de las grandes empresas, entre otros. Además, el conocimiento empírico puede ser una de las razones por las cuales los dueños de estas microempresas no logran formalizarse, si bien es cierto este proceso puede entenderse para muchos como largo y tedioso, se hace necesario conocer las etapas o pasos para lograr la formalización. (Diario Gestión, 2016)

La situación antes descrita permite enunciar el problema ¿Cuáles son las características de la competitividad y formalización de las MYPE rubro bodegas en el AA. HH Médanos – Castilla – Piura año 2016? Por consiguiente para aclarar el problema se pretende alcanzar el objetivo general Determinar cuáles son las características de la competitividad y formalización de la MYPE rubro bodegas del AA. HH Los Médanos – castilla - Piura, año

2016, así mismo los objetivos específicos (a) Describir los elementos que influyen en la competitividad de las MYPE rubro bodegas del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016; (b) Conocer las estrategias competitivas que aplican las MYPE rubro bodegas del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016. (c) Detallar las etapas para la formalización de las MYPE rubro bodegas del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016; (d) Conocer los beneficios de la formalización de las MYPE rubro bodegas del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016; Por otro lado, la presente se justifica porque las Micro y pequeñas empresas deben estar orientados a la formalización como paso fundamental para lograr perdurar en el tiempo, puesto que, permite proyectar una imagen de responsabilidad social que otorgue confianza a los clientes y que induce a generar oportunidades en términos de financiamiento y de mercado. La competitividad en tal sentido surge como consecuencia de los beneficios y las ventajas a la cual le induce la formalización y que permiten mejorar la calidad de los productos, la atención, la imagen de la empresa y atraer nuevos proveedores.

El aumento de las Micro y pequeñas empresas principalmente el rubro bodegas se ha convertido en una idea básica pero ingeniosa de hacer empresa, sin embargo, la formalización pasa a un segundo plano debido a factores identificados como el tiempo, el costo y la burocracia existente con los organismos que participan en este proceso, originando indiferencia en la

realización de estos trámites y que posteriormente conllevara a la clausura de los mismos.

Esta investigación se realiza con la finalidad de lograr determinar de qué manera la formalización fortalece la competitividad en las MYPE rubro bodegas, del AA. HH Los Médanos Castilla-Piura, año 2016. Además, porque permite cumplir con un requisito que la Universidad ha establecido para la obtención del título profesional.

En el Perú el 98,6% son MYPE, las mismas que aproximadamente generan el 42% de la producción nacional (Ministerio de Producción, 2015), y cuyo aporte a la economía peruana ha permitido una estabilidad y un crecimiento del 3,1% del PBI (BCRP, 2015). El auge de este sector ha permitido la creación de puestos de trabajo para la población económicamente activa, de igual manera da la oportunidad a las personas de formar empresa basada en habilidades y capacidades propias llevadas a una idea de negocio que les ayuda a generar ingresos para su familia.

Los resultados de la presente investigación son de gran importancia para las MYPE en el rubro bodegas, ya que indirectamente se puede influenciar positivamente sobre las mismas, que promuevan una actitud y una visión diferente a la formalización, no obstante, también aportara a la formación académica de los investigadores.

Finalmente, el trabajo de investigación se justifica porque servirá de base para realizar otros estudios similares en otros sectores; de la ciudad de Piura y de otros ámbitos geográficos de la región y del país.

La microempresa es la oportunidad más cercana del desarrollo de la creatividad personal, al desarrollo comunitario y por tanto a la fortaleza de las estructuras económicas de los países. Las microempresas suelen utilizar mano de obra familiar y recursos locales, escasa dotación de capital, tecnologías con uso intensivo de mano de obra y una fuerza de trabajo no calificada que adquirió sus conocimientos fuera del sector educativo académico. (MTPE, 2006). Así mismo la presente investigación es de tipo descriptiva porque a través de la observación pretendemos conocer la situación del problema y proponer alternativas de mejora, es así que se acude al empleo de instrumentos de recolección de información como la encuesta aplicada a una muestra de las MYPE del rubro bodegas del AA. HH Los Médanos- Castilla- Piura, año 2016.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Competitividad

Garrido (2013) realizó una investigación titulada “Las Estrategias Competitivas de las Micro y Pequeñas Empresas Detallistas ante la Gran Distribución” en la Universidad Internacional de Catalunya, la metodología es de tipo cuantitativa y cualitativa, siendo el objetivo Identificar las variables representativas del modelo de negocio y de los competidores más representativos del sector para el segmento gran distribución y para el segmento micro y pequeño detallista. Crear una matriz para cada focus group y ponderación de cada una de las variables representativas en función a los competidores identificados. Llegó a las siguientes conclusiones: Un gran detallista puede competir con la estrategia de precios bajos todos los días al comprar grandes volúmenes de productos, obteniendo por lo tanto costos más bajos para ofrecerlos al público a un menor precio. Asimismo, los grandes detallistas que utilizan la estrategia de los precios bajos, también adoptan la estrategia de merchandising tradicional en la que se expone el número máximo de diferentes productos, utilizando al cliente como una herramienta para dar salida a sus existencias mediante la publicidad. Además, uno de los puntos diferenciales entre las micro y pequeños detallistas y la gran distribución es el trato de la proximidad al cliente, tal como se desprende de la estrategia del detallista tradicional como elemento clave que incorpora brindar servicios complementarios, ambientación más cuidada, trato personal y próximo, especialización y valor añadido. Los micro y pequeños detallistas deben buscar siempre elementos que los

hagan diferentes a los grandes competidores y que les permitan explotar un modelo de negocio que les afince en un determinado segmento de mercado.

Lima (2012) realizó un trabajo de investigación titulada “Estrategias de Competitividad para Pymes”, en la Universidad Nacional Autónoma de México, la metodología es de tipo descriptiva, siendo el objetivo presentar metodologías de planteamiento de estrategias para mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas por medio de una reconceptualización de la competitividad empresarial, así mismo, llegó a las siguientes conclusiones: La competitividad de una empresa empieza dentro de ella por lo que es necesario que la dirección y las líneas ejecutoras estén enfocadas en el cliente. Los productos y servicios deben de cumplir con las expectativas del cliente, el trato y la relación con el cliente debe de generar confianza por parte del mismo para que sea leal a la compañía, los procesos deben ser lo más rápidos y sencillos posibles. Así mismo, para garantizar la satisfacción de los clientes con los productos o servicios que la compañía ofrece es necesario que tanto las líneas de producción como las personas o sistemas que proveen los servicios funcionen de manera adecuada. Manteniendo disponibilidad, capacitación, recursos dedicados son algunas de las variables a tener en cuenta. También el contacto con los clientes y pedir opiniones, además de dar seguimiento a las ventas, proporciona a la empresa información extremadamente útil para el futuro en el diseño y las tendencias del uso de los productos, y de esta manera apuntar hacia la obtención de mejores resultados.

Castaño & Gutiérrez (2011) realizaron una investigación titulada “Propuestas para Determinar la Competitividad en las Empresas del Sector Comercial del Área Metropolitana Centro Occidente AMCO”, en la Universidad Tecnológica de Pereira – Colombia, la metodología es de tipo Descriptiva, siendo el objetivo diseñar una

propuesta para determinar la competitividad de las empresas del sector del AMCO y sus principales conclusiones son: teniendo en cuenta el análisis de la evolución del término competitividad y la caracterización de las empresas comerciales del AMCO se llegó a la conclusión que se adolece de una definición de competitividad aplicable a este tipo de organizaciones en particular; por ello se planteó un donde se reúnen cuatro factores esenciales para su determinación: gestión gerencial, logística integral, gestión financiera y talento humano. Además, se observó que la mayoría de las personas encuestadas en el sondeo considera la función comercial y logística, el talento humano, la función administrativa y la función financiera como elementos primordiales para medir la competitividad en las empresas comerciales, mostrando así gran similitud con los factores que conforman la definición planteada.

Escobar (2015) realizó una investigación titulada “La responsabilidad social empresarial como medio de rentabilidad y competitividad” en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Su metodología es de tipo correlacional, siendo sus objetivos desarrollar la importancia que genera la presión de los grupos sociales frente a las acciones de la empresa, la intervención de organizaciones como la ONU para fijar parámetros de cuidado medioambiental y la iniciativa de empresarios para actuar responsablemente frente a su entorno, de igual manera estudiar la correlación entre la RSE, rentabilidad y competitividad, mediante el enfoque financiero y la aplicación de métodos básicos para evaluar la rentabilidad de un proyecto de RSE; llegó a las siguientes conclusiones: La empresa forma parte del entorno social, ambiental y económico, por lo cual se le atribuye la condición de persona jurídica y un deber de ciudadanía por lo tanto debe integrarse a ella y contribuir al desarrollo general, esto ha sido corroborado en el desarrollo de la evolución de la RSE, que

muestra que la empresa mantiene responsabilidades frente al entorno, lo cual no implica que se amenore los objetivos económicos de empresa, sino que se alcancen beneficios sostenibles a largo plazo. Así mismo, el retorno económico en la empresa no solo se promueve mediante el mayor volumen de ventas, o más inversiones, si no además por la RSE; mediante operaciones de ahorro en costos, reutilización de remanentes mayor eficiencia de los procesos productivos. Por último la evaluación del estudio de caso nos ha permitido demostrar de manera experimental que los proyectos de RSE adecuadamente evaluados, analizados y gestionados tienen la posibilidad de convertirse en un medio generador de ingresos, además de beneficiar al medio ambiente o a la comunidad, evidenciando la relación positiva que existe entre la RSE, el desempeño económico de la empresa y el logro de ventajas competitivas.

Gonzales (2013) realizó una investigación titulada “Gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de la Victoria –Año 2013 en la universidad de San Martín de Porres Lima – Perú; la metodología es de tipo descriptivo con un enfoque cuantitativo – deductivo, de corte transversal; siendo el objetivo general determinar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de la victoria; llegó a las siguientes conclusiones: El mayor porcentaje de las empresas de este rubro no cuenta con una adecuada aplicación de los factores como tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e innovación lo que no favorece la evaluación de la gestión empresarial. Así mismo, la gran mayoría de las empresas cuenta con un deficiente o inexistente planeamiento empresarial lo que hace que influya negativamente en el mercado local

y extranjero. De igual manera un gran número de empresas no cuenta con una organización empresarial, lo que les lleva a dejar de lado oportunidades de atender grandes pedidos, desaprovechando la posibilidad de asociarse con otras empresas en el marco de la Ley N° 28015.

Solari (2013) realizó una investigación titulada “Mejora de la competitividad en una empresa de servicios aeroportuarios a partir de la innovación de procesos en sus operaciones, en la Pontificia Universidad Católica del Perú, la metodología es del tipo cualitativo – descriptivo en un estudio de caso; siendo el objetivo general analizar y valorar la innovación de los procesos en los almacenes de la empresa talma servicios aeroportuarios, a través del desarrollo de una plataforma de control de operaciones, control de horas extras y el aumento de la productividad en las operaciones. Llegó a las siguientes conclusiones: Una mejor programación de recursos en base a la demanda histórica de cada uno de los servicios, mejora los tiempos de atención en los servicios, debido a que se programan y transfieren recursos de una operación a otra en función del número de tareas pendientes que se monitorean en tiempo real mediante el tablero de control. Además, un control en tiempo real de las operaciones permitió gestionar de manera eficaz la asignación de horas extra, reduciendo las mismas en un 50% mejorando el clima laboral debido a que las horas extras se asignan de igual manera entre colaboradores, por último la innovación de procesos debe ir acompañada de innovaciones en el ámbito organizacional debido a que ambas generan resultados paralelos generando capacidades, resultados y la liberación del potencial humano de manera general, cambiando las estructuras y las relaciones internas y externas de la organización desarrollando el recurso humano en un constante círculo virtuoso.

Romero & Guevara (2014), realizaron una investigación titulada “Lineamientos Estratégicos Claves de Competitividad para la Introducción y Fortalecimiento en la Actividad Exportadora, las Mype del Sector Artesanal en la Región de Piura, frente a las Nuevas Tendencias del Mercado”, trabajo presentado en la Universidad de Piura, la metodología es Cuantitativa – Cualitativa, llego a las siguientes conclusiones: Se hace importante y clave definir el actor del sector que pueda tomar la batuta para impulsar la agrupación y asociatividad de los artesanos locales que permita hacerlos más fuertes y competitivos; las alianzas con los organismos claves son fundamentales; la creación de un fideicomiso con estos fines resulta clave; y si ello es con el auspicio de un organismo financiero multilateral sería mucho más recomendable. Así mismo para promover el desarrollo del sector artesanal de Piura es que se hace necesario trabajar cuatro grandes ejes que van a permitir el pretendido crecimiento de este importante sector que genera tantos puestos de trabajo para gran parte de nuestra población. Estos cuatro grandes ejes serían, los siguientes: La capacitación, sobre todo por parte del Estado Peruano y empresas privadas, la tecnología, aun escasa por falta de recursos económicos, los costos de producción, definiendo costo de materiales, mano de obra y precios y el financiamiento, donde predomina el acceso a préstamos bancarios.

Vilela (2014), realizo una investigación titulada “Caracterización de la Competencia Laboral y Competitividad en las Mype, Rubro Courier de Piura, Año 2014”, trabajo presentado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, la metodología es de tipo descriptiva – no experimental y nivel cuantitativo, llego a las siguientes conclusiones: El grado de competitividad de la MYPE del rubro Courier se encuentra en su mayoría menos competitiva ya que tienen nivel inestable, porque

existen MYPE que no se preocupan en obtener mejores resultados, como en la maximización de los recursos, la eficiencia por mejorar los tiempos de entregas, en modernizar sus equipos, en implementar nuevos sistemas, o por mejorar los flujogramas de operaciones. Además, La importancia de la competitividad de las MYPE, es baja ya que en su minoría se preocupa por ser más competitiva y por obtener mejores beneficios; nos encontramos en un mundo cambiante en donde es un requisito principal que las empresas se acojan a políticas de crecimiento para poder surgir en el ambiente competitivo y exigente.

Roman (2016), realizo una investigacion titulada “Caracterización de la Capacitación y competitividad en las MYPE de Servicio Rubro Pizzería en el centro de Piura, Año 2016” en la Universidad Católica los Angeles de Chimbote – Piura; la metodologia fue de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal; siendo el objetivo general determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE rubro pizzerias del centro de Piura. Llego a las siguientes conclusiones: Las características de la competitividad de las MYPE estudiadas ofrecen productos de calidad, pero estos no satisfacen las expectativas de sus clientes debido a que no es un producto innovador por lo que deben mejorar con respecto a innovación de productos. Además, las MYPE no le dan valor agregado al producto y servicio, todas ofrecen lo mismo y por lo tanto no se diferencian del resto. Por ultimo, no se adaptan a los cambios y como consecuencia no son competitivas en el mercado No se aplica innovación en el producto y servicio puesto que no tienen un producto diferente y no capacitan constantemente a su personal.

2.1.2. Formalización

Rivera & Silvera (2012), realizaron una investigación titulada “Formalización Tributaria de los Comerciantes Informales en la Zona central del Canton Milagro”, trabajo presentado en la universidad Estatal de Milagro de Ecuador, la metodología es de tipo exploratorio – Explicativa y el diseño es cualitativa, llego a las siguientes conclusiones: El proceso de formalización tributaria influye en el desarrollo socioeconómico de los comerciantes informales, procurando mejorar su participación en el aparato productivo nacional. Además, la falta de capacitación y formación en los comerciantes informales genera un alto desconocimiento de las obligaciones tributarias, fomentando así la irregularidad del control contable que se pierde en los esquemas fiscales del Servicio de Rentas Internas.

Salcedo (2011), realizo una Investigación titulada “Propuestas de Formalización del sector Calzado en Bogotá: Análisis y Prospectiva”, trabajo presentado en la Universidad de Nebrija, la metodología es de tipo deductivo, llego a las siguientes conclusiones: La formalización es un proceso que no puede enfocarse en un solo sector o en un momento de la vida de la empresa. La formalización, en este caso especifica del sector calzado, conlleva el trabajo de varios sectores de la economía, incluyendo los propios empresarios, quienes deben poner de su parte si quieren ser más competitivos y crear y operar empresas en la formalidad; esto claramente debe ser acompañado del trabajo de otros sectores, de forma que el empresario vea beneficios en la formalidad que lo motiven a ser formal.

Patiño (2010) realizó una investigación titulada “El modelo MIFE como instrumento para la formalización del Empresariado. Una aplicación para las Microempresas informales de Bogotá D.C” en la Universidad de Nebrija Madrid – España; la metodología es de tipo correlacional, siendo su objetivo general determinar el impacto que ha tenido el microcredito sobre el proceso de formalización del empresariado en Colombia y proponer alternativas para mejorar su eficiencia en la incorporación del empresario informal a la economía formal. Llegó a las siguientes conclusiones: Una de las alternativas más relevantes para el sostenimiento familiar, son las ideas de negocio con un concepto natural de subsistencia, muchas de las cuales no alcanzan a llegar a su edad de madurez ya que por múltiples circunstancias son abandonadas en el camino. Aquellas que logran superar las primeras fases de desarrollo, crecen en un marco de informalidad en el cual perciben de manera cercana los beneficios que se obtienen al permanecer en dicha situación, sin darse la oportunidad de iniciar procesos de formalización. Así mismo la formalización de la actividad empresarial es uno de los ejes fundamentales para la creación de un ambiente que favorezca la consecución del objetivo de erradicación de la pobreza, ya que además de ser una situación que redundará en distintos beneficios para el microempresario, es un elemento que ayuda en la consolidación de la economía y permite el desarrollo de acciones intencionadas dirigidas específicamente hacia la disminución de la informalidad. Además, una de las necesidades más sentidas por los microempresarios es la obtención de recursos financieros que les permitan iniciar o consolidar sus proyectos empresariales. Para ser consecuentes con esta afirmación, el otorgamiento de dichos recursos puede ser el vehículo, mediante el cual, se propicie el inicio de los procesos de formalización de los empresarios.

Calderón & Gonzales (2014) realizaron una investigación titulada “Formalización de las Productoras de Queso artesanal de la provincia de Santa Cruz, departamento de Cajamarca y la determinación de un Proceso de Costeo para Influir en la Mejora de la Competitividad del producto, en el Año 2013”, trabajo presentado en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, la metodología es Cualitativo – Cuantitativo con un nivel Propositiva – Crítica, llego a las siguientes conclusiones: El mejorar las posibilidades de inversión, beneficios tributarios, trabajar sin interrupciones ni problemas por omitir la Ley; es mediante la opción de formalizarse bajo la Ley MYPE, y así acogerse a todos los beneficios que brinda el Estado, contribuyendo con el bienestar social de cada una de las queseras artesanales de la provincia de Santa Cruz, Departamento de Cajamarca; siguiendo el cumplimiento de toda la normativa actual que rigen a las empresas. El panorama actual de informalidad en la zona es desalentador, por lo que nos motiva a impulsar un crecimiento guiado en la búsqueda de expansión y mejora de la localidad. Además, las productoras en su mayoría desconocen todos los beneficios que se obtienen al formalizarse, esto está basado en los resultados; debido que, el 100% no tiene conocimiento o forma de acceso a la información, a causa que la entidad tributaria (SUNAT), no cuenta con instalaciones en la provincia de Santa Cruz, menos aún con una unidad móvil que pueda realizar alguna campaña de concientización masiva a la población, el porcentaje mencionado líneas arriba, es el resultado para todas las preguntas relacionadas al conocimiento de formalización. Lo que no es desconocido para ellas, son los temas de venta; entre ellos, el colocar su producto fuera del mercado local mediante la exportación. A través de la propuesta de formalizarse se les dará las capacitaciones necesarias, con la intención de

diversificar y expandir el producto a zonas cercanas. Para tener una mayor competitividad, se necesita la capacitación a las productoras en la elaboración de diversos productos que pueden derivar de la leche de vaca, con el fin de establecer un mayor mercado. Creando la pequeña fábrica de queso artesanal en la provincia de Santa Cruz, se estará dando un valor agregado al producto, al tener los cuidados higiénicos, precio y peso razonable, garantizando su adquisición.

Pachamango (2014), realizó una investigación titulada “La ley de Formalización Laboral N° 30056: Beneficios en los Trabajadores de las Mype del Sector Calzado en el distrito del Porvenir”, trabajo presentado en la Universidad Nacional de Trujillo – La Libertad, llegó a las siguientes conclusiones: La formalización incide positivamente, puesto que su aplicación significa grandes beneficios laborales, económicos y sociales para sus trabajadores, sin embargo queda demostrado que la falta de difusión y conocimiento de sus beneficios y ventajas incide a un alto nivel de informalidad; la carencia de un marco laboral estable y a la falta de reconocimiento al microempresario cumple con sus obligaciones tributarias y laborales, por parte del estado y las razones que determinan que el contribuyente permanezca en la informalidad laboral.

Beltran & Ramos (2016) realizaron una investigación titulada “Influencia de beneficios laborales en la formalización de las Micro y Pequeñas Empresas en la Ciudad de Puno, 2014 – 2015” en la Universidad Andina Nestor Cáceres Velásquez, la metodología es de tipo descriptiva – explicativa, diseño no experimental; siendo su objetivo general analizar la influencia de los beneficios laborales en la formalización de las Micro y Pequeñas empresas en la ciudad de Puno en los años 2014 – 2015. Llegó a las siguientes conclusiones: Las Micro y Pequeñas empresas de

la ciudad de la Puno consideran que al estar inscrito en la REMYPE les permite estar debidamente formalizados y gozar de los beneficios laborales que se les otorga, considerando que los empresarios conocen y utilizan en gran medida la reducción de pago ya que es muy favorable al momento de registrar a sus trabajadores en el Ministerio de Trabajo y Promoción al Empleo porque les ayuda en la reducción de sus gastos. Así mismo, las MYPES de la ciudad de Puno conocen y utilizan medianamente los beneficios del régimen laboral (gratificaciones, compensación por tiempo de servicio, vacaciones, asignación familiar) para las empresas que recién se están constituyendo les parece muy favorable y ventajoso estos beneficios, en cambio para las empresas ya establecidas nos indican que algunos beneficios no les parece favorable para sus trabajadores ya que pueden desmotivarlos es por ello que prefieren cuidar el bienestar y la eficiencia de sus trabajadores otorgándoles todos sus beneficios. Además, necesitan mayor difusión sobre los beneficios laborales que se les otorga al registrarse en la REMYPE, pues el nivel de conocimiento y utilización de dichos beneficios ha dependido mucho de la actualización por medios propios o por asesoría contable, esto se debe a que la entidad encargada que es el Ministerio de Producción no están cumpliendo su rol de información y motivación a los empresarios para impulsar la formalización en donde se observó la falta de coordinación interna, falta de información y bajo nivel de motivación hacia los empresarios.

Masías (2016) realizó una investigación titulada “Formalización y Gestión de Calidad de las MYPE Comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara – Piura, año 2016, la metodología es de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, siendo su objetivo general identificar los factores que caracterizan a la

formalización y gestión de calidad en las MYPE comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara - Piura, año 2016. Llego a las siguientes conclusiones: El nivel de formalización de las MYPE comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara no es completamente alto ya que están conformada de manera independiente, cuentan con varios años dedicadas a este rubro de comercio, por lo que han adquirido experiencia en el servicio de la venta. Están constituidas bajo el régimen simplificado, para ello emiten boletas como comprobantes de pago a sus clientes, para acreditar la venta de sus productos ofrecidos al público en general. Cuentan solo con licencia municipal provisional, no están registradas en la SUNARP, no cuentan con registros de contabilidad porque se encuentran acogidas al Nuevo RUS. Además, como efectos que trae la formalización en las MYPE comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara es tener un registro legal de su empresa, brindando confiabilidad y credibilidad al cliente. La formalización sí les ayuda en el mercado porque no tienen limitaciones para realizar negocios con otras empresas y así competir para su desarrollo empresarial. Así mismo, La formalización y gestión de calidad de las MYPE comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara están caracterizadas por factores de su mejora en el marco legal como de la calidad del producto, tecnología y disponibilidad del buen servicio, ya que genera un uso más eficiente de los recursos y un mayor crecimiento para la MYPE estudiadas.

Tavara (2014), realizo una investigación titulada “ Propuesta de un programa de incentivos tributarios para la formalización de las Micro y Pequeñas empresas comerciales de los mercados del distrito de Piura año 2012” en la Universidad Nacional de Piura, la metodología es de tipo descriptiva, de diseño no experimental con enfoque mix cualitativo y cuantitativo, siendo el objetivo general proponer un

programa de incentivos tributarios, que le permita a las MYPES del sector comercio, de los mercados del distrito de Piura, acceder a la formalización. Llego a las siguientes conclusiones: Se deben brindar mayores beneficios tributarios a las microempresas, puesto que en la realidad se conoce que la mayoría de evasores tributarios son las micro y pequeñas empresas, en algunos casos no les conviene declarar todos sus ingresos, para no perder el beneficio; puesto que la tributación aumentaría; este es uno de los casos que debería ser tomado en cuenta para lograr la formalización integral a nivel micro y pequeña empresa. Asi mismo, las micro y pequeñas empresas cumplen un rol relevante en la absorción de mano de obra, especialmente en momentos de depresión económica; que cuentan con escaso capital propio y que le es muy dificultoso acceder a créditos para ampliar sus volúmenes de operaciones. El proyecto para formalizar a las mypes es una solución parcial y de corto plazo. Los informales difícilmente renuncian a su alta rentabilidad, por eso se les debe ofrecer incentivos tributarios que les ofrezcan un régimen especial para de esta manera promover la formalización. Por ultimo el comercio en la ciudad de Piura, tanto en sus sectores populares y urbanos, muestran que no es que los microempresarios no puedan formalizarse, sino, que no quieren hacerlo porque no les conviene, consideran que los costos de la formalidad les reduce sus ingresos, debido a que sus bajas productividades no pueden competir con los sectores formales que tienen por lo general, economías con escalas de los cuales no se benefician los sectores de bajos ingresos, en este sentido la informalidad resulta ser una protección antes que una traba.

Navarrete (2011), realizo una investigación titulada “Caracterización de la Formalización y la Competitividad de las MYPES del Sector Industria - Rubro

Panificadoras de Piura, Periodo 2010-2011”, trabajo presentado en la Universidad Los Ángeles de Chimbote, llego a las siguientes conclusiones: La mayoría de MYPES encuestadas del rubro panificadoras, por su formalización obtienen ventajas, tales como la obtención de créditos y el aumento en las ventas, además de ello, les ayuda a crecer en el mercado. Asimismo, señalan que la realización de trámites para su formalización, duraron de 1 a más meses y que se encuentran inscritos en el Régimen Único Simplificado. Además, una minoría de MYPES encuestadas del rubro panificadoras, aún no se encuentran formalizadas debido a los trámites engorrosos y a los costos elevados en los que incurre la formalización.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Competitividad

2.2.1.1. Concepto

Monterroso (2016) asocia a la competitividad con el lugar o la posición que ocupa una empresa sobre otra frente a los clientes, es decir, es la capacidad de mantenerse en el mercado dando un valor agregado a los productos volviéndolos más atractivos ya sea por su calidad, su fácil manipulación, el tiempo de vida útil, características únicas del empaque, la amabilidad en la atención, la rapidez para solucionar inconvenientes y la facilidad para adaptarse a los cambios del mercado y al comportamiento del consumidor.

El concepto de competitividad requiere de un análisis profundo de sus diferentes variables lo que lo vuelve un tanto complejo, su estudio puede aplicarse en lo organizacional, el sectorial, el regional o nacional. Por otra parte la competitividad

tambien se asocia a la estrategia, la cual se aplica para lograr el uso optimo de los recursos materiales, humanos y capitales para mantener un posicionamiento mediante la diferenciacion que se adquiere a traves de la las ventajas competitivas.

Chiri (2011) analiza el concepto de Michael Porter y define la competitividad como la capacidad en que un pais, una region o una ciudad alcanzan niveles altos de productividad gracias a la cantidad de empresas que desarrollan sus actividades dentro de un territorio, las mismas, que al encontrarse en un entorno positivo y valiendose de recursos humanos, naturales y de capital crean y tranforman bienes y servicios en forma eficiente y productiva para mejorar la calidad de vida de las personas.

La competitividad esta determinada por la productividad con la que un pais manipula sus recursos y el acceso que las empresas tienen sobre ellos para ser competitivos. Es decir, un pais no es competitivo si las empresas no son compentitivas, esto implica que exista una convergencia entre factores como la calidad de la mano de obra, la infraestructura, cantidad de proveedores, cantidad de consumidores y normas que el estado pone a disposicion para ayudar a alcanzar objetivos estrategicos y obtener rentabilidad a largo plazo para los negocios.

La competitividad es hacer que las unidades economicas obtengan mayor rentabilidad mediante el uso de procesos mas eficientes y tecnologia, esto permitira produccir bienes y servicios en cantidades mayores o por otro lado reducir costos de producción por cada unidad producida. Por lo tanto, el precio se convierte en un elemento diferenciador, ya que al cubrir los costos de producción y obtener un

rendimiento sobre el capital invertido logra una posición favorable dentro de mercados estandarizados, así mismo, el precio puede variar si se desea darle un valor al bien o servicio ofrecido que los clientes lo aprecian como único. (Anzil, 2008)

Rubio & Baz (2005), la competitividad es la capacidad de una empresa para hacerle frente de manera exitosa a sus competidores a través de sus productos y servicios. La competencia supone el incentivo para que las empresas minimicen sus costos, mejoren sus procesos productivos e inserten nuevos productos, servicios y tecnologías. Gracias a la competencia las empresas aprovechan sus recursos para producir más convirtiéndose en la esencia de la productividad.

2.2.1.2. Características de la Competitividad

Sarmiento (2008) indica que las características de la competitividad son:

- **Economía:** Su función es el estudio del comportamiento de las variables macroeconómicas, así como el conjunto de acciones y decisiones individuales por parte de los agregados económicos para afrontar las presiones del entorno nacional y mundial que requieren de la presencia activa del estado.

- **Gobierno e Instituciones:** Su finalidad es la creación de políticas transformadoras que ayuden a lograr competitividad de las regiones y de las instituciones públicas y privadas para un buen desempeño de la economía, la cual se obtiene del adecuado manejo de los recursos públicos, el control y regulación de la actividad privada y la inversión.

- **Finanzas:** Esta característica abarca el sistema financiero y el mercado de capitales, lo que se traduce el acceso al financiamiento, estabilidad de la banca y la situación financiera. Las finanzas permiten lograr que un país sea competitivo a través de sus instituciones que funcionan como intermediarias para la movilización de recursos financieros, además implica que la política financiera sea estable que garantice la inversión lo que conlleva a un adecuado y sostenido crecimiento.

- **Infraestructura y Tecnologías de Información:** La competitividad también incluye contar con buena infraestructura que permita la conexión con los mercados internacionales, además del uso tecnología moderna para abastecer la demanda interna como externa.

- **Recurso Humano:** Constituye un indicador fundamental de competitividad ya que permiten evaluar la efectividad de las políticas dirigidas a respaldar el recurso humano, tomando en cuenta el comportamiento de las variables: población, empleo, educación, capacitación y entrenamiento.

Referirse al recurso humano como pieza importante para el funcionamiento de las empresas, es necesaria la capacitación y formación, para mejorar la calificación de la fuerza laboral, lo que explica en gran medida el grado de desarrollo de los países y regiones al tener personas calificadas, es decir, existe mayor productividad laboral y facilita la transferencia y avances de conocimiento que permitan un incremento en los niveles de tecnología dado por las habilidades y destrezas, educación, experiencias, entre otras.

- **Ciencia y Tecnología:** Considerado como uno factor clave que busca evaluar el impacto del uso de los recursos y la aplicación de tecnología para su aprovechamiento al máximo, esta característica se relaciona con la investigación y desarrollo que proporcionara a los organismos partícipes información valiosa, a la vez que se mejoran procesos obteniendo productos con mayor durabilidad, menos contaminantes lo que trae inversiones futuras.

- **Internacionalización de la Economía:** Mide la relaciones comerciales e inversiones respecto al nivel de exportaciones e importaciones que muestran la participación de un país en el mercado internacional.

- **Medio Ambiente:** Es el conjunto de todas aquellas acciones que realizan los países, regiones y empresas para reducir la contaminación y procurar extender la vida de las próximas generaciones. El medio ambiente es un indicador de competitividad orientado a evitar la destrucción de los recursos naturales, buscar nuevas formas en donde los residuos sean aprovechados. Su importancia es tal que la preocupación se ha extendido internacionalmente lo que representa un desafío en la creación políticas que permitan regular el mal y descontrolado uso de los recursos.

2.2.1.3. Niveles de la Competitividad

a) Competitividad Sistémica

Cabrera, Lopéz & Ramirez (2011) indican que la competitividad sistémica representa un modelo o un marco de referencia que se aplica a países tanto industrializados como a países en vías de desarrollo, y que toma en cuenta

estrategias, políticas, la adaptación de tecnologías y el conocimiento para lograr ventajas competitivas nacionales. Dentro del presente modelo se desprende los determinantes a nivel meta, nivel macro, nivel meso y nivel micro.

- Nivel Meta

Integra de manera conjunta a los otros niveles para crear estructuras dentro de una sociedad con el fin de mejorar la capacidad de organización de los diferentes grupos de actores, los mismos que dotados de conocimientos crean mecanismos políticos, jurídicos, económicos estables y eficientes para afrontar a los cambios del mercado mundial volviéndose así más competitivos, en otras palabras, esta creación de estructuras permite la modernización económica.

El nivel meta se refiere a la capacidad que tiene una sociedad para buscar alcanzar los objetivos señalados de manera conjunta. Para esto se precisa, en primer lugar, poder arribar a un consenso acerca de los objetivos mismos, los cuales muchas veces confrontan intereses presentes y futuros, o de distintos sectores sociales, ya que implican la definición del modelo que permitirá alcanzar la competitividad internacional. Además, en el nivel meta se forma la estructura social que complementa la formación de la estructura económica.

- Nivel Macro

Se refiere a la estabilidad de las condiciones macroeconómicas manejadas por el estado, como son la política fiscal, monetaria, presupuestaria, comercial y de competencia, las cuales afectan sustancialmente el comportamiento productivo. También entran en juego aquellos aspectos externos al país y que influyen en la cadena, como son los precios internacionales y las exigencias de calidad en los

mercados finales. Por consiguiente, las políticas de manejo integrado de recursos naturales se conciben en este ámbito con el fin de mantener el equilibrio de todo el sistema de desarrollo sostenible. Asimismo, dentro de este ámbito, se encuentran componentes referentes a la demanda, tales como: gustos y preferencias de los consumidores, volumen y tendencia de crecimiento, origen, tipo y grado de segmentación y requerimientos o grado de sofisticación de los consumidores.

- Nivel Meso

Dentro de este nivel se crean políticas dirigidas a construir estructuras integrales de apoyo a las industrias o empresas líderes en el mercado nacional y las que se encuentran en proceso de crecimiento permitiendo aumentar sus capacidades. Estas políticas se orientan especialmente a desarrollar infraestructura, transporte, educación, ambiental, tecnología, exportación e importación. La formación de políticas a nivel meso requiere no solo de la participación del Estado, sino que incumbe también a diversos actores no estatales. De esta forma, las políticas que conforman el nivel meso poseen una dimensión nacional, una regional o local que implica la competitividad para cada espacio territorial.

- Nivel Micro

En el nivel micro, se identifican factores que condicionan el comportamiento de la empresa, como la productividad, los costos, los esquemas de organización, la innovación con tecnologías limpias, la gestión empresarial, el tamaño de empresa, las prácticas culturales en el campo, tipo de tecnologías, conciencia ambiental de la empresa, diversificación y control de calidad de los

productos, avance en esquemas de comercialización y distancias entre fuentes de materias primas, empresa y mercados (traducido en costos de transporte).

El nivel micro se refiere al incremento de capacidades en las empresas por sí mismas. Este incremento es necesario debido a factores como la globalización de la competencia, el surgimiento de nuevos competidores como resultado de procesos tardíos de industrialización, la diferenciación de la demanda, la reducción en los ciclos de producción, la aparición de innovaciones radicales y nuevos métodos de administración. Los retos planteados por estos factores obligan a las empresas a cambiar sus relaciones tanto en el ámbito interno, como con su entorno inmediato. Por tanto, en base a lo anterior, se observa que la competitividad industrial no surge naturalmente al modificarse el contexto macro, ni se crea recurriendo únicamente a la empresa.

b) Competitividad a Nivel País o Nación

Gonzales & Mendieta (2009) manifiestan que la competitividad de un país se refleja por la expansión de su economía en los mercados internacionales, esto gracias a que existen factores como la estabilidad, la existencia de un gobierno transparente y las oportunidades de inversión rentables. Así mismo la productividad representa el factor fundamental que hace que un país se mantenga económicamente activo a lo largo del tiempo, esto en referencia a las exportaciones de productos diversificados que venden a gran escala y donde las empresas necesitan tanto el uso de tecnología como de habilidades eficientes que les permita ser capaces de competir internacionalmente, en pocas palabras cuanto más elevada sea la productividad se podrá obtener mayor rendimiento del capital invertido.

La competitividad es la capacidad de un país de enfrentar la competencia a nivel mundial. Implica tanto la capacidad de exportar y vender en los mercados externos como la capacidad de defender su propio mercado doméstico respecto a una excesiva penetración de importaciones. Abarca también el proceso de crear, producir, distribuir, productos o servicios en el comercio internacional, manteniendo ganancias crecientes de sus recursos. Así mismo el nivel de vida de un país se determina por la productividad de su economía, que se mide por el valor de los bienes y servicios producidos por unidad de sus recursos humanos, económicos y naturales. (Pecina, 2011)

c) Competitividad a Nivel Industria o Sector

En este ámbito la competitividad se da entre el acumulado de empresas que realizan actividades económicas similares. El objetivo dentro de este nivel es alcanzar una productividad superior, desde dos panoramas distintos que es introducir productos atractivos y únicos, es decir, con un valor más elevado o producir a menores costos, esto debido a que se busca dar una respuesta rápida y flexible a los constantes cambios del mercado. (Pecina, 2011)

La competitividad dentro de un sector de actividad se compone por cinco fuerzas competitivas: la amenaza de llegada de nuevos competidores, la amenaza de productos o servicios sustitutos a los nuestros, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores, la rivalidad entre los competidores existentes. Por consiguiente, las cinco fuerzas competitivas determinan la rentabilidad del sector porque conforman los precios que pueden cobrar las empresas, los costos que deben soportar, y las inversiones necesario para competir en el sector. (Gonzales & Mendieta, 2009)

d) Competitividad a Nivel de Empresas

Para que una empresa sea competitiva esta debe tener la capacidad de disponer de una serie de recursos que resulten difíciles de copiar por sus competidores, este propósito carece de fuerza si no se aplica la adecuada gestión y organización de los procedimientos que les concederá competencias exclusivas.

Los métodos de producción y organización que las empresas desarrollan muestran que tan competitivas pueden llegar a ser, basándose en dos elementos el precio y la calidad del bien o servicio proporcionado, esta combinación se manifiesta tanto en mantener una misma calidad en un mercado competitivo disminuyendo precios o también el mismo puede aumentar si el producto presenta características particulares frente a sus clientes sobre los cuales ya tienen una posición ganada a comparación de su competencia como suceder con algunos productos. (Pecina, 2011)

2.2.1.4. Elementos de la Competitividad

Diaz (2007) manifiesta que la competitividad se determina mediante dos elementos, el primero es el nivel microeconómico que se relaciona a la capacidad de la empresa para insertarse en las actividades comerciales, facilidad de vender los bienes o servicios que produce, así como lograr establecerse e incrementar de forma sostenida su cuota en el mercado. El segundo elemento se refiere al nivel macro económico, este representa un desafío para los países en cuanto a lograr mantener su participación en el mercado exterior, afrontar la competencia con otros estados, para alcanzar los objetivos de las políticas económicas.

Cabrera, López, & Ramirez (2011) señalan que los elementos que una empresa debe aplicar para ser competitiva están agrupados en dos tipos:

a) El primero se centra en el precio y los costos:

- Las empresas que producen un bien o servicio a menores precios serán más competitivas.
- Para determinar el precio de venta se debe tomar en cuenta los costos de los factores que están inherentes en el proceso productivo como los costos de capital, mano de obra, y materias primas
- Implica poner en marcha estrategias direccionadas al reducir costos de financiamiento, a equilibrar el aumento salarial con el crecimiento de la productividad, así como encontrar nuevas fuentes de energía para remplazar o minorar el uso de energía tradicional.

b) El segundo tipo abarca determinantes concernientes a:

- Calidad de los productos.
- Incorporación de mejores tecnologías en los procesos.
- Ajustes convenientes en la estructura organizacional.
- La gestión eficiente de los flujos productivos.
- Capacidad para desarrollar y mantener diplomacias con otras empresas.
- Mantener buenas relaciones con el sector público, universidades y centros de investigación.
- El diseño, la ingeniería y la fabricación industrial.
- La optimización de la capacidad de la fuerza laboral mediante la capacitación.

- Iniciar procesos de investigación, desarrollo e innovación.

Otero , Salim, & Carbajal (2006) manifiestan que los elementos de la competitividad empresarial estan representados por:

- a) **Eficiencia:** Es uno de los elementos que permite a las empresas volverse competitivas a lo largo del tiempo, mediante una adecuada gestión de los recursos, que busca simplificar los procesos de producción permitiendo obtener bienes y servicios a menores precios. La eficiencia es el resultado de mantener la materia prima, mano de obra, maquinaria y energía a un ritmo constante, y que las variaciones de estos se controlen a través de planes alternos de acción aplicando mejor tecnología y métodos de control. Ser eficiente es lograr niveles de producción al menor costo posible para ofrecer un conjunto de precios alternativos que genere mejor rentabilidad. Es por esto que el análisis de la eficiencia se basa en la tecnología existente, los recursos y los precios del producto final destinados a los clientes.
- b) **Calidad:** Las empresas deben destinar esfuerzos a mejorar la calidad de su producción si es que quieren alcanzar altos niveles de competitividad. Una elevada calidad de los productos elaborados por la empresa permite que éstos se diferencien en el mercado, adquiriendo así ventajas competitivas. A su vez, también contribuye al mejoramiento del nivel de vida de la población, lo cual constituye otra vía de fomento de la competitividad.

- c) **Flexibilidad:** Este concepto se refiere a la capacidad de las empresas para adaptarse a cambios o requerimientos tanto internos como del entorno, y abarca diferentes dimensiones: el producto (modificar las características de un producto preexistente o crear nuevos productos, en respuesta al apareamiento de nuevos mercados o nuevas necesidades), el volumen de producción, los procesos productivos (reestructurar las rutas de fabricación en respuesta a fallas en algunas áreas, de manera de no interrumpir la producción o bien producir una familia de productos de formas diferentes, por ejemplo, empleando materiales diversos).
- d) **Rapidez:** La rapidez puede ser observada desde dos ángulos. Por un lado, como la capacidad de generar innovaciones sucesivas a buen ritmo, si se trata de una empresa líder, o bien, de imitar sin demora innovaciones ajenas, en caso de empresas de segunda línea. Por el otro, como la capacidad de adaptarse ágilmente a situaciones cambiantes del entorno, tales como modificaciones en la demanda, en cuyo caso está muy asociada a la idea de flexibilidad. Ahora bien, existen a su vez ciertos factores a nivel microeconómico que influyen en la posibilidad de que las firmas se destaquen en los criterios precedentes, los cuales se compondrán en los determinantes últimos de la competitividad a este nivel. Estos factores pueden dividirse en aquellos correspondientes a los recursos humanos de la firma (calificación del personal, capacidad de gestión), aquellos que se enfocan a la forma en que se llevan a cabo las labores dentro de la organización y aquellos que se refieren a las interacciones de la firma con su entorno (integración en redes de cooperación tecnológica, interacción con proveedores y clientes).

- e) **Calificación y Motivación del Personal:** Las formas en las que el recurso humano afecta la competitividad de una firma son más amplias que a través de los costos laborales. Sobre la productividad del trabajador influyen su calificación, su experiencia, su talento, su motivación, sus percepciones, etc. En consecuencia, cuestiones como el lento progreso en la educación, las fallas en los sistemas de entrenamiento y capacitación, las relaciones laborales pobres, las malas condiciones en el ambiente de trabajo, la ausencia de mecanismos de compensación o incentivos, etc., que actúan en detrimento de los niveles de calificación y motivación de los empleados generando un factor de mala calidad, son perjudiciales para alcanzar ventajas competitivas, por su impacto negativo sobre la eficiencia, la rapidez, la calidad y la flexibilidad de la empresa.
- f) **Capacidad de Gestión:** La capacidad de gestión se asocia al manejo y administración de la empresa, especialmente a la ejecución de aquellas estrategias empresariales capaces de generar los cambios necesarios para la armonía al ambiente competitivo y dinámico actual. La gestión abarca numerosos ámbitos dentro de la empresa: gestión del capital humano, gestión del conocimiento, gestión de la tecnología, gestión financiera, gestión de innovaciones, gestión logística, etc. Sin esta herramienta, la cual es función de la capacidad y calificación de los administradores, una firma puede quedar fuera del mercado porque su estructura, forma de producción, relaciones comerciales, etc. pueden resultar rígidas y obsoletas, sin reaccionar adecuadamente a los requerimientos del mercado.

El conocimiento del entorno y su gestión se han transformado en un tema central en las empresas y también a nivel global, quedando claro que la competitividad se asocia a un proceso continuo, en el que inciden los esfuerzos conjuntos entre quien realiza la gestión y los subordinados.

g) **Logística:** La logística como actividad empresarial es antigua y es lo que antes se conocía como distribución. Desde el punto de vista gerencial, es una estrategia necesaria para manejar de forma integral la cadena de suministros, de tal forma que logre el balance óptimo entre las necesidades del cliente y los recursos disponibles de la empresa. Su desempeño debe ser medido a través del servicio al cliente final. Desde hace unos diez años, la función logística empresarial ha tomado fuerza debido a que los mercados se han vuelto más exigentes, la integración y la globalización hacen que las firmas tengan que competir con empresas de todo el mundo y deban atender de la mejor manera a todos y cada uno de los clientes.

2.2.1.5. Estrategias de Competitividad

Una estrategia es un conjunto de acciones que una empresa aplica dentro de un entorno cambiante, en las que haciendo uso de sus recursos y esfuerzos pretende alcanzar sus objetivos. También se define como un plan que se elabora con anticipación para lograr una ventaja competitiva manteniéndola como elemento diferenciador frente a la competencia. (Fernandez, 2012)

Gregory & G.T Lumpkin (2003) mencionan que el proceso de creación de estrategias consta de tres etapas: el análisis estratégico, la formulación de la

estrategia y la implantación. Las empresas entonces pueden aplicar diversas estrategias dependiendo el entorno en el que se encuentren para ser mas competitivas. Estas estrategias son:

a) Estrategia a Nivel Negocio

- Entorno General

Se encarga de analizar las variables que permiten a la empresa tener conocimiento de los clientes, es decir, la información obtenida sera util para la creacion de estrategias eficientes y competitivas orientadas a satisfacer necesidades. El estudio comprende los segmentos demografico, sociocultural, político, legal, tecnologico y global.

- Modelo Competitivo de las Cinco Fuerzas de Porter

Es un modelo clasico que permite analizar el entorno competitivo en el cual participan las empresas, por tanto este modelo ayuda a conocer las condiciones del mercado que se desea abarcar mediante cinco fuerzas que determinan las posibilidades de generar rentabilidad a futuro.

- Amenaza de los nuevos competidores: Implica las barreras de entrada impuestas por la industria en el cual se opera o se desea ingresar teniendo a favor nuevos recursos y capacidades para apoderrse de una parte del mercado.
- Poder de Negociación de los Compradores: Un mercado deja de ser atractivo si los los clientes imponen sus condiciones de precio y tamaño del bien o servicio ofrecido. Asi mismo, si el producto tiene sustitutos y

las características son similares sin ofrecer nada innovador, es difícil tener mayores márgenes de ganancia.

- Poder de Negociación de los Proveedores: El control que tienen los proveedores sobre los insumos y materias primas hace que el mercado sea menos atractivo, al aumentar los precios se generaran mayores costos, incluso si la única alternativa depende de sustitutos que se encuentran escasos.
- Amenaza de Productos Sustitutos: La aparición de sustitutos complica la situación en el mercado, ya que estos al tener casi las mismas características que los productos que se ofrecen sin que el cliente perciba alguna diferencia repercuten en los márgenes de utilidad.
- Rivalidad entre los Competidores: Si dentro de un segmento ya existen empresas posicionadas, las estrategias utilizadas se basan específicamente en batallar mediante campañas publicitarias, precios, promociones, diversificación de productos para mantenerse en el mercado.

- Modelo de Estrategias Genéricas de Porter

Porter asegura que obtener una ventaja competitiva hace la diferencia de una empresa y colocarse en una posición claramente más elevada, respecto al resto con la finalidad de obtener un rendimiento mayor la gran ventaja competitiva ha de ser única que es capaz de mantenerse a pesar que ya haya transcurrido el tiempo, las empresas pueden emplear cualquiera de estas tres estrategias competitivas.

- Estrategias de Liderazgo en Costos: Se basa en vender los productos o servicios a un precio inferior a la competencia.
 - Los productos o servicios no necesariamente tienen que ser los mejores, solo tener una calidad aceptable.
 - Se dirige a los consumidores orientados al precio.
 - Por definición solo puede alcanzarlo una empresa de cada sector.
 - Se basa en la creación de la economía de escala en todos los pasos del proceso empresarial.
 - Los riesgos de esta estrategia son imitación por parte de los competidores, la posibilidad de que la innovación tecnológica deje desfasados los procesos de las empresas y los cambios en el interés de los consumidores.

- Estrategia de Diferenciación
 - Se basa en dotar el producto o servicio de una cualidad única que es valorada de forma positiva por los consumidores y que permiten cobrar precios superiores.
 - Esta cualidad única puede apoyarse en todo tipo de características: diseño, atributo, desempeño, técnico, atención al cliente, rapidez de entrega oferta de servicios complementarios.
 - La diferenciación no es exclusiva de una sola empresa de cada sector, sino que varias compañías pueden tenerla una de ellas destaca por su diseño y la otra por un rendimiento superior.

- No puede ignorar el coste ya que el valor adicional percibido por el consumidor debe ser superior a la diferencia en precios respecto a otros productos al de la competencia.
- Estrategia de Enfoque
- Se basa en centrarse en un segmento específico del mercado creando productos y servicios especialmente diseñados para responder a sus necesidades y referencias por ejemplo la empresa puede centrarse en un grupo concreto de consumidores, un mercado geográfico o una línea de productos.
 - Con esta estrategia la empresa se dirige a un mercado más pequeño pero la definición le permite incrementar su eficiencia.
 - Debe buscar un equilibrio entre un mercado lo bastante pequeño para que la competencia no pueda aplicar economías de escala y lo bastante grandes como para resultar rentable tener potencial de crecimiento.
 - Los riesgos principales son los que la competencia decide dirigirse al mismo mercado, que la segmentación no está bien realizada y que se pierden oportunidades en otros segmentos del mercado.

2.2.1.6. Competitividad, Ventaja Competitiva y Estrategia

Uno de los aspectos que han aportado confusión a la hora de hablar de la competitividad es el ámbito de referencia. Con frecuencia se habla de ser competitivo y esta expresión se aplica sin distinguir si se trata de competencia entre productos, empresas, sectores o las empresas de un país o región. El recurso a los promedios

podrá resolver, sin duda, el que el concepto de competitividad pueda aplicarse a este tipo de agregados; sin embargo, ello no debe llevar a olvidar que solo algunos de los productos, o de las empresas son los competitivos. Se debe ser consciente de la dificultad que supone el que todos los productos de una empresa sean competitivos, o que todas las empresas del sector lo sean, y mucho más si se piensa en términos de país o región. Por otra parte, las medidas para instaurar aquellos factores o cualidades que arrastren al logro del objetivo de ser competitivos, son diferentes, y entran en ámbitos decisionales distintos según sea aquel en el que se realice el análisis de la competitividad. (López, García, & Serrano, 2003)

En cualquier caso, no es fácil acometer el concepto de competitividad. sin embargo, puede afirmarse que ser competitivo es un resultado, que se obtiene cuando el precio al que se ofrece el producto o servicio al cliente coincide con la voluntad de pago para adquirirlo, y esto sucede de forma rentable y duradera para quien lo ofrece. (López, García, & Serrano, 2003)

2.2.2. Formalización

2.2.2.1. Concepto

El Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (2018) menciona que la formalización es un proceso que involucra cumplir con una serie de requisitos al momento de poner en marcha un negocio, haciendo que la actividad comercial se realice de forma legal ante el estado y terceros. Así mismo, consiste en aplicar la planeación, dirección, gestión y administración de los recursos dentro del sector productivo donde se encuentra el bien o servicio y actuar acorde con los requerimientos y parámetros establecidos. Así mismo, la formalización no solo se refiere a la constitución legal de la empresa lo que permite apoyar el empleo formal y

generar desarrollo del país, sino que también implica una oportunidad para que las empresas crezcan y establezcan relaciones y acuerdos con clientes de grandes empresas que les ayudara asegurar estabilidad, rentabilidad y apertura a nuevos mercados.

Loayza (2008) manifiesta que la formalización trae consigo resultados positivos en ámbitos como el empleo, la eficiencia y el crecimiento económico. Una organización en proceso de formalizarse está sujeta al cumplimiento de normas y reglas, las cuales al ser demasiado hostiles resultan menos atractivas para los informales incluso pueden generar despidos y un lento crecimiento. Por el contrario, apoyar el proceso de formalización haciéndolo más accesible en mejoras del marco legal y disponibilidad de los servicios públicos se podrá disminuir la informalidad.

Roca , Mesones , & Avolio (2010) asumen que una vez formalizadas, las Micro y Pequeñas Empresas se verán beneficiadas con la obtención de mayores oportunidades que ofrece el mercado, como son la asociación entre empresas del mismo sector, las diversas capacitaciones que brindan las instituciones gubernamentales y no gubernamentales, la posibilidad de ser proveedores del estado; otro gran beneficio es el financiamiento externo al que puede acceder a través de los bancos, cajas municipales, rurales y demás financieras que ven con más seguridad a una empresa formalizada.

2.2.2.2. Etapas de la Formalizacion

Ministerio de la Producción (2009) indica que, para comenzar un negocio, se debe cumplir con una serie de pasos y trámites necesarios en las jurisdicciones públicas correspondientes para que la empresa funcione de manera correcta, es decir, se encuentre formalizada.

La Escuela de Emprendedores Mi Empresa Propia (2015) menciona que existen dos formas para iniciar una empresa, la primera es como persona natural, en esta modalidad la persona al iniciar un negocio asume la responsabilidad directa del mismo, administra y controla la actividad comercial, los ingresos y hace frente a las obligaciones. En tanto que para formalizarse no demanda realizar una inscripción en Registros Públicos y lo único a personarse a la SUNAT y solicitar el Registro Único de Contribuyentes como persona natural con negocio. Así mismo elegir esta Modalidad se da preferentemente cuando se desea iniciar negocios pequeños como juguerías, peluquerías, zapaterías, bodegas entre otros. Además, las actividades comerciales se enmarcan en el Régimen Único Simplificado (RUS) y los clientes son exclusivamente personas, por último, el riesgo ante deudas u obligaciones son manejables sin perjudicar el patrimonio personal.

La segunda forma es como persona jurídica que representa a la organización que actúa con responsabilidad limitada y ejerce alguna actividad económica, la cual se somete a régimen del estado peruano. Así mismo se puede elegir pertenecer a las modalidades empresariales como es la empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L), sociedad anónima (S.A), sociedad anónima cerrada (S.A.C),

sociedad comercial de responsabilidad limitada (S.C.R.L). Las etapas para inscribirse como Persona Jurídica son:

a) Constitución de la Empresa

- Búsqueda del Nombre: El trámite debe hacerse a título personal en SUNARP.
- Reserva del Nombre: Se hace la reserva del nombre el cual tiene un costo de S/. 18.00.
- Minuta de Constitución: Su realización es por medio de un abogado en donde se detalla los estatutos de la empresa que se va a crear. Estos estatutos contienen información referente al aporte de capital, actividades económicas y funciones del representante legal.
- Aporte de Dinero: Se indica los aportes de los socios, así como del titular. Dichos aportes se depositan en una cuenta bancaria.
- Aporte de Activos no Monetarios: Se realiza una declaración jurada del aporte de bienes que se entrega para el funcionamiento de la empresa.
- Escritura Pública: Es un documento que avala la formalidad de la minuta, el contrato contiene la firma de los accionistas y titular de la empresa frente a un notario.
- Registros Públicos: La escritura pública es presentada por el notario o los socios para la inscripción de la empresa en la Oficina registral en la SUNARP.
- Testimonio de la Empresa: La notaria entrega el testimonio de la empresa una vez inscrita en registros públicos.

b) Tributación

- Inscripción en el Registro Único del Contribuyente (RUC): El representante legal de la empresa realiza los trámites y presenta la información y requisitos obligatorios como el documento de identidad del representante legal, comprobantes de servicios que no sobrepase el tiempo de emisión de dos meses y partida registral certificada. Además, al momento del registro se brindan datos de identificación, actividad económica del negocio, domicilio fiscal y el régimen tributario elegido que puede ser el nuevo régimen único Simplificado, régimen especial y régimen General.
- Entrega de la Ficha RUC y Clave Sol: La información brindada se detalla en la ficha RUC y se entrega una constancia de información registrada, por otra parte, el clave sol que se entrega permite acceder a las operaciones en línea de la página de SUNAT.
- Libros Contables: Al iniciar operaciones económicas se deberá contar con libros u hojas contables validadas ante un notario, esto siempre y cuando la empresa se encuentre en el régimen especial o general.
- Boletas y facturas: Deben ser impresas en los lugares autorizados por la SUNAT.

c) Formalización de los Colaboradores

- Régimen Laboral General: Dentro de este régimen el empleador ofrece a sus colaboradores beneficios como gratificaciones, vacaciones de 30 días, seguro social, entre otros.

- Régimen Laboral Especial: La ley 30056 Ley del impulso al desarrollo productivo y crecimiento empresarial reconoce que dentro de este régimen los colaboradores obtienen beneficios más simplificados como vacaciones de 15 días anuales, se registra dentro del sistema integral de salud (SIS) que representa un costo menor y no se otorga gratificaciones.

d) Licencias

- Un requisito indispensable que una empresa debe poseer antes de iniciar actividades es contar con la licencia de funcionamiento, dicha autorización se da por la municipalidad de la zona donde se encontrara ubicado el negocio. Contar con este documento evitara los cierres o clausuras ya que se está cumpliendo con las normas de seguridad e higiene para garantizar el bienestar de los clientes.

e) Tramites Especiales

- Dependiendo la actividad comercial o giro del negocio que se inicie, este puede requerir con obligatoriedad la autorización y/o registro de algún organismo sectorial. Dada la naturaleza de la empresa puede ser necesario que se demande efectuar normas técnicas de salud, seguridad, infraestructura, entre otros; con el propósito de no poner en riesgo la vida de los clientes y/o colaboradores.

2.2.2.3. Beneficios de Formalización

Guzmán (2015), menciona que las empresas están regidas bajo la nueva Ley de las Mype, con la cual se busca promocionar la competitividad, formalización y desarrollo de estas, además de ofrecer diversos beneficios los cuales se clasifican a continuación:

a) Beneficios Tributarios

- Las Personas Naturales que se afilian al RUS efectuaran el pago de 20 soles cuyo monto es fijado de acuerdo a los ingresos obtenidos dentro de la categoría, dicho importe incluye el pago de impuesto a la renta e IGV.
- La microempresa que opta por el Régimen Especial de Renta (RER), sólo cancelaran el 1.5 por ciento de sus ingresos netos mensuales.
- Las MYPES estarán exentas del pago de tasas a las Municipalidades por diligencias tales como renovación, actualización de datos entre otros relacionados a la misma, excepto en el cambio de régimen. Por otro lado, sólo asumirán el 30 por ciento de los derechos de desembolso por trámites ejecutados ante el Ministerio de Trabajo.

b) Simplificación de Tramites

- La constitución y formalización de la organización bajo modalidad de persona natural podrá ser concluida en 72 horas.
- Las empresas constituidas como Personas Jurídicas lo harán mediante escritura pública y la Minuta de Constitución no será obligatoria al instante.

c) Beneficios Laborales

Para los Empleados:

- Tienen derecho a percibir una Remuneración Mínima Legal.
- Jornada de trabajo de 8 horas.
- Tienen derecho a percibir remuneración por horas extras.
- Se respeta los días de descanso semanal y feriados.
- Tienen derecho a 15 días de descanso anual.
- Acceso al seguro de salud, tanto el asegurado como su familia.
- Los aportes a una Administradora Privada de Pensiones (AFP) o a la Oficina de Normalización Previsional (ONP), es opcional.
- Podrá suscribirse al Sistema de Pensiones Sociales (SPS) cuyo pago será asumido por el Estado en un 50 por ciento.
- Participar de programas de capacitación

Para el Empleador:

- No hay necesidad de realizar el pago por CTS.
- El recurso humano sólo goza de 15 días de vacaciones.
- No está obligada a pagar recarga del 35 por ciento por trabajo nocturno.
- No realiza pago de gratificaciones por Fiestas Patrias o Navidad.
- No hay obligación de pagar Asignación Familiar.
- No hay pago de utilidades.
- Tiene acceso al seguro de salud, tanto el asegurado como sus derechohabientes.

- Podrá optar por el Sistema Integral de Salud (SIS) por el cual solo realizará el pago mensual de 15 Nuevos Soles, ya que será subsidiado por el estado y cuya cobertura es de 12,000 soles anuales por enfermedad.
- El aportar a una Administradora Privada de Pensiones (AFP) o a la Oficina de Normalización Previsional (ONP), es opcional.
- Podrá suscribirse al Sistema de Pensiones Sociales (SPS) cuyo pago será asumido por el Estado en un 50 por ciento.

d) Financieros

Mediante factoring, permitirá al microempresario, que realice sus operaciones de ventas al crédito, obtener efectivo inmediato a través de la venta de sus facturas; El Programa Especial de Apoyo Financiero para la MYPE (PROPYME) canaliza recursos, para el otorgamiento de créditos directos, a través de las entidades financieras; Acceso a líneas de crédito en los principales bancos del país y cajas de ahorro y crédito.

III. HIPOTESIS

La hipótesis de tipo descriptivo se utiliza en ocasiones, cabe mencionar que no en todas las investigaciones descriptivas se formulan hipótesis, además los estudios descriptivos permiten medir de forma independiente las variables, cuando no se formule hipótesis alguna, estas aparecen en los objetivos de la investigación, es decir cada característica o variable se analiza de forma autónoma o independiente. (Hernandez , 2006)

La investigación de tipo descriptivo estudia mayormente situaciones que suceden en escenarios naturales, a diferencia de otros tipos de investigación que estudian fenómenos experimentales. Generalmente los estudios descriptivos están diseñados, para observar lo más relevante de las variables en un determinado contexto. Así, el estudio descriptivo identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación. (Gonzalo, 2008)

La presente de investigación es de tipo descriptivo y según autores en líneas arriba mencionan que este tipo de estudio no se requiere de hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación

4.1.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación es descriptivo porque consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. Por ello la presente investigación tiene la finalidad de conocer las características de la competitividad y formalización rubro bodegas en el AA. HH Los Médanos Castilla – Piura, año 2016. (Arias , 2006)

4.1.2. Nivel de Investigación

Es una investigación de nivel cuantitativo porque examina los datos de manera numérica, los cuales se obtendrá de una población conformada por hombres y mujeres entre edades de 15 a 70 años quienes asisten a las bodegas, es así, que se define estadísticamente la variable competitividad y la variable formalización de las MYPE rubro bodegas del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016 (Arias, 2012)

4.1.3. Diseño de Investigación

El diseño de la investigación es no experimental ya que los estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos, es así, que se conocerá el comportamiento de la población que adquiere productos en las bodegas sobre una población conformada por hombres y mujeres entre edades de 15 a 70 años. En este

tipo de investigación no se pueden manipular las variables de forma intencional puesto que se observa y se analiza un resultado, algo que ya existe. (Arias, 2012)

La investigación es no experimental de corte transversal porque explora una comunidad, un contexto, una situación, una variable o un conjunto de variables en un momento específico. (Arias, 2012)

4.2. Población y Muestra

La población infinita representa a un total de elementos los cuales se desconocen y no existen datos exactos. (Arias, 2012)

La muestra es una porción representativa de la población, que permite generalizar sobre esta, los resultados de una investigación. (Arias, 2012)

Para la presente investigación se hará el cálculo de la muestra utilizando la fórmula de población infinita para estudiar la variable competitividad en la que se obtuvo una muestra de 67 personas a encuestar. Para estudiar la variable competitividad se acudirá a fuentes primarias de información como son los clientes de las MYPE bajo estudio.

Z= Valor Estadístico	1.645
p= Prevalencia Esperada	0.50
q=1-p (si p=0,5 , entonces q=0.5)	0.50
e= Margen de error	0.01
Nivel de Confianza (90%)	0.90

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.645^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.1^2}$$

$$n = \frac{2.706025 \times 0.50 \times 0.50}{0.01}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01} = 67 \text{ clientes}$$

La población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y los objetivos del estudio. (Arias, 2006)

Población Finita: Es aquella cuyo elemento en su totalidad son identificados por el investigador.

La población está conformada por 7 MYPE del Rubro Bodegas del AA. HH Los Médanos – Castilla, cada una conformada por 1 propietario, por lo tanto, es una población finita. Para estudiar la variable formalización se acudirá a fuentes primarias de información como son los propietarios de las MYPE bajo estudio.

4.2.1. Criterios Incluyentes y Excluyentes

Criterio	Inclusión	Exclusión
Competitividad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mayores de 18 años ➤ Clientes recurrentes ➤ Hombres y mujeres 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Personas sin disposición a responder.
Formalización	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Propietarios del Negocio ➤ Negocios Formalizados 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Familiares del propietario

4.3. Definición y Operacionalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Definición Operacional	Indicadores	Escala	Fuente	Instrumento	
COMPETITIVIDAD	La competitividad es el lugar o la posición que ocupa una empresa sobre otra frente a los clientes, es decir, es la capacidad de mantenerse en el mercado dando un valor agregado a los productos volviéndolos más atractivos ya sea por su calidad, su fácil manipulación, el tiempo de vida útil, características únicas del empaque, la amabilidad en la atención, la rapidez para solucionar inconvenientes y la facilidad para adaptarse a los cambios del mercado y al comportamiento del consumidor. Monterroso (2016)	Elementos	La dimensión elementos de la competitividad se medirá con sus indicadores: eficiencia, calidad, flexibilidad, rapidez, calificación y motivación, capacidad de gestión y logística.	Eficiencia	Nominal Ordinal	Clientes	Cuestionario	
				Calidad				
				Flexibilidad				
				Rapidez				
				Calificación y Motivación				
				Capacidad de Gestión				
		Logística						
		Estrategias	La dimensión estrategias de la competitividad se medirá con sus indicadores liderazgo en costos, diferenciación y enfoque.	Liderazgo en Costos	Enfoque			Nominal Ordinal
				Diferenciación				

FORMALIZACIÓN	Una vez formalizadas, las Micro y Pequeñas Empresas se verán beneficiadas con la obtención de mayores oportunidades que ofrece el mercado, como son la asociación entre empresas del mismo sector, las diversas capacitaciones que brindan las instituciones gubernamentales y no gubernamentales, la posibilidad de ser proveedores del estado; otro gran beneficio es el financiamiento externo al que puede acceder a través de los bancos, cajas municipales, rurales y demás financieras que ven con más seguridad a una empresa formalizada. Roca, Mesones, & Avolio (2010)	Etapas	La dimensión etapas de la formalización se medirá con el indicador persona natural y persona jurídica.	Constitución de La Empresa	Nominal	Dueños	Cuestionario	
				Tributación				
				Formalización de los Trabajadores				
				Licencias				
				Tramites Especiales				
	Beneficios	La dimensión beneficios de la formalización se medirá con los indicadores tributarios, simplificación de trámites, laborales y financieros.						Tributarios
								Simplificación de Tramites
								Laborales
								Financieros

4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Según Tamayo (2008) menciona que la encuesta es aquella que permite dar respuesta a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida.

Para el desarrollo de la presente investigación se aplica la técnica de la encuesta. La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado, es así, que para la variable de competitividad se realizaran -- preguntas dirigidas a los clientes, mientras que para la variable formalización según los indicadores se aplicara -- preguntas a los propietarios de las bodegas del A.HH los Médanos – Castilla – Piura.

4.5. Plan de Análisis

Una vez recopilados los datos, se tabulan y grafican ordenando los datos de acuerdo a cada variable respetando las normas cuyos datos no han sido manipulados por el investigador. Luego se realiza el análisis y la interpretación en el programa Microsoft Excel. (Barreiro, 2010)

4.6. Matriz de Consistencia

Titulo	Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología
CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPE RUBRO BODEGAS DEL AA. HH LOS MÉDANOS-CASTILLA-PIURA, AÑO 2016	¿Cuáles son las características de la Competitividad y Formalización en las MYPE rubro bodegas del AA.HH Los Médanos – año 2016?	Objetivo General	Las hipótesis son las guías para una investigación o estudio. Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. No todas las investigaciones cuantitativas plantean hipótesis, el hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio, la investigación resulta necesario	V1: COMPETITIVIDAD	Elementos	<ul style="list-style-type: none"> - Eficiencia - Precio - Gestión - Rapidez - Flexibilidad - Logística 	Nivel: Descriptivo Tipo: Cuantitativo Diseño: No Experimental N= Infinita n= 67 N= Finita n= 7
		Objetivos Específicos					
		O.E.1 -Describir los elementos que influyen en la competitividad de las MYPE rubro bodegas del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016					
		O.E.2. -Conocer las estrategias			Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo en Costos - Diferenciación - Enfoque 	

		competitivas que aplican las MYPE rubro bodegas del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016	analizar si es o no conveniente formular hipótesis (Hernández, Fernández y Baptista, 2006)				
		O.E.3. - Detallar las etapas para la formalización de las MYPE rubro bodegas del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016;		V2: FORMALIZACIÓN	Etapas	- Constitución de la Empresa. - Tributos - Formalización de los trabajadores - Licencias - Tramites Especiales	
		O.E.4. -Conocer los beneficios de la formalización de las MYPE rubro bodegas del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016					Beneficios

4.7. Principios Éticos

Los principios éticos son el punto de partida de cualquier argumentación que permita legitimar acciones y procedimientos. La investigación basada en una ética que asegure los derechos de las personas ha considerado tomar como referente, los conceptos utilizados en la investigación. (Sanromán , Gonzáles , & Villa , 2015)

La presente investigación está basada en principios éticos profesionales como: el Referenciar sin ocultar la naturaleza del autor, el año, la fecha; gracias a la información obtenida en los libros a través de lo plasmado por autores reconocidos ha sido posible realizar esta Investigación.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

5.1.1. Variable Competitividad

5.1.1.1. Objetivo 1: Elementos de Competitividad

TABLA 1
¿Considera que el precio de los productos que la bodega ofrece son en su mayoría accesibles?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	42	64%
No	25	36%
TOTAL	67	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los clientes de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

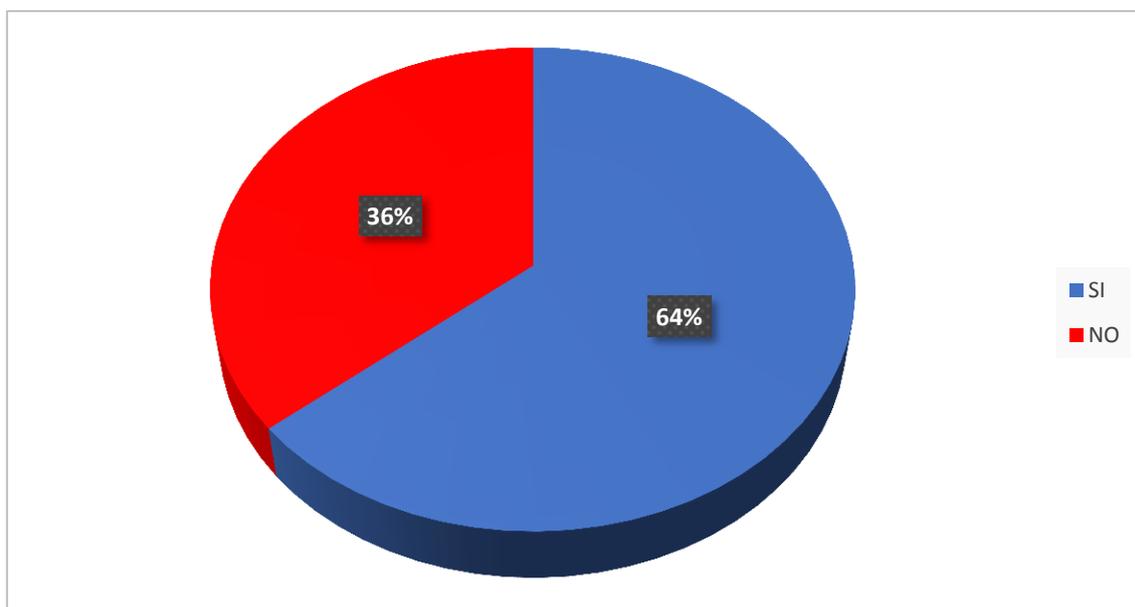


Figura 01: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que el precio de los productos que la bodega ofrece son en su mayoría accesibles?

Fuente: Encuesta aplicada al cliente
Elaboración Propia

En la tabla y figura 1 denominada el precio el 64% de los encuestado manifiestan que el precio en la mayoría de los productos sí son accesibles, mientras que el 36% sostuvieron que no.

TABLA 2

¿Usted al realizar una compra verifica que el producto esté en perfectas condiciones para su consumo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	56	84%
No	11	16%
TOTAL	67	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los clientes de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016

Elaboración Propia

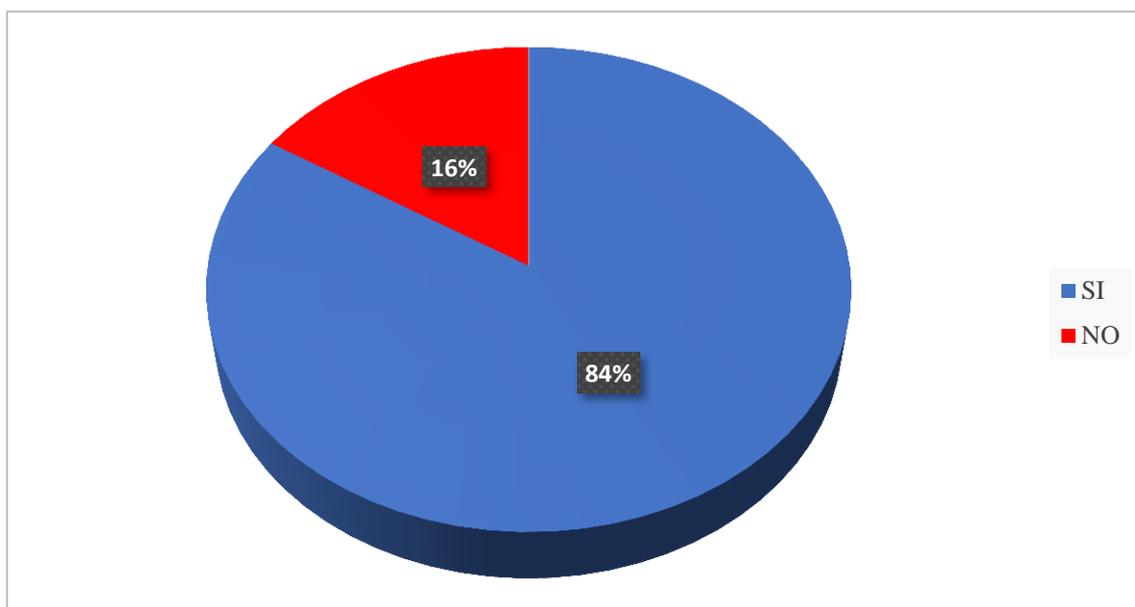


Figura 02: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Usted al realizar una compra verifica que el producto esté en perfectas condiciones para su consumo?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes

Elaboración Propia

En la tabla y figura 2 denominada verificación del producto el 84% de los encuestados manifiestan que si verifican los productos que adquieren, por el otro lado 16% sostuvo que no realiza dicha verificación.

TABLA 3

¿Usted brinda sugerencias al dueño de la bodega para que le ofrezca un mejor servicio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	39	58%
No	28	42%
TOTAL	67	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los clientes de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

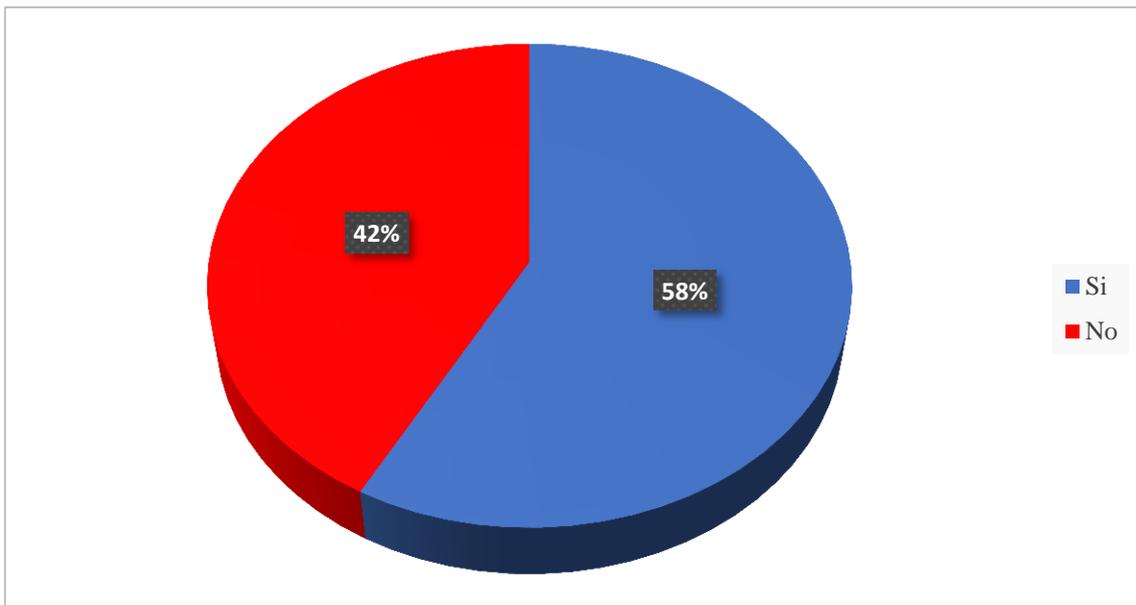


Figura 03: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Usted brinda sugerencias al dueño de la bodega para que le ofrezca un mejor servicio?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración Propia

En la tabla y figura 3 denominada sugerencias el 58% de los encuestados afirmaron que, si les dan alguna sugerencia a los dueños para mejorar el servicio de las bodegas, mientras que el 42% respondió que no le sugieren mejoras.

TABLA 4

¿El Personal brinda una Atención rápida y amable?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	75%
No	17	25%
TOTAL	67	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los clientes de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

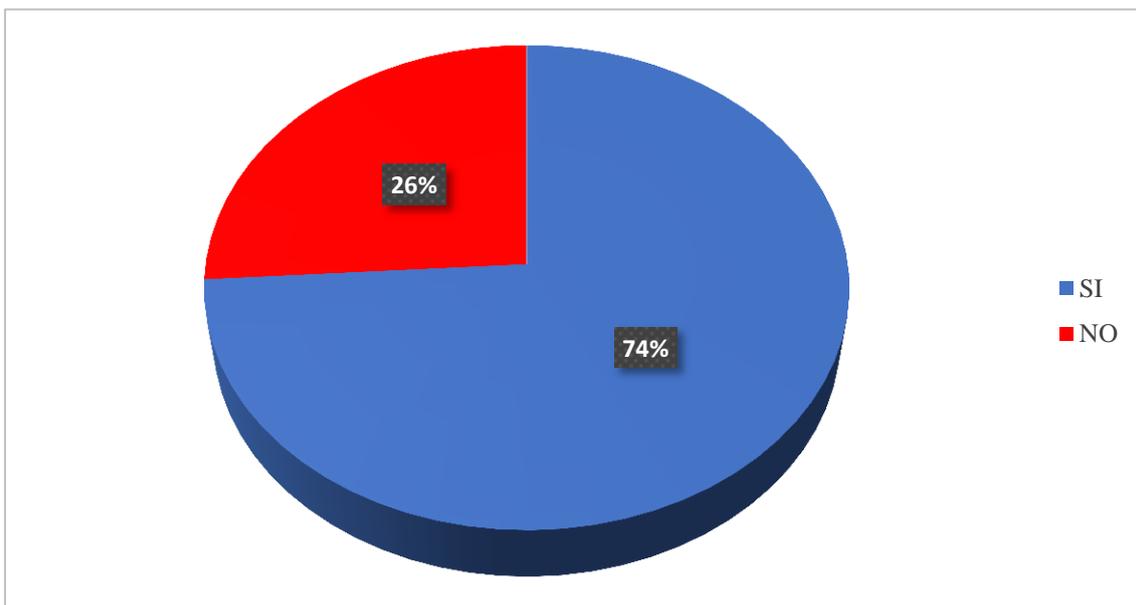


Figura 04: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿El Personal brinda una Atención rápida y amable?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración Propia

En la tabla y figura 4 denominada atención rápida y amable el 75% de los encuestados manifiestan que la atención sí es rápida y amable, mientras que el 25% respondieron que no.

TABLA 5

¿Qué actitudes muestra el personal al momento de atenderlo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Amigable	48	72%
Indiferente	19	28%
TOTAL	67	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los clientes de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

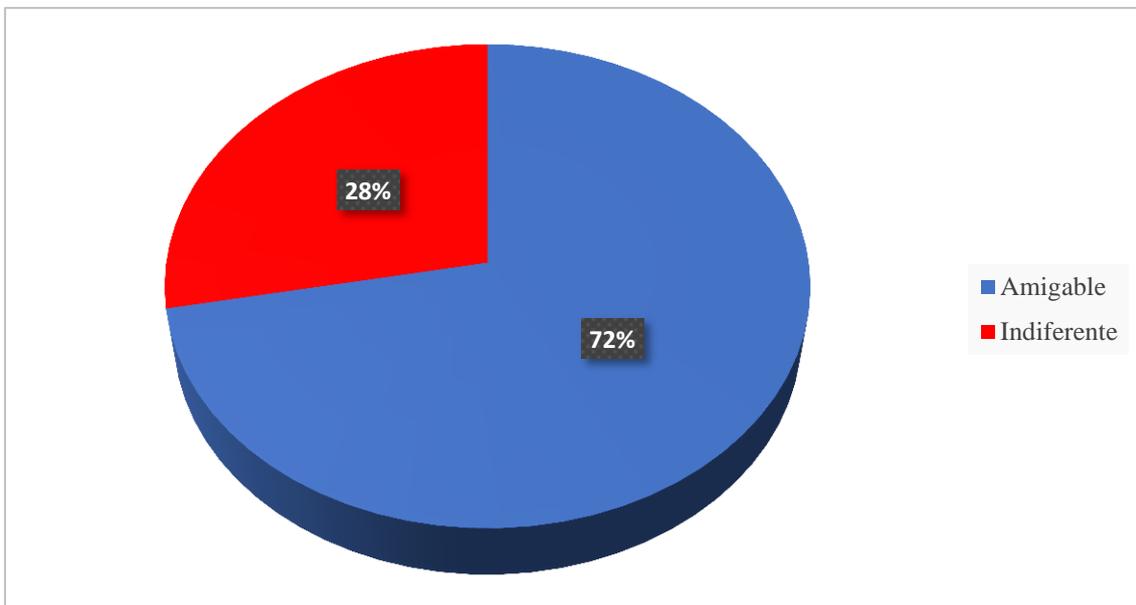


Figura 05: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Qué actitudes muestra el personal al momento de atenderlo?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración Propia

En la tabla y figura 5 denominada actitud del personal el 72% de los encuestados manifiestan que la actitud del personal que lo atiende es amigable, por el contrario el 28% indicó que es indiferente.

TABLA 6

¿La bodega a la que recurre aplica algún tipo de Publicidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	59%
No	27	41%
TOTAL	67	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los clientes de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016

Elaboración Propia

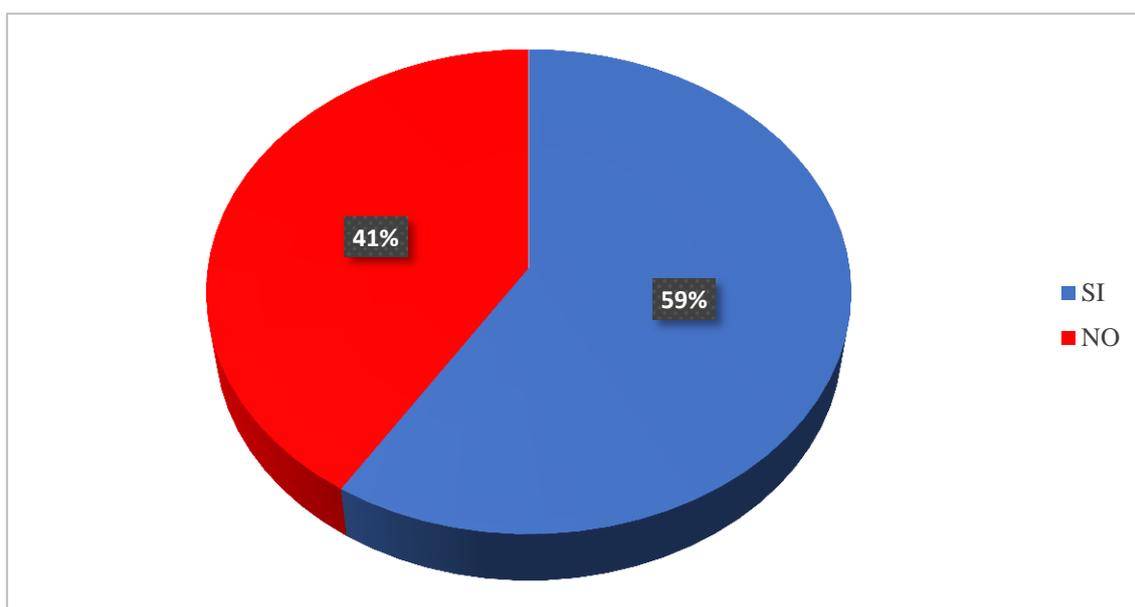


Figura 06: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿La bodega a la que recurre aplica algún tipo de Publicidad?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes

Elaboración Propia

En la tabla y Gráfico 6 denominada Publicidad el 59% de los encuestados manifiestan que, si utilizan medios de publicidad, mientras que el 41% sostuvieron que no.

TABLA 7

¿Considera que la bodega ha implementado mejoras en el último año?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	37	55%
No	30	45%
TOTAL	67	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los clientes de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016

Elaboración Propia

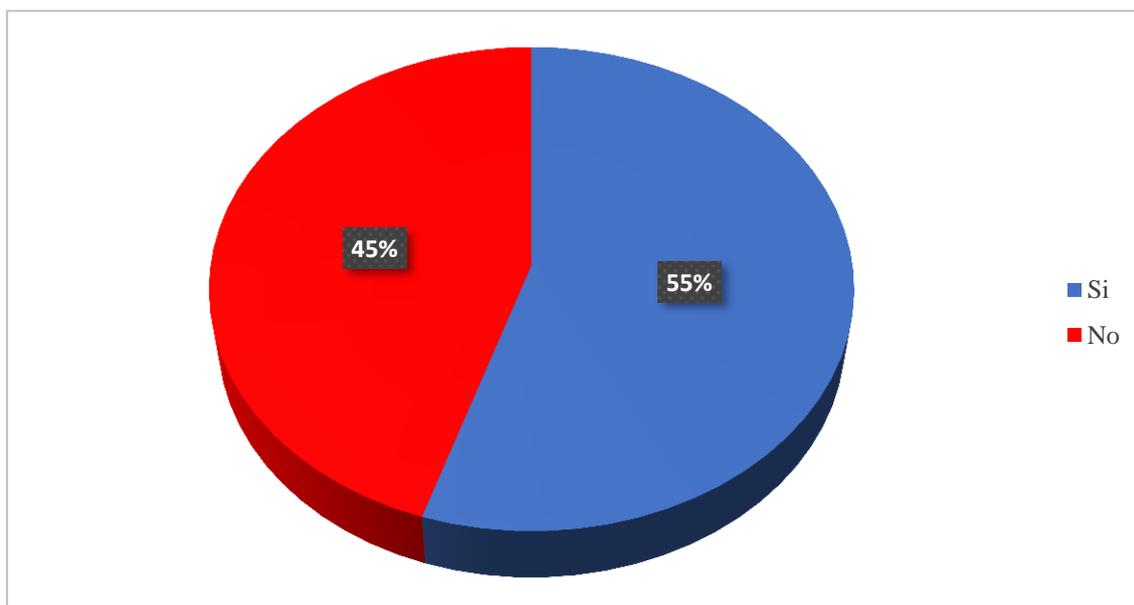


Figura 07: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que la bodega ha implementado mejoras en el último año?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes

Elaboración Propia

En la tabla y figura 7 denominada Implementación de Mejoras el 55% manifestó que la bodega si ha implementado mejoras en el último año, mientras que el 45% indicó lo contrario.

TABLA 8

¿Toma usted en cuenta la variedad de productos que la bodega le ofrece para una mejor elección en su compra?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	47	70%
No	20	30%
TOTAL	67	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los clientes de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016

Elaboración Propia

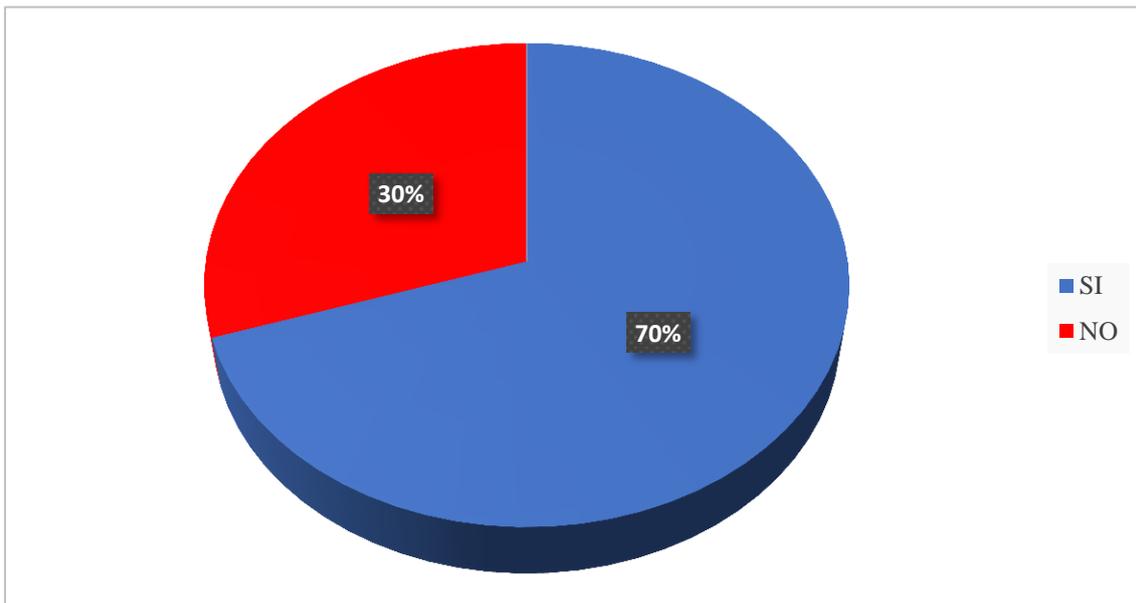


Figura 08: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Toma usted en cuenta la variedad de productos que la bodega le ofrece para una mejor elección en su compra?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes

Elaboración Propia

En la tabla y figura 8 denominada variedad de productos el 70% de los encuestado manifiestan que sí importa la variedad de productos que la bodega puede ofrecer para una mejor elección al momento de comprar, por el contrario el 30% indico que no.

TABLA 9

¿Cada vez que usted asiste a la bodega está se encuentra limpia y ordenada?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	54	81%
No	13	19%
TOTAL	67	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los clientes de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

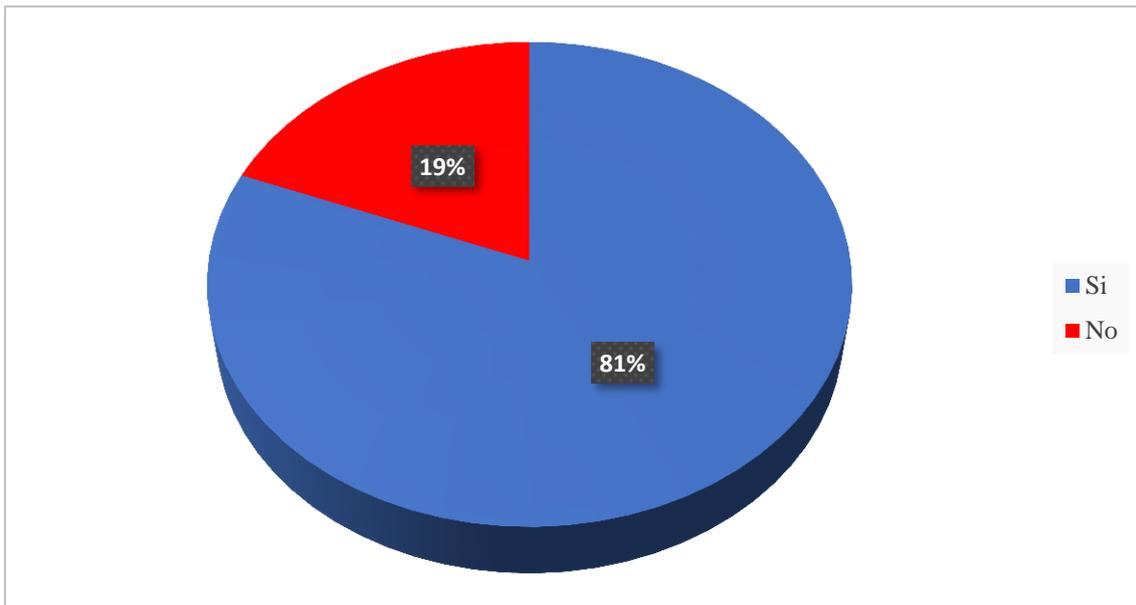


Figura 09: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cada vez que usted asiste a la bodega está se encuentra limpia y ordenada?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración Propia

En la tabla y figura 9 denominada limpieza de establecimiento el 81% de los encuestados manifiestan que las bodegas a las que asisten si se encuentran limpias y ordenadas, mientras que el 19% sostuvo que no se encuentra ordenadas y limpias.

5.1.1.2. Objetivo 2: Estrategias de Competitividad

TABLA 10

¿Considera que la bodega a la que usted recurre tiene los precios más bajos que el resto de las bodegas de la zona?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	42	63%
No	25	37%
TOTAL	67	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los clientes de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

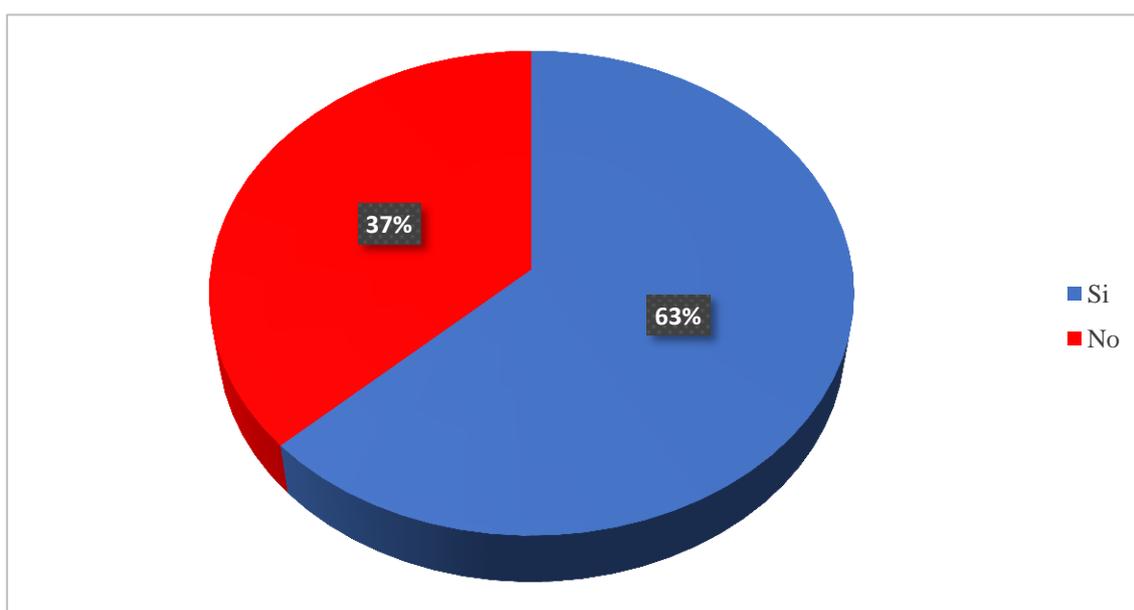


Figura 10: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que la bodega a la que usted recurre tiene los precios más bajos que el resto de las bodegas de la zona?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes

Elaboración Propia

En la tabla y Gráfico 10 denominada precios bajos el 63% de los encuestados respondieron que la bodega a la que ellos acuden tiene los precios bajos a comparación de otras bodegas, por otro lado, el 37% sostuvieron que no.

TABLA 11

¿Qué línea de Productos demanda con más frecuencia?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Prod. Primera necesidad	34	51%
Bebidas	21	31%
Productos de Aseo	12	18%
TOTAL	67	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los clientes de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

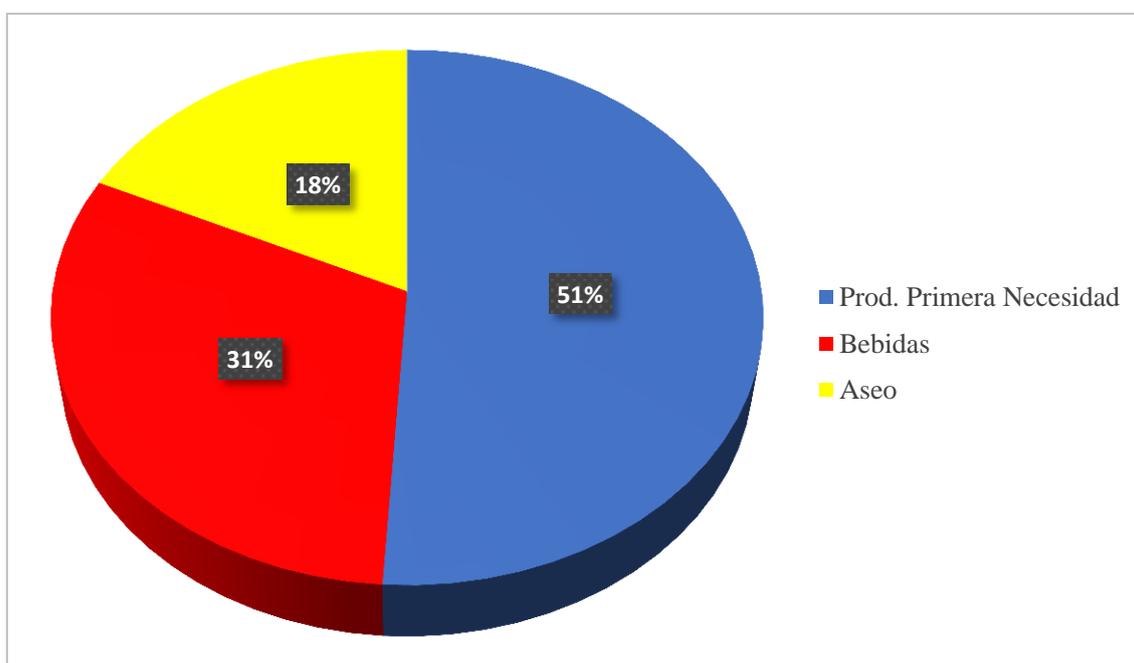


Figura 11: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Qué línea de Productos adquiere con más frecuencia?

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración Propia

En la tabla y figura 11 denominada Línea de Productos el 33% de los encuestado adquiere con más frecuencia línea de producto de alimentos manifiestan, mientras que el 25% consumen bebidas, por otro lado, el 22% adquiere carnes y el 20% compra la line de aseo.

TABLA 12

¿Cuál de estos elementos considera que diferencie a la bodega a la que asiste?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Precios Bajos	36	54%
Buena Atención	11	16%
Variedad de Productos	20	30%
TOTAL	67	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los clientes de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

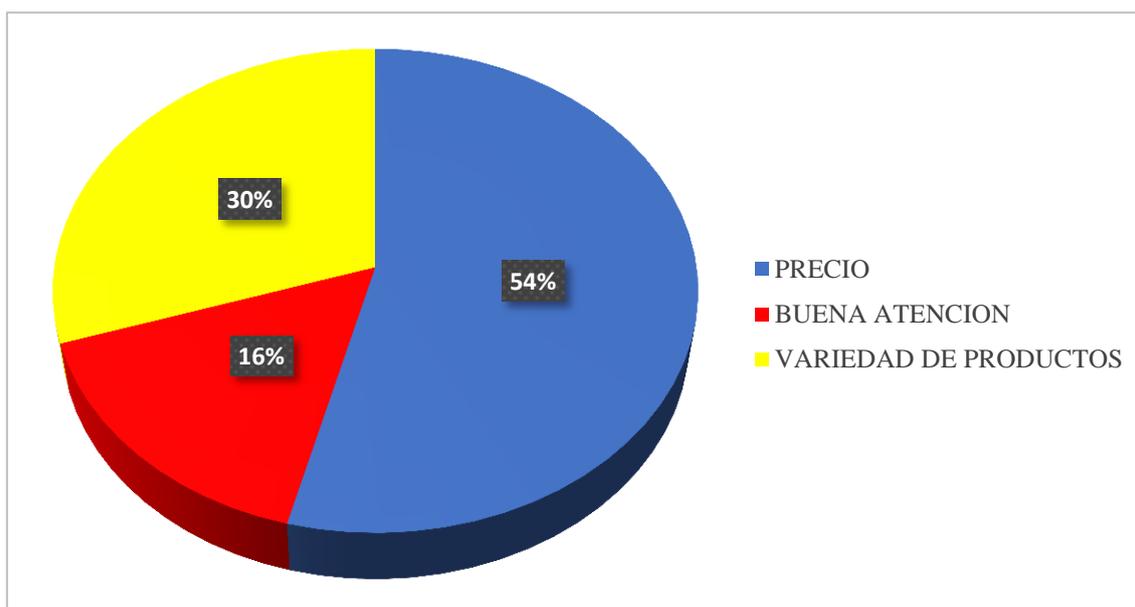


Figura 12: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Usted qué elemento destaca más de una bodega?
Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración Propia

En la tabla 12 denominada Elemento destacado el 54% de los encuestado manifiestan que el precio, mientras que el 16% sostuvieron que la buena atención y el 30% restante considera la variedad de productos.

5.1.2. Variable Formalización

5.1.2.1. Objetivo 3: Etapas de la Formalización

TABLA 13

¿Cuántos años lleva usted formalizado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 5 años	3	43%
De 5 a 10 años	4	57%
TOTAL	7	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los Dueños de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016

Elaboración Propia

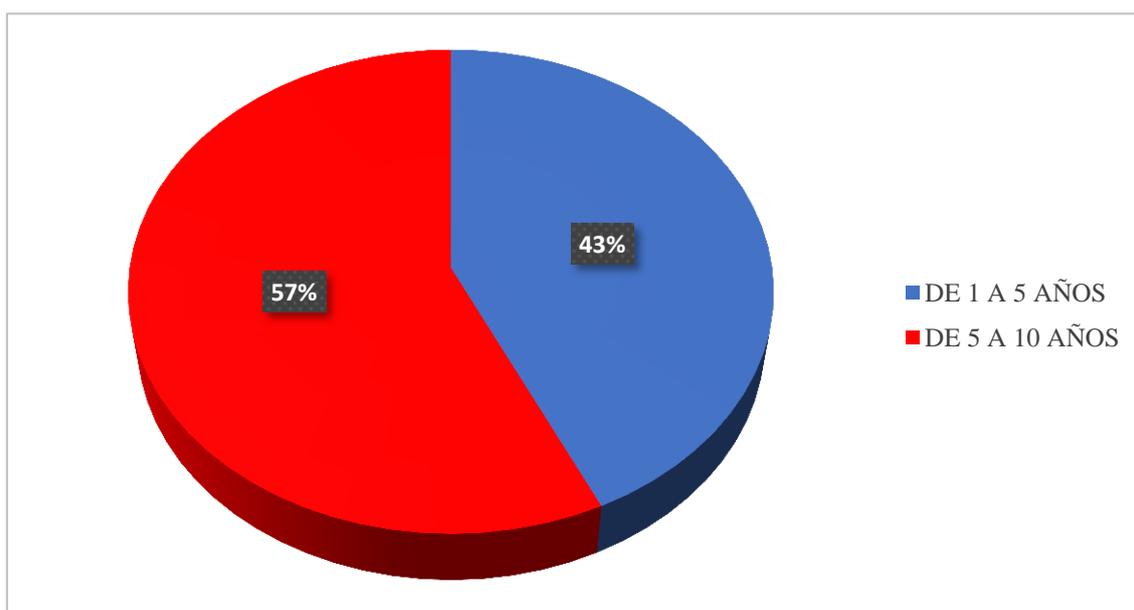


Figura 13: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cuántos años lleva usted formalizado?

Fuente: Encuesta aplicada a los dueños.

Elaboración Propia

En la tabla y Gráfico 13 denominada Tiempo Formalizado el 43% de los encuestados manifestaron que se encuentran formalizados entre 1 a 5 años mientras el 57 % está entre el rango de 5 a 10 años a más.

TABLA 14

¿Requirió de mucho capital para iniciar su negocio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	14%
No	6	86%
TOTAL	7	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los Dueños de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

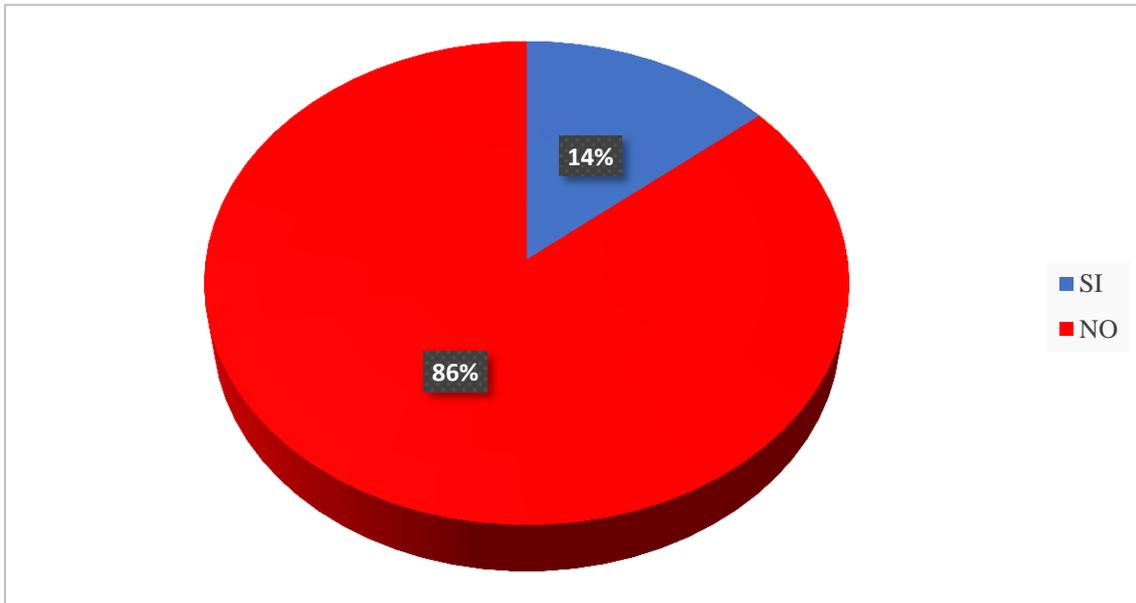


Figura 14: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Requirió de mucho capital para iniciar su negocio?

Fuente: Encuesta aplicada a los dueños.
Elaboración Propia

En la tabla y gráfico 14 denominada capital de trabajo el 86% de los encuestados indicaron que cuando iniciaron su negocio no invirtieron mucho capital de trabajo, mientras que el 14% sostuvieron que si necesitaron un capital de trabajo mayor.

TABLA 15

¿A qué régimen se encuentra afiliado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
RUS	7	100%
Régimen General	0	0%
Régimen Especial	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los Dueños de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

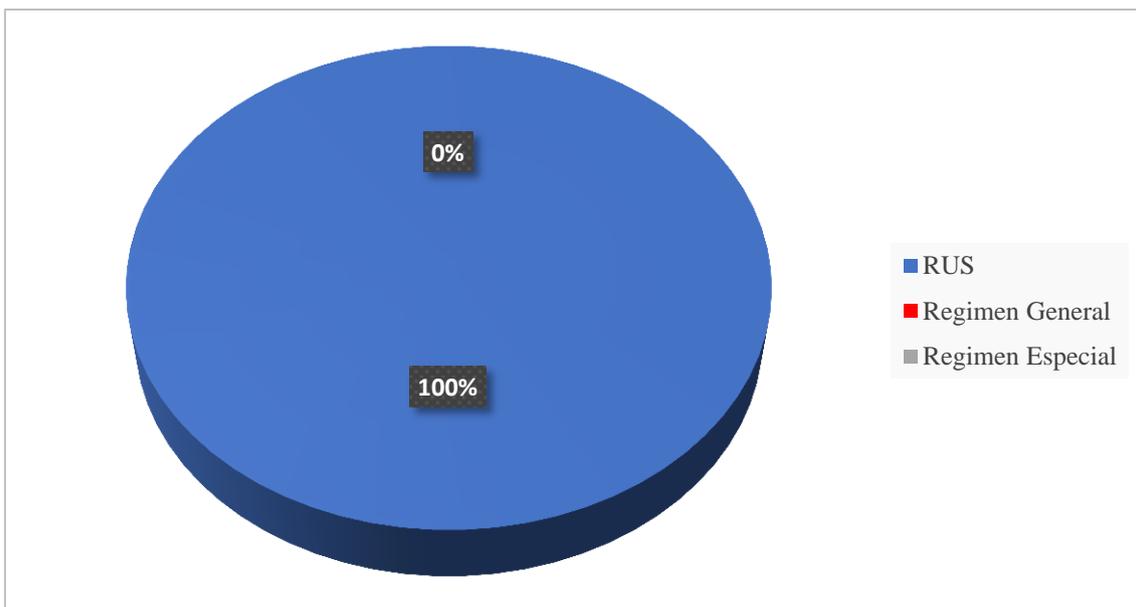


Figura 15: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿A qué régimen se encuentra afiliado?

Fuente: Encuesta aplicada a los dueños.

Elaboración Propia

En la tabla 15 denominada Régimen Tributario el 100% de los encuestado respondieron que se han afiliado al régimen único simplificado.

TABLA 16

¿Cumple usted puntualmente con el pago de sus tributos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	100%
No	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los Dueños de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

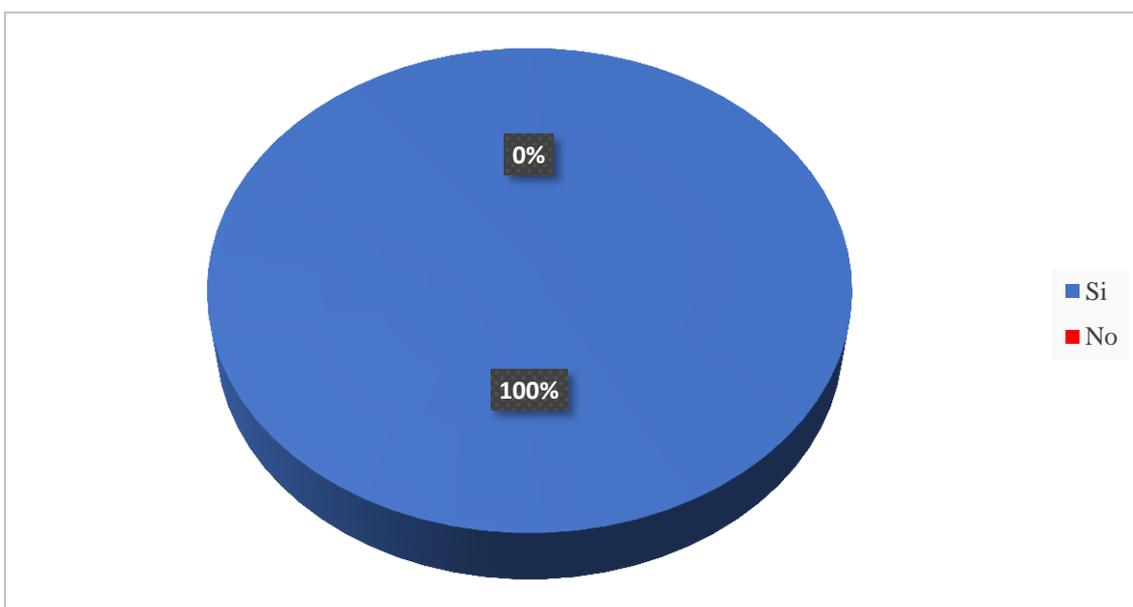


Figura 16: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cumple usted puntualmente con el pago de sus tributos?

Fuente: Encuesta aplicada a los dueños.
Elaboración Propia

En la tabla 16 denominada Pago de Tributos el 100% de los encuestados respondieron que si cumplen con pagar sus tributos de acuerdo al régimen en que se encuentran registrados.

TABLA 17

¿Cuenta con alguna persona que lo ayuda con la Bodega?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	71%
No	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los Dueños de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

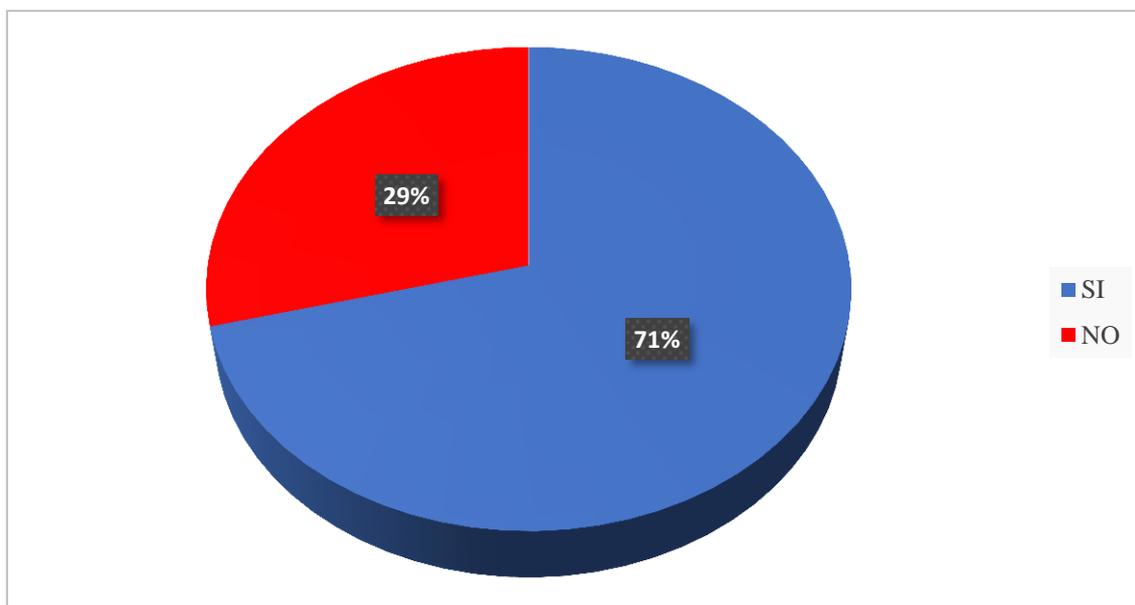


Figura 17: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cuenta con alguna persona que lo ayuda con la bodega?

Fuente: Encuesta aplicada a los dueños.
Elaboración Propia

En la tabla y gráfico 17 denominada Colaboradores el 71% de los encuestado indicaron que si cuentan con una persona que los ayuda en la bodega mientras el 29% manifestó que no cuentan con otra persona que los ayude en la bodega.

TABLA 18

¿Con que tipo de Licencia de funcionamiento cuenta su bodega?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Temporal(A)	0	0%
Definitiva (B)	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los Dueños de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

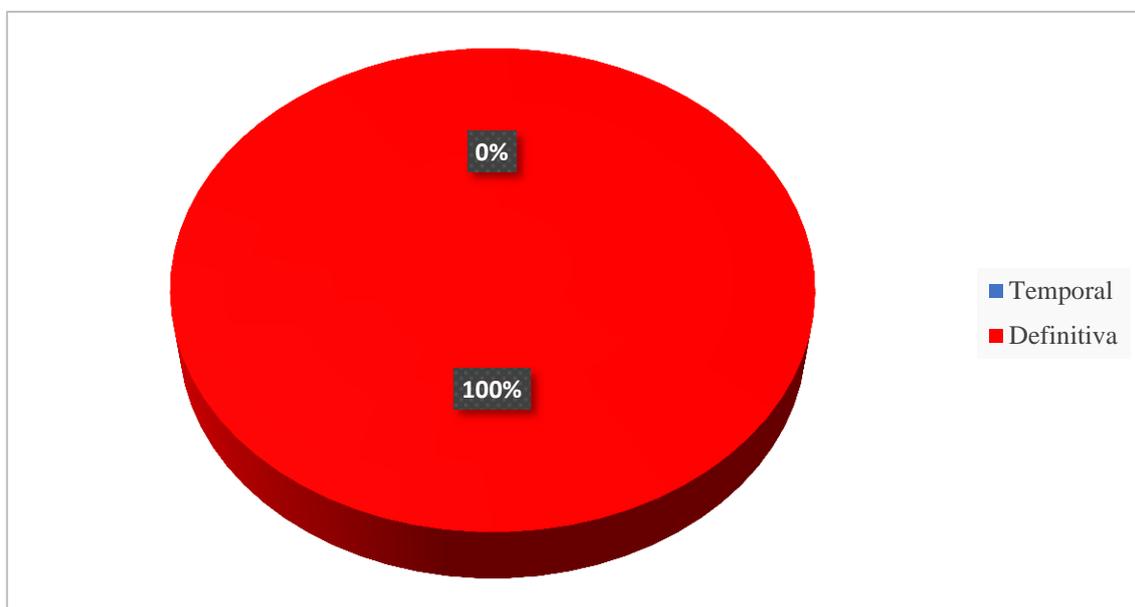


Figura 18: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Con que tipo de Licencia de funcionamiento cuenta su bodega?

Fuente: Encuesta aplicada a los dueños.
Elaboración Propia

En la tabla 18 denominada Tipo de licencia de funcionamiento el 100% de los encuestados manifestaron que cuentan con la licencia de funcionamiento definitiva.

TABLA 19

¿Cuenta con el carnet y certificado de saneamiento actualizados?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	100%
No	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los Dueños de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

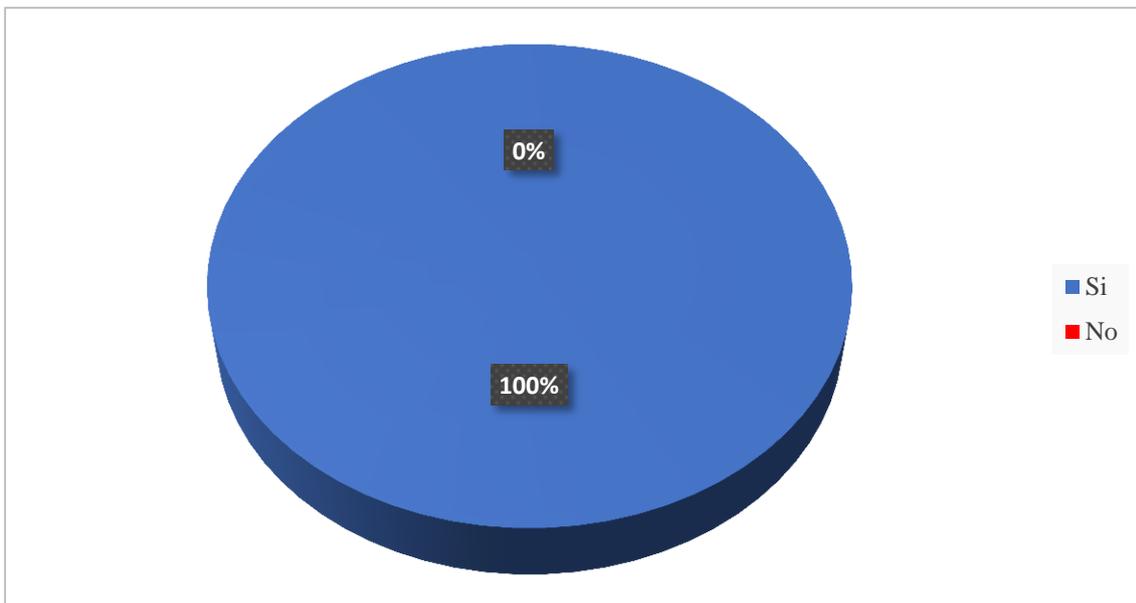


Figura 19: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cuenta con el carnet y certificado de saneamiento actualizados?

Fuente: Encuesta aplicada a los dueños.
Elaboración Propia

En la tabla 19 denominada Carnet y Certificado de Saneamiento el 100% de los encuestados respondieron que, si tiene ambos documentas vigentes y actualizados.

5.1.2.2. Objetivo 4: Beneficios de la Formalización

TABLA 20

¿Está de acuerdo con el monto que declara a la SUNAT cada mes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	100%
No	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los Dueños de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016

Elaboración Propia

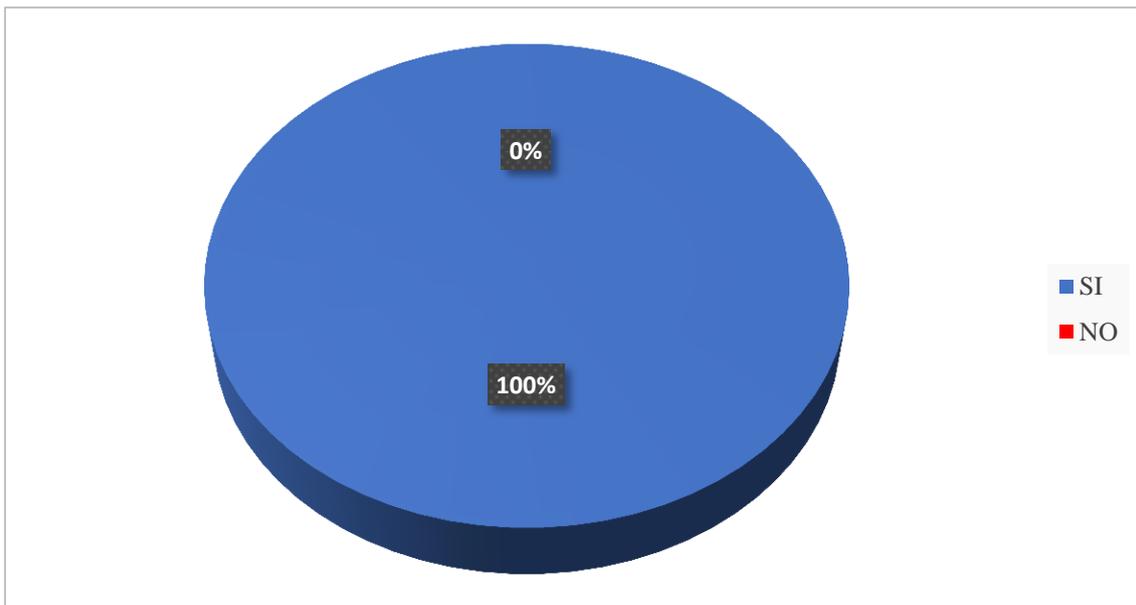


Figura 20: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Está de acuerdo con el monto que declara a la SUNAT cada mes?

Fuente: Encuesta aplicada a los dueños.

Elaboración Propia

En la tabla y gráfico 20 denominada Beneficio Tributario el 100% de los encuestados indicaron que si están de acuerdo con el monto que pagan cada mes.

TABLA 21

¿El proceso de formalización le pareció muy extenso?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	44%
No	4	56%
TOTAL	7	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los Dueños de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

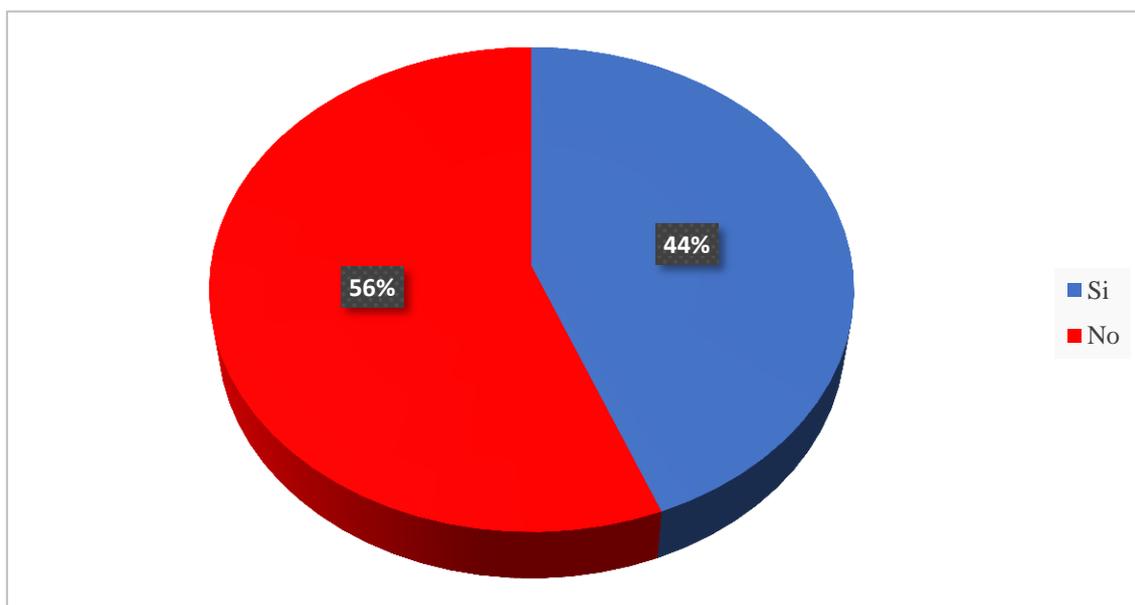


Figura 21: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿El proceso de formalización le pareció muy extenso?

Fuente: Encuesta aplicada a los dueños.
Elaboración Propia

En la tabla 21 denominada Proceso de formalización el 44% de los encuestados respondieron que el proceso para formalizarse si es extenso, mientras que el 56% menciona lo contrario.

TABLA 22

¿Le han hecho alguna invitación para participar de talleres de capacitación empresarial?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	71%
No	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los Dueños de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

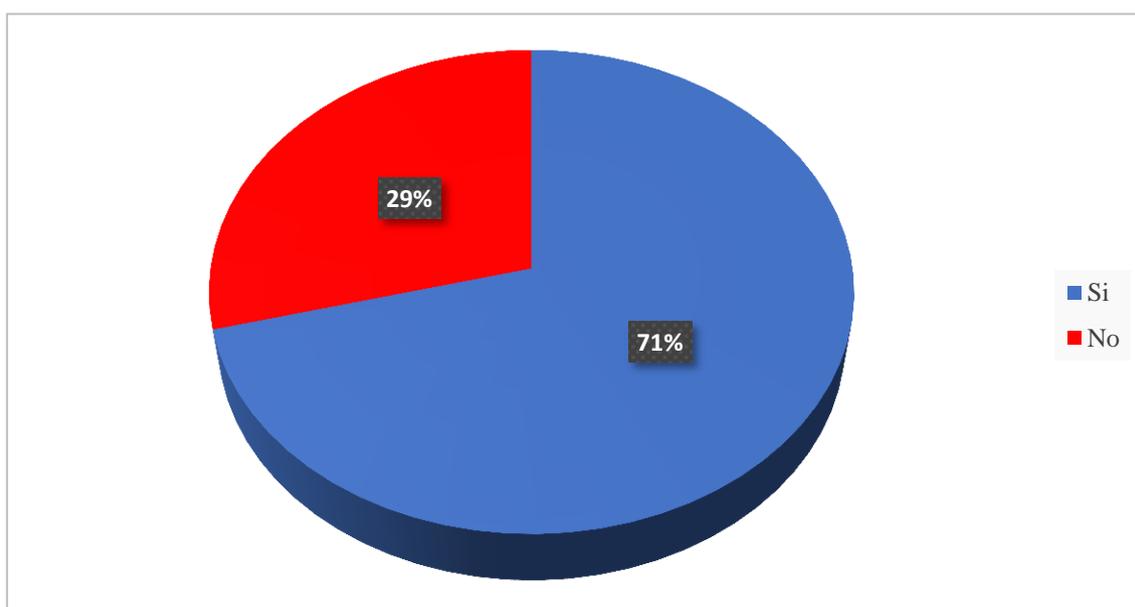


Figura 22: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Le han hecho alguna invitación para participar de talleres de capacitación empresarial?
Fuente: Encuesta aplicada a los dueños.
Elaboración Propia

En la tabla y figura 22 denominada Talleres de Capacitación el 71% de los encuestados respondieron que, si les han invitado para participar en talleres de capacitación, mientras que el 29% manifestó que no.

TABLA 23

¿Las entidades financieras le ofrecen créditos para implementar su bodega?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	100%
No	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los Dueños de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

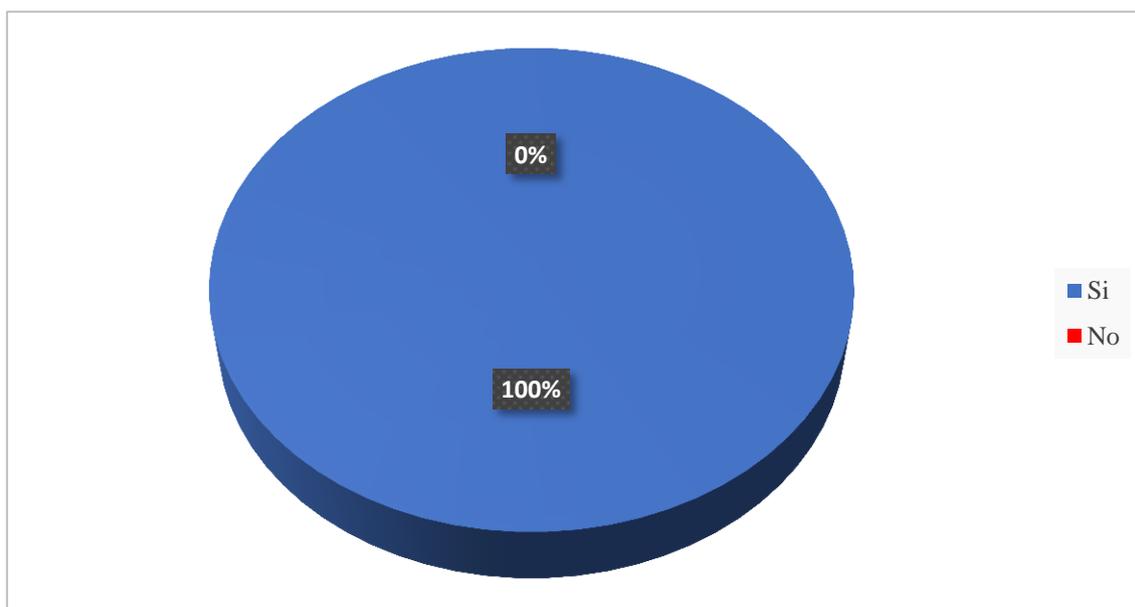


Figura 23: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Las entidades financieras le ofrecen créditos para implementar su bodega?

Fuente: Encuesta aplicada a los dueños.

Elaboración Propia

En la tabla 23 denominada Beneficios Financieros el 100% de los encuestado manifestaron que si les ofrecen créditos financieros para pequeños empresarios.

Tabla 24

¿Sus proveedores le otorgan crédito en productos para cancelarlos posteriormente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	57%
No	3	43%
TOTAL	7	100%

Fuente: Resultados de encuesta aplicado a los Dueños de las MYPE Rubro Bodega del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016
Elaboración Propia

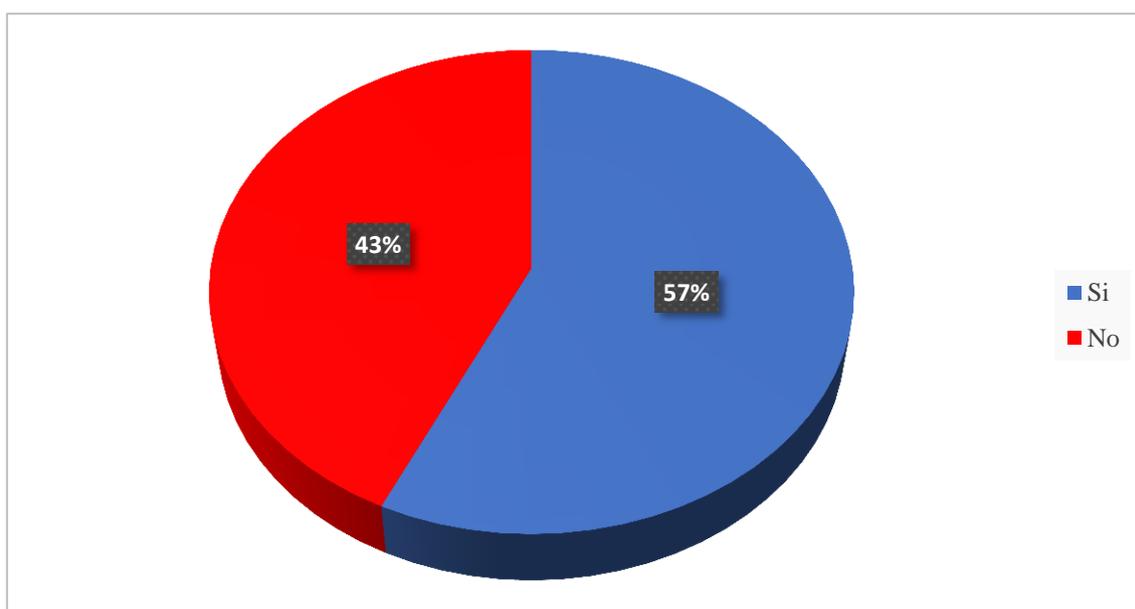


Figura 24: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Sus proveedores le otorgan crédito en productos para cancelarlos posteriormente?

Fuente: Encuesta aplicada a los dueños.

Elaboración Propia

En la tabla 24 denominada Beneficios con proveedores el 57% de los encuestado asumieron que, si se les otorga créditos por parte de sus proveedores los cuales cancelan posteriormente, por el contrario, el 43% manifestó que no se le ha otorgado este tipo de beneficio por parte de sus proveedores.

5.2. Análisis de los Resultados

Objetivo 1: Describir los elementos que influyen en la competitividad de las MYPE rubro bodegas

En la tabla y figura 1 denominada El Precio, se observa que el 64% de los encuestados considera que los productos que ofrecen las bodegas en su mayoría si tienen precios accesibles mientras el 36% consideran que los precios no son accesibles. Según Garrido (2013) manifiesta que otorgar precios bajos todos los días hace que el precio se convierte en una ventaja competitiva para las empresas, esto motiva a los clientes a comprar en sus establecimientos como punto de referencia.

Por otro lado, Cabrera, López & Ramírez (2011) consideran como uno de los elementos importantes de la competitividad es el precio, ya que al producir bienes o servicios y ofrecerlos a precios bajos dota a las empresas de una estrategia que les permitirá afrontar la competencia dentro de la industria en la que se desenvuelve. Además, se puede afirmar que ser competitivo es un resultado, que se obtiene cuando el precio al que se ofrece el producto o servicio al cliente coincide con la voluntad de pago para adquirirlo, y esto sucede de forma rentable y duradera para quien lo ofrece. Todos los consumidores, son de un modo u otro, sensibles al precio de los productos. Sin embargo, existen una serie de factores como las situaciones, la importancia del beneficio buscado con el producto, el tipo de producto y los costes inherentes en la adquisición del producto, que hacen que dicha sensibilidad no sea uniforme. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE otorguen a sus clientes precios accesibles con el fin de ocupar una posición preferencial y volverse competitivas como lo menciona Cabrera, López y Ramírez.

En la tabla y figura 2 denominada Verificación del Producto se observa que el 84% si verifica el producto que adquiere antes de consumirlo mientras que el 16% restante menciona que no verifica el producto. Según Lima (2012) para lograr la satisfacción de los consumidores finales con los productos y servicios ofrecidos estos deben llegar en las óptimas condiciones para su uso, lo que comprende, que tanto el proceso de producción, como los canales de distribución deben funcionar adecuadamente cumpliendo su función de intermediarios, de esta manera la calidad de los productos se mantiene y no se ve alterada. Es entonces que la condición y el estado en la que se encuentra un producto suele asociarse a la calidad y hasta la seguridad percibida por el consumidor, ya que a este le preocupa el tiempo que dispone para almacenar el producto en su hogar antes de su deterioro.

Por otro lado, para Otero, Salim y Carbajal (2006) la calidad permite a la empresa ser competitiva, más aún cuando se busca que esta se mantenga o se mejore puesto que el consumidor es cada vez más conocedor y consciente de la importancia de la calidad y será más riguroso al momento de comprar. La verificación es la acción fundamental en el proceso de compra y venta ya que el producto debe poseer las especificaciones. Así va a poder decidir correctamente sobre cuál es el producto que mejor satisface su necesidad. Para ello, el comprador asume la responsabilidad de leer y consultar la información que se encuentra en las etiquetas, catálogos, manuales de producto, sellos o certificados. Por tanto, se recomienda que las MYPES procuren el mantenimiento de la calidad de los diferentes productos que ofrecen.

En la tabla y figura 3 denominada Sugerencias 58% afirmaron que, si brindan sugerencia a los dueños para mejorar el servicio de las bodegas, mientras que el 42% manifestaron que no le sugieren mejoras. Lima (2012) menciona que las relaciones con los clientes son importantes para conocer opiniones de forma directa acerca del bien o servicio ofrecido, esta información es de suma importancia para las empresas al momento de lanzar y diversificar su línea de productos, teniendo en cuenta las nuevas tendencias y diseños que los clientes desean. Sin embargo, cuando los clientes tienen consejos y sugerencias que pueden ayudar a mejorar el desempeño de las empresas, estas no siempre tienen la disposición de escucharlos. El recibir consejos y sugerencias e implementarlas, demuestran lo importante que son los usuarios y que queremos satisfacer sus necesidades de una mejor manera.

Por otro lado, citando nuevamente a Otero, Salim y Carbajal (2006) afirman que la flexibilidad como elemento de la competitividad se refiere a la capacidad de las empresas para adaptarse a los cambios del mercado, así como las exigencias y comportamiento de los consumidores. Bajo esta afirmación las sugerencias y opiniones vertidas por los clientes tanto positivas como las valoraciones negativas ayudan a detectar problemas en los procesos de compra y permiten a la tienda mejorar su servicio. Para ello, es importante interactuar con el cliente y contestar sus opiniones, ya que de esta forma se consigue una mayor cercanía con el consumidor. Por lo que se recomienda que las MYPE no hagan caso omiso a las valoraciones, recomendaciones y opiniones que los clientes hacen ya sea del producto o del servicio, de las instalaciones, de la atención, o de otros aspectos, ya que a raíz de esto se podrá aplicar mejoras continuas.

En la tabla y figura 4 denominada Atención Rápida y Amable se observa que el 75% si considera que la atención que se les brinda es rápida y amable mientras que el 25% menciona que no. Según Garrido (2013) manifiesta que para lograr la fidelización del cliente es importante brindarle una atención personalizada, enfocada a mejorar la relación con los clientes mediante el compromiso de brindarle la información necesaria del bien o servicio, debido a que ante la sensibilidad de los compradores frente al precio el recurrir al trato personal y la rapidez con la que se satisfagan sus necesidades reopresentan un valor añadido que hace la diferencia.

Por otro lado Otero, Salim y Carbajal (2006) asocian el elemento de rapidez a la habilidad de las empresas para innovar e ir al ritmo de los avances tecnológicos así como de insertar dichos cambios de manera oportuna a los procesos para satisfacer la demanda. Los clientes son cada día más rigurosos, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una atención que llene sus expectativas sumado a un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido. Por lo tanto se recomienda a las MYPE enfatizar en la atención que brindan, mostrando siempre cordialidad y rapidez para atender las necesidades del cliente de manera eficiente durante todo el proceso de compra. Esto hace muy probable que los clientes vuelva adquirir los productos, visiten seguidamente el establecimiento e incluso lo recomiende con otros consumidores.

En la Tabla y figura 5 denominada Actitud del Personal se observa que el 72% de los encuestados concuerdan que la actitud de la persona que los atiende es amigable, mientras que el 28% manifiesta lo contrario que es indiferente. Según Solari (2013) enfatiza que para lograr un ambiente laboral agradable y fortalecer las habilidades del personal es necesario programar las actividades y los recursos mediante innovaciones y sistemas de control que monitoreen a tiempo real las operaciones. La asignación eficaz

de tareas ayuda que los colaboradores eviten duplicidad de trabajo lo que se refleja en la actitud de los mismos de mantener comportamientos adecuados y positivos frente al cliente.

Por otro lado, Otero, Salim & Carbajal (2006) manifiestan que el recurso humano influye en la competitividad, el cual debe poseer capacidades necesarias tanto físicas, como intelectuales para aportar a la productividad organizacional, así mismo, la experiencia, el talento y motivación va verse afectado si no existe capacitación constante, comunicación fluida entre jefes y colaboradores, adecuadas condiciones de trabajo y mecanismos de compensación o incentivos, es decir, con la ausencia de estos factor difícilmente se puede alcanzar ventajas competitivas, por el contrario originaria un impacto negativo sobre la eficiencia, la rapidez, la calidad y la flexibilidad de la empresa. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE para ser competitivas deben tener en claro que los colaboradores deben desenvolverse en un ambiente de trabajo favorable para que estos trabajen motivados y reflejan una actitud que permita un entorno armonioso dando paso al desarrollo eficiente y eficaz de los trabajos en el día a día. Así mismo, si no se cuenta cuentan con un trabajador, es importante el valorar la capacitación de los propios dueños a través de talleres a la vez que moldea su espacio de trabajo acorde a sus exigencias.

En la Tabla y figura 6 denominada Publicidad se observa que el el 59% de los encuestados menciona que las bodegas si utilizan medios la publicidad para dar a conocer los productos, mientras el 41% indica que no aplican publicidad . Según Garrido (2013) la publicidad mayormente es utilizada por los grandes detallistas para informar sobre la variedad de productos que ofrecen, utilizando los medios informativos que acaparen a una mayor cantidad personas. Sin embargo, las pequeñas

empresa no están obsoletos a ser uso de la publicidad ya que, es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.

Por otro lado, Díaz (2007) manifiesta que a nivel macroeconómico las empresas deben tener la capacidad de vender sus bienes o servicios mediante las actividades comerciales. Es decir, la publicidad juega un papel importante, ya sea cuando se quiere anunciar un nuevo producto o servicio, compartir información de precios, avisar sobre distintos puntos de venta, o sencillamente se busca recordar y reforzar la imagen de una marca ante su clientela. Así mismo una forma de hacer publicidad es a través de las ofertas y descuentos, así como otros mecanismos para impulsar los productos y servicios, con el objetivo de promover la persuasión de compra en función de cambiar prácticas del consumidor, lo que ayuda a facilitar el movimiento de productos, servicios y de información relacionada. Por lo tanto, se recomienda a la MYPE que aproveche los medios informativos más accesibles para dar a conocer sus empresas como herramienta clave para el éxito, puesto que un error muy común y grave es asumir que de manera automática los consumidores están al tanto de lo que se vende.

En la tabla y figura 7 denominada Implementación de Mejoras se observa que el 55% manifestó que la bodega si ha implementado mejoras en el último año, mientras que el 45% indicó lo contrario. González (2013) infiere que la capacidad de gestión, tiene como objetivo aprovechar los recursos en todos sus aspectos comercial, personal, producción, finanzas, administración, desarrollo de productos. Es decir que la capacidad

de gestión se aplica a todas las áreas que componen la organización, no obstante, en el caso de las MYPE, el propietario es el responsable directo encargado de administrar y tomar las decisiones más adecuadas que permitan el progreso del negocio. El propietario tiene la responsabilidad de satisfacer las necesidades de sus clientes y la manera de lograrlo es ofrecer nuevos productos, aplicar tecnología, atención personalizada para captar un público diferente.

Por otro lado, Otero, Salim & Carbajal (2006) afirman que el elemento de la capacidad de gestión se relaciona con el manejo y administración de la empresa, que incluye a la vez las destrezas y habilidades del administrador relacionado a la creatividad, innovación, poder de negociación, toma de decisiones, planificación. Por lo tanto, se recomienda a las MYPE buscar siempre innovar ya que la clave para un independiente es ofrecer algo adicional o excepcional a lo que hacen todos, es muy difícil inventar algo totalmente nuevo, pero si se conoce bien al cliente, se puede encontrar la forma de diferenciarse y aprovechar las oportunidades de negocio añadiendo nuevos servicios para mantenerse en el mercado y lograr una ventaja competitiva

En la tabla y figura 8 denominada Variedad de Productos se observa que el 70% de los encuestados si toma en cuenta la variedad de productos que la bodega le ofrece para una mejor elección de su compra, por el contrario, el 30% no lo toma en cuenta. De acuerdo con Garrido (2013) para que las MYPE afronten su competencia deben utilizar la estrategia del merchandising tradicional, esta busca que se expongan mayor número de diferentes productos, manipulando tácticamente los productos de primera necesidad diversificando por marcas, precios y uso, para de esta manera hay una mayor rotación de los mismos.

Por su parte Otero, Salim & Carbajal (2006) mencionan dentro del elemento de competitividad a la logística esta estrategia permite obtener la cantidad necesaria de productos teniendo en cuenta que estos satisfagan las necesidades de los clientes sin sobrepasar los recursos financieros disponibles. Además, la mercadería tiene que estar protegida en un sitio que reúna las condiciones idóneas para la preservación hasta que pueda ser vendida, pero no se trata sólo del local, sino de utilizar un régimen de organización que facilite la identificación, la ubicación, la cantidad y el precio de los stocks. La elección del producto consiste en el reconocimiento que el consumidor realiza sobre este estudiando las características del mismo y que se ajuste a su capacidad de adquisición, hacia una marca específica. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE ofrezcan una diversidad de productos los cuales pueden ser de una misma línea, pero los precios, tamaño, así como la presentación son distintas con el fin de otorgar al cliente el poder de elección.

En la tabla 9 y figura 9 denominada Limpieza del Establecimiento, se observa que el 81% manifiestan que al momento de asistir a una bodega si se encuentra limpia, mientras que el 19% indico que no se encuentra aseada y ordenada. Según Castaño y Gutiérrez (2013) manifiesta que los clientes pueden valorar a parte del precio otros factores como servicios complementarios o la ambientación del lugar al momento de comprar. Poseer una buena imagen es clave para la persuadir a los clientes y, por lo tanto, obtener a la vez mayores ingresos. Por ello, la limpieza está íntimamente relacionado con la imagen que se proyecta.

De acuerdo con Otero, Salim y Carbajal (2006) la logística de la empresa es un elemento primordial para la competitividad, entonces parte de la logística se relaciona con la higiene y la limpieza del lugar donde se exhiben los productos, los cuales al

encontrarse de manera ordenada evitará pérdidas de tiempo a la vez que se reduce el estrés y la confusión mental al tener todo localizado, ya que siempre se conocerá de un modo más fácil y rápido, las cantidades existentes de cada cosa y las que se deben pedir a los proveedores. Otro punto principal a tener en cuenta es la periodicidad con la que se debe realizar esta actividad lo que implica tener en cuenta el espacio, la cantidad de productos que se almacenan. Por tanto, se recomienda a las MYPES mantener sus establecimientos limpios y ordenados ya que esto trae consigo que el trabajo se simplifique y sea más agradable, elimina las causas de un accidente, evita daños a la propiedad, amplía el espacio disponible, se ahorra tiempo y materiales, la imagen que proyecta a los clientes será mucho mejor y la confianza de los consumidores será más alta.

Del primer objetivo específico Describir los elementos que influyen en la competitividad de las MYPE rubro bodegas se observa que el 84% sostiene que la calidad se refleja en las buenas condiciones de los productos, un 81% que la logística implica mantener la limpieza y el orden, un 75% considera que la rapidez se asocia a que el personal debe brindar atención rápida y amable, un 72% que la motivación del personal se proyecta en la actitud amigable que muestra el colaborador, un 70% indica que la logística implica poseer una variedad de productos que permitirá al cliente realizar una mejor elección durante la compra y un 64% asume que la eficiencia permite ofrecer precios accesibles a los consumidores.

Objetivo 2: Conocer las Estrategias de Competitividad que aplican las MYPE rubro bodegas

En la tabla y figura 10 denominada Precios Bajos se observa que el 63% de los encuestados consideran que la bodega a la que ellos recurren si tiene los precios mas

bajos a comparación de las otras bodegas, mientras que el 37% manifiesta que los precios no son los más bajos. Según Romero y Guevara (2014) mencionan que los costos de producción es uno de los cuatro ejes importantes que se deben tener en cuenta para ofrecer productos de calidad y accesibles en términos monetarios.

Por otro lado Gregory & G. T. Lumpkin (2003) manifiestan que para ofrecer precios accesibles a los consumidores se debe utilizar la estrategia de liderazgo en costo, que pertenecen al modelo de estrategias genéricas de Porter, donde se señala que los productos no necesariamente tienen que ser los mejores, pero que la calidad tampoco se vea desplazada, este tipo de estrategia está dirigida a los clientes que son sensibles al precio y que la variación puede dar como consecuencia la pérdida de ventas. Para lograr poner en práctica estas estrategias es que los costos de materias primas y materiales utilizados en la fabricación procedan de proveedores que los ofrezcan a menores precios, esto se puede lograr mediante la diversificación de la materia prima, así como su adquisición importada a menor costo y establecer y mantener relaciones estables con los proveedores. Por lo que se recomienda a las MYPE contar con variedad de proveedores con el propósito de realizar comparaciones de precios para elegir la mejor opción y así vender a menores precios que la competencia, así mismo se puede afirmar que ser competitivo es un resultado, que se obtiene cuando el precio al que se ofrece el producto o servicio al cliente coincide con la voluntad de pago para adquirirlo, y esto sucede de forma rentable y duradera para quien lo ofrece.

En la tabla y figura 11 denominada Línea de Productos. Se observa que el 51% adquiere mayormente la línea de productos de primera necesidad, el 31% lo que es bebidas y el 18% restante compra productos de aseo. Según Garrido (2013) la estrategia

de segmentación conocida también como enfoque, permite agrupar a los consumidores para identificar necesidades insatisfechas, por lo que las empresas crean o adquieren productos dirigidos a cubrir esas necesidades.

Por otro lado, Gregory & G. T. Lumpkin (2003) menciona que la estrategia de enfoque se aplica tanto un segmento de consumidores, a un mercado geográfico o a una línea de productos. Las estrategias de enfoque son más efectivas cuando los consumidores tienen particularidades o necesidades distintivas, y cuando las empresas rivales no intentan especializarse en el mismo segmento de mercado. Sin embargo, esta estrategia contempla entre los riesgos de la posibilidad de que muchos competidores reconozcan la estrategia de enfoque exitosa y la imiten, o que las preferencias de los consumidores se deriven hacia las características del producto que desea el mercado en general. Por la tanto se recomienda que las MYPE analicen y observen a sus clientes para determinar que productos son los que más se adquieren y tienen una alta rotación, con el fin de que sus esfuerzos se orienten a atender a un público específico y que busque una mejor negociación con los proveedores.

En la tabla 12 y figura 12 denominada Elemento Destacado. El 53% manifestó que el elemento que más destacan de una bodega es el precio. Según Garrido (2013) enfatiza que las pequeñas empresas deben estar en una búsqueda constante del elemento que las diferencie de su competencia dentro de un segmento de mercado. Parte de la estrategia es saber identificar los puntos fuertes que la empresa tiene y que debe aprovechar. La empresa que emplea como estrategia la diferenciación busca que el producto o servicio que se ofrece sea percibido como único.

Por otro lado, Gregory & G. T. Lumpkin (2003) mencionan que la estrategia de diferenciación busca proveer a la empresa una ventaja competitiva, es importante que esta estrategia se dirija directamente a un segmento específico del mercado y entregue un mensaje concreto y positivo acerca de lo distinto del producto a los demás productos en un mercado. Así mismo, esta estrategia ofrece una oportunidad de supervivencia a pequeñas empresas cuando compiten en un mercado dominado por grandes compañías. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE para lograr mantenerse a largo plazo debe considerar el otorgar precios accesibles, que implique un elemento diferenciador, debido a que otros factores lo acompañan como es la buena atención y la variedad de productos provocado por la negociación con los proveedores.

Del segundo objetivo específico Conocer las estrategias competitivas de las MYPE rubro bodegas se observa que el 63% sostiene que la estrategia de liderazgo en costos es lograr ofrecer productos a precios bajos para conseguir la preferencia de los clientes, un 54% que la estrategia de enfoque se basa en ofrecer la línea de productos que más demandan los clientes y un 54% que la estrategia de diferenciación que más se destaca es elemento del precio .

Objetivo 3: Detallar las etapas para la formalización de las MYPE rubro bodegas.

En la tabla y figura 13 denominada Tiempo Formalizado se observa que el 57% de los encuestados se encuentra formalizados de entre 5 a 10 años y el 43% restante llevan entre 1 a 5 años formalizado. Según Patiño (2010) menciona que una organización formalizada contribuye a alcanzar los objetivos de un país en el que se destaca disminuir los índices de pobreza, mantener la estabilidad económica ascendente

y crear medidas encaminadas a disminuir la informalidad, así mismo también implica que el micro empresario obtenga una serie de beneficios en el que se puede mencionar acceder a recursos financieros para lograr afianzar su negocio en el mercado.

Por otro lado de acuerdo con La Escuela de Emprendedores Mi Empresa Propia (2015) indican que para realizar actividades comerciales bajo el marco legal, la empresa debe estar formalizada ya sea como persona natural o como persona jurídica, las diferencias que van a existir entre estas dos formas de constitución de empresas son básicamente al orden de la organización interna que cada una tiene, ambas involucran diferentes procesos y requerimientos pero se ven beneficiadas de igual manera. Por lo tanto se recomienda que las MYPE que bienen funcionando en la informalidad o aquellas personas que apuestan por la creación de una empresa, para que esta se desenvuelva de manera natural, es necesario su formalización. Así mismo en un mundo globalizado en el que se vive la formalización no debe ser visto como una obligación sino como la oportunidad de acceder a mercados más grandes.

En la tabla y figura 14 denominada Capital de trabajo se observa que el 57% sostienen que al momento de iniciar su negocio si necesitaron de regular capital mientras que el 43% sostuvo que no necesitaron de una mayor inversión. Según Távora (2014) manifiestan que las MYPE necesitan que las políticas tributarias no sea tan estrictas, por el contrario deben ser más flexibles y beneficiosas, para que no afecten sus ingresos, esto debido a que muchos de los dueños cuentan con escaso capital propio y en muchas ocasiones recurren a las entidades financieras para obtener créditos, sin embargo es poco accesible si la empresa se encuentra en la informalidad.

Por otra parte La Escuela de Emprendedores Mi Empresa Propia (2015) menciona que dentro de la etapa del proceso de constitucion de una empresa se detalla el aporte de dinero que realizan los socios, la cual se valida ante notaria en el caso de una empresa como persona juridica, no obstante en el caso de persona natural con negocio no se registra ante una acta la cantidad de capital utilizado, pero dicho monto existe y es administrado por el propietario. Por lo tanto se recomienda a las MYPE insertarse dentro de la empresas formalizadas ya que si su capital propio no abarca la inversion que desea realizar, podra acceder a creditos, ademas las normas en si no establecen un aporte de capital mínimo o un aporte de capital máximo, sino que son los propios socios o el propio responsable del negocio dependiendo la modalidad de constitución los que van a definir qué monto de capital se va a poner e invertir, lo que implica el uso eficiente del mismo.

En la tabla y figura 15 denominada Régimen Afiliado se observa que el 100% de los encuestados sostuvo que se encuentran afiliados al régimen único simplificado (RUS). Según Masías (2011) menciona que la mayoría de las MYPE del rubro de ropa del mercado central se encuentra afiliados al RUS, ya que la mayoría de ventas las realizan por medio de boletas y no llevan registros de contabilidad, además estar en dicho régimen no implica registrarse en SUNARP.

Por otro lado, La Escuela de Emprendedores Mi Empresa Propia (2015) indica que dentro de la etapa de tributos el representante se inscribe en el registro unico de contribuyente (RUC) dando la informacion personal y datos solicitados por la Superintendencia Nacional de Administracion Tributaria, dentro del cual elije afiliarse al regimen especial, regimen general o regimen unico simplificado, ademas dentro de esta

etapa se hace entrega de la clave sol para realizar sus declaraciones de manera virtual. Por lo tanto se recomienda a las MYPE que al momento de registrar su negocio en la SUNAT elija el régimen adecuado y que se ajuste a sus ingresos, por tanto el RUS es un régimen tributario creado para los pequeños comerciantes y productores, el cual les va a ayudar a pagar una cuota mensual fijada en función a sus compras y/o ingresos, con la que se sustituye el pago de diversos tributos.

En la tabla y figura 16 denominada Pago de tributos el 100% de los encuestados indican que se realizan sus pagos de impuestos puntualmente. Según Pachamango (2014) infieren que la falta de incentivo o reconocimiento a los microempresarios que cumplen con el pago de sus tributos conlleva a que las empresas que aún se encuentran informales se mantengan en esa situación ya que ven que sus aportes no se utilizan en el mejoramiento de la infraestructura.

Por otro lado, La Escuela de Emprendedores Mi Empresa Propia (2015) menciona que la etapa de tributación también implica el pago de tributos ya que es aquí donde se selecciona el régimen tributario y el monto que se declara cada mes de acuerdo al último número de RUC. Además los tributos representan las contribuciones que deben hacer las empresas dentro del marco de la ley, para que el estado tenga los recursos suficientes para ofrecer los bienes y servicios públicos que necesita la población. Por lo que se recomienda que las MYPE vean la formalización como algo positivo para el país y que mediante sus impuestos contribuye a que el estado puede obtener los recursos para brindar, educación, salud, seguridad, obras públicas, combate a la pobreza y el impulso a los sectores económicos que son fundamentales para el

crecimiento de la economía, el estado debe de buscar la igualdad de oportunidades y crear normas que incentiven la formalización.

En la tabla y figura 17 denominada Colaboradores se observa que el 71% de los encuestados manifiestan que, si cuentan con una persona que los ayuda con el negocio, mientras que 29% sostuvo que solo ellos se encargan del negocio. Según Beltrán & Ramos mencionan que registrar a los trabajadores en el ministerio de trabajo a través del régimen REMYPE resulta favorable para las microempresas, puesto que los gastos en cuanto a gratificaciones, CTS, vacaciones y asignación familiar no son demasiados altos, en tanto que mantiene a los trabajadores laborando formalmente y los mismos responden con eficiencia en las operaciones que realizan en su área de trabajo.

Por otro lado, La Escuela de Emprendedores Mi Empresa Propia (2015) infiere que la tercera etapa para formalizar una empresa corresponde a los trabajadores, en el que se elige entre el regimen laboral especial o regimen laboral general. Cada uno implementa politicas para la contratación del personal, elabora estructuras de remuneracion, metodos de capacitacion y acciones de reconocimiento del desempeño. Asi mismo, la aplicación de cualquiera de estos regimenenes muestra las buenas practicas de la organización no solo para ofrecer credibilidad de su organización si no que dichas medidas conllevaran a evitar sanciones por parte de los entes reguladores, asi como los conflictos internos entre colaboradores y jefes. Por lo tanto se recomienda a las MYPE que opten por formalizar a sus colaboradores con el fin de evitar sanciones y a la vez incentivar el trabajo seguro como incentivo para mejorar las relaciones entre colaboradores y empleadores.

En la tabla y figura 18 denominada licencia de funcionamiento se observa que el 100% de los encuestados asumieron que cuentan con la licencia de funcionamiento definitiva. Según Masias (2011) sostiene que la mayoría de las MYPE del rubro ropa cuentan con la licencia de funcionamiento provisional.

La Escuela de Emprendedores Mi Empresa Propia (2015) indica que para obtener la licencia de funcionamiento se debe asistir al organismo público correspondiente que en este caso es la municipalidad de la zona donde se encontrará ubicado la empresa, este documento de suma importancia implica cumplir con todas las medidas de seguridad como vías de acceso y de salida, señalización, implementos de seguridad, entre otros. Estas medidas que las empresas adoptan, se da también por la mayor presión fiscalizadora. Esto demuestra que, mientras más crece la MYPE, mayor será su inclinación hacia la formalidad. Por lo tanto se recomienda a las MYPE que tramiten o renueven su licencia de funcionamiento ya que les permite la realización de actividades económicas, legalmente aceptadas, conforme a las normas de la zona y bajo condiciones de seguridad. Así mismo certifica la formalidad de su negocio, ante entidades públicas y privadas, favoreciendo su acceso al mercado y por último avala el libre desarrollo de la actividad económica autorizada por la municipalidad.

En la tabla y figura 19 denominada Carnet y certificado de saneamiento el 100% de los encuestados manifiestan que si tienen actualizados el carnet y certificado de saneamiento. Navarrete (2011) sostiene señalan que los trámites para la formalización en el caso del rubro panificadoras tienen una duración de 1 mes a más, lo que se atribuye a que estos establecimientos deben contar con permisos especiales para iniciar sus actividades comerciales. Por otro lado La Escuela de Emprendedores Mi Empresa Propia (2015) indica como última etapa para formalizar un negocio y empezar a

funcionar, es verificar si se necesita de permisos especiales, dichas autorizaciones se solicitan a los Ministerios y oficinas descentralizadas en las que se pueden mencionar al ministerio de agricultura, comercio exterior y turismo, educación, producción entre otros; ubicados en las regiones según el giro o rubro del negocio, los cuales permiten certificar que se cumple con las normas de salud, de seguridad, de infraestructura, etc. Con el único objetivo de que el negocio garantice, no poner en riesgo la vida de los usuarios. Por lo tanto, se recomienda a las MYPE tramiten y obtengan los permisos especiales en caso el rubro del negocio lo requiera para ofrecer seguridad y confianza a los clientes.

Del tercer objetivo específico Detallar las etapas para la formalización de las MYPE rubro bodegas se observa que el 100% menciona que en la etapa de tributacion optaron por afiliarse al Regimen unico simplificado a la vez que un 100% cumple con el pago de sus tributos, un 100% que en la etapa de licencias lograron obtener la licencia de funcionamiento definitiva, un 100% que los permisos especiales que tienen actualizados corresponden al carnet y certificado de saneamiento, un 71% que en la etapa de formalizacion de trabajadores cuentan con una persona que los ayudan en el negocio y un 57% que constituidos llevan entre 5 a 10 años en tanto que un 57% requirio de regular capital de trabajo.

Objetivo 4: Describir los beneficios de la formalización de las MYPE rubro bodegas.

En la tabla y figura 20 denominada Declaración de Impuestos se observa que el 100% de los encuestados si están conforme con el monto que pagan al declarar sus impuestos. Según Masías (2016) manifiestan que los beneficios tributarios se relacionan

con el nuevo régimen simplificado, ya que permite a las pequeñas empresas tributar mediante un pago fijo mínimo.

Por otro lado, Guzmán (2015) afirma que dentro de los beneficios tributarios las Personas Naturales que se afilian al RUS efectuaran el pago de 20 soles. Así mismo, no tienen la obligación de llevar libros contables, no se tiene la obligación de declarar o pagar Impuesto a la Renta, el Impuesto General a la Ventas y el Impuesto de Promoción Municipal y el pago del tributo se realiza de manera directa de acuerdo al cronograma de SUNAT y conforme al último dígito de RUC en los bancos autorizados. Además, la microempresa que opta por el Régimen Especial de Renta, sólo cancelaran el 1.5 por ciento de sus ingresos netos mensuales. Las MYPES estarán exentas del pago de tasas a las Municipalidades por diligencias tales como renovación, actualización de datos entre otros relacionados a la misma, excepto en el cambio de régimen.

En la tabla y figura 21 denominada proceso de Formalización se observa que el 56% de los encuestados sostienen que el proceso para formalizarse no les pareció extenso, mientras que el 44% indicó que sí había demora para formalizarse.

Según Navarrete (2011) concluye que las MYPE del rubro panadería para formalizarse requirieron de un mes a más para cumplir con todos los requisitos, además de los pagos que deben realizar.

Guzmán (2015) reitera que formalizar tu empresa en la actualidad ya no implica procesos burocráticos, en el caso de personas naturales con negocio el trámite puede durar hasta tres días, mientras que para la constitución de personas jurídicas se estima que dicho proceso se realiza en menos de un mes, no obstante, los organismos estatales correspondientes realizan esfuerzos para que dichos trámites se realicen en

mucho menor tiempo. Por lo tanto, se recomienda a las MYPE que durante el proceso de formalización presenten la documentación correspondiente en los tiempos establecidos o anticiparse a ello lo que significa que la empresa empiece a funcionar lo más antes posible.

En la tabla y figura 22 denominada Talleres de capacitación el 71% de los encuestados manifestaron que, si les han hecho la invitación a participar en talleres de capacitación empresarial, por el contrario, el 29% sostuvo que no le han hecho tal invitación. Según Calderón & Gonzales (2014) concluyen que la formalización aporta diversos beneficios en los que se destaca la capacitación tanto para los dueños como para los trabajadores en temas relacionados a ventas, diversificación de productos y conocimiento sobre el mercado que se desea atender. Por otra parte, Guzmán (2015) manifiesta que la formalización beneficia a los empleadores y a los colaboradores en la medida en que los primeros cumplen con ofrecer seguridad, adecuada remuneración, vacaciones, reconocimientos por el desempeño y capacitación, para obtener como respuesta por parte de los trabajadores el compromiso de alcanzar los objetivos de la organización. Por lo tanto, se recomienda a las MYPE que a través de la formalización existen beneficios como programas de capacitación que brinda el estado y que deben aprovechar para fortalecer el conocimiento en temas administrativos.

En la tabla y figura 23 denominada Beneficios Financieros se observa que el 100% de los encuestados afirma que las entidades financieras les ofrecen créditos para implementar su negocio. Según Navarrete (2011) uno de los beneficios de estar formalizados es la accesibilidad a los créditos lo que proporciona abastecer el negocio y

obtener mayores ventas. Por otro lado, Guzmán (2015) menciona que los créditos financieros otorgados por las cajas municipales y bancos son más fáciles de obtenerse cuando las MYPE están formalizados ya que esto representa una garantía de devolución del préstamo. Por lo tanto, se recomienda a las MYPE evaluar que entidades le ofrecen créditos con bajas tasas de interés y que la rotación de los ingresos de su negocio le permita cumplir con la obligación de pago.

En la tabla y figura 24 denominada Beneficios De Proveedores se observa el 57% de los encuestados asumieron que, si se les otorga créditos en productos por parte de sus proveedores, por el contrario, el 43% manifestó que no se le ha otorgado este tipo de beneficios. Según Pachamango (2014) la formalización es sinónimo de beneficios económicos, sociales y laborales lo que resulta en ventajas para los integrantes de la organización. Por otro lado, Guzmán (2015) menciona que los beneficios financieros también implican la realización de créditos con empresas u organizaciones que nos faciliten maquinaria, productos para el funcionamiento de la actividad comercial. Por lo tanto, se recomienda a las MYPE mantener una buena comunicación y negociación con los proveedores.

Del cuarto Objetivo Describir los beneficios de la formalización de las MYPE rubro bodegas se observa que el 100% considera dentro de los beneficios tributarios esta el afiliarse al RUS, un 100% sostuvo que las entidades financieras le facilitan créditos para implementar sus bodegas, y un 71% que uno de los beneficios laborales es la capacitación .

VI. CONCLUSIONES

Respecto a los elementos que influyen en la competitividad de las MYPE rubro bodegas, se describe que la calidad se refleja en las buenas condiciones de los productos, la logística implica mantener la limpieza y el orden, la rapidez se asocia a que el personal debe brindar atención rápida y amable, la motivación del personal se proyecta en la actitud amigable que muestra el colaborador, la logística también implica poseer una variedad de productos que permita al cliente realizar una mejor elección durante la compra y que la eficiencia permite ofrecer precios accesibles a los consumidores.

Con relación a las estrategias competitivas que aplican las MYPE rubro bodegas, se conoce que la estrategia de liderazgo en costos es lograr ofrecer productos a precios bajos para conseguir la preferencia de los clientes, la estrategia de enfoque se basa en ofrecer la línea de productos que más demandan los clientes y que la estrategia de diferenciación que más se destaca es el elemento del precio.

Respecto a las etapas para la formalización de las MYPE rubro bodegas, se detalla que en la etapa de tributación optan por el Régimen único simplificado y que cumplen con el pago de sus tributos, en la etapa de licencias obtuvieron la licencia de funcionamiento definitiva, los permisos especiales que tienen actualizados corresponden al carnet y certificado de saneamiento, en la etapa de formalización de trabajadores cuentan con una persona que los ayudan en el negocio, llevan constituidos entre 5 a 10 años y que requirieron de regular capital de trabajo.

Con relacion a los beneficios de la formalización de las MYPE rubro bodegas se conoce que dentro de los beneficios tributarios esta el afiliarse al RUS, que las entidades financieras les facilitan creditos para implementar sus bodegas, y que uno de los beneficios laborales es la capacitacion .

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abusada , R. (2017). Insoluble Informalidad. *El Comercio*.
- Anzil, F. (2008). *Competitividad*. Obtenido de Zona Económica: <https://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>
- Arias , F. (2006). *El Proyecto de Investigación Introduccion a la Metodologia Cientifica - 5ta Edición*. Caracas: Editorial Texto, c.a.
- Arias , F. (2012). *El Proyecto de Investigación Introduccion a la Metodologia Cientifica*. Caracas: Ediciones El Pasillo.
- Barreiro, A. (2010). *La informacion Contable para las estrategias Empresariales: Un instrumento para la innovación*. España: Editorial Academica Española.
- Beltran , M., & Ramos , H. (2016). *Influencia de Beneficios Laborales en la Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas en la Ciudad de Puno, l 2014 - 2015*. Obtenido de Universidad Andina Nestor Cáceres Velasquez : <http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/660/TESIS%20DNI%2045793963-74690746.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cabrera Martinez , A., Lopéz Lopéz, P., & Ramirez Mendez, C. (2011). *La Competitividad Empresarial: Un marco Conceptual para su Estudio*. Bogota: Fundacion Universidad Central.
- Chiri, A. (2011). *Competitividad y Desarrollo: Evolucion y Perspectivas Recientes .* Lima: Editorial Planeta Perú.
- Choy , A. (2013). *Disminuye Apertura de Bodegas por Aumento de Supermercados en Perú*. Obtenido de RPP Noticias: <https://rpp.pe/economia/economia/disminuye-apertura-de-bodegas-por-aumento-de-supermercados-en-peru-noticia-574894>
- Choy, A. (2016). el 91.5% de Bodegas Peruana Facturan menos de S/ 277 500 al año. *Gestión*.
- Choy, A. (2016). *Existen 414 000 bodegas formales a nivel nacional*. Obtenido de Andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-existen-414000-bodegas-formales-a-nivel-nacional-el-pais-596102.aspx>

- Diario , G. (2018). Cuáles son los regímenes Tributarios. *Diario Gestión*.
- Diario Perú21. (2015). *CADE 2015: Factores para que las MYPES sigan Creciendo*. Obtenido de <https://peru21.pe/economia/cade-2015-expertos-identifican-factores-mypes-continuen-creciendo-205654>
- Diario, G. (2016). Se frena la Reducción de la Informalidad en Perú: Crece a 73.2% el 2015 alerta el SNI. *Diario Gestión*.
- Díaz, A. (2007). Divergencia Regional en los Niveles de la Productividad Sectorial del Trabajo y la Productividad Total Factorial. *Revista Comercio Exterior*.
- Escalante, J. (2014). Siete Puntos Clave en los Cambios de la Ley de Mypes. *El Comercio*.
- Escobar , E. (2015). *La Responsabilidad Social Empresarial Como Medio de Rentabilidad y Competitividad*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Perú:
file:///C:/Users/DISE%20C3%91O/Downloads/ESCOBAR_HUARHUA_ELIANA_LA_RESPONSABILIDAD_SOCIAL.pdf
- Escuela de Emprendedores Mi Empresa Propia. (2015). *Constitución y Formalización Manual del Emprendedor*. Obtenido de <https://mep.pe/intranetvirtual/Constitucion-y-Fomalizacion/Manual%20Constitucion%20y%20Formalizacion.pdf>
- Espinoza, N. (2008). *Las PYME en el Perú*. Obtenido de <http://nospinozah.blogspot.pe/2008/05/las-pymes-en-el-per.html>
- Exitosa Noticias. (2017). *El 80% de las MYPES estan en la Informalidad*. Obtenido de <https://exitosanoticias.pe/casi-80-mypes-esta-la-informalidad/>
- Fernandez Lorenzo, A. (2012). *Conceptos de Estrategia Empresarial*. España: Escuela de Organización Industrial.
- Garrido, J. (2013). *Las Estrategias Competitivas de las Micro y Pequeñas Empresas Detallistas ante la Gran Distribución*. Obtenido de Universidad Internacional de Catalunya:
https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/104512/Tesi_Jordi_Garrido.pdf?sequence=1

- Gonzales , J. (2013). *Gestión Empresarial y Competitividad en las MYPES del Sector Textil en el Marco de la Ley N° 28015 en el Distrito de la Victoria - año 2013*. Obtenido de Universidad San Martín de Porres: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf
- Gonzales, R., & Mendieta, M. (2009). *Reflexiones sobre la Conceptualización de la Competitividad de Destinos Turísticos*. Argentina: Centro para la Planificación y el Desarrollo Sustentable del Turismo.
- Gonzalo , C. (2008). *Enfoque Descriptivo y Experimental en epidemiología*. Obtenido de Sociedad Medica de Santiago Sociedad Chilena de Medicina Interna: <http://www.smschile.cl/documentos/cursos2008/medicinainternaavanzada/EI%20internista%20en%20la%20practica%20clinica%20habitual%20problemas%20y%20soluciones%20el%20enfoque%20descriptivo.pdf>
- Gregory, G., & G.T Lumpkin. (2003). *Dirección Estratégica*. España: S.A MCGRAW_HILL/ INTERAMERICANA DE ESPAÑA. Obtenido de Universidad de Chile.
- Hernandez , R. (2006). *Formulacion de Hipotesis*. Obtenido de Instituto de Estudios Universitarios: <https://idolotec.files.wordpress.com/2012/05/sampieri-cap-5.pdf>
- Herrera, B. (2011). Analisis Estructural de las MYPES Y PYMES. *Quipukamayoc: Revistas de la Facultad de Ciencias Contables*, 70.
- INEI. (2015). *Comportamiento de la Economía Peruana en el Cuarto Trimestre 2015*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n01_pbi-trimestral-_2015iv.pdf
- Lima, C. (2012). *Estrategia de Competitividad para Pymes*. Obtenido de Universidad Nacional Autónoma de México: <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/jspui/bitstream/132.248.52.100/2171/1/Tesis.pdf>
- Loayza, N. (2008). *Causas y Consecuencias de la Informalidad en el Perú*. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Estudios-Economicos/15/Estudios-Economicos-15-3.pdf>

- López, Á., García, E., & Serrano, C. (2003). *Competitividad y Eficiencia*. Obtenido de Departamento de Economía Aplicada. Universidad de Valencia: <file:///C:/Users/DISE%20910/Downloads/Dialnet-CompetitividadYEficiencia-784682.pdf>
- Masías , M. (2016). *Formalización y Gestión de Calidad de las MYPE Comerciales, Rubro Ropa del Mercado Central de Talara - Piura, Año 2016*. Obtenido de Universidad Católica Los Angeles de Chimbote: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1019/FORMALIZACION_GESTION_DE_CALIDAD_MASIAS_VILCHEZ_MARIA_ELIZABETH.pdf?sequence=1
- Ministerio de Industria, C. y. (2018). *Manual Basico Sobre Formalización*. Republica Dominicana: Ministerio de Industria Comercio y Mipymes.
- Ministerio de la Producción. (2009). *Guia de Constitución y Formalización de Empresas*. Obtenido de file:///D:/%20A0/Decimo%20Ciclo/Tesis/Guia_Constitucion_empresas.pdf
- Ministerio de la Producción. (2015). *Estudio de la Situación Actual de las Empresas Peruanas*. Lima: Ministerio de la Produccion.
- Monterroso, E. (2016). *Competitividad y Estrategia: Conceptos, Fundamentales y Relaciones*. *Revista Electronica del Departamento de Ciencias Sociales* .
- Morales, C. (2018). Inei: Inflacion en Lima fue de 1,36% en 2017. *Peru 21*.
- Organización Internacional de Trabajo. (2017). *La Formalización de las Empresas*. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/--ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf
- Otero , A., Salim, L., & Carbajal, R. (2006). *Competitividad: Marco Conceptual y Analisis Sectorial para la Provinciade Buenos Aires*. La Plata: Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires.
- Parodi, C. (2012). *Perú: Crecimiento y Desarrollo*. Obtenido de <https://gestion.pe/blog/economiaparatodos/2012/08/peru-crecimiento-y-desarrollo.html>

- Patiño, O. (2010). *El Modelo MIFE como Instrumento para la Formalización del Empresariado. Una Aplicación para las Microempresas Informales de Bogota*". Obtenido de Universidad Nebrija: <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/381/PatinoOmar2010.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pecina, M. (2011). *Clusters y Competitividad*. Mexico: Edición Electronica Gratuita.
- Pérez , E., Huaroto, J., Quintana, g., & Uyhara, J. (2013). Gestion en el Tercer Milenio. *Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Mayor de San Marcos*. Obtenido de file:///C:/Users/DISE%C3%91O/Downloads/8661-30038-1-PB.pdf
- Rivera , J., & Silvera , I. (2012). *Formalización Tributaria de los Comerciantes Informales en la Zona Central del Cantón Milagro*. Obtenido de Universidad Estatal del Milagro: file:///C:/Users/DISE%C3%91O/Downloads/Formalizaci%C3%B3n%20tributar ia%20de%20los%20comerciantes%20informales%20en%20la%20zona%20cent ral%20del%20cant%C3%B3n%20Milagro..pdf
- Roca , E., Mesones , A., & Avolio, B. (2010). *Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú*. Obtenido de file:///C:/Users/DISE%C3%91O/Downloads/4126-15740-1-PB%20(1).pdf
- Rocca, E. (2014). Mypes Podrian reducir sus costos si usaran mas Tecnologia de Información y Comunicación. *Gestion*.
- Roman , M. (2016). *Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MYPE de Servicio Rubro Pizzeria en el Centro de Piura*. Obtenido de Universidad Católica Los Angeles de Chimbote: http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/1044/COMPETITIVIDAD_CAPACITACION_%20ROMAN_JIBAJA_MARIA_JESUS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Romero, J., & Guevara , S. (2014). *Lineamientos Estratégicos Claves de Competitividad para la Introducción y Fortalecimiento en la Actividad Exportadora, las MYPES del sector Artesanal en la Región de Piura, Frente a la Nuevas Tendencias del Mercado*. Obtenido de Universidad de Piura:

https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1864/AE_270.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rubio , L., & Baz , V. (2005). *El Poder de la Competitividad*. Mexico: Fondo de Cultura Economica /CIDAC.

Rubio, L., & Baz, V. (2005). *El Poder de la Competitividad*. Mexico: Fondo de Cultura Economica.

Sanromán , R., Gonzáles , I., & Villa , M. (2015). Los Principios Eticos y las Obligaciones Civiles. *Scielo*.

Sarmiento, S. (2008). *Competitividad Regional*. Obtenido de Dimension Empresarial: <file:///C:/Users/DISE%C3%91O/Downloads/Dialnet-CompetitividadRegional-3990114.pdf>

Solari, L. (2013). *Mejora de la Competitividad* . Obtenido de Pontificia Universidad Catolica del Perú: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5469/SOLARI_ZAPATA_LUIS_MEJORA_SERVICIOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tamayo, M. (2008). *El proceso de la Investigación científica*. Mexico: Editorial Limusa S.A.

Tavara, R. (2014). *Propuestas de un Programa de Incentivos Tributarios para la Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas Comerciales de los Mercados del Distrito de Piura año 2012*. Obtenido de Universidad Nacional de Piura : <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/593/CON-ROS-NOE-14.pdf?sequence=1>

Torres Gonzales, L. E. (2016). Pymes Tienen Doble Crecimiento con Uso de la Tecnologia. *Diario Correo*.

ANEXOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO DE COMPETITIVIDAD APLICADO A LOS CLIENTES DEL
RUBRO BODEGAS DEL AA. HH LOS MEDANOS – CASTILLA – PIURA

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado **“Caracterización de la Competitividad y Formalización de las MYPE, rubro bodegas del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016”**; en este sentido le solicitamos responder con sinceridad las siguientes preguntas.

I. ELEMENTOS DE LA COMPETITIVIDAD

1. **¿Considera que el precio de los productos que la bodega ofrece son en su mayoría accesibles?**

Sí

No

2. **¿Al realizar una compra verifica que el producto este en buenas condiciones?**

Sí

No

3. **¿Brinda sugerencias al dueño de la bodega para un mejor servicio?**

Sí

No

4. **¿El personal brinda una atención rápida y amable?**

Sí

No

5. **¿Qué actitudes muestra el personal al momento de atenderlo?**

Amigable

Indiferente

6. **¿La bodega a la que usted recurre aplica algún tipo de publicidad?**

Sí

No

7. **¿Considera que la bodega ha implementado mejoras en el último año?**

Sí

No

8. **¿Toma en cuenta la variedad de productos que la bodega ofrece para una mejor elección en su compra?**

Sí

No

9. **¿La bodega a la que usted asiste se encuentra limpia y ordenada?**

Sí

No

II. ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD

10. **¿Considera que la bodega a la que usted recurre tiene los precios más bajos que el resto de las bodegas de la zona?**

Sí

No

11. **¿Usted qué elemento destaca más de una bodega?**

Precio

Buena Atención

Variedad de Productos

12. **¿Qué línea de productos adquiere con más frecuencia?**

Prod. de Primera necesidad

Bebidas

Aseo



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CUESTIONARIO DE COMPETITIVIDAD APLICADO A LOS DUEÑOS DEL
RUBRO BODEGAS DEL AA. HH LOS MEDANOS – CASTILLA – PIURA**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado **“Caracterización de la Competitividad y Formalización de las MYPE, rubro bodegas del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016”**; en este sentido le solicitamos responder con sinceridad las siguientes preguntas.

I. ETAPAS DE FORMALIZACIÓN

1. ¿Cuántos años lleva formalizado?

De 1 a 5 años

De 5 a 10 años

2. ¿Requirió de regular capital para iniciar su negocio?

Sí

No

3. ¿A qué régimen se encuentra afiliado?

RUS

Régimen General

Régimen Especial

4. ¿Cumple usted puntualmente con el pago de sus tributos?

Sí

No

5. ¿Cuenta con alguna persona que lo ayude con el negocio?

Sí

No

6. ¿Con que tipo de Licencia de funcionamiento cuenta su bodega?

Temporal

Definitiva

7. ¿Cuenta con el carnet y certificado de saneamiento actualizados?

Sí

No

II. BENEFICIOS DE LA FORMALIZACIÓN

8. ¿Está de acuerdo con el monto que declara a la SUNAT cada mes?

Sí

No

9. ¿El proceso de formalización le pareció muy extenso?

Si

No

10. ¿Le han hecho alguna invitación para participar de talleres de capacitación empresarial?

Sí

No

11. ¿Las entidades financieras le ofrecen créditos para implementar su negocio?

Sí

No

12. ¿Sus proveedores le otorgan créditos en productos para cancelarlos posteriormente?

Sí

No

CODIFICACIÓN VARIABLE COMPETITIVIDAD

Preguntas Encuestados	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Objetivos	Objetivo 1: Describir los Elementos de la Competitividad										Objetivo 2: Conocer las Estrategias de la competitividad	
E1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	3	2
E2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	3
E3	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1
E4	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1
E5	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
E6	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2
E7	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	3
E8	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
E9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
E10	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3
E11	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1
E12	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
E13	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1
E14	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3
E15	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	3	1
E16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3
E17	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1
E18	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	3
E19	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2
E20	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
E21	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	3	1
E22	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2
E23	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	3
E24	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1
E25	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1

E26	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	3	1
E27	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	3
E28	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2
E29	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1
E30	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1
E31	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2
E32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2
E33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
E34	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1
E35	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1
E36	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2
E37	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	3
E38	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1
E39	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
E40	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	3	2
E41	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	3
E42	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	3	1
E43	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2
E44	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
E45	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1
E46	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	3
E47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
E48	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1
E49	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1
E50	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	3
E51	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	3	3
E52	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1
E53	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1
E54	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	3
E55	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1
E56	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1
E57	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	3	3
E58	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	3	3

E59	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1
E60	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	3
E61	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
E62	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	3	3
E63	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1
E64	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	3	3
E65	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
E66	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1
E67	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	3
Frecuencia	Si= 42 No=25	Si= 56 No=11	Si= 39 No=28	Si= 50 No=17	A=48 I=19	Si= 40 No=27	Si= 37 No= 30	Si= 47 No=20	Si= 44 No=13	Si= 42 No=25	Prod. P. Nec.= 34 Bebidas= 21 Aseo= 12	P. Bajos= 36 B. Aten= 11 V. Prod.= 20
Total	67	67										
Porcentaje	64% 36%	84% 16%	58% 42%	75% 25%	72% 28%	59% 41%	55% 45%	70% 30%	81% 19%	63% 37%	51% 31% 18%	54% 16% 30%
Total	100%	100%										

P = Pregunta
E = Encuestado

CODIFICACIÓN: VARIABLE FORMALIZACIÓN

Preguntas Encuestas	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
Objetivos	Objetivo 3: Detallar las Etapas de la Formalización							Objetivo 4: Conocer los Beneficios de la Formalización				
E1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	2	1	1
E2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
E3	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2
E4	1	2	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1
E5	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2
E6	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1
E7	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2
Frecuencia	1 a 5 años= 3 5 a 10 años=4	Si= 4 No=3	RUS=7 RG=0 RE=0	Si= 7 No=0	Si=5 No=2	T= 0 D=7	Si= 7 No= 0	Si= 7 No=0	Si= 3 No=4	Si= 5 No=2	Si= 7 No= 0	Si= 4 No= 3
Total	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Porcentaje	43% 57%	57% 43%	100% 0% 0%	100% 0%	71% 29%	0% 100%	100% 0%	100% 0%	44% 56%	71% 29%	100% 0%	57% 43%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

P = Pregunta
E= Encuestado

MATRIZ DE PREGUNTAS

TÍTULO	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA
Características de la Competitividad y Formalización de las MYPE rubro Bodegas del AA.HH Los Médanos – Castilla – Piura, 2018	Competitividad	Elementos	Eficiencia	¿Considera que el precio de los productos que la bodega ofrece son en su mayoría accesibles?	Si No
			Calidad	¿Al realizar una compra verifica que el producto este en buenas condiciones?	Si No
			Flexibilidad	¿Brinda sugerencias al dueño de la bodega para un mejor servicio?	Si No
			Rapidez	¿El personal brinda una atención rápida y amable?	Si No
			Motivación del Personal	¿Qué actitudes muestra el personal al momento de atenderlo?	Amigable Indiferente
			Capacidad de Gestión	¿La bodega a la que usted recurre aplica algún tipo de publicidad?	Si No
				¿Considera que la bodega ha implementado mejoras en el último año?	Si No
		Logística	¿Toma en cuenta la variedad de los productos que la bodega ofrece para una mejor elección en su compra?	Si No	
			¿La bodega a la que asiste se encuentra limpia y ordenada?	Si No	
		Estrategias	Liderazgo en Costos	¿Considera que la bodega a la que usted recurre tiene los precios más bajos que el resto de las bodegas de la zona?	Si No
Diferenciación	¿Qué elemento destaca más de una bodega?		Precio Buena Atención Variedad de Productos		

	Formalización	Etapas	Enfoque	¿Qué línea de productos adquiere con más frecuencia?	Prod. De primera necesidad Bebidas Aseo	
			Constitución de la empresa	¿Cuántos años lleva formalizado?	De 1 a 5 años De 5 a 10 años	
				¿Requirió de regular capital para iniciar su negocio?	Si No	
			Tributación	¿A qué régimen se encuentra afiliado?	RUS Régimen General Régimen Especial	
				¿Cumple usted puntualmente con el pago de tributos?	Sí No	
			Formalización de Trabajadores	¿Cuenta con alguna persona que lo ayuda con el negocio?	Si No	
			Licencias	¿Con que tipo de licencia de funcionamiento cuenta su bodega?	Temporal Definitiva	
			Permisos Especiales	¿Cuenta con el carnet y certificado de saneamiento actualizados?	Si No	
			Beneficios	Tributarios	¿Está de acuerdo con el monto que declara a la SUNAT cada mes?	Si No
				Simplificación de Tramites	¿El proceso de formalización le pareció muy extenso?	Si No
				Laborales	¿Le han hecho alguna invitación para participar de talleres de capacitación empresarial?	Si No
				Financieros	¿Las entidades financieras le ofrecen créditos para implementar su negocio?	Si No
			¿Sus proveedores le otorgan créditos en productos para cancelarlos posteriormente?		Si No	

VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Gimocchio Vega, identificado con DNI 02867439
MAGÍSTER EN ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMP.:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por Hewuen Liosee Santos Santos, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación “CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPE RUBRO BODEGAS DEL AA. HH LOS MEDANOS – CASTILLA - PIURA, AÑO 2016”, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados

Piura, 10 de septiembre del 2016


-C. Adm. Carlos M. Gimocchio Vega
CLAD. 0000

CUADRO DE VALIDACIÓN

Ítems relacionados con COMPETITIVIDAD	¿ Es pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la Redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
Clientes							
¿Considera que el precio de los productos que la bodega ofrece son en su mayoría accesibles?	X			X		X	Si () No (X)
¿Usted al realizar una compra verifica que el producto estén en perfectas condiciones para su consumo?	X			X		X	Si () No (X)
¿Usted brinda sugerencias al dueño de la bodega para que le ofrezca una mejor atención?	X			X		X	Si () No (X)
¿El personal brinda una atención rápida y amable?	X			X		X	Si () No (X)
¿Qué actitudes muestra el personal al momento de atenderlo?	X			X		X	Si () No (X)
¿ La bodega a la que recurre aplica algún tipo de publicidad?	X			X		X	Si () No (X)
¿Considera que la bodega ha implementado mejoras en el último año?	X			X		X	Si () No (X)
¿Toma usted en cuenta la variedad de productos que la bodega le ofrece para una mejor elección en su compra?	X			X		X	Si () No (X)
¿ Cada vez que asiste a la bodega esta se encuentra limpia y ordenada?	X			X		X	Si () No (X)
¿Considera que la bodega a la que usted recurre tiene los precios más bajos como estrategia para conseguir su preferencia?	X			X		X	Si () No (X)
¿Qué líneas de productos demanda con más frecuencia?	X			X		X	Si () No (X)
¿Cuál de estos elementos considera que diferencie a la bodega a la que asiste?	X			X		X	Si () No (X)


 J.C. Adm. Carlos M. Gimocchio Vega
 CI. Act. 0883

CUADRO DE VALIDACIÓN

Ítems relacionados con Formalización	¿ Es pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la Redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
Dueños							
¿Cuántos años lleva usted formalizado?	X			X		X	Si () No (X)
¿Requirió de regular capital para iniciar su negocio?	X			X		X	Si () No (X)
¿A que régimen se encuentra filiado?	X			X		X	Si () No (X)
¿Cumple usted puntualmente con el pago de sus tributos?	X			X		X	Si () No (X)
¿Cuenta con alguna persona que lo ayuda con la bodega?	X			X		X	Si () No (X)
¿ Con que tipo de licencia de funcionamiento cuenta su bodega?	X			X		X	Si () No (X)
¿Cuenta con el carnet y certificado de saneamiento actualizados?	X			X		X	Si () No (X)
¿Considera un beneficio estar afiliado al RUS con respecto al monto que declara a la SUNAT cada mes?	X			X		X	Si () No (X)
¿ El proceso de formalización le pareció muy extenso?	X			X		X	Si () No (X)
¿Ha participado de talleres de capacitación?	X			X		X	Si () No (X)
¿Las entidades financieras le ofrecen créditos para implementar su bodega?	X			X		X	Si () No (X)
¿Sus proveedores le otorgan crédito en productos para cancelarlos posteriormente?	X			X		X	Si () No (X)


 J.C. Adm. Carlos M. Jimacchio Vega
 GLAB. 0888

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Edith Cruz Bautista, identificado con DNI 02847742.
MAGÍSTER EN Dirección y Gestión Empresarial :

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por Hewuen Liosee Santos Santos, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación “CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPE RUBRO BODEGAS DEL AA. HH LOS MEDANOS – CASTILLA - PIURA, AÑO 2016”, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados

Piura, 12 de septiembre del 2016


~~Dr. Edith Cruz Bautista~~
CLAD 6007

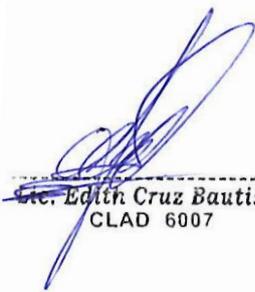
CUADRO DE VALIDACIÓN

Ítems relacionados con COMPETITIVIDAD	¿ Es pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la Redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
Cientes							
¿Considera que el precio de los productos que la bodega ofrece son en su mayoría accesibles?	X			X		X	Si () No (X)
¿Usted al realizar una compra verifica que el producto estén en perfectas condiciones para su consumo?	X			X		X	Si () No (X)
¿Usted brinda sugerencias al dueño de la bodega para que le ofrezca una mejor atención?	X			X		X	Si () No (X)
¿El personal brinda una atención rápida y amable?	X			X		X	Si () No (X)
¿Qué actitudes muestra el personal al momento de atenderlo?	X			X		X	Si () No (X)
¿ La bodega a la que recurre aplica algún tipo de publicidad?	X			X		X	Si () No (X)
¿Considera que la bodega ha implementado mejoras en el último año?	X			X		X	Si () No (X)
¿Toma usted en cuenta la variedad de productos que la bodega le ofrece para una mejor elección en su compra?	X			X		X	Si () No (X)
¿ Cada vez que asiste a la bodega esta se encuentra limpia y ordenada?	X			X		X	Si () No (X)
¿Considera que la bodega a la que usted recurre tiene los precios más bajos como estrategia para conseguir su preferencia?	X			X		X	Si () No (X)
¿Qué líneas de productos demanda con más frecuencia?	X			X		X	Si () No (X)
¿Cuál de estos elementos considera que diferencie a la bodega a la que asiste?	X			X		X	Si () No (X)


 Sr. Edilín Cruz Bautista
 CLAD 6007

CUADRO DE VALIDACIÓN

Ítems relacionados con Formalización	¿ Es pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la Redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
Dueños							
¿Cuántos años lleva usted formalizado?	X			X		X	Si () No (X)
¿Requirió de regular capital para iniciar su negocio?	X			X		X	Si () No (X)
¿A que régimen se encuentra filiado?	X			X		X	Si () No (X)
¿Cumple usted puntualmente con el pago de sus tributos?	X			X		X	Si () No (X)
¿Cuenta con alguna persona que lo ayuda con la bodega?	X			X		X	Si () No (X)
¿ Con que tipo de licencia de funcionamiento cuenta su bodega?	X			X		X	Si () No (X)
¿Cuenta con el carnet y certificado de saneamiento actualizados?	X			X		X	Si () No (X)
¿Considera un beneficio estar afiliado al RUS con respecto al monto que declara a la SUNAT cada mes?	X			X		X	Si () No (X)
¿ El proceso de formalización le pareció muy extenso?	X			X		X	Si () No (X)
¿Ha participado de talleres de capacitación?	X			X		X	Si () No (X)
¿Las entidades financieras le ofrecen créditos para implementar su bodega?	X			X		X	Si () No (X)
¿Sus proveedores le otorgan crédito en productos para cancelarlos posteriormente?	X			X		X	Si () No (X)


 Lic. Edith Cruz Bautista
 CLAD 6007

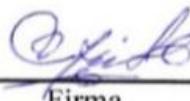
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Manuel G. Merino Hinostroza, identificado con DNI 02659237
MAGÍSTER EN Ciencias Políticas;

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por Hewuen Liosee Santos Santos, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación “CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPE RUBRO BODEGAS DEL AA. HH LOS MEDANOS – CASTILLA - PIURA, AÑO 2016”, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados

Piura, 12 de septiembre del 2016



Firma

Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinostroza
CLAD 05062

CUADRO DE VALIDACIÓN

Ítems relacionados con COMPETITIVIDAD	¿ Es pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la Redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
Clientes							
¿Considera que el precio de los productos que la bodega ofrece son en su mayoría accesibles?	X			X		X	Si () No (X)
¿Usted al realizar una compra verifica que el producto estén en perfectas condiciones para su consumo?	X			X		X	Si () No (X)
¿Usted brinda sugerencias al dueño de la bodega para que le ofrezca una mejor atención?	X			X		X	Si () No (X)
¿El personal brinda una atención rápida y amable?	X			X		X	Si () No (X)
¿Qué actitudes muestra el personal al momento de atenderlo?	X			X		X	Si () No (X)
¿ La bodega a la que recurre aplica algún tipo de publicidad?	X			X		X	Si () No (X)
¿Considera que la bodega ha implementado mejoras en el último año?	X			X		X	Si () No (X)
¿Toma usted en cuenta la variedad de productos que la bodega le ofrece para una mejor elección en su compra?	X			X		X	Si () No (X)
¿ Cada vez que asiste a la bodega esta se encuentra limpia y ordenada?	X			X		X	Si () No (X)
¿Considera que la bodega a la que usted recurre tiene los precios más bajos como estrategia para conseguir su preferencia?	X			X		X	Si () No (X)
¿Qué líneas de productos demanda con más frecuencia?	X			X		X	Si () No (X)
¿Cuál de estos elementos considera que diferencie a la bodega a la que asiste?	X			X		X	Si () No (X)



Firma

Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
CLAD 05862

CUADRO DE VALIDACIÓN

Ítems relacionados con Formalización	¿ Es pertinente con el concepto?		¿Necesita Mejorar la Redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
Dueños							
¿Cuántos años lleva usted formalizado?	X			X		X	Si () No (X)
¿Requirió de regular capital para iniciar su negocio?	X			X		X	Si () No (X)
¿A que régimen se encuentra afiliado?	X			X		X	Si () No (X)
¿Cumple usted puntualmente con el pago de sus tributos?	X			X		X	Si () No (X)
¿Cuenta con alguna persona que lo ayuda con la bodega?	X			X		X	Si () No (X)
¿ Con que tipo de licencia de funcionamiento cuenta su bodega?	X			X		X	Si () No (X)
¿Cuenta con el carnet y certificado de saneamiento actualizados?	X			X		X	Si () No (X)
¿Considera un beneficio estar afiliado al RUS con respecto al monto que declara a la SUNAT cada mes?	X			X		X	Si () No (X)
¿ El proceso de formalización le pareció muy extenso?	X			X		X	Si () No (X)
¿Ha participado de talleres de capacitación?	X			X		X	Si () No (X)
¿Las entidades financieras le ofrecen créditos para implementar su bodega?	X			X		X	Si () No (X)
¿Sus proveedores le otorgan crédito en productos para cancelarlos posteriormente?	X			X		X	Si () No (X)



Firma

Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinostroza
CLAD 05862

PROGRAMA TURNITIN

turnitin

Ejercicios | Estudios | Boletín de notas | Biblioteca | Calendario | Discusión | Preferencias

ESTÁS VIENDO: INICIO > TOC 2019.00 AD PURA > PRIMERA REVISIÓN

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 del trabajo en la columna de similitud. Un icono atenuado indicará que el Reporte de Similitud no se ha generado todavía.

primera revisión

BANDEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS ▾

Entregar archivo

Informe de calificación en línea | Editar la configuración del ejercicio | Correo electrónico sin remitentes

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	RESPUESTA	ARCHIVO	PIRUL ID	FECHA
<input type="checkbox"/>	Acha Calle Acha Call...	Acha Calle	0%	--	--		1078394519	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Aguilar Aguilar Agui...	Aguilar Aguilar	0%	--	--		1077288220	12-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Huaman Cordova 3 Hua...	Huaman cordova 3	0%	--	--		1083717915	25-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Querevalu Rumiche Qu...	Querevalu Rumiche	0%	--	--		1077566560	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Castro Ayosa Castro ...	CASTRO AYOSA	4%	--	--		1078230756	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Ramos Castillo Ramos...	Ramos Castillo	4%	--	--		1077856109	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Castillo Julcahuanca...	Castillo Julcahuanca	5%	--	--		1077854682	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Mila Hemera Mila...	Mila Hemera	5%	--	--		1077860888	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Castillo Cano Castil...	CASTILLO CANO	6%	--	--		1078246543	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Rado Duque Rado Duqu...	RADO DUQUE	6%	--	--		1078897034	16-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Sanjinez Agurto Sanj...	Sanjinez Agurto	6%	--	--		1077856283	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Camacho Bernu 2 Cama...	Camacho Bernu 2	10%	--	--		1081406820	21-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Castro Choquehuanca ...	Castro Choquehuanca 2	10%	--	--		1078234964	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Idrogo Ortiz Idrogo ...	IDROGO ORTIZ	10%	--	--		1077207948	12-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Chull_zapata 2 Chul...	CHULLI_ZAPATA 2	11%	--	--		1078236300	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Villalta Palacios V...	VILLALTA PALACIOS	11%	--	--		1077199167	12-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Santos Santos Santos...	SANTOS SANTOS	12%	--	--		1082525323	23-feb.-2019

Matriz de Operacionalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Definición Operacional	Indicadores	Escala	Fuente	Instrumento
COMPETITIVIDAD	La competitividad es el lugar o la posición que ocupa una empresa sobre otra frente a los clientes, es decir, es la capacidad de mantenerse en el mercado dando un valor agregado a los productos volviéndolos más atractivos ya sea por su calidad, su fácil manipulación, el tiempo de vida útil, características únicas del empaque, la amabilidad en la atención, la rapidez para solucionar inconvenientes y la facilidad para adaptarse a los cambios del mercado y al comportamiento del consumidor. Monterroso (2016)	Elementos	La dimensión elementos de la competitividad se medirá con sus indicadores: eficiencia, calidad, flexibilidad, rapidez, calificación y motivación, capacidad de gestión y logística.	Eficiencia Calidad Flexibilidad Rapidez Calificación y Motivación Capacidad de Gestión Logística	Nominal Ordinal	Clientes	Cuestionario
		Estrategias	La dimensión estrategias de la competitividad se medirá con sus indicadores liderazgo en costos, diferenciación y enfoque.	Liderazgo en Costos Diferenciación Enfoque	Nominal Ordinal		
FORMALIZACIÓN	Una vez formalizadas, las Micro y Pequeñas	Etapas	La dimensión etapas de la	Constitución de La Empresa	Nominal	Dueños	Cuestionario

	Empresas se verán beneficiadas con la obtención de mayores oportunidades que ofrece el mercado, como son la asociación entre empresas del mismo sector, las diversas capacitaciones que brindan las instituciones gubernamentales y no gubernamentales, la posibilidad de ser proveedores del estado; otro gran beneficio es el financiamiento externo al que puede acceder a través de los bancos, cajas municipales, rurales y demás financieras que ven con más seguridad a una empresa formalizada. Roca, Mesones, & Avolio (2010)		formalización se medirá con el indicador persona natural y persona jurídica.	Tributación			
				Formalización de los Trabajadores			
				Licencias			
				Tramites Especiales			
		Beneficios	La dimensión beneficios de la formalización se medirá con los indicadores tributarios, simplificación de trámites, laborales y financieros.				
	Simplificación de Tramites						
	Laborales						
			Financieros				

Matriz de Consistencia

Título	Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p>CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPE RUBRO BODEGAS DEL AA. HH LOS MÉDANOS-CASTILLA-PIURA, AÑO 2016</p>	<p>¿Cuáles son las características de la Competitividad y Formalización en las MYPE rubro bodegas del AA? HH Los Médanos – año 2016?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar las Características de la competitividad y formalización de las MYPE rubro bodegas del AA. HH Los Médanos - Castilla año 2016</p>	<p>Las hipótesis son las guías para una investigación o estudio. Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. No todas las investigaciones plantean hipótesis, el hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio, la</p>	<p>V1: COMPETITIVIDAD</p>	<p>Elementos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Eficiencia - Precio - Gestión - Rapidez - Flexibilidad - Logística 	<p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Tipo: Cuantitativo</p>
		<p>Objetivos Específicos</p> <p>O.E.1 -Describir los elementos que influyen en la competitividad de las MYPE rubro bodegas del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016</p>			<p>Estrategias</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo en Costos - Diferenciación - Enfoque 	<p>Diseño: No Experimental</p> <p>N= Infinita</p> <p>n= 67</p> <p>N= Finita</p> <p>n= 7</p>
		<p>O.E.2.</p>					

		<p>-Conocer las estrategias competitivas que aplican las MYPE rubro bodegas del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016</p>	<p>investigación resulta necesario analizar si es o no conveniente formular hipótesis (Hernández, Fernández y Baptista, 2006)</p>				
		<p>O.E.3. - Detallar las etapas para la formalización de las MYPE rubro bodegas del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016;</p>		<p>V2: FORMALIZACIÓN</p>	Etapas	<ul style="list-style-type: none"> - Constitución de la Empresa. - Tributos - Formalización de los trabajadores - Licencias - Tramites Especiales 	
		<p>O.E.4. -Conocer los beneficios de la formalización de las MYPE rubro bodegas del AA. HH Los Médanos – Castilla – Piura, año 2016</p>			Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> - Tributarios - Simplificación de Tramites - Laborales - Financieros 	