



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y LA
COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR LUBRICANTES DE LA
PROVINCIA DE LAMBAYEQUE AÑO 2018**

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

AUTOR:

Br. MANUEL ANTONIO MUSAYON AYALA

ASESOR:

LIC. VICTOR ADEMAR ARELLANO LACHAPELL

CHICLAYO - PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgr. Adm. Víctor Hugo VILELA VARGAS

Presidente

Lic. Adm. Maritza Zelideth CHUMACERO ANCAJIMA

Secretario

Mgr. Adm. Víctor Helio PATIÑO NIÑO

Miembro

Lic. Víctor Ademar ARELLANO LACHAPELL

Asesor

AGRADECIMIENTO

Gracias a dios por permitirme tener y disfrutar a mi familia, gracias a mi familia por apoyarme en cada decisión de mi proyecto, gracias a la vida por cada día me demuestra lo hermosa que es la vida y lo justa que puede llegar a ser, gracias a mi familia por permitir cumplir con excelencia en el desarrollo de esta tesis. Gracias por creer en mí y gracias a dios por permitir vivir y disfrutar de cada día.

No ha sido sencillo el camino hasta hora, pero gracias a sus aportes a su amor, asu inmensa banda y apoyo, lo complicado de lograr esta meta se ha notado menos. Les agradezco, y hago presente mi gran afecto hacia ustedes, mi hermosa familia.

DEDICATORIA

A mi esposa katty, por su apoyo incondicional

Al mejor regalo de dios mis hijos Manuel Esnaider

Y Alexa Elizabet, por su comprensión.

RESUMEN

La finalidad de esta investigación es establecer las características de la formalización y la competitividad de las de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018. Metodología: El tipo de investigación fue descriptivo de nivel básico porque se interesó en describir las características de la formalización y la competitividad de las de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018. Conclusiones: Entre las características de formalidad de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque, la mayoría se encuentra se encuentra entre dos aspectos importantes la disuasión y la Fiscalización, en la primera se aprecia según encuestas ausencia por parte de los organismos reguladores como SUNAT y Municipalidad y la segunda las empresas aún tienen cierto temor a la formalidad al conocer que tienen que pagar tributos o impuestos.

Palabras claves: Formalización, competitividad, Micro Empresa, lubricantes.

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the characteristics of the formalization and competitiveness of the micro and small companies in the lubricants sector of Lambayeque province in 2018. Methodology: The type of research was descriptive at the basic level because it was interested in describing quality management and the implementation of a strategic plan to improve customer satisfaction of micro and small companies in the lubricants sector of Lambayeque province in 2018. Conclusions: Among the characteristics of the formality of micro and small companies in the lubricants sector of the province of Lambayeque, most of the time is found in the aspects of deterrence and oversight, in the first part. Regulatory bodies such as SUNAT, Municipality, and the second the companies still have some fear of formality knowing that they have to pay taxes or taxes.

Keywords: Formalization, competitiveness, Micro Company, lubricants.

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
TABLA DE CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURA.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II.- REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
1.1. ANTECEDENTES.....	5
2.2. BASES TEÓRICAS.....	10
2.2.1. Formalización.....	10
2.2.2. Competitividad.....	22
III. HIPÓTESIS.....	34
IV.- METODOLOGÍA.....	35
4.1. DISEÑO DE LA METODOLOGÍA.....	35
4.1. Tipo de investigación.....	35
4.2. Nivel de investigación.....	35
4.3. Diseño de la investigación.....	35
4.3. Universo o población y muestra.....	36
4.4. Definición y Operacionalización de Variables.....	36
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
3.5. Plan de análisis.....	39
3.6. Matriz de consistencia.....	39
3.7. Principios éticos.....	40
V. RESULTADOS.....	41
5.1 Resultados en tablas y gráficos.....	41
5.2 Análisis de los Resultados.....	62
VI. CONCLUSIONES.....	67
VII. RECOMENDACIONES.....	68
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	69
Anexos.....	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Edad	41
Tabla 2. Grado de instrucción	42
Tabla 3. N° de trabajadores	43
Tabla 4. Escucho por RADIO los pasos para formalizar su negocio.....	44
Tabla 5. Escucho por la TELEVISIÓN, los beneficios de la formalización para su negocio.....	45
Tabla 6. La SUNAT lo ha visitado para capacitarlo en materia de formalización ...	46
Tabla 7. Usted alguna vez ha encontrado algún artículo en una revista sobre como formalizar un negocio	47
Tabla 8. Sabe Ud. que existen beneficios para su negocio si se formaliza.....	48
Tabla 9. Ha recibido alguna invitación de la SUNAT para formalizar su negocio ..	49
Tabla 10. Usted ha sido visitado por personal de la municipalidad y le han informado sobre cómo obtener la licencia municipal para su negocio	50
Tabla 11. Se siente usted preparado para alguna inspección que le permita formalizar su negocio.....	51
Tabla 12. Alguna vez el personal de la SUNAT realizó verificación sobre el funcionamiento de su negocio	52
Tabla 13. Alguna vez representantes de la MUNICIPALIDAD le han realizado alguna acción de control con relación al cumplimiento de requisitos que le permita ser un negocio formal.....	53
Tabla 14. Genera estrategias constantemente para impulsar la innovación.....	54
Tabla 15. Considera que la innovación es una estrategia competitiva.....	54
Tabla 16. Recibe apoyo por parte de las entidades del estado (SUNAT) para capacitarlo en materia de innovación	55
Tabla 17. Conoce alguna institución que promociona, incentiva o vela a favor de las empresas MYPES en lubricantes.	56
Tabla 18. Considera importante obtener nuevas tecnologías para su negocio	56
Tabla 19. Es de vital importancia la tecnología en su organización.....	57

Tabla 20. Tienen certificación reconocida sus trabajadores con respecto al manejo de las TICS	57
Tabla 21. Tiene contratos con otras empresas para adquirir nuevas tecnologías	58
Tabla 22. Realizaría un Contrato de licitación para realizar una inversión de gestión pública	58
Tabla 23. Cuenta con los recursos suficientes para encargarse de temas de licitación pública por ejemplo	59
Tabla 24. Le resultan rentable los préstamos que le hacen los actuales bancos en la Región Lambayeque	59
Tabla 25. Ha recibido financiamiento del extranjero alguna vez.....	60
Tabla 26. Sabe cómo se puede tener acceso a préstamos del extranjero.....	60
Tabla 27. Conoce Ud. de alguna empresa que haya utilizado los servicios de préstamos o financiación	61

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1. Edad	41
Figura 2. Grado de instrucción	42
Figura 3. N° de trabajadores	43
Figura 4: Alguna vez escuchó por radio los pasos para formalizar los negocios o empresas.....	44
Figura 5: Escuchó por televisión los beneficios de la formalización	45
Figura 6: La SUNAT lo ha visitado para capacitarlo en materia de formalización ..	46
Figura 7: Usted alguna vez ha encontrado algún artículo en una revista sobre como formalizar un negocio	47
Figura 8: Sabe Ud. que existen beneficios para su negocio si se formaliza	48
Figura 9: Ha recibido alguna invitación de la SUNAT para formalizar su negocio .	49
Figura 10: Usted ha sido visitado por personal de la municipalidad y le han informado sobre cómo obtener la licencia municipal para su negocio.	50
Figura 12: Se siente usted preparado para alguna inspección que le permita formalizar su negocio	51
Figura 13: Alguna vez el personal de la SUNAT realizó verificación sobre el funcionamiento de su negocio	52
Figura 14: Alguna vez representantes de la MUNICIPALIDAD le han realizado alguna acción de control con relación al cumplimiento de requisitos que le permita ser un negocio formal.....	53

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación se denomina “Caracterización de la formalización y la competitividad de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018”, asimismo se centra en la línea de investigación de la formalización y la competitividad de las MYPE, del campo disciplinar de la promoción de las MYPE, la cual se encuentra autorizada por la escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

La referencia toma como variables a la formalización y la competitividad de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes en el escenario de la provincia de Lambayeque las cuales forman parte del contexto de negocios de servicio de lubricantes.

Conclusiones: Entre las características de formalidad de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque, se encuentra en dos aspectos importantes la Difusión y la Fiscalización, en la primera se aprecia según encuestas ausencia por parte de los organismos reguladores como SUNAT y Municipalidad y la segunda las empresas aún tienen cierto temor a la formalidad al conocer que tienen que pagar tributos o impuestos.

Con respecto a las características de Competitividad de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque, esta destaca entre pilares fundamentales como son la innovación, las nuevas tecnologías y las fuentes de financiación, aspectos fundamentales para ser altamente competitivos como empresas. En el contexto internacional Según Álvarez (2016) afirma que: De acuerdo al último

informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor), en España existe una tasa de emprendedores del 6,8%, dos puntos por debajo que la media europea, que se sitúa en el 7,7%. Podríamos decir que en España se emprende menos o hay menos intención de emprender que en países de nuestro medio. Unas de las mayores dificultades a las que se enfrenta el emprendedor en España es la complejidad burocrática. De hecho, abrir una empresa en España requiere el doble de trámites, así como tiempo empleado, que los países con altos ingresos de la OCDE. Superadas estas barreras tendríamos frente a nosotros a una persona que ha sido capaz de poner en marcha una idea de negocio y hacerla rentable.

Según la Cámara de Comercio de España (2016) señala que: Las micro empresas y pymes españolas se están enfrentando a un medio macroeconómico complicado, aunque la adopción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) no deja de crecer. Las TIC continúan siendo las mejores aliadas de los empresarios en su intento de mejorar la competitividad de sus negocios, posibilitando la apertura a nuevos mercados y optimizando los procesos de gestión interna. Por primera vez algunas propensiones de las nuevas tecnologías, están comenzando a tener una presencia entre las empresas españolas. No cabe duda de que las TIC forman parte, en mayor o menor medida, de la vida diaria de las micro empresas y pymes españolas.

En el ámbito nacional, tenemos el aporte de Villar (2014) afirma que: Las empresas dentro de este grupo suman 6,8 millones y representan más de 9 millones de los empleos generados; pero la informalidad limita su desarrollo En el Perú, el 96,5% de las empresas que existen pertenecen al sector de Micro y pequeñas (Mypes). Este

total, de acuerdo a la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (ComexPerú), crece año tras año, mientras que la cifra de medianas y grandes empresas se ha disminuido frente al 2016. “Cada día está más presente esta fuerza de emprendimiento en el país, pero el gran inconveniente es la formalidad”, destaca Jessica Luna, gerente general del gremio. l

Según Mendoza (2017) afirma que: En Perú se perdió 20 puestos en competitividad en el ránking hecho por IMD. Expertos consideran preciso abocarse a reformas estructurales para revertir la propensión la caída en la competitividad del país no es algo temporal, sino una propensión recurrente en la última década. Se determinó que al revisar el Ránking de Competitividad Mundial 2017 del International Institute for Management Development (IMD), el Per se encuentra ubicado en el puesto 56 de 64 países, una posición menos que en el 2016 y 20 puestos más abajo de lo alcanzado en el 2008, cuando se estaba en el puesto 36.

En el plano local tenemos las empresas de lubricantes de Lambayeque, donde se observan las siguientes manifestaciones: problemas con respecto a la formalización de negocios, es decir se observan empresas que no están legalmente constituidas o registradas en la SUNAT y municipalidad, a ello se suma la falta de estrategias para competir en el mundo de lubricantes y alcanzar la competitividad que toda empresa moderna debe tener. Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las características las características de la formalización y la competitividad de las de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018?

Enunciado del problema:

¿Cuáles son las características de la formalización y la competitividad de las de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018?

Propósito general:

El propósito general de este estudio es establecer las características de la formalización y la competitividad de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018.

Propósitos específicos:

Determinar las características de la formalización de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018.

Determinar las características de las Competitividad de las empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018.

Justificación

La investigación se justifica porque se aplicarán estrategias para mejorar procesos a desarrollar un tema de interés social y económico, y aplicar las herramientas de la investigación científica para llegar o dar una solución a la problemática en contratada en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

Es importante que este trabajo de investigación es contribuir el desarrollo de las micro y pequeñas empresas dedicadas al sector de lubricantes provincia de Lambayeque y de nuestro país, y para que de esta manera tener una oportunidad o salida sin caer en la informalidad ni en la evasión tributaria ya que este es uno de los problemas que tanto perjudica a la economía peruana.

II.- REVISIÓN DE LITERATURA

1.1. ANTECEDENTES

A Nivel Internacional

Centurión (2015), en su investigación: “Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del santa 2013” como propósito establecer las principales características de la gestión de calidad, la formalización, la competitividad, el financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes .El enfoque metodológico: es una investigación cuantitativa de diseño no experimental. Asimismo se utilizó un muestreo no probabilístico intencional, la muestra estuvo conformada por 171 Mypes, para la recolección de datos se utilizó como material el cuestionario enfocado a los representantes de las Mypes a través de la técnica de la encuesta se concluye que: Las Mypes en la provincia del Santa en su mayoría son encaminadas por las mujeres con instrucción secundaria y superior técnica, y están en el mercado por más de 5 años. Son formales y fueron establecidas para generar ingreso. La formalización les proporciona ventajas como aumento de sus ventas y obtención de créditos, apoyando a posesionarse en el mercado.

Gutiérrez & Otros (2014), en su investigación: “La Competitividad De La Micro Y Pequeña Empresa De Alimentos Y Bebidas El Caso Del Municipio Turístico De Metepec En El Estado De México” Cuyo propósito es identificar los elementos que las hacen ser competitivas. A través de un estudio de un material basado en numerosas hipótesis de la competitividad lo cual se

consiguió generar información de cuarenta empresas reconocidas en el sector, el enfoque metodológico fue una indagación teórica y conceptual sobre diversos elementos, siguiendo con la elaboración del material, el cual se basó tomando como base el modelo de Santillán (2010). Se concluye que: Cabe recalcar que si bien las empresas de alimentos y bebidas logran ser competitivas como sector, falta mucho por hacer en conjunto gobierno-empresas, pues se ha alcanzado una aportación gubernamental al impulsar que los negocios obtengan distintivos como el Moderniza, pero falta perfeccionar elementos que las propias empresas no pueden controlar por sí solas como la seguridad, la infraestructura, entre otras.

A Nivel Nacional

Quispe (2016), en su investigación: “Caracterización De La Formalización Y Competitividad De Las Mypes Del Sector Comercio, Rubro Artículos Ópticos Del Distrito, Provincia Y Región De Arequipa, Periodo 2014-2015” La indagación tuvo como propósito: Establecer las principales características de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector comercio, rubro artículos ópticos del distrito, provincia y región de Arequipa, periodo 2014- 2015. La investigación fue de tipo cuantitativo y descriptivo, para la recolección de la información se consideró a 16 MYPES, La cuales fueron seleccionadas de forma dirigida, de una población de 63 MYPES, que respondieron a un cuestionario de 14 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. Con los siguientes resultados: El 100% de las MYPES encuestadas del sector comercio, son formales, logrando beneficios tales como

la obtención de crédito y el aumento de las ventas. En términos de competitividad, el 100% de las MYPES, son competitivas en cuanto a su calidad, el precio de sus productos y servicio al cliente. Por último, las conclusiones son las siguientes: La mayoría de las MYPES del sector comercio, rubro artículos ópticos del distrito, provincia y región de Arequipa son formales y además competitivas.

Gonzales (2014), en su investigación: “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” El propósito general del presente trabajo de investigación fue conocer cómo influye la Ley N° 28015 en la gestión y competitividad de las Mypes del sector textil, teniendo en cuenta que el punto crítico de este tipo de empresas es que no realizan una adecuada gestión empresarial, ya que sus actividades las realizan muchas veces de manera empírica. Su metodología fue de tipo no experimental, de carácter descriptivo. La población estuvo conformada por 240 empresas del sector textil del distrito de La Victoria, con un tamaño de muestra que asciende a 50 personas entre hombres y mujeres empresarios. Los resultados o conclusiones obtenidos se mostró que gran parte de estas empresas no tienen conocimiento acerca de la Ley N° 28015, lo que hace que su gestión sea deficiente y no les permita ser competitivos, afrontar las situaciones que podrían presentarse en cuanto a exportaciones y uso de financiamiento; tampoco cuentan con conocimiento acerca de la asociatividad empresarial, aspectos que se deben corregir a fin de contar con una buena gestión que beneficie a la empresa en todos sus campos de acción.

Quispe (2017), en su investigación: “Caracterización de la formalización y la competitividad de las MYPE del sector servicio - rubro escuelas de conductores del distrito de Juliaca periodo 2016” EL propósito principal de esta tesis es establecer la caracterización de la formalización y la competitividad de las MYPE del sector servicio –rubro escuelas de conductores del distrito de Juliaca periodo 2016. La investigación fue descriptiva no experimental y se tomó una muestra de 11 MYPE, para el recojo de información se estableció el 100% de la población de la zona de estudio a quienes se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: el 73% de las MYPE están formalizadas, el 100% tiene educación superior universitaria, el 73% tiene entre 0 a 5 años de permanencia, el 64% cuentan con 6 a 10 trabajadores y 55% de las MYPE no tiene a sus trabajadores en planilla. Sobre la competitividad el 100% tiene personal calificado, brindan un buen servicio de calidad, el 37% realiza publicidad mediante volante, TV, radios y páginas web. Finalmente, se concluyen que la mayoría de las escuelas de conductores son formales y son competitivos en el medio que se desempeñan.

A Nivel Local

Ventura (2017), En su tesis titulada: “Caracterización De La Formalización Y Competitividad De Las Mypes Del Rubro Artesanales Del Distrito De Monsefú, 2016”. Esta investigación tiene como finalidad: Establecer las características de formalización y la competitividad de las MYPEs del rubro de productos artesanales del distrito de Monsefú, 2016. El enfoque metodológico es una investigación de tipo descriptiva, diseño no

experimental de corte transversal y nivel cuantitativo, la muestra estuvo conformada por 24 trabajadores, para la recolección de datos se utilizó como técnica la encuesta y el material es el cuestionario. Los resultados o conclusiones obtenidos son: Las características de la formalización de las MYPEs del rubro de productos artesanales en el distrito de Monsefú, es que, existe un desconocimiento sobre los beneficios que tiene una empresa que se considera y registra como una MYPE, así como se desconoce si existe un régimen laboral especial para las empresas que se consideran y registran como una MYPE, las características de la competitividad de las MYPEs del rubro de productos artesanales en el distrito de Monsefú, es que, existen ventajas competitivas que son las que hacen únicos a un negocio y las ventajas comparativas que se dan por aplicar estrategias de innovación.

Dávila (2016), en su trabajo de investigación: “Caracterización De La Formalización Y Competitividad De Las Mypes Del Sector De Confección De Ropa Para Damas Del Distrito De Chiclayo, 2016”. Esta investigación tiene como propósito: Establecer las características de la formalización y competitividad de las MYPE del sector de confección de ropa para damas del Distrito de Chiclayo, 2016. El enfoque metodológico es una investigación de tipo descriptiva, diseño no experimental de corte transversal y nivel cuantitativo, la muestra estuvo conformada por 24 trabajadores de las MYPEs, La técnica de recolección de datos es la encuesta y el material es el cuestionario. Las características de formalización de las MYPE del sector ropa para dama del distrito de Chiclayo, son que los trabajadores de las MYPE desconocen los beneficios de una MYPE, no saben que existe un régimen laboral especial para

las empresas MYPE, desconocen los beneficios y las opciones de financiamiento de las MYPE, así como desconocen los beneficios de contar con RUC (Registro Único de Contribuyente) y no saben las obligaciones que adquirió al generar su RUC (Registro Único de Contribuyente).

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Formalización

Constitución Y Formalización De Empresa

Al iniciar las actividades de tu negocio solicitas establecer una fila de pasos y gestiones que te piden ciertas entidades del estado para convertirte en una compañía reglamentaria. Se ha reconocido cinco desemejantes características de gestión que un nuevo emprendedor debe saber: (Bir, 2016)

Persona: natural o jurídica

Hay dos caminos: Tanto como para persona natural como para persona jurídica continuación se evaluara a cada una de ellas (Bir, 2016).

Pasos: inscribirte como persona natural con negocio

Presentarse en la SUNAT y solicitar tu inscripción en el registro único de contribuyentes RUC, para ello debe llevar contigo tu DNI y un recibo de servicios, ambos en original y copia.

¿En qué casos habría que optar la manera de Persona natural con negocio

- Para negocios pequeños tales: Bodegas, juglerías, peluquerías y otros (Bir, 2016).

- Negocios donde tus consumidores son únicamente individuos y en actividades y estén percibidas Régimen Único Simplificado.

Persona jurídica

Persona jurídica es un individuo con derechos y obligaciones que existe, pero no como persona, sino como institución que es creada por una o más personas físicas para cumplir un objetivo social que puede ser con o sin fines de lucro.

¿Qué tipo de persona debo elegir?

Dependiendo de la cifra de accionistas y otras características debes optar por el modo empresarial que mejor se ajuste a tus necesidades. Por lo tanto se describirá c/u de ellas.

E.I.R.L (Empresa Individual de Responsabilidad Limitada)

Características

- Está Formada por un solo individuo, con peculio propio diferente al de su titular, la cual se forma para el progreso propio del trabajo monetarias de pequeña compañía.
- El capital de la compañía deberá estar absolutamente suscrito y pagado al instante de formarse la misma.
- El patrimonio de la compañía está formado primeramente por los bienes que participan quien la forma. Asimismo se puede aportar peculio y/o activos no financieros. La compañía tiene capital propio (conjunto de bienes a su nombre), que es diferente al capital del titular o dueño.

- La responsabilidad de la compañía está establecida en su patrimonio. El titular del negocio no manifiesta en persona por los deberes de la compañía.

- El titular será solidariamente responsable con el gerente de los hechos infractorios de la ley practicados por su gerente. Siempre que manifiesten en el libro de actas y no hayan sido anulados. En otros casos, el compromiso del titular y del gerente será propio.

- Las gestiones legales contra las infracciones del gerente prescriben a los dos años a partir de la comisión del acto que les dio lugar.

- Se crea para el avance exclusivo de actividades monetarias de pequeña empresa.

Denominación

La compañía contara con un nombre lo cual permitirá individualizarla, continuación de la indicación “Limitada” o acompañada de su razón social E.I.R.L. Asimismo puede usar su nombre abreviado (siglas).

Órganos de la empresa

- El Titular, es el órgano superior de la compañía que posee a su cargo la decisión de los bienes y actividades.

- La Dirección, esta designada por el titular, posee a su cargo la administración y carácter de la compañía.

- El titular puede asumir el cargo de gerente, en cuyo caso asumirá las facultades, deberes y responsabilidades de ambas obligaciones y se le nombrará: “Titular – gerente”.

- NOTA: La particularidad de la compañía está reglamentada por el D.L N° 21621 “Ley de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada”.

S.A. (Sociedad Anónima)

Características

- La cifra mínima es 2 asociados, no posee una cifra grandiosa de asociados.
- Particularidad ordinaria y la más habitual.
- Nace de la voluntad de los socios (futuros).
- Como excepción, su nacimiento consigue ser legal, puesto que hay casos en que la ley impone el modelo de la Sociedad Anónima, no consiguiendo elegir por otro (por ejemplo, para el estatuto de bancos y sociedades agentes de bolsa).
- El capital social se encuentra representado por títulos valores negociables.
- Posee un mecanismo jurídico propio y dinámico orientado a separar la propiedad de la administración de la sociedad.
- Asimismo puede inscribir sus acciones en el Registro Público del Mercado de Valores.

Denominación

- Esta Sociedad Anónima consigue acoger cualquier nombre con la indicación “Sociedad Anónima” o las siglas S.A.

- Cuando se trata de sociedades cuya acción sólo consiguen desarrollarse, conforme a la ley, por sociedades anónimas, el uso de la indicación o de las siglas es facultativo.

Órganos de la empresa

- La Junta General de Asociados, es el órgano supremo de la compañía, está conformado por el total de asociados.

- Su actividad se halla limitada por el reglamento.

- Cada acción da derecho a un voto.

- Directorio, órgano colegiado de existencia necesaria y precisa. Este órgano es elegido por la Junta General de Accionistas, conformada por un mínimo de 3 individuos los miembros del directorio pueden ser socios.

- Gerente, es nombrado por el directorio. Es el representante legal y administrativo de la empresa.

- El subgerente sustituirá al gerente en momentos que no pueda estar presente.

Denominación

El nombre adoptada debe contener la indicación “Sociedad Anónima Cerrada” o estar acompañada de su abreviatura: S.A.C.

Órganos de la empresa

- Junta General de Accionistas, es el órgano supremo de la sociedad. Está completada por el total de accionistas que conforman la compañía.

- Gerente, es el individuo en quien reincide la forma legal y de trabajo de la sociedad. El gerente señala a la junta de asociados.
- Subgerente, delega al gerente en caso de separación.
- Directorio, la designación de un directorio por la junta (ver S.A.C.) es facultativo (no es preciso).

S.A.C. (Sociedad Anónima Cerrada)

Características

- Esta sociedad está formada como mínimo de dos socios y un tope de veinte.
- Se aplica el derecho de interés dominante de los accionistas, salvo que el reglamento determine lo inverso.
- Se forma por los creadores al instante de otorgarse la escritura pública que sujeta el pacto social y el reglamento, en cuyo caso pactan absolutamente las acciones.
- El Capital Social está simbolizado por acciones nominativas y se conforma con los aportes (en bienes y/o en efectivo) de los socios, quienes no manifiestan en persona por las deudas sociales.

Denominación

Esta sociedad acogerá un nombre continuo de la indicación “Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada” o su abreviatura: S.R.L. Asimismo puede utilizar su nombre resumido.

Órganos de la empresa

- Reunión General de Accionistas, representa a todos los socios de la compañía. (Es órgano máximo de la compañía).
- Gerente, aquel que tiene la responsabilidad de administrar y representar a la sociedad.
- Subgerente, toma el control en ausencia del gerente.

S.R.L (Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada)

Características

- Se da de un pequeño número de dos socios y esta no puede exceder de veinte socios.
- Los accionistas poseen preferencia para la ganancia de los aportes.
- El Capital Social está formado por los aportes de los accionistas.
- Al formarse el consorcio, debe estar abonado no menos de un 26% de cada aportación. Asimismo, debe estar guardado en una entidad bancaria o financiera del sistema financiero nacional a nombre de la sociedad.
- El compromiso de los accionistas se halla definida por la aportación efectuada, es decir, no manifiestan uno mismo o con su capital por las deudas u compromisos de la compañía.
- La voluntad de los accionistas que representen la mayoría del capital social y gobernará la vida de la compañía. El reglamento decreta la forma y

manera como se expresa la voluntad de los socios, pudiendo instituir cualquier medio que avale su legitimidad.

- Es una alternativa específica hacia las empresas familiares.

Diferencias entre la S.A.C. y la S.R.L.

Hoy en día tenemos dos tipos societarios: SAC y SRL, los cuales varias veces generan cuestiones sobre cuál de ellos, resulta más beneficioso, esto pues dependerá de los intereses de la compañía:

Semejanza

- Tanto la SAC como la SRL son personas jurídicas conformadas por personas naturales o jurídicas que están asociados para desarrollar una actividad comercial. De este modo ambas representaciones societarias son personas jurídicas emancipadas de las personas naturales o jurídicas que las conforman.

- La cifra de socios están constituidos no menos de 2 socios y no puede ser superior a 20.

- La responsabilidad y compromiso, es un dato significativo, a través de personas jurídicas. diferentes a los socios que las conforman, los compromisos que toman las S.A.C y las S.R.L, son protegidas con su capital, pero le conceden a sus socios el bien de la responsabilidad limitada siendo así que dichas obligaciones no afectarán su capital personal de cada socio, quienes únicamente se notarán perjudicados hasta el límite de su aporte de capital.

- Todas las votaciones son por mayoría de votos y por la Junta de Socios.

En ambos casos, y estos votos son medidos por el capital de cada uno de ellos.

- Es muy común encontrar que entre ellos los tipos de formas societarias mantiene buenas relaciones íntimas familiares y es por eso que vemos que si algún socio desea vender su participación deberá dar prioridad y facilitar a los demás socios, asimismo se observa la eliminación de los socios por motivos que se hubieran conocido en el pacto social o estatutos.

Diferencias

- En la SAC y en las sociedades anónimas, el capital social está constituido por acciones y se distribuyen entre los asociados según su aportación al capital social. Estas acciones que por su naturaleza son de libre transmisibilidad, pueden presentar en distintas clases, cediendo a cada clase derechos diferentes a sus titulares, siendo esta como por ejemplo acciones sin derecho a voto, dividendos preferenciales, entre otros.

- Sin embargo debido a la naturaleza de las sociedades anónimas, la titularidad de las acciones es un aspecto que no tiene carácter público, es decir, a menos que la sociedad lo autorice o se haga por mandato judicial o de la ley, nadie puede tener acceso a la identidad de los accionistas.

- Por este motivo al efectuarse una traspaso de acciones, esta no demanda ser inscrita en los RRPP, solamente estará apuntada en el libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad, que es un registro privado.

- En contraste de la SAC, en la SRL el capital está simbolizado en intervenciones que son distribuidos a los socios en función a su aporte de capital social, como en la S.A.C., pero que no pueden ser de distintas clases, como las acciones. Asimismo estas participaciones tiene que ser parejos y conceder los

mismos derechos a los socios, por lo que no es posible crear participaciones sin derecho a voto, o que otorguen dividendos preferenciales.

- Además la titularidad de las intervenciones de la SRL si es información de carácter público, pues así lo establece la Ley General de Sociedades.

- De tal manera que cuando se trasladan participaciones es preciso que el acto de entrega figure por escritura pública y que se inscriba en los RRPP en la partida correspondiente de capital social.

- Por otro lado, la SRL al ser una sociedad creada para una empresa con una cifra disminuido de socios no predice la presencia de un directorio en su estructura interna (sólo tiene la Junta General de Socios y la Gerencia).asimismo en este caso de la SAC se ha previsto que deba poseer un directorio. No obstante, y debido a que su cifra de asociados es disminuido, la Ley General de Sociedades crea la posibilidad que en el pacto social o en el estatuto se señale que la sociedad no contará con directorio, en cuyo caso, las facultades del mismo serán asumidas por la Gerencia General.

- En decisiva, en cuanto a la reserva legal, la cual se halla prevista en el 229 de la Ley General de Sociedades, el cual se halla dentro del libro de sociedad anónima, para lo cual este contrato es sólo exigible para este tipo de sociedades. Quedando la SRL no obligada de realizar Reserva Legal, aunque sus socios pueden ejecutar reservas voluntarias si lo consideran pertinente.

Pasos para constituir una empresa como Persona jurídica

1) Búsqueda de nombre: Todo trámite es personal en SUNARP el importe es de cinco soles.

2) La Reserva del nombre: Se hace una reserva de nombre y su precio S/. 18.00, asimismo te da el favoritismo para inscribir tu compañía con el nombre que tienes designado por 30 días.

Teoría de la difusión en la Formalización

La Teoría de la Difusión de la Innovación de Rogers ofrece un trabajo conceptual que discute la aceptación de la tecnología a partir de la interrelación de ésta con las dimensiones sociales y psicológicas del usuario, y presenta un análisis teórico preciso que investiga la difusión de la innovación en este sentido. (ROGERS, 2010)

A partir de las definiciones de Difusión —proceso por el cual una innovación se comunica por cientos de canales a través del tiempo entre individuos de un sistema social— y de Innovación —idea, práctica u objeto percibido como nuevo por un individuo u otra unidad de adopción, Rogers plantea un modelo teórico basado en cinco elementos— la innovación, los canales de comunicación, el tiempo y el sistema social— identificables en toda investigación sobre difusión, y un proceso de Decisión de la Innovación dividido en varias etapas, que el individuo o la organización han de superar para alcanzar el definitivo grado de adopción de una innovación. (Pérez, 2010, p.309)

En el proceso de decisión de la innovación se distinguen diferentes etapas dependiendo de si se aplica a individuos o a la organización. Las etapas relacionadas por Rogers para individuos que completa Zatlman, se estructuran en conocimiento, periodo durante el cual un usuario es receptivo a la innovación; actitud de formación, periodo de persuasión donde el usuario se informa y determina la utilidad; decisión, o convencimiento de los agentes de cambio para su uso; implementación, puesta en marcha; y confirmación, cuando el usuario realiza un uso continuo o discontinuo de la innovación. (ZALTMAN, 2010)

Finalmente, analizar el papel atribuido de agente de cambio al bibliotecario-documentalista como intermediario en el sistema, en la posibilidad de difusión y adaptación de la innovación por medio de una planificación adecuada de la formación de usuarios, diseñada en concordancia con las distintas categorías y factores detectados. (Pérez, 2010, p.311)

Dimensiones de la formalización

En resumen la teoría de la difusión enseña tres dimensiones claves para la formalización como son las siguientes:

Difusión: cuyos indicadores son canales de comunicación, innovación empresarial y periodicidad o tiempo.

Fiscalización: Tributación (cumplimiento de pago de tributos), inspección, investigación y control (visitas de organismos reguladores a los negocios) y Administración tributaria (registro o formalización de las empresas informales)

2.2.2. Competitividad

Pérez (2008) nos dice que: La Competitividad es la capacidad de una empresa u organización, de cualquier tipo, para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permitan disfrutar y sostener una posición destacada en el medio socio económico en que actúa.

La competitividad es un noción relativo, muestra la posición comparativa de los sistemas (empresas, sectores, países) utilizando la misma medida de referencia. Podemos decir que es una noción en desarrollo, no acabado y sujeto a muchas interpretaciones y formas de medición. Dependiendo de la dimensión a la que pertenezcan los sistemas organizativos, se utilizarán unos indicadores distintos para medirla. (p. 2)

Según Porter (1990) señala que:

Para que las empresas, consigan una mayor competencia se requiere absolutamente una exageración sostenida de la inversión y de un inicio comercial. El estudio de la noción de competencia percibido desde la óptica de otros autores, podrá permitirnos evidenciar que el mismo es mucho más rico que lo que usualmente se piensa asimismo obtener una auténtica competencia sostenible a través del lapso reclama de la ejecución de una diversidad de políticas que permitan el progreso de los inconvenientes existentes para alcanzarla.

Crear en toda su dimensión la noción de competencia es primordial, dado su valor para manifestar y abordar la problemática que programa la creación de los elementos precisos para que en economías de insuficiente progreso reflejen posibles procesos de progreso, o por lo menos, de desarrollo de ciertos sectores.

Sin embargo en su sistematización, ejecutada por Michael Porter (1990), la teoría de la competencia no tuvo el propósito de investigar los condicionantes internos del subdesarrollo, esta permite investigar esos condicionantes y plantear habilidades para su superación. Un ejemplo de tal elaboración se encuentra en la teoría de la competitividad perfeccionada por los teóricos de la CEPAL, usando un enfoque de forma ordenada.

La noción de competencia debe ser liberado en cualquier complejidad puesto que maniobrarlo en toda su amplitud reviste exclusiva categoría 181 Ciencia y Sociedad, Vol. XXXI, núm. 2, 2006 179-198 puesto que al crear habilidades de mejora inclusivas y de impacto positivo sobre las técnicas sociales y monetarios a nivel mundial. De acuerdo a Michael Porter, el primero en organizar y ordenar un cuerpo teórico en torno a la noción de competencia, esta radica en: “La capacidad para mantener y aumentar la intervención en los mercados universales, con un realce paralelo del nivel de vida de la localidad.

El excelente camino sólido para conseguirlo, se fundamenta en la exageración de la productividad. (Porter, 1990) Según Porter, manifiesta que hay una vinculación de doble vía entre productividad y niveles de vida de la localidad. En consecuencia, en cuanto la productividad incurre tanto el sueldo y los ingresos como la asignación del ingreso, la calidad ambiental, el nivel de gobernabilidad política y las libertades y derechos de los individuos. A su vez, la productividad precisa el nivel de sueldo asimismo el ingreso sobre el capital inverso, en otras palabras, los niveles de ingreso que van a formar el nivel de vida de la localidad.

Asimismo por competencia se comprende simplemente como el aumento sostenido de la inversión, lo cual deja de ser significativo el aumento del nivel de vida de la localidad y la inclusión propia en técnicas de progreso.

En el medio de la compañía, que a la vez establece la capacidad competitiva de ésta, además transgreden: la infraestructura, los mercados financieros, la sofisticación de los clientes, la estructura productiva nacional, la tasa y estructura de las inversiones, la infraestructura científica y tecnológica y otras síntesis no menos significativos, como la educación, las instituciones y la cultura. No obstante, no es este medio el que se puede tornar competidor, sino las empresas situadas en él. (Porter, 1990, p.5)

DEFINICION:

La competitividad de una empresa puede ser entendida de diversas formas, pero en definitiva se trata de vencer a la competencia del sector, utilizando para ello herramientas comerciales y empresariales que permitan adquirir una posición dominante para el negocio en dicho mercado. No hay que perder de vista que cualquier empresa competitiva deberá ofrecer calidad, fiabilidad, rapidez y flexibilidad a la vez que rentabilidad. Ahora bien, ¿cuáles son las cualidades necesarias para favorecer un ambiente competitivo en la empresa?.

Dichas capacidades se desarrollan medio a la elaboración de estrategias, implantando nuevos métodos y modelos sobre innovación, mejoras continuas, procedimientos, organización y recursos, físicos y financieros. Sin embargo, cada empresa y negocio deberá establecer para su sector cuáles son esas capacidades necesarias para desarrollar su competitividad en el mercado. No hay que olvidar,

que estos elementos desempeñan diferentes funciones dependiendo de las características de la empresa, tales como el tamaño y su industria, el grado de su competencia, etc. (EmprendePyme.pe, 2016).

Modelos de Excelencia y competitividad empresarial

Hoy en día la ejecución de Modelos de Excelencia es una exigencia esencial para perfeccionar la competencia institucional. La investigación de la calidad total junto con el estudio de otras habilidades, ayudarán a tu compañía a ser mucho más competitivos y mejorar el posicionamiento de tu negocio dentro del mercado.

Muchos emprendedores opinan que introducir un producto en un mercado determinado es apto para el posicionamiento de su marca. Asimismo se creen que el solo hecho de estar presentes demuestra la razón de ser de sus entidades.

La experiencia muestra, no obstante, que dicho aspecto es apenas el primer eslabón de una larga cadena. No basta sólo con estar; hay que saber cómo estar.

En realidad, cuando un producto entra en un espectro comercial se empieza un procedimiento mucho más complejo en el que éste interactúa con las marcas competidoras y con una serie de dinámicas propias de ese mercado. A ese proceso, en el que cada producto está forzado a distinguirse, de la competencia.

En la gran totalidad de los mercados, los bienes no sólo se precisan por sus virtudes y su valor adherido. Otra forma de hacerlo es mediante el comportamiento de productos de la competitividad, cuyos importes, habilidades de venta y servicios añadidos, entre otros, delinean en muchos casos las líneas del posicionamiento.

Saber competir es sacar el máximo provecho a las oportunidades que cada mercado es capaz de brindar. Es ajustarse a las dinámicas, ser flexible a los cambios y desarrollar una visión de negocio más extensa que las del resto de competidores.

Crecer la competencia: algunas claves

A pesar de, ser competitivo no continuamente resulta un trabajo sencillo. De hecho, ciertos emprendedores se retiran a mitad de camino al no hallar habilidades las cuales les auxiliien a mejorar su plan de negocio.

En 1986, Michael Porter fue uno de los principales expertos del marketing en discutir cinco síntesis que determinaron qué tan competidor es un producto. Esos impulsos son la propensión del consumidor, la evolución de los precios, los costes de cambio, el nivel de diferenciación de las marcas y la cifra de productos suplentes. (IsoTools, 2015)

Desde entonces las habilidades se han expandido en diferentes funciones de las necesidades de cada organización. Mencionaremos las más usadas por las organizaciones:

a) Diferenciarse de los otros: Es aquello de lo que las demás marcas carecen y que, por ende, supone una ventaja competidor. Reconocer dichos valores y sacarles el máximo provecho. Asimismo un elemento importante que nos ayudara a alcanzar la diferencia es la ejecución de modelos que garanticen la calidad total y la excelencia

b) Innovación constante: Es decir brindar productos que sean de gran novedad, estos tienen que ser únicos y nuevos. El posicionamiento no es viable sin

la innovación. Entre otras cosas, puesto que gran parte del secreto de la competencia está en la creación y la creación de nuevas ideas.

c) Satisfacción del cliente: Para lograr la satisfacción del cliente es necesario una serie de materiales de marketing como son: Sondeos, encuestas, estudio de mercado, entre otras. Se debe buscar necesidades existentes y no suponerlas.

d) Internacionalización: Una vía más puede ser el comienzo a mercados extranjeros. Si bien se trata de una experiencia que en iniciación representa múltiples riesgos, eso mismo se debe a la inexperiencia del medio y el mercado, los beneficios que reporta son excesivos en el plano monetario y en contenidos como la notoriedad y la influencia.

e) Reducción de costes: Esta es una de las tácticas que muchas de las empresas emplean. Pero esto no quiere decir que es la más indicada, si bien es innegable es indispensable para poder competir, lo correcto sería que sea aplicada a corto plazo. Puesto que de convertirse en una constante, la sostenibilidad de los negocios podría quedar en duda.

f) Uso de nuevas tecnologías: Las empresas tienen que invertir en nuevas tecnologías ya que esto es fundamental para las organizaciones, como son: Facebook, páginas web etc. Son algunos de los materiales más empleados para crecer la popularidad de las marcas en sus respectivos mercados. No obstante, aparte de la presencia en internet, las empresas hacen usos de recursos tecnológicos que facilitan y proporcionan el trabajo y aportan en la mejora continua de la compañía.

¿Qué permite a una compañía ser competidor?

Presentaremos aquellos aspectos en los cuales debe ocuparse la compañía para alcanzar la competencia necesaria para que siga manteniéndose en el mercado:

- **El Conocimiento su propia estructura y organización:** Los individuos encargados de la toma de decisiones y, en usual, todos los que forman el equipo todos ellos deben conocer aspectos relacionados con la compañía y el esquema organizativo de esta manera se dividen el trabajo y se responsabilizan cada trabajador. Es decir, sobre qué labores e individuos es responsable un jefe y a quién tiene que reportar resultados cada uno de los integrantes asimismo se podrá solicitar consejos ante cualquier incertidumbre que pase.

- **El Conocimiento de la situación financiera:** El contexto financiero perfecto para todas las empresas está en poseer un porcentaje de deuda total claramente menor al total de estos capitales propios útiles. Asimismo, se pide que la deuda a corto plazo (es aquella que debe devolver en un periodo menor a un año) esta no deberá superar al tercio de la deuda general. Estudiar el contexto financiero es primordial para todas las empresas para saber si poseen margen para enfrentar una inversión ya sea usando capitales propios y/o endeudándose con préstamos de ciertas entidad de financiamiento o bancos.

- **El Conocimiento de los procesos a ejecutar:** Se deberá detallar cada uno de los pasos que son preciso para que se logre servir en el lapso y calidad tratados del producto o servicio. De esta manera se conocerán las capacidades y destrezas inevitables para ampliar la gestión y se elegirá aquellos individuos más capacitados para ejecutarlo. En esta definición participan de forma unida con el

área y el departamento de Recursos Humanos, ya que ellos estarán a cargo de llevar el proceso de selección.

- **Conocimiento de las aptitudes y habilidades necesarias para desarrollar cada proceso:** Es decir el departamento de personal escoge el personal más apropiado. Se evaluó de acuerdo a sus destrezas y experiencias requeridas, el proceso de selección se desarrollará de una manera u otra. Es decir, se realizará diferentes dinámicas o se dará un mayor o menor peso a la entrevista personal o se estimarán aspectos diferentes de la manera de proceder de cada uno de los aspirantes.

- **Gestión adecuada de los recursos humanos:** Esta área no solo se define por contratar personal y la baja de personal, y en ejecutar tareas administrativas relativas a ello. Además hay que asegurarse que todos los individuos dispongan de las destrezas para maniobrar de la manera más fructífera viable, las actividades de las cuales están comprometidos.

- **Invertir constantemente en innovación:** Las organizaciones llegan a invertir hasta grandes totalidades de capital con el fin de ser los principales en obtener una innovación la cual logre satisfacer a los clientes, ya que ellos siempre están en optar por las últimas novedades. Es por ello que toda empresa están obligatoriamente innovar de manera constante la cual ayudara a seguir en el mercado y no quedarse atrás.

- **Conocimiento de las preferencias y necesidades del público propósito:** Con las preferencias de los compradores que en el área de marketing crea el producto y desarrolla toda la organización. Esto antes del lanzamiento de un producto nuevo o servicio, debemos ejecutar un perfecto estudio

de mercado para saber las preferencias y ponerlas en valor al elaborar y exhibir el producto.

- **Capacidad de negociación con los proveedores:** Las nóminas y el abastecimiento son dos de los principales costes que debe enfrentar toda empresa. se deben de gestionar adecuadamente para, así, lograr los márgenes de beneficio apto para seguir la producción. los proveedores, é muchas veces querrán obtener el margen más alto permitido, las empresas buscarán pagar lo menos posible. Se inicia, por tanto una negociación que terminará o no en arreglo. Últimamente, el propósito es obtener la mejor calidad-costo posible.

- **Maximizar la proyección de las campañas de marketing:** Muchos mensajes y de golpe abruma a un público que recibe impactos de manera firme. Lo ideal es centrar el mensaje en aquellos aspectos diferenciadores que causan al comprador un mayor impacto y satisfacción de sus necesidades. Asimismo, hay que anunciarse en aquellos canales más usados por ellos, que no precisamente serán, en todos los casos, los más concurridos por el público en general. Hay que saber determinar el alcance de nuestra campaña y examinar los costes para que no acaben siendo enormes. (Bir, 2016)

Competitividad empresarial

Definiciones

Para la compañía, la competitividad es el poder de suministrar bienes y servicios con mayor eficiencia y eficacia delante de la competencia (EmprendePyme, 2018)

La competitividad de una compañía se puede entender de distintas maneras, pero en conclusión se trata de ganar a la competencia, manejando para ello equipos productivos y empresariales que nos ayude a estar en la cabeza del resto de compañías. (EmprendePyme, 2018)

Al definir competitividad empresarial en resumen se diría que es el tener la capacidad de realizar las cosas con mejor calidad que sus competidores en todo sentido y esto tomaría una gran ventaja para así nuestro negocio sea más eficaz. (Camara, 2018)

Toda compañía tiene diferentes medidas de competitividad, es muy importante analizar los puntos que nos ayuden a que seamos la diferencia y que métodos se adoptaran para hacer las mejoras necesarias. ¿Necesitamos apresurar nuestro desarrollo? ¿Tenemos capacidad de esparcir el negocio nacional o internacionalmente? ¿Contribuye nuestro producto o servicio algún valor añadido (atención al cliente, precio, calidad,...) mejor que la competencia? ¿Podemos abrir nuevos mercados? ¿Existen clientes nuevos a los que puedo obtener? son sólo algunas de las preocupaciones que debemos plantear para el progreso de nuestra competitividad. (Camara, 2018)

Dimensiones de la competitividad empresarial

La innovación.

Mediante ella se crean novedosos recursos los cuales son generadores de riqueza y a su vez conceden a los ya existentes de mayor potencial, es una alternativa a los problemas económicos que hay en la actualidad, principalmente al competir en un mundo globalizado, que no tiene fronteras. Sin embargo, uno de las trabas en nuestro país es la minoría de empresas que fundan su competitividad en innovación. (Camara, 2018)

Desde las Cámaras creemos que “innovar marca la diferencia” porque la innovación no es sólo un proceso tecnológico o académico, es la clave principal, con ella que se puede ejercer en diversas áreas de negocio de la compañía y a su vez aporta en la productividad y así poder mantenerse en el medio económico actual, que día a día nos presenta mucha retos. (Camara, 2018)

Las Cámaras de Comercio asumimos un formal compromiso de brindar empujes de utilidad, porque estamos convencidos de que las empresas y los emprendedores han manifestado creatividad, capacidad de aprendizaje, empuje y pasión necesarios para renovarse y luchar por sus proyectos y así tener éxito, aun en los tiempos difíciles. (Camara, 2018)

Las nuevas tecnologías.

Las microempresas y pymes españolas se están enfrentando a un entorno macroeconómico complicado, aunque la adopción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) no deja de crecer. Las TIC continúan siendo las mejores aliadas de los empresarios en su intento de mejorar la competitividad de sus negocios, posibilitando la apertura a nuevos mercados y optimizando los procesos de gestión interna. (Camara, 2018)

Por primera vez algunos estilos de las modernas tecnologías, están iniciando a tener una representación entre las compañías españolas. No hay incertidumbre de que las TIC constituyen en mayor o menor medida, de la vida cotidiana de las microempresas y pymes españolas. (Camara, 2018)

Las Cámaras arriesgamos por la contribución que las TIC tienen en la mejora de la productividad de las empresas españolas, y apoyamos su asociación en el tejido empresarial a través de eventos inspirados en la Agenda Digital Española que participan en soluciones de productividad en la nube, de comercio electrónico, marketing digital y tramitación y administración electrónica.

Las fuentes de financiación. (Camara, 2018)

La falta de Financiación es una de las dificultades más significativas de empresas y emprendedores. Esta situación declina con la dimensión de las empresas, ya que a menor dimensión mayor es la posibilidad de que pueda aprobar a los materiales financieros, acarreando así el no poder lanzarse a invertir y comenzar en nuevos proyectos y así poder subsistir y crecer como empresa. (Camara, 2018)

¿Te has sentido perdido al intentar pedir un préstamo? ¿Encontraste un formulario de ayuda y lo hallabas confuso? ¿Tienes una idea y no sabes cómo presentarla? ¿No sabes dónde concurrir para diferenciar tu proyecto y saber si es factible? ¿Deseas vender en el exterior o renovar y no sabes cómo hacerlo? (Camara, 2018)

Cuando se conoce las opciones para financiarte resulta más fácil, se puede empezar un proyecto o alguna otra esa nuevo perfil de negocio, se hace que la empresa progrese, haciéndose más fuerte y conociendo sus debilidades y así poder

solucionarlas, esto ayudara a ser más competitivo, teniendo como apoyo las Cámaras de Comercio, se podrá brindar más tiempo a tu actividad. (Camara, 2018)

III. HIPÓTESIS

La presente indagación no contempla hipótesis debido a que es de tipo descriptivo y observacional sin manipular variable alguna.

IV.- METODOLOGÍA

4.1. DISEÑO DE LA METODOLOGÍA

4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación fue descriptivo de nivel básico porque se interesó en describir las características de la formalización y la competitividad de las de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018. (Hernandez Sampieri, 2006)

4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

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

4.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para el diseño de la investigación se empleó el esquema de una investigación no experimental, con un determinado tiempo de duración aproximado de seis meses, periodo en el cual se estableció la relación de las variables de la presente investigación.

Corte Transversal, porque se recolectaron los datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito fue describir variables, y analizar su incidencia

e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede ((Hernández Sampieri, 2006).

La investigación se llevó a cabo a través del estudio de una encuesta y una entrevista (cuestionario) dirigido a: empresarios, gerentes y administradores de diferentes Mypes de comercialización de lubricantes de la Provincia de Lambayeque.

4.3. UNIVERSO O POBLACIÓN Y MUESTRA

4.3.1. Población

En este trabajo se considera que la población que se investigó estuvo conformada por 22 propietarios atendidos en el servicio de lubricantes de la Provincia de Lambayeque.

4.3.2. Muestra

La muestra se conforma por 22 propietarios de las Mypes sector Lubricantes del distrito de Lambayeque, 2018. Siendo así la muestra por conveniencia y teniendo en consideración el aspecto al área que pertenecen (gerentes) se toma la $N=n$.

4.4. CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN

Criterio de inclusión para la variable Formalización

Proprietarios de MYPES de Lubricantes

Sector Santa Rosa y San Martín

Edad

Grado de instrucción

Criterio de inclusión para la variable Competitividad

Propietarios de MYPES de Lubricantes

Sector Santa Rosa y San Martín

Edad

Grado de instrucción

Criterio de exclusión para la variable Formalización

Clientes

Trabajadores

Criterio de exclusión para la variable Competitividad

Clientes

Trabajadores

4.5. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro 1. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS = LAS PREGUNTA	FUENTE	TÉCNICA INSTRUMENTO
FORMALIZACIÓN	Al iniciar las actividades de tu negocio solicitas establecer una fila de pasos y gestiones que te piden ciertas entidades del estado para convertirte en una empresa reglamentaria. (Bir, 2016)	CARACTERÍSTICAS	Difusión	Canales	¿Edad? ¿Grado instrucción? ¿Cuántos trabajadores tienen la empresa? ¿Escucha Ud. por RADIO los pasos para formalizar su negocio? ¿Escucha Ud. por la TELEVISIÓN, los beneficios de la formalización para su negocio?	Propietarios	Encuesta Cuestionario
				Innovación	¿La SUNAT lo ha visitado para capacitarlo en materia de formalización? ¿Ha encontrado algún artículo en alguna revista con relación a como formalizar un negocio?		
				Periodicidad	¿Sabe Ud. que existen beneficios para su negocio si se formaliza? ¿Ha recibido alguna invitación de la SUNAT para formalizarse?		
			Fiscalización	Cumplimiento	¿Se siente usted preparado para alguna inspección que le permita formalizar su bodega?		
				Visitas	¿Ud. ha sido visitado por personal de la municipalidad y la informaron sobre cómo obtener la licencia municipal para su bodega? ¿Alguna vez personal de la SUNAT, realizaron verificación sobre el funcionamiento de su bodega?		
				Registro	¿Alguna vez representantes de la MUNICIPALIDAD le han realizado alguna acción de control con relación al cumplimiento de requisitos que lo conduzcan a ser un negocio formal?		
LA COMPETITIVIDAD	Es la capacidad que tiene nuestra empresa de hacer las cosas mejor que su competencia, ya sea en términos de producto, producción, costes, calidad,... de manera que al final suponga una ventaja a la hora de hacer nuestro negocio más rentable. (Cámara, 2018)	CARACTERÍSTICAS	La innovación.	Innovación	¿Genera estrategias constantemente para impulsar la innovación? ¿Considera que la innovación es una estrategia competitiva?	Propietarios	Encuesta Cuestionario
				Capacitación	¿Recibe apoyo por parte de las entidades del estado (SUNAT) para capacitarlo en materia de innovación?		
				Productividad	¿El Gobierno Regional contribuye impulsar la innovación empresarial en su rubro? ¿Conoce alguna institución que promueve, incentiva o vela a favor de las empresas MYPES en lubricantes?		
			Las nuevas tecnologías.	TICS	¿Considera importante obtener nuevas tecnologías para su negocio? ¿Es de vital importancia la tecnología en su organización?		
					¿Tienen certificación reconocida sus trabajadores con respecto al manejo de las TICS?		
					¿Tiene contratos con otras empresas para adquirir nuevas tecnologías?		
			Las fuentes de financiación.	Inversión	¿Realizaría un Contrato de licitación para realizar una inversión de gestión pública?		
					Recurso		
				Créditos /préstamos	¿Le resulta rentable los préstamos que le hacen los actuales bancos en la Región Lambayeque?		
					¿Ha recibido financiamiento del extranjero alguna vez?		
					¿Sabe cómo se puede tener acceso a préstamos del extranjero?		
					¿Conoce Ud. de alguna empresa que haya utilizado los servicios de préstamos o financiación?		

Fuente: Elaboración propia.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, por medio de un cuestionario. Los datos se obtendrán de un conjunto de preguntas, con el fin de conocer estados de opinión específicos. (Linares, 2013)

3.5. Plan de análisis

La información se recabará mediante la técnica de la encuesta y como material el cuestionario, aplicado a 22 propietarios atendidos en los servicios de lubricantes, la duración será de 15 minutos por encuesta, para luego ser procesado en el programa estadístico SPSS. Y tabular y realizar las tablas de frecuencias y gráficas.

3.6. Matriz de consistencia

Cuadro N°01: Matriz de consistencia

Título de la Investigación	Formulación del Problema	Objetivo General	Objetivos específicos	VARIABLES	Metodología
CARACTERIZACION DE LA FORMALIZACION Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR LUBRICANTES DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE AÑO 2018	¿Cuáles son las características las características de la formalización y la competitividad de las de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018?	Propósito General Establecer las características de la formalización y la competitividad de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018.	Determinar las características de la formalización de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018.	Formalización	Tipo descriptiva Nivel cuantitativo
			Determinar las características de las Competitividad de las empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018.	Competitividad	Diseño no experimental Corte transversal Técnica encuesta Instrumento cuestionario Población y muestra 22 propietarios de Mypes lubricantes

3.7. Principios éticos

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

- Responsabilidad
- Veracidad
- Ética
- Respeto
- Confianza.

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

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

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

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

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

V. RESULTADOS

5.1 Resultados en tablas y gráficos

5.1.1. Formalización

Tabla 1. Edad

EDAD	F	%
18-30	6	27.27%
31-50	7	31.82%
51 A MÁS	9	40.91%
TOTAL	22	100.00%

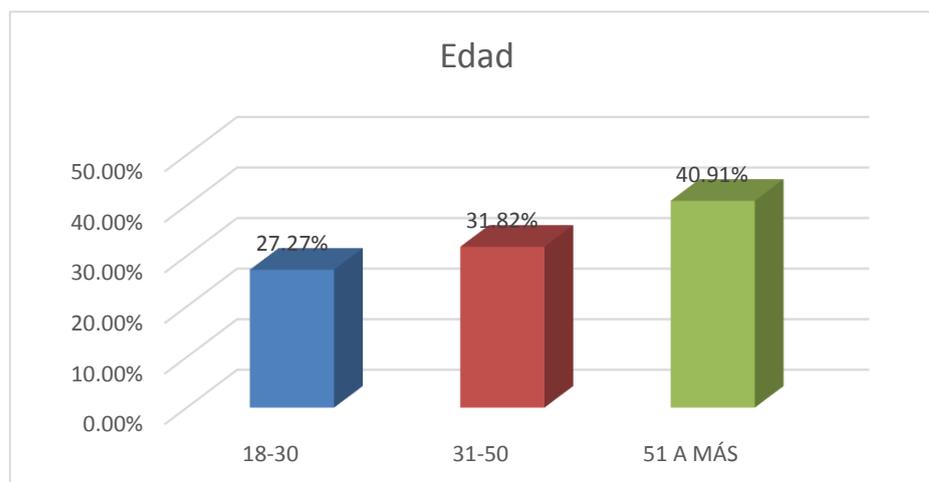


Figura 1. Edad

Interpretación: Del 100% de encuestados, el 40.91% indica 5 a más años, el 31.82% entre 31 y 50 años, el 27.27% manifiesta estar en los 18 y 30 años, en resumen la mayoría de encuestados tienen experiencia debido a su edad.

Tabla 2. Grado de instrucción

Instrucción	F	%
Primaria	1	4.55%
Secundaria	8	36.36%
Superior	13	59.09%
TOTAL	22	100.00%

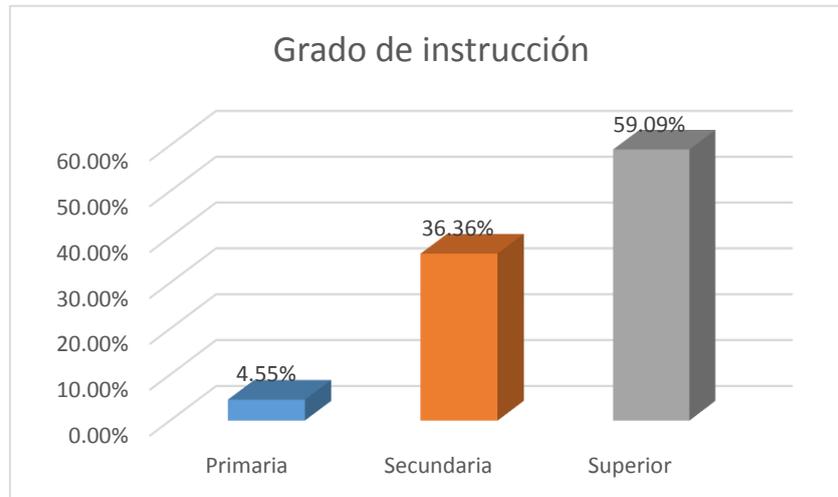


Figura 2. Grado de instrucción

Interpretación: Del 100% de encuestados, el 59.09% indica Superior, el 36.36% manifiesta Secundaria y solo un 4.55% Primaria, en resumen la mayoría de propietarios indican tener un grado de instrucción superior lo que les favorece para dirigir sus negocios de lubricantes.

Tabla 3. N° de trabajadores

N° trabajadores	F	%
1 A 2	5	22.73%
3 A 5	14	63.64%
6 A MAS	3	13.64%
TOTAL	22	100.00%

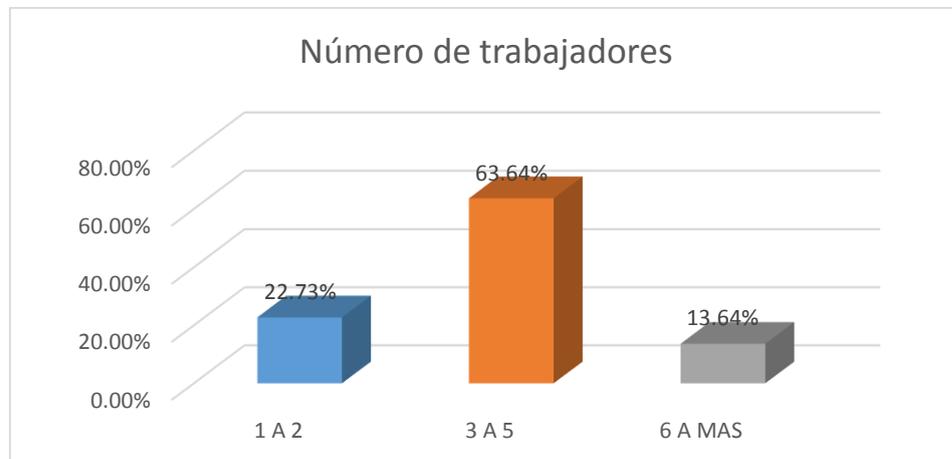


Figura 3. N° de trabajadores

Interpretación: Del 100% de encuestados, el 63.64% indica de 3 a 5 trabajadores, el 27.73% manifiesta de 1 a 2 trabajadores y el 13.64% de 6 a más empleados. Esto significa que estas empresas si generan puestos de trabajo en su comunidad.

Tabla 4. Escucho por RADIO las pasos para formalizar su negocio

ALTERNATIVA	frecuencia	porcentaje
Nunca	14	62,75
A veces	5	20,59
Casi siempre	1	5,88
Siempre	2	10,78
TOTAL	22	100%

Fuente: Datos de la encuesta

Elaboración propia.

Análisis e interpretación: Podemos ver que los encuestados en su gran mayoría, esto es un 62,75% responden que “NUNCA” han escuchado por radio los beneficios para formalizar su negocio; en segundo lugar, se ubica un 20,59% de encuestados que refiere que “A VECES” han escuchado por radio dichos pasos; en un 10,78% se ubican los que dicen que “SIEMPRE” han escuchado por radio los pasos para formalizar su negocio y por último en un 5,88% se encuentran los que responden que “CASI SIEMPRE”.

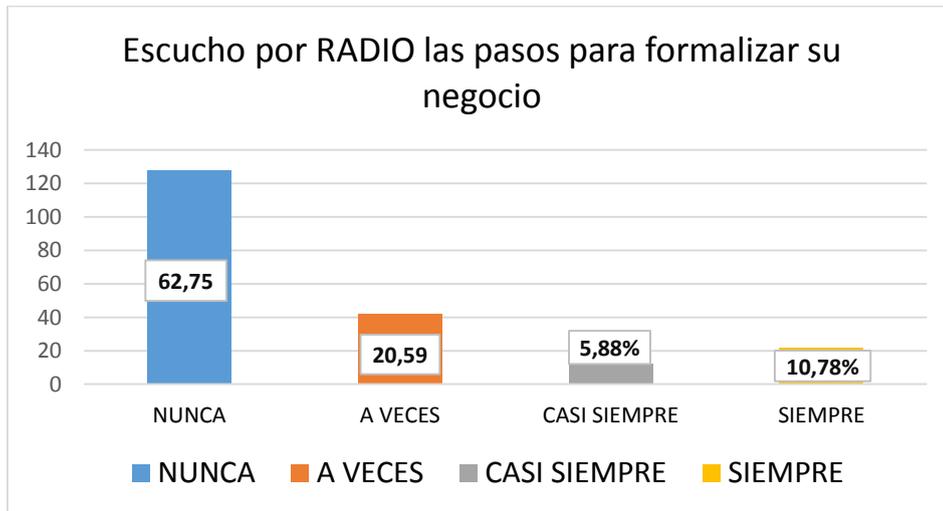


Figura 4: Alguna vez escuchó por radio los pasos para formalizar los negocios o empresas

Fuente: Datos de la encuesta.

Tabla 5. Escucho por la TELEVISIÓN, los beneficios de la formalización para su negocio

ALTERNATIVA	frecuencia	porcentaje
NUNCA	11	51.96
A VECES	8	37.25
CASI SIEMPRE	1	5.88
SIEMPRE	2	10.78
TOTAL	22	100%

Fuente: Datos de la encuesta

Análisis e interpretación: Podemos ver que una gran mayoría, esto es el 51,96% ha respondido que NUNCA ha visto por televisión propaganda del Estado sobre los beneficios de la formalidad de los negocios; un 37,25% respondió que A VECES; un 10,78% dijo que SIEMPRE y solo un 5,88% respondió que CASI SIEMPRE.

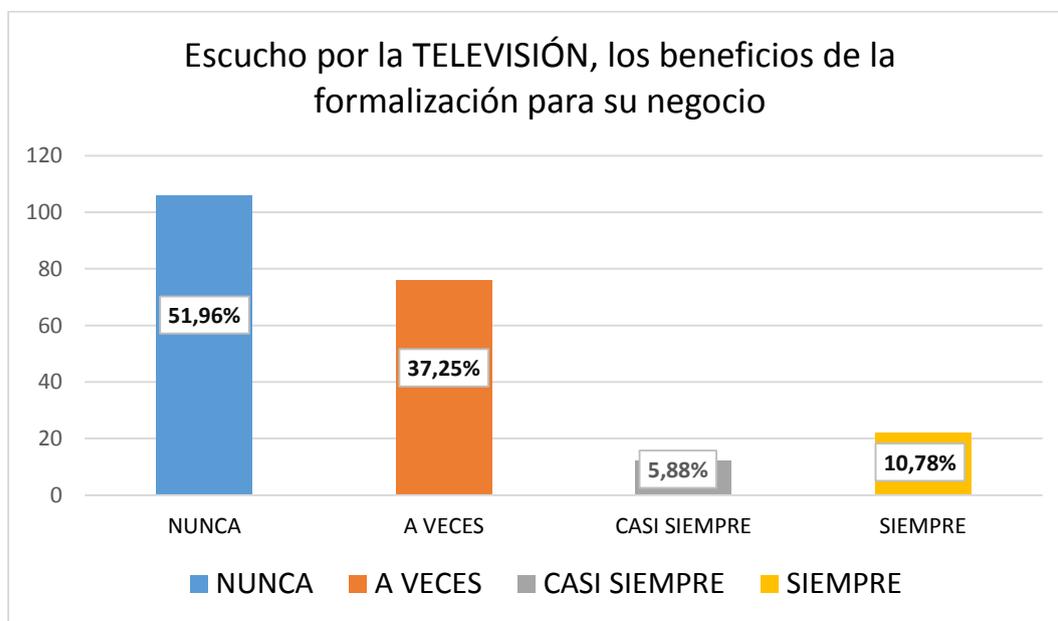


Figura 5: Escuchó por televisión los beneficios de la formalización

Fuente: Datos de la encuesta.

Tabla 6. La SUNAT lo ha visitado para capacitarlo en materia de formalización

ALTERNATIVA	frecuencia	porcentaje
NUNCA	15	72.55%
A VECES	4	18.63%
CASI SIEMPRE	1	1.96%
SIEMPRE	2	6.86%
TOTAL	22	100%

Fuente: Datos de la encuesta

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Podemos ver que los encuestados en su mayoría, esto es un 72,55% respondió que NUNCA a la pregunta ¿La SUNAT lo ha visitado para capacitarlo en materia de formalización?; un 18,63% respondió que A VECES; UN 6,86% contestó que SIEMPRE, y solo un 1,96% respondió que CASI SIEMPRE.

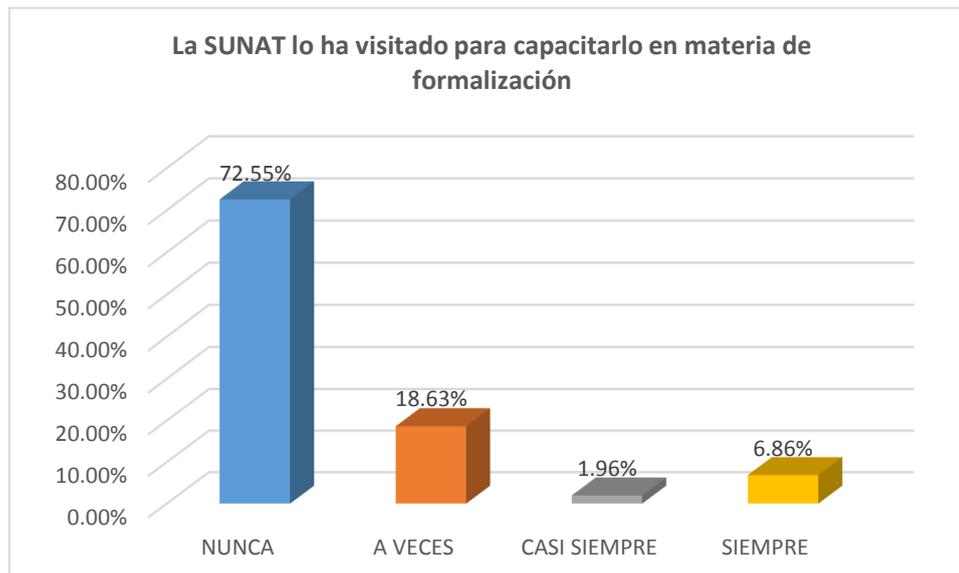


Figura 6: La SUNAT lo ha visitado para capacitarlo en materia de formalización

Fuente: Datos de la encuesta.

Tabla 7. Usted alguna vez ha encontrado algún artículo en una revista sobre como formalizar un negocio

ALTERNATIVA	frecuencia	porcentaje
NUNCA	15	74,51
A VECES	4	18,63
CASI SIEMPRE	1	4,90
SIEMPRE	2	1,96
TOTAL	22	100%

Fuente: Datos de la encuesta

Análisis e interpretación: Podemos ver que el 74,51% de los encuestados respondió que NUNCA había encontrado algún artículo en una revista sobre como formalizar un negocio.

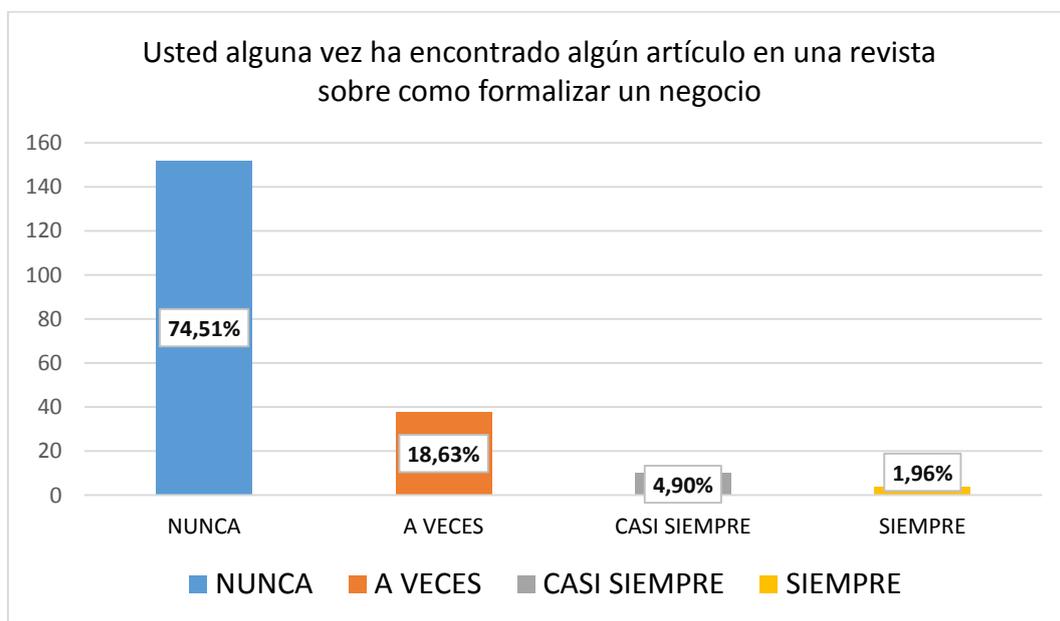


Figura 7: Usted alguna vez ha encontrado algún artículo en una revista sobre como formalizar un negocio

Fuente: Datos de la encuesta.

Tabla 8. Sabe Ud. que existen beneficios para su negocio si se formaliza

ALTERNATIVA	frecuencia	porcentaje
NUNCA	15	78,92
A VECES	4	10,29
CASI SIEMPRE	2	9,31
SIEMPRE	1	1,47
TOTAL	22	100%

Fuente: Datos de la encuesta

Análisis e interpretación: Podemos ver que ante la pregunta sabe Ud. que existen beneficios para su negocio si se formaliza, los encuestados respondieron en un 78,92% que NUNCA habían recibido ninguna charla; un 10,29% respondió que A VECES; OTRO 9,31% respondió que CASI SIEMPRE y por último solo un 1,47% respondió que SIEMPRE.

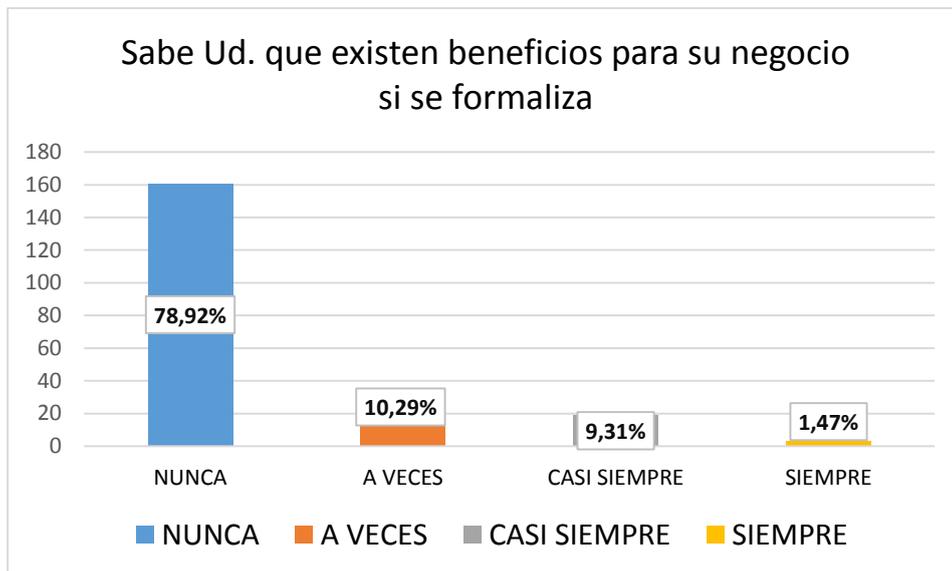


Figura 8: Sabe Ud. que existen beneficios para su negocio si se formaliza

Fuente: Datos de la encuesta.

Tabla 9. Ha recibido alguna invitación de la SUNAT para formalizar su negocio

ALTERNATIVA	frecuencia	porcentaje
NUNCA	19	86,76
A VECES	3	13,24
CASI SIEMPRE	0	
SIEMPRE	0	
TOTAL	22	100%

Fuente: Datos de la encuesta

Análisis e interpretación: Podemos ver que los encuestados ante la pregunta de si HA RECIBIDO ALGUNA INVITACIÓN DE LA SUNAT PARA FORMALIZAR SU NEGOCIO, en un 86,76% respondieron que NUNCA habían recibido invitación; solo 13,24% respondieron que A VECES.

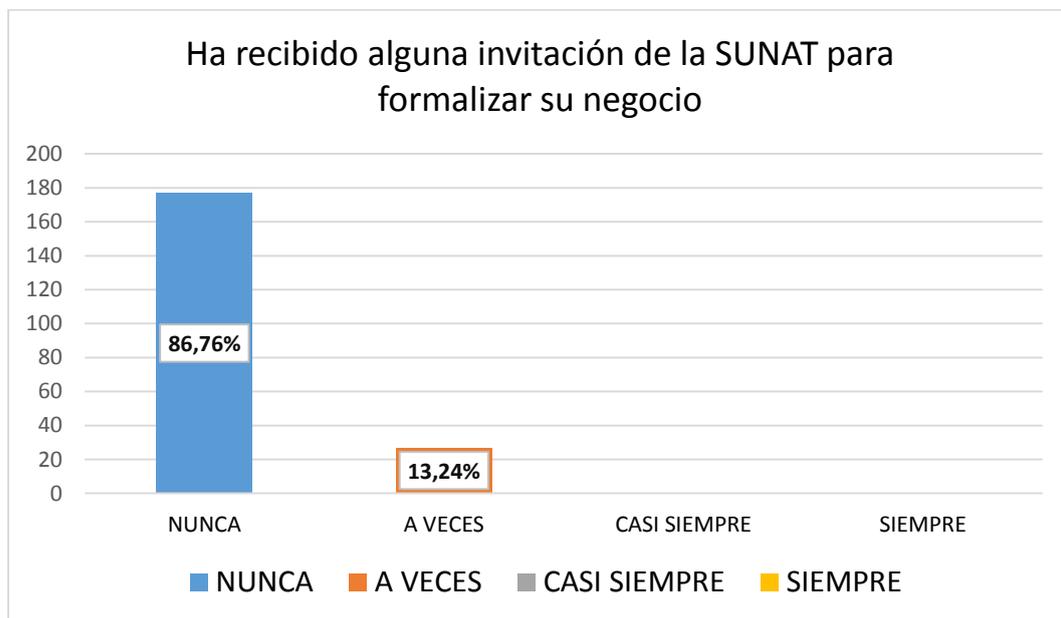


Figura 9: Ha recibido alguna invitación de la SUNAT para formalizar su negocio

Fuente: Datos de la encuesta.

Tabla 10. Usted ha sido visitado por personal de la municipalidad y le han informado sobre cómo obtener la licencia municipal para su negocio

ALTERNATIVA	frecuencia	porcentaje
NUNCA	16	70,59
A VECES	4	17,65
CASI SIEMPRE	2	6,86
SIEMPRE	1	4,90
TOTAL	22	100%

Fuente: Datos de la encuesta

Análisis e interpretación: Podemos ver que los encuestados ante la pregunta: USTED HA SIDO VISITADO POR PERSONAL DE LA MUNICIPALIDAD Y LE HAN INFORMADO SOBRE COMO OBTENER LA LICENCIA MUNICIPAL PARA SU NEGOCIO, en un 70,59% respondieron que NUNCA, UN 17,65% respondieron que A VECES; otro 6,86% respondieron que CASI SIEMPRE y finalmente un 4,90% respondieron que SIEMPRE.

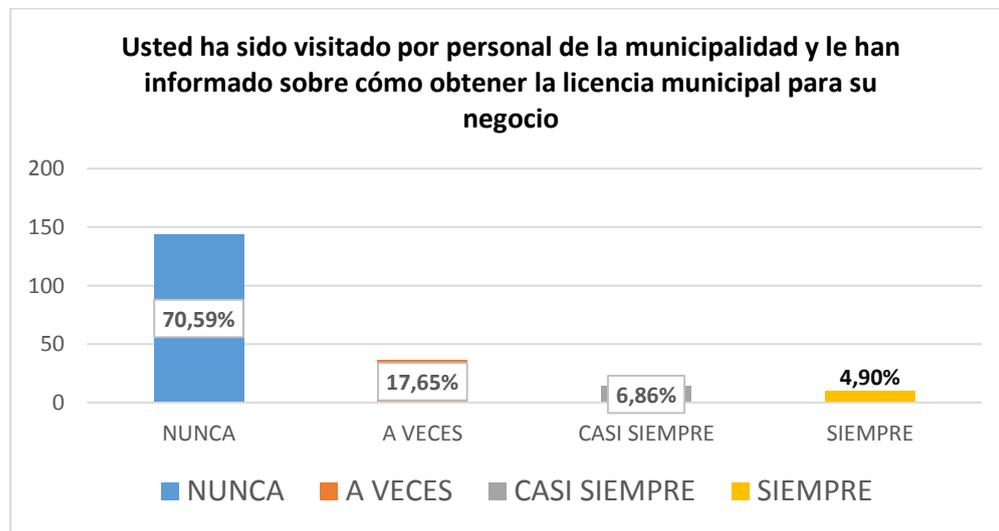


Figura 10: Usted ha sido visitado por personal de la municipalidad y le han informado sobre cómo obtener la licencia municipal para su negocio.

Fuente: Datos de la encuesta.

Tabla 11. Se siente usted preparado para alguna inspección que le permita formalizar su negocio

ALTERNATIVA	frecuencia	porcentaje
NUNCA	11	49.51%
A VECES	1	2.94%
CASI SIEMPRE	2	7.84%
SIEMPRE	9	39.71%
TOTAL	22	100%

Fuente: Datos de la encuesta

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Podemos ver que los encuestados ante la pregunta: SE SIENTE USTED PREPARADO PARA ALGUNA INSPECCIÓN QUE LE PERMITA FORMALIZAR SU NEGOCIO; en un 49,51% respondieron que NUNCA; en segundo lugar, con un 39,71% respondieron que SIEMPRE; un 7,84% respondieron que CASI SIEMPRE y, por último, solo un 2,94% respondieron que A VECES.

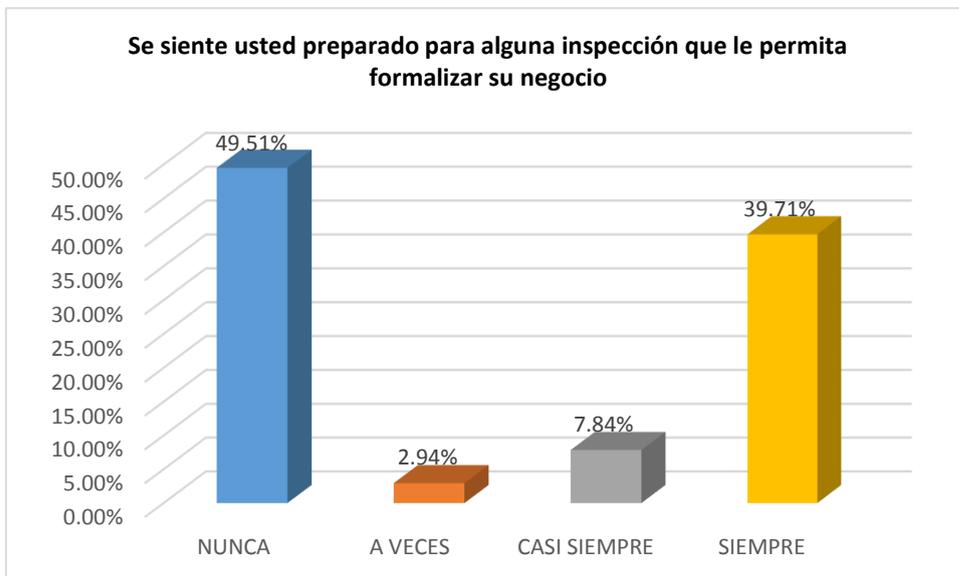


Figura 11: Se siente usted preparado para alguna inspección que le permita formalizar su negocio

Fuente: Datos de la encuesta.

Tabla 12. Alguna vez el personal de la SUNAT realizó verificación sobre el funcionamiento de su negocio

ALTERNATIVA	frecuencia	porcentaje
NUNCA	19	86,77
A VECES	2	8,33
CASI SIEMPRE	1	4,90
SIEMPRE	0	
TOTAL	22	100%

Fuente: Datos de la encuesta

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Podemos ver que la mayoría de los encuestados ante la pregunta: ALGUNA VEZ EL PERSONAL DE LA SUNAT REALIZARON VERIFICACIÓN SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DE SU NEGOCIO; en un 86,77% respondieron que NUNCA, un 8,33% respondieron que A VECES y, por último, un 4,90% respondió que SIEMPRE.

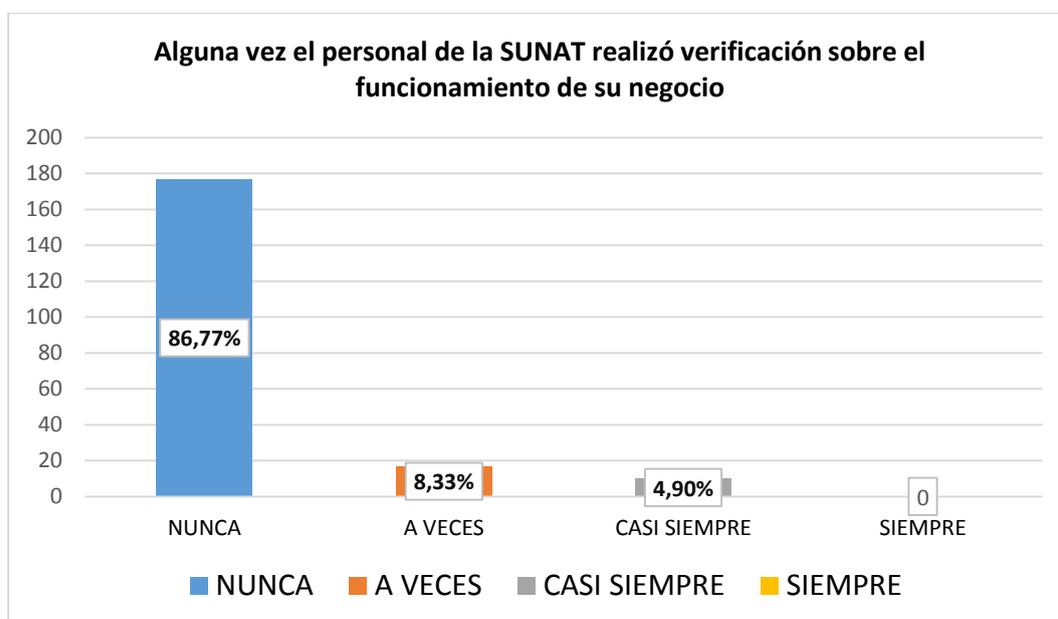


Figura 12: Alguna vez el personal de la SUNAT realizó verificación sobre el funcionamiento de su negocio

Fuente: Datos de la encuesta.

Tabla 13. Alguna vez representantes de la MUNICIPALIDAD le han realizado alguna acción de control con relación al cumplimiento de requisitos que le permita ser un negocio formal

ALTERNATIVA	frecuencia	porcentaje
NUNCA	19	85,78
A VECES	2	10,78
CASI SIEMPRE	0	1,96
SIEMPRE	0	1,47
TOTAL	22	100%

Fuente: Datos de la encuesta

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Podemos ver que los encuestados ante la pregunta: ALGUNA VEZ REPRESENTANTES DE LA MUNICIPALIDAD LE HAN REALIZADO ALGUNA ACCIÓN DE CONTROL CON RELACIÓN AL CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS QUE LE PERMITA SER UNA NEGOCIO FORMAL; en un 85,78% respondieron que NUNCA; en un 10,78% respondieron que A VECES; en un 1,96% respondieron que CASI SIEMPRE y, por último, un 1,47% respondieron que SIEMPRE.

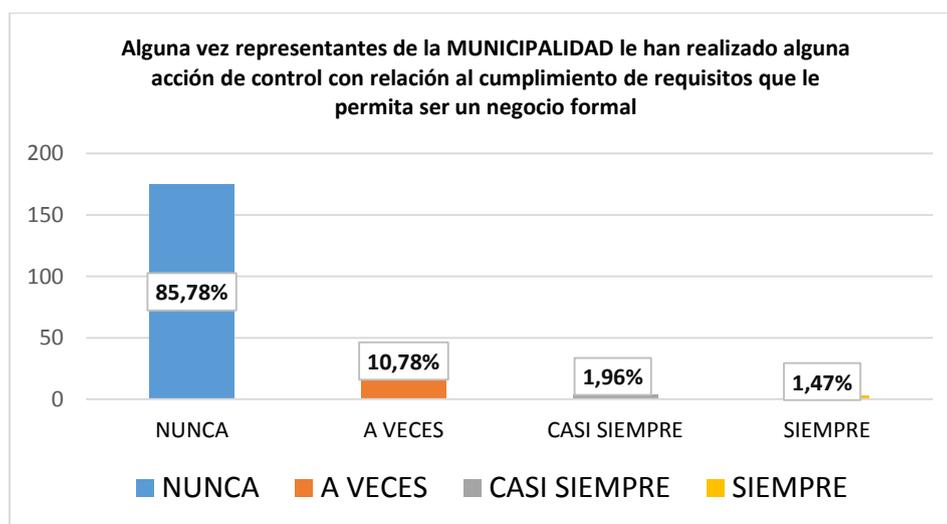


Figura 13: Alguna vez representantes de la MUNICIPALIDAD le han realizado alguna acción de control con relación al cumplimiento de requisitos que le permita ser un negocio formal.

Fuente: Datos de la encuesta.

4.1.2. Competitividad

Tabla 14. Genera estrategias constantemente para impulsar la innovación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	4	16,0	16,0	16,0
	En desacuerdo	8	32,0	32,0	48,0
	No opina	6	24,0	24,0	72,0
	De acuerdo	3	12,0	12,0	84,0
	Totalmente de acuerdo	4	16,0	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuentes: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados el 32% en desacuerdo, el 24% no opina y el 16% totalmente en Desacuerdo y Totalmente de acuerdo

Tabla 15. Considera que la innovación es una estrategia competitiva

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	6	24,0	24,0	24,0
	En desacuerdo	9	36,0	36,0	60,0
	No opina	4	16,0	16,0	76,0
	De acuerdo	1	4,0	4,0	80,0
	Totalmente de acuerdo	5	20,0	20,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuentes: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados el 36% de acuerdo, el 24% Totalmente en Desacuerdo, el 16% No opina y el 20% Totalmente de acuerdo.

Tabla 16. Recibe apoyo por parte de las entidades del estado (SUNAT) para capacitarlo en materia de innovación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	6	24,0	24,0	24,0
	En desacuerdo	3	12,0	12,0	36,0
	No opina	8	32,0	32,0	68,0
	De acuerdo	3	12,0	12,0	80,0
	Totalmente de acuerdo	5	20,0	20,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuentes: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados el 32% no opina, el 24% Totalmente en Desacuerdo, el 20% Totalmente de acuerdo y un 12% lo comparten En desacuerdo y De acuerdo.

Tabla 17. El Gobierno Regional contribuye impulsar la innovación empresarial en su rubro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Totalmente en Desacuerdo	4	16,0	16,0	16,0
	En desacuerdo	4	16,0	16,0	32,0
	No opina	7	28,0	28,0	60,0
	De acuerdo	4	16,0	16,0	76,0
	Totalmente de acuerdo	6	24,0	24,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuentes: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados el 28% no Opina, el 24% Totalmente de acuerdo, el 16% En desacuerdo y De acuerdo.

Tabla 18. Conoce alguna institución que promociona, incentiva o vela a favor de las empresas MYPES en lubricantes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Totalmente en Desacuerdo	3	12,0	12,0	12,0
	En desacuerdo	9	36,0	36,0	48,0
	No opina	6	24,0	24,0	72,0
	De acuerdo	1	4,0	4,0	76,0
	Totalmente de acuerdo	6	24,0	24,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuentes: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados el 36% indica En desacuerdo, el 24% Totalmente de acuerdo, No opina, el 12% totalmente en Desacuerdo.

Tabla 19. Considera importante obtener nuevas tecnologías para su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Totalmente en Desacuerdo	4	16,0	16,0	16,0
	En desacuerdo	5	20,0	20,0	36,0
	No opina	3	12,0	12,0	48,0
	De acuerdo	7	28,0	28,0	76,0
	Totalmente de acuerdo	6	24,0	24,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuentes: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados el 28% De acuerdo, el 20% en desacuerdo, el 24% Totalmente de acuerdo y el 16% Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 20. Es de vital importancia la tecnología en su organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Totalmente en Desacuerdo	6	24,0	24,0	24,0
	En desacuerdo	3	12,0	12,0	36,0
	No opina	5	20,0	20,0	56,0
	De acuerdo	8	32,0	32,0	88,0
	Totalmente de acuerdo	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuentes: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados el 32% indica De acuerdo, el 20% No opina, el 24% Totalmente en Desacuerdo y un 12% En desacuerdo y Totalmente de acuerdo.

Tabla 21. Tienen certificación reconocida sus trabajadores con respecto al manejo de las TICS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Totalmente en Desacuerdo	4	16,0	16,0	16,0
	En desacuerdo	6	24,0	24,0	40,0
	No opina	5	20,0	20,0	60,0
	De acuerdo	4	16,0	16,0	76,0
	Totalmente de acuerdo	6	24,0	24,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuentes: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados el 24% indica En desacuerdo y Totalmente de acuerdo, el 16% indica De acuerdo y Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 22. **Tiene contratos con otras empresas para adquirir nuevas tecnologías**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	En desacuerdo	11	44,0	44,0	44,0
	No opina	10	40,0	40,0	84,0
	De acuerdo	1	4,0	4,0	88,0
	Totalmente de acuerdo	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuentes: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados el 44% en desacuerdo, el 40% no opina, el 12% totalmente de acuerdo.

Tabla 23. **Realizaría un Contrato de licitación para realizar una inversión de gestión pública**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Totalmente en Desacuerdo	3	12,0	12,0	12,0
	En desacuerdo	9	36,0	36,0	48,0
	No opina	6	24,0	24,0	72,0
	De acuerdo	2	8,0	8,0	80,0
	Totalmente de acuerdo	5	20,0	20,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuentes: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados el 36% En desacuerdo, el 24 No opina el 20% Totalmente de acuerdo y el 12% Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 24. Cuenta con los recursos suficientes para encargarse de temas de licitación pública por ejemplo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Totalmente en Desacuerdo	4	16,0	16,0	16,0
	En desacuerdo	4	16,0	16,0	32,0
	No opina	4	16,0	16,0	48,0
	De acuerdo	8	32,0	32,0	80,0
	Totalmente de acuerdo	5	20,0	20,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuentes: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados el 32% indica de acuerdo, el 16% Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo y No opina respectivamente.

Tabla 25. Le resultan rentable los préstamos que le hacen los actuales bancos en la Región Lambayeque

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	De acuerdo	11	44,0	44,0	44,0
	Totalmente de acuerdo	14	56,0	56,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuentes: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados el 44% indica De acuerdo y el 56% totalmente de acuerdo.

Tabla 26. **Ha recibido financiamiento del extranjero alguna vez**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Totalmente en Desacuerdo	6	24,0	24,0	24,0
	En desacuerdo	5	20,0	20,0	44,0
	No opina	5	20,0	20,0	64,0
	De acuerdo	5	20,0	20,0	84,0
	Totalmente de acuerdo	4	16,0	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuentes: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados el 24% Totalmente en desacuerdo y el 20% En desacuerdo, No opina, De acuerdo, respectivamente.

Tabla 27. **Sabe cómo se puede tener acceso a préstamos del extranjero**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Totalmente en Desacuerdo	6	24,0	24,0	24,0
	En desacuerdo	3	12,0	12,0	36,0
	No opina	4	16,0	16,0	52,0
	De acuerdo	5	20,0	20,0	72,0
	Totalmente de acuerdo	7	28,0	28,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuentes: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados el 28% Totalmente de acuerdo el 24% Totalmente en Desacuerdo, el 16% En desacuerdo y el 16% No opina.

Tabla 28. Conoce Ud. de alguna empresa que haya utilizado los servicios de préstamos o financiación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Totalmente en Desacuerdo	9	36,0	36,0	36,0
	En desacuerdo	1	4,0	4,0	40,0
	No opina	7	28,0	28,0	68,0
	De acuerdo	3	12,0	12,0	80,0
	Totalmente de acuerdo	5	20,0	20,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuentes: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados el 36% Totalmente en Desacuerdo, el 28% No opina, el 20% Totalmente de acuerdo y el 12% De acuerdo.

5.2. Análisis de los Resultados

Formalización

Tabla 1. Del 100% de encuestados, el 40.91% indica 5 a más años, el 31.82% entre 31 y 50 años, el 27.27% manifiesta estar en los 18 y 30 años, en resumen la mayoría de encuestados tienen experiencia debido a su edad. En resumen la mayoría contempla una edad adulta media, lo que significa que son propietarios que tienen cierta experiencia en el rubro, lo que favorece a las empresas que administran. Esto se contrasta con los aportes de Álvarez (2016) afirma que: De acuerdo al último informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor), en España existe una tasa de emprendedores del 6,8%, dos puntos por debajo que la media europea, que se sitúa en el 7,7%. Podríamos decir que en España se emprende menos o hay menos intención de emprender que en países de nuestro medio.

Tabla 2. Del 100% de encuestados, el 59.09% indica Superior, el 36.36% manifiesta Secundaria y solo un 4.55% Primaria, en resumen la mayoría de propietarios indican tener un grado de instrucción superior lo que les favorece para dirigir sus negocios de lubricantes. De esta manera se tienen administradores más preparados para dirigir sus negocios.

Tabla 3. Del 100% de encuestados, el 63.64% indica de 3 a 5 trabajadores, el 27.73% manifiesta de 1 a 2 trabajadores y el 13.64% de 6 a más empleados. Esto significa que estas empresas si generan puestos de trabajo en su comunidad. Se puede observar que estas empresas generan puestos de trabajo, generan desarrollo a la comunidad, aporta al PEA (Población Económicamente Activa) de la región.

Tabla 4. Podemos ver que los encuestados en su gran mayoría, esto es un 62,75% responden que “NUNCA” han escuchado por radio los beneficios para formalizar su negocio; en segundo lugar, se ubica un 20,59% de encuestados que refiere que “A VECES” han escuchado por radio dichos pasos; en un 10,78% se ubican los que dicen que “SIEMPRE” han escuchado por radio los pasos para formalizar su negocio y por último en un 5,88% se encuentran los que responden que “CASI SIEMPRE”. Se aprecia que hay un alto porcentaje que no le da importancia a la formalización. Esto contrasta con los resultados de Villar (2014) quién afirma que: Las empresas dentro de este grupo suman 6,8 millones y representan más de 9 millones de los empleos

generados; pero la informalidad limita su desarrollo En el Perú, el 96,5% de las empresas que existen pertenecen al sector de Micro y pequeñas (Mypes).

Tabla 5. Podemos ver que una gran mayoría, esto es el 51,96% ha respondido que NUNCA ha visto por televisión propaganda del Estado sobre los beneficios de la formalidad de los negocios; un 37,25% respondió que A VECES; un 10,78% dijo que SIEMPRE y solo un 5,88% respondió que CASI SIEMPRE. Se puede observar cuanta falta o impulso le hace falta al tema de la formalización por parte de las entidades como SUNAT y Municipalidad.

Tabla 6. Podemos ver que los encuestados en su mayoría, esto es un 72,55% respondió que NUNCA a la pregunta ¿La SUNAT lo ha visitado para capacitarlo en materia de formalización?; un 18,63% respondió que A VECES; UN 6,86% contestó que SIEMPRE, y solo un 1,96% respondió que CASI SIEMPRE. Se aprecia que no existe capacitación o visitas personalizadas por parte de la SUNAT, esto conlleva a que los propietarios no tengan mucho interés en la formalización.

Tabla 7. Podemos ver que el 74,51% de los encuestados respondió que NUNCA había encontrado algún artículo en una revista sobre como formalizar un negocio. Se puede observar la falta de literatura sobre formalización por parte de la SUNAT, en donde dé a conocer las ventajas de la formalización.

Tabla 8. Podemos ver que ante la pregunta sabe Ud. que existen beneficios para su negocio si se formaliza, los encuestados respondieron en un 78,92% que NUNCA habían recibido ninguna charla; un 10,29% respondió que A VECES; OTRO 9,31% respondió que CASI SIEMPRE y por último solo un 1,47% respondió que SIEMPRE. Se aprecia la falta de interés por parte de SUNAT para conseguir más tributantes.

Tabla 9. Podemos ver que los encuestados ante la pregunta de si HA RECIBIDO ALGUNA INVITACIÓN DE LA SUNAT PARA FORMALIZAR SU NEGOCIO, en un 86,76% respondieron que NUNCA habían recibido invitación; solo 13,24% respondieron que A VECES. Nuevamente se constata que la SUNAT no realiza eventos en donde se tenga la oportunidad de brindar los beneficios de la formalización

Tabla 10. Podemos ver que los encuestados ante la pregunta: USTED HA SIDO VISITADO POR PERSONAL DE LA MUNICIPALIDAD Y LE HAN INFORMADO SOBRE COMO OBTENER LA LICENCIA MUNICIPAL PARA SU NEGOCIO, en un 70,59% respondieron que NUNCA, UN 17,65% respondieron que A VECES; otro 6,86% respondieron que CASI SIEMPRE y finalmente un 4,90% respondieron que SIEMPRE. Así como la SUNAT no da muestras de ayudar a los propietarios a formalizarse, lo mismo pasa con la municipalidad.

Tabla 11. Podemos ver que los encuestados ante la pregunta: SE SIENTE USTED PREPARADO PARA ALGUNA INSPECCIÓN QUE LE PERMITA FORMALIZAR SU NEGOCIO; en un 49,51% respondieron que NUNCA; en segundo lugar, con un 39,71% respondieron que SIEMPRE; un 7,84% respondieron que CASI SIEMPRE y, por último, solo un 2,94% respondieron que A VECES. Se aprecia que los propietarios aún no están preparados para recibir una inspección, esto es debido a la falta de promoción y asistencia técnica en materia de tributación y formalización por parte de las entidades correspondientes.

Tabla 12. Podemos ver que la mayoría de los encuestados ante la pregunta: ALGUNA VEZ EL PERSONAL DE LA SUNAT REALIZARON VERIFICACIÓN SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DE SU NEGOCIO; en un 86,77% respondieron que NUNCA, un 8,33% respondieron que A VECES y, por último, un 4,90% respondió que SIEMPRE. Nuevamente se ve la ausencia de las entidades como SUNAT que no asisten a las empresas del sector Lubricantes para ayudarlos en su formalización.

Tabla 13. Podemos ver que los encuestados ante la pregunta: ALGUNA VEZ REPRESENTANTES DE LA MUNICIPALIDAD LE HAN REALIZADO ALGUNA ACCIÓN DE CONTROL CON RELACIÓN AL CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS QUE LE PERMITA SER UNA NEGOCIO FORMAL; en un 85,78% respondieron que NUNCA; en un 10,78% respondieron que A VECES; en un 1,96% respondieron que CASI SIEMPRE y, por último, un 1,47% respondieron que SIEMPRE. Lo mismo que la SUNAT, la municipalidad no ejerce el trabajo de promoción y formalización de negocios.

Competitividad

Tabla 14. Del 100% de los encuestados el 36% de acuerdo, el 24% Totalmente en Desacuerdo, el 16% No opina y el 20% Totalmente de acuerdo. En resumen hay ausencia de estrategias constantemente para impulsar la innovación.

Tabla 15. Del 100% de los encuestados el 36% de acuerdo, el 24% Totalmente en Desacuerdo, el 16% No opina y el 20% Totalmente de acuerdo. En resumen existe insuficiencia con respecto a la innovación es una estrategia competitiva.

Tabla 16. Del 100% de los encuestados el 32% no opina, el 24% Totalmente en Desacuerdo, el 20% Totalmente de acuerdo y un 12% lo comparten En desacuerdo y De acuerdo. En resumen no hay un verdadero apoyo por parte de las entidades del estado (SUNAT) para capacitarlo en materia de innovación.

Tabla 17. Del 100% de los encuestados el 28% no Opina, el 24% Totalmente de acuerdo, el 16% En desacuerdo y De acuerdo. En resumen El Gobierno Regional poco o nada contribuye impulsar la innovación empresarial en su rubro.

Tabla 18. Del 100% de los encuestados el 36% indica En desacuerdo, el 24% Totalmente de acuerdo, No opina, el 12% totalmente en Desacuerdo. En resumen la mayoría no conoce alguna institución que promociona, incentiva o vela a favor de las empresas MYPES en lubricantes.

Tabla 19. Del 100% de los encuestados el 28% De acuerdo, el 20% en desacuerdo, el 24% Totalmente de acuerdo y el 16% Totalmente en Desacuerdo. En resumen la mayoría institución que promociona, incentiva o vela a favor de las empresas MYPES en lubricantes.

Tabla 20. Del 100% de los encuestados el 32% indica De acuerdo, el 20% No opina, el 24% Totalmente en Desacuerdo y un 12% En desacuerdo y Totalmente de acuerdo. En resumen la mayoría es de vital importancia la tecnología en su organización.

Tabla 21. Del 100% de los encuestados el 24% indica En desacuerdo y Totalmente de acuerdo, el 16% indica De acuerdo y Totalmente en Desacuerdo. Se aprecia que la mayoría no tiene certificación reconocida sus trabajadores con respecto al manejo de las TICS.

Tabla 22. Del 100% de los encuestados el 44% en desacuerdo, el 40% no opina, el 12% totalmente de acuerdo. En resumen la mayoría no tiene contratos con otras empresas para adquirir nuevas tecnologías.

Tabla 23. Del 100% de los encuestados el 36% En desacuerdo, el 24 No opina el 20% Totalmente de acuerdo y el 12% Totalmente en Desacuerdo. En resumen no cuentan con un Contrato de licitación para realizar una inversión de gestión pública, precisamente a que la mayoría no está formalizado.

Tabla 24. Del 100% de los encuestados el 32% indica de acuerdo, el 16% Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo y No opina respectivamente. En resumen la mayoría no cuenta con los recursos suficientes para encargarse de temas de licitación pública por ejemplo.

Tabla 25. Del 100% de los encuestados el 44% indica De acuerdo y el 56% totalmente de acuerdo. En resumen la mayoría le resultan rentable los préstamos que le hacen los actuales bancos en la Región Lambayeque.

Tabla 26. Del 100% de los encuestados el 24% Totalmente en desacuerdo y el 20% En desacuerdo, No opina, De acuerdo, respectivamente. En resumen la mayoría no ha recibido financiamiento del extranjero alguna vez.

Tabla 27. Del 100% de los encuestados el 28% Totalmente de acuerdo el 24% Totalmente en Desacuerdo, el 16% En desacuerdo y el 16% No opinan. En resumen la mayoría no sabe cómo se puede tener acceso a préstamos del extranjero.

Tabla 28. Del 100% de los encuestados el 36% Totalmente en Desacuerdo, el 28% No opina, el 20% Totalmente de acuerdo y el 12% De acuerdo. La mayoría indica no conocer alguna empresa que haya utilizado los servicios de préstamos o financiación.

VI. CONCLUSIONES

1. Entre las características de formalidad de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque, se encuentra en dos aspectos importantes la Difusión y la Fiscalización, en la primera se aprecia según encuestas ausencia por parte de los organismos reguladores como SUNAT y Municipalidad y la segunda las empresas aún tienen cierto temor a la formalidad al conocer que tienen que pagar tributos o impuestos.

2. Con respecto a las características de Competitividad de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque, esta destaca entre pilares fundamentales como son la innovación, las nuevas tecnologías y las fuentes de financiación, aspectos fundamentales para ser altamente competitivos como empresas.

VII. RECOMENDACIONES

1. A los propietarios, las estrategias deben ser innovadoras, estar cambiando constantemente de acuerdo a las exigencias de la competitividad del mercado, hace que una organización sea inteligente, dinámica, en ese sentido los recursos tecnológicos hoy en día son importantes para que la empresa pueda ser competitiva, es por ello que se debe estar en constante actualización. A ello se suma el recurso o capital humano, es decir estar capacitándose constantemente para poder dirigir un negocio exitosamente.

2. A las Micro y pequeñas empresas se van favoreciendo por el apoyo del estado para los emprendedores y para quienes quieren crecer con sus empresas, es importante la formalización, el cual trae muchos beneficios como participación en licitaciones, créditos bancarios, entre otros.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarez, T. (16 de abril de 2016). *Los problemas de España en el Día Mundial del Emprendimiento*. Obtenido de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/04/16/emprendedores/1460796703_105800.html
- Aycaya. (2017). *Caracterización de la capacitación y la formalización de las MYPES del sector comercio – rubro reciclaje del distrito de Tacna, periodo 2017*. Tacna: Uladech.
- Bir, A. (2016). *¿Qué factores determinan la competitividad?* Obtenido de <https://noticias.infocif.es/noticia/que-factores-determinan-la-competitividad>
- Borja , D. S. (15 de Abril de 2014). *Propuesta De Un Modelo De Gestión En Calidad De Servicio, Basado En La Norma Internacional Iso 9001: 2008, En Empresas De Comercialización De Productos De Consumo Masivo, Caso: Almacenes La Rebaja*. Obtenido de <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/535/1/T-UIDE-0499.pdf>
- Camara. (2018). *La Competitividad*. Obtenido de <https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-ser-competitivo>
- Cámara de Comercio de España. (2016). *Competitividad Empresarial en España*. Obtenido de <https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-ser-competitivo>
- Carlos, P. (25 de mayo de 2018). Crecimiento y empleo en el Perú. *Gestion*, pág. 34.
- Centurión, M. R. (2015). *Gestión De Calidad, Formalización, Competitividad, Financiamiento, Capacitación Y Rentabilidad En Micro Y Pequeñas Empresas De La Provincia Del Santa (2013)*. Obtenido de https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:J_qMfoVH HJQJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5127577.pdf+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe
- Chau, E. (2018). *Produce: micro y pequeñas empresas aportan 24% al PBI nacional*. Lima Perú: Agencia Andina.
- Chávez , M. M. (3 de Octubre de 2018). *Gestión De Calidad Con El Modelo Integral De La Productividad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Rubro Venta De Partes, Piezas Y Accesorios De Vehículos*

Automotores Del Distrito De Huaraz, 2017. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2541/PRODUCTIVIDAD_GESTION_DE_CALIDAD_CHAVEZ_MARCOS_MELIZA_VIOLETA.pdf?sequence=1

Davila , E. C. (2 de 15 de 2017). *"Caracterización De La Formalización Y Competitividad De Las Mypes Del Sector De Confección De Ropa Para Damas Del Distrito De Chiclayo, 2016"*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2749/FORMALIZACION_COMPETITIVIDAD_DAVILA_ESCURRA_CARMEN_MIRIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

EmprendePyme. (2018). *Definición de competitividad.* Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-competitividad-empresarial.html>

EmprendePyme.pe. (2016). *Qué es la competitividad empresarial.* Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-competitividad-empresarial.html>

Gonzales, L. J. (2014). *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 http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf

Gutiérrez , C. V., Medina , C. J., Viesca , G. F., & Favila , C. H. (2014). *La Competitividad De La Micro Y Pequeña Empresa De Alimentos Y Bebidas El caso del municipio turístico de Metepec en el Estado de México.* Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1807/180731336009.pdf>

Gutiérrez , G. Y. (15 de Abril de 2016). *Caracterización De La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio, Rubro – Venta Minorista De Ropa Para Damas Del Centro Comercial Galerías Alfa, Chimbote, 2013.* Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/962/GESTION_DE_CALIDAD_GUTIERREZ_GOMEZ_YANINA_KAREN.pdf?sequence=4

Hernandez Sampieri, R. (2006). *INVESTIGACION/METODOLOGIA/INVESTIGACION.* Obtenido de Metodologia de la investigación: https://scholar.google.com.pe/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&as_vis=1&q=Hernandez+S.+%282006%29.+INVESTIGACION+

%2F+METODOLOGIA+%2F+INVESTIGACION.+lima%3A+Mc+Graw
+Hill+education.&btnG=

- IsoTools. (2015). *Consejos para mejorar la competitividad empresarial*. Obtenido de <https://www.isotools.org/2015/07/20/consejos-para-mejorar-la-competitividad-empresarial/>
- Mendoza, R. M. (2017). *¿Por qué el Perú sigue cayendo en competitividad?* Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru-sigue-cayendo-competitividad-427729>
- Mi Empresa propia. (2018). *Constitución y formalización de tu empresa en el Perú*. Obtenido de <https://mep.pe/constitucion-y-formalizacion-de-tu-empresa-en-el-peru/>
- Mosquera, H. (2017). *Caracterización de la competitividad y formalización de las MYPES del sector servicio rublo hospedaje en el distrito de Uchiza 2017*. Uchiza.Tarapoto: ULADECH.
- Muñoz , C. P. (12 de Agosto de 2016). *Caracterización De La Gestión De Calidad Bajo El Enfoque De Lean Manufacturing En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Industrial – Rubro Fabricación De Muebles Para El Hogar Del Distrito De Huaraz, 2015*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1068/GESTION_DE_CALIDAD_MYPE_MUNOZ_CHAVEZ_PEDRO_JESUS.pdf?sequence=1
- Olarte, E. V. (2017). LA CASI IMPOSIBLE FORMALIZACIÓN EN EL PERÚ. *Economía Peruana*, 20.
- Palacios, A. (2 de junio de 2018). En competitividad seguimos en el fondo. *Expreso*, pág. 14.
- Pérez, B. V. (2008). *Concepto de competitividad empresarial*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/concepto-competitividad-empresarial/>
- Porter. (2017). *Ser competitivo*. Barcelona: Deusto es un sello editorial de Centro Libros PAPP, S. L. U.
- Porter, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. Obtenido de http://www.economie.ens.fr/IMG/pdf/porter_1990_-_the_competitive_advantage_of_nations.pdf
- Quispe, F. J. (2016). *Caracterización De La Formalización Y Competitividad De Las Mypes Del Sector Comercio, Rubro Artículos Ópticos Del Distrito, Provincia Y Región De Arequipa,Periodo 2014-2015*. Obtenido

de

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1214/COMPETITIVIDAD_FORMALIZACION_QUISPE_FABIAN_JESUSA.pdf?sequence=1

Quispe, J. (2014-2015). *Caracterización de la Formalización y Competitividad de las MYPES del sector comercio, rubro artículos ópticos del distrito, provincia y Región Arequipa, periodo 2014-2015*. Arequipa: uladech.

Quispe, R. M. (2017). *Caracterización De La Formalización Y La Competitividad De Las Mype Del Sector Servicio - Rubro Escuelas De Conductores Del Distrito De Juliaca Periodo 2016*. Obtenido de http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_e59cbb22921d83fe1cfa081eec152bf2

Reyes, M. (2018). "OBSTÁCULOS EN LA INNOVACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PyMEs) EN CHILE: FALTA DE INFORMACIÓN SOBRE TECNOLOGÍA". Chile : Universidad de Chile.

ROGERS, E. M. (2010). *Difussion of Innovation*. Nueva York: The Free Press, 1995 ; 4.a ed.

Sánchez, J. (2010). *Como crear una empresa-constitucion y formalizacion de empresas*. Lima.

Ventura. (2016). *Caracterización de la Formalización y Competitividad de las MYPES del rubro artesanales del distrito de Monsefú, 2016*. Monsefu: Uladech.

Ventura, L. F. (12 de Junio de 2017). *CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL RUBRO ARTESANALES DEL DISTRITO DE MONSEFÚ, 2016*. Obtenido de <https://www.google.com.pe/search?q=Caracterizaci%C3%B3n+De+La+Formalizaci%C3%B3n+Y+Competitividad+De+Las+Mypes+Del+Rubro+Artesanales+Del+Distrito+De+Monsef%C3%BA%2C+2016&oq=Caracterizaci%C3%B3n+De+La+Formalizaci%C3%B3n+Y+Competitividad+De+Las+Mypes+Del+Ru>

Villar, P. (2017). *ComexPerú: Mypes siguen aumentando pero formalización no avanza*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/informalidad-micro-pequenos-negocios-peru-noticia-noticia-448518>

ZALTMAN, G. D. (2010). *Innovations and organizations*. . New York: Malabar, FL; R.E. Krieger, 1984.

Anexos

ANEXO Nº01: GUÍA DE ENCUESTA FORMALIZACIÓN

INSTRUCCIONES: Lea bien las preguntas y conteste con claridad, marque con una X dentro del recuadro la respuesta que considere conveniente.

Categoría

1. Nunca
2. A veces
3. Casi siempre
4. Siempre

ENCUESTADO

1. Edad

- a.) 18-30
- b.) 31-50
- c.) 51 a mas

2. Grado de Instrucción

- a.) Primaria
- b.) Secundaria.
- c.) Superior.

3. Cuantos Trabajadores tiene la Empresa.

- a.) 1-2
- b.) 3-5
- c.) 6 A MAS.

PREGUNTAS	CATEGORIAS			
	1	2	3	4
1. ¿Escucha Ud. por RADIO las pasos para formalizar su negocio?				
2. ¿Escucha Ud. por la TELEVISIÓN, los beneficios de la formalización para su negocio?				
3. ¿La SUNAT lo ha visitado para capacitarlo en materia de formalización?				
4. ¿Ha encontrado algún artículo en alguna revista con relación a como formalizar un negocio?				
5. ¿Sabe Ud. que existen beneficios para su negocio si se formaliza?				
6. ¿Ha recibido alguna invitación de la SUNAT para formalizarse?				
7. ¿Ud. ha sido visitado por personal de la municipalidad y la informaron sobre cómo obtener la licencia municipal para su bodega?				
8. ¿Se siente usted preparado para alguna inspección que le permita formalizar su bodega?				
9. ¿Alguna vez personal de la SUNAT, realizaron verificación sobre el funcionamiento de su bodega?				
10. ¿Alguna vez representantes de la MUNICIPALIDAD le han realizado alguna acción de control con relación al cumplimiento de requisitos que lo conduzcan a ser un negocio formal?				

GUÍA DE ENCUESTA N°02

Dirigido a los propietarios de las empresa lubricantes de Lambayeque, para conocer la importancia de la Competitividad empresarial

Importante: Marque con un aspa (x) la opción que considera conveniente según la categoría que corresponda como se describe a continuación:

1 Totalmente en Desacuerdo; 2 En desacuerdo; 3 No opina; 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo

ITEMS	CATEGORÍA				
	1	2	3	4	5
La innovación					
Genera estrategias constantemente para impulsar la innovación					
Considera que la innovación es una estrategia competitiva					
Recibe apoyo por parte de las entidades del estado (SUNAT) para capacitarlo en materia de innovación					
El Gobierno Regional contribuye impulsar la innovación empresarial en su rubro					
Conoce alguna institución que promociona, incentiva o vela a favor de las empresas MYPES en lubricantes.					
Nuevas Tecnologías					
Considera importante obtener nuevas tecnologías para su negocio					
Es de vital importancia la tecnología en su organización					
Tienen certificación reconocida sus trabajadores con respecto al manejo de las TICS					
Tiene contratos con otras empresas para adquirir nuevas tecnologías					
Fuentes de financiamiento					
Realizaría un Contrato de licitación para realizar una inversión de gestión pública					
Cuenta con los recursos suficientes para encargarse de obras de licitación pública por ejemplo					
Le resulta rentable los préstamos que le hacen los actuales bancos en la Región Lambayeque					
Ha recibido financiamiento del extranjero alguna vez					
Sabe cómo se puede tener acceso a préstamos del extranjero					
Conoce Ud. de alguna empresa que haya utilizado los servicios de préstamos o financiación					



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

ANEXO

CONSTANCIA DE VALIDACION DE EXPERTOS

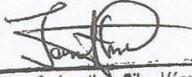
Yo, **SEGUNDO JONATAN SILVA VASQUEZ**, identificado con DNI N° 42789331, con CLAD N°02258 Por medio de la presente hago constar:

Que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos del cuestionario el estudiante. Br. MUSAYON AYALA MANUEL ANTONIO para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (22 muestras) seleccionada para el trabajo de investigación denominado:

“CARACTERIZACION DE LA FORMALIZACION Y COMPETITIVIDAD LAS MYPES DEL SECTOR DE LUBRICANTES DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE AÑO 2018”.

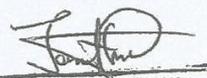
Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados. Por el cual firmo y sello la presente.

Chiclayo, noviembre 2018.


Mgtr. S. Jonathan Silva Vásquez
Registro CLAD N° 02258

FORMATO PARA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO POR EXPERTOS DE JUICIO

Nombre del profesional: Mg. Jomathan Silva Vásquez									
orden	VARIABLES	Criterios de validación							
		Es pertinente con el concepto		Necesita mejorar la redacción		Es tendencias o aqueciente		Se necesita más ítems para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Formalización								
OE 01	Determinar las características de la formalización de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018.								
1	Edad	X		X			X		X
2	Grado de instrucción	X		X			X		X
3	Cuántos trabajadores tiene la empresa	X		X			X		X
4	¿Escucha Ud. por RADIO los pasos para formalizar su negocio?	X		X			X		X
5	¿Escucha Ud. por la TELEVISIÓN, los beneficios de la formalización para su negocio?	X		X			X		X
6	¿La SUNAT lo ha visitado para capacitarlo en materia de formalización?	X		X			X		X
7	¿A encontrado algún artículo en alguna revista con relación a como formalizar un negocio?	X		X			X		X
8	¿Sabe Ud. que existen beneficios para su negocio si se formaliza?	X		X			X		X
9	¿Ha recibido alguna invitación de la SUNAT para formalizarse?	X		X			X		X
10	¿Ud. ha sido visitado por personal de la municipalidad y la informaron sobre cómo obtener la licencia municipal para su bodega?	X		X			X		X
11	¿Se siente usted preparado para alguna inspección que le permita formalizar su bodega?	X		X			X		X
12	¿Alguna vez personal de la SUNAT, realizaron verificación sobre el funcionamiento de su bodega?	X		X			X		X
13	¿Alguna vez representantes de la MUNICIPALIDAD le han realizado alguna acción de control con relación al cumplimiento de requisitos que lo conduzcan a ser un negocio formal?	X		X			X		X
	VARIABLE - Competitividad								
OE 02	Determinar las características de las Competitividad de las empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018.								
1	Genera estrategias constantemente para impulsar la innovación	X		X			X		X
2	Considera que la innovación es una estrategia competitiva	X		X			X		X
3	Recibe apoyo por parte de las entidades del estado (SUNAT) para capacitarlo en materia de innovación	X		X			X		X
4	El Gobierno Regional contribuye e impulsa la innovación empresarial en su rubro	X		X			X		X
5	Conoce alguna institución que promueve, incentiva o vela a favor de las empresas MYPES en lubricantes.	X		X			X		X
6	Considera importante obtener nuevas tecnologías para su negocio	X		X			X		X
7	Es de vital importancia la tecnología en su organización	X		X			X		X
8	Tienen certificación reconocida sus trabajadores con respecto al manejo de las TICS	X		X			X		X
9	Tiene contratos con otras empresas para adquirir nuevas tecnologías	X		X			X		X
10	Realizaría un Contrato de licitación para realizar una inversión de gestión pública	X		X			X		X
11	Cuenta con los recursos suficientes para encargarse de obras de licitación pública por ejemplo	X		X			X		X
12	Le resulta rentable los préstamos que le hacen los actuales bancos en la Región Lambayeque	X		X			X		X
13	Ha recibido financiamiento del extranjero alguna vez	X		X			X		X
14	Sabe cómo se puede tener acceso a préstamos del extranjero	X		X			X		X
15	Conoce Ud. de alguna empresa que haya utilizado los servicios de préstamos o financiación	X		X			X		X


Mgtr. S. Jonathan Silva Vásquez
 Registro CLAD Nº 02258



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

ANEXO

CONSTANCIA DE VALIDACION DE EXPERTOS

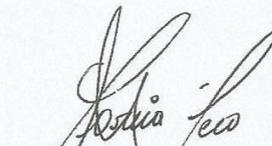
Yo, **WALTER GARCIA ÑECO**, identificado con DNI N°16742630, con CLAD N°05532 .Por medio de la presente hago constar:

Que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos del cuestionario el estudiante. Br. . MUSAYON AYALA MANUEL ANTONIO para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (22 muestras) seleccionada para el trabajo de investigación denominado:

“CARACTERIZACION DE LA FORMALIZACION Y COMPETITIVIDAD LAS MYPES DEL SECTOR DE LUBRICANTES DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE AÑO 2018”.

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

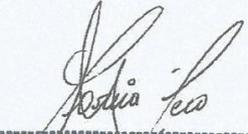
Chiclayo, noviembre 2018.



Mgtr. **Walter García Ñeco**
CLAD. N° 05532

FORMATO PARA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO POR EXPERTOS DE JUICIO

Nombre del profesional: Mg. Walter García Neco									
orden	VARIABLES	Criterios de validación							
		Es pertinente con el concepto		Necesita mejorar la redacción		Es tendencias o aqueciente		Se necesita más ítems para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Formalización								
OE 01	Determinar las características de la formalización de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018.								
1	Edad	X		X			X		X
2	Grado de instrucción	X		X			X		X
3	Cuántos trabajadores tiene la empresa	X		X			X		X
4	¿Escucha Ud. por RADIO los pasos para formalizar su negocio?	X		X			X		X
5	¿Escucha Ud. por la TELEVISIÓN, los beneficios de la formalización para su negocio?	X		X			X		X
6	¿La SUNAT lo ha visitado para capacitarlo en materia de formalización?	X		X			X		X
7	¿A encontrado algún artículo en alguna revista con relación a como formalizar un negocio?	X		X			X		X
8	¿Sabe Ud. que existen beneficios para su negocio si se formaliza?	X		X			X		X
9	¿Ha recibido alguna invitación de la SUNAT para formalizarse?	X		X			X		X
10	¿Ud. ha sido visitado por personal de la municipalidad y la informaron sobre cómo obtener la licencia municipal para su bodega?	X		X			X		X
11	¿Se siente usted preparado para alguna inspección que le permita formalizar su bodega?	X		X			X		X
12	¿Alguna vez personal de la SUNAT, realizaron verificación sobre el funcionamiento de su bodega?	X		X			X		X
13	¿Alguna vez representantes de la MUNICIPALIDAD le han realizado alguna acción de control con relación al cumplimiento de requisitos que lo conduzcan a ser un negocio formal?	X		X			X		X
	VARIABLE - Competitividad								
OE 02	Determinar las características de las Competitividad de las empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018.								
1	Genera estrategias constantemente para impulsar la innovación	X		X			X		X
2	Considera que la innovación es una estrategia competitiva	X		X			X		X
3	Recibe apoyo por parte de las entidades del estado (SUNAT) para capacitarlo en materia de innovación	X		X			X		X
4	El Gobierno Regional contribuye e impulsar la innovación empresarial en su rubro	X		X			X		X
5	Conoce alguna institución que promueve, incentiva o vela a favor de las empresas MYPES en lubricantes.	X		X			X		X
6	Considera importante obtener nuevas tecnologías para su negocio	X		X			X		X
7	Es de vital importancia la tecnología en su organización	X		X			X		X
8	Tienen certificación reconocida sus trabajadores con respecto al manejo de las TICS	X		X			X		X
9	Tiene contratos con otras empresas para adquirir nuevas tecnologías	X		X			X		X
10	Realizaría un Contrato de licitación para realizar una inversión de gestión pública	X		X			X		X
11	Cuenta con los recursos suficientes para encargarse de obras de licitación pública por ejemplo	X		X			X		X
12	Le resulta rentable los préstamos que le hacen los actuales bancos en la Región Lambayeque	X		X			X		X
13	Ha recibido financiamiento del extranjero alguna vez	X		X			X		X
14	Sabe cómo se puede tener acceso a préstamos del extranjero	X		X			X		X
15	Conoce Ud. de alguna empresa que haya utilizado los servicios de préstamos o financiación	X		X			X		X


 Mgtr. Walter García Neco
 CLAD. N° 05532



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

ANEXO

CONSTANCIA DE VALIDACION DE EXPERTOS

Yo, **MIGUEL ANGEL BARRUETO CASTAÑEDA**, identificado con DNI N° 42484875, con CLAD N°17118 .Por medio de la presente hago constar:

Que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos del cuestionario el estudiante. Br. . **MUSAYON AYALA MANUEL ANTONIO** para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (22 muestras) seleccionada para el trabajo de investigación denominado:

“**CARACTERIZACION DE LA FORMALIZACION Y COMPETITIVIDAD LAS MYPES DEL SECTOR DE LUBRICANTES DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE AÑO 2018**”.

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

Chiclayo, noviembre 2018.


Lic. Adm. Miguel Angel Barreto Castañeda
CLAD 17118

FORMATO PARA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO POR EXPERTOS DE JUICIO

Nombre del profesional: Lic. Miguel Ángel Barrueto Castañeda									
orden	VARIABLES	Criterios de validación							
		Es pertinente con el concepto		Necesita mejorar la redacción		Es tendencias o aqueciente		Se necesita más ítems para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Formalización									
OE 01	Determinar las características de la formalización de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018.								
1	Edad	X		X			X		X
2	Grado de instrucción	X		X			X		X
3	Cuántos trabajadores tiene la empresa	X		X			X		X
4	¿Escucha Ud. por RADIO los pasos para formalizar su negocio?	X		X			X		X
5	¿Escucha Ud. por la TELEVISIÓN, los beneficios de la formalización para su negocio?	X		X			X		X
6	¿La SUNAT lo ha visitado para capacitarlo en materia de formalización?	X		X			X		X
7	¿A encontrado algún artículo en alguna revista con relación a como formalizar un negocio?	X		X			X		X
8	¿Sabe Ud. que existen beneficios para su negocio si se formaliza?	X		X			X		X
9	¿Ha recibido alguna invitación de la SUNAT para formalizarse?	X		X			X		X
10	¿Ud. ha sido visitado por personal de la municipalidad y la informaron sobre cómo obtener la licencia municipal para su bodega?	X		X			X		X
11	¿Se siente usted preparado para alguna inspección que le permita formalizar su bodega?	X		X			X		X
12	¿Alguna vez personal de la SUNAT, realizaron verificación sobre el funcionamiento de su bodega?	X		X			X		X
13	¿Alguna vez representantes de la MUNICIPALIDAD le han realizado alguna acción de control con relación al cumplimiento de requisitos que lo conduzcan a ser un negocio formal?	X		X			X		X
VARIABLE - Competitividad									
OE 02	Determinar las características de las Competitividad de las empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018.								
1	Genera estrategias constantemente para impulsar la innovación	X		X			X		X
2	Considera que la innovación es una estrategia competitiva	X		X			X		X
3	Recibe apoyo por parte de las entidades del estado (SUNAT) para capacitarlo en materia de innovación	X		X			X		X
4	El Gobierno Regional contribuye e impulsar la innovación empresarial en su rubro	X		X			X		X
5	Conoce alguna institución que promociona, incentiva o vela a favor de las empresas MYPES en lubricantes.	X		X			X		X
6	Considera importante obtener nuevas tecnologías para su negocio	X		X			X		X
7	Es de vital importancia la tecnología en su organización	X		X			X		X
8	Tienen certificación reconocida sus trabajadores con respecto al manejo de las TICS	X		X			X		X
9	Tiene contratos con otras empresas para adquirir nuevas tecnologías	X		X			X		X
10	Realizaría un Contrato de licitación para realizar una inversión de gestión pública	X		X			X		X
11	Cuenta con los recursos suficientes para encargarse de obras de licitación pública por ejemplo	X		X			X		X
12	Le resulta rentable los préstamos que le hacen los actuales bancos en la Región Lambayeque	X		X			X		X
13	Ha recibido financiamiento del extranjero alguna vez	X		X			X		X
14	Sabe cómo se puede tener acceso a préstamos del extranjero	X		X			X		X
15	Conoce Ud. de alguna empresa que haya utilizado los servicios de préstamos o financiación	X		X			X		X


 Lic. Adm. Miguel Ángel Barrueto Castañeda
 CLAD 17118

Matriz de preguntas

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
FORMALIZACIÓN	Difusión	Canales	¿Escucha Ud. por RADIO los pasos para formalizar su negocio? ¿Escucha Ud. por la TELEVISIÓN, los beneficios de la formalización para su negocio?
		Innovación	¿La SUNAT lo ha visitado para capacitarlo en materia de formalización? ¿Ha encontrado algún artículo en alguna revista con relación a como formalizar un negocio?
		Periodicidad	¿Sabe Ud. que existen beneficios para su negocio si se formaliza? ¿Ha recibido alguna invitación de la SUNAT para formalizarse?
	Fiscalización	Cumplimiento	¿Se siente usted preparado para alguna inspección que le permita formalizar su bodega?
		Visitas	¿Ud. ha sido visitado por personal de la municipalidad y la informaron sobre cómo obtener la licencia municipal para su bodega? ¿Alguna vez personal de la SUNAT, realizaron verificación sobre el funcionamiento de su bodega?
		Registro	¿Alguna vez representantes de la MUNICIPALIDAD le han realizado alguna acción de control con relación al cumplimiento de requisitos que lo conduzcan a ser un negocio formal?
LA COMPETITIVIDAD	La innovación.	Innovación	Genera estrategias constantemente para impulsar la innovación
			Considera que la innovación es una estrategia competitiva
			Recibe apoyo por parte de las entidades del estado (SUNAT) para capacitarlo en materia de innovación
			El Gobierno Regional contribuye impulsar la innovación empresarial en su rubro
	Las nuevas tecnologías.	TICS	Conoce alguna institución que promociona, incentiva o vela a favor de las empresas MYPES en lubricantes.
			Considera importante obtener nuevas tecnologías para su negocio
			Es de vital importancia la tecnología en su organización
			Tienen certificación reconocida sus trabajadores con respecto al manejo de las TICS
	Las fuentes de financiación.	Créditos /préstamos	Tiene contratos con otras empresas para adquirir nuevas tecnologías
			Realizaría un Contrato de licitación para realizar una inversión de gestión pública
			Cuenta con los recursos suficientes para encargarse de obras de licitación pública por ejemplo
			Le resulta rentable los préstamos que le hacen los actuales bancos en la Región Lambayeque
Ha recibido financiamiento del extranjero alguna vez			
Sabe cómo se puede tener acceso a préstamos del extranjero			
Conoce Ud. de alguna empresa que haya utilizado los servicios de préstamos o financiación			

FORMATO PARA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO POR EXPERTOS DE JUICIO

Nombre del profesional:									
orden	VARIABLES	Criterios de validación							
		Es pertinente con el concepto		Necesita mejorar la redacción		Es tendencias o aqueciente		Se necesita más ítems para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Formalización								
OE 01	Determinar las características de la formalización de las Micro y pequeñas empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018.								
1	1. Edad	X		X		X		X	
2	2. Grado de instrucción	X		X		X		X	
3	3. Cuantos trabajadores tiene la empresa	X		X		X		X	
4	4. ¿Escucha Ud. por RADIO los pasos para formalizar su negocio?	X		X		X		X	
5	5. ¿Escucha Ud. por la TELEVISIÓN, los beneficios de la formalización para su negocio?	X		X		X		X	
6	6. ¿La SUNAT lo ha visitado para capacitarlo en materia de formalización?	X		X		X		X	
7	7. ¿A encontrado algún artículo en alguna revista con relación a como formalizar un negocio?	X		X		X		X	
8	8. ¿Sabe Ud. que existen beneficios para su negocio si se formaliza?	X		X		X		X	
9	9. ¿Ha recibido alguna invitación de la SUNAT para formalizarse?	X		X		X		X	
10	10. ¿Ud. ha sido visitado por personal de la municipalidad y la informaron sobre cómo obtener la licencia municipal para su bodega?	X		X		X		X	
11	11. ¿Se siente usted preparado para alguna inspección que le permita formalizar su bodega?	X		X		X		X	
12	12. ¿Alguna vez personal de la SUNAT, realizaron verificación sobre el funcionamiento de su bodega?	X		X		X		X	
13	13. ¿Alguna vez representantes de la MUNICIPALIDAD le han realizado alguna acción de control con relación al cumplimiento de requisitos que lo conduzcan a ser un negocio formal?	X		X		X		X	
	VARIABLE - Competitividad								
OE 02	Determinar las características de las Competitividad de las empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018.								
1	Genera estrategias constantemente para impulsar la innovación	X		X		X		X	
2	Considera que la innovación es una estrategia competitiva	X		X		X		X	
3	Recibe apoyo por parte de las entidades del estado (SUNAT) para capacitarlo en materia de innovación	X		X		X		X	
4	El Gobierno Regional contribuye impulsar la innovación empresarial en su rubro	X		X		X		X	
5	Conoce alguna institución que promociona, incentiva o vela a favor de las empresas MYPES en lubricantes.	X		X		X		X	
6	Considera importante obtener nuevas tecnologías para su negocio	X		X		X		X	
7	Es de vital importancia la tecnología en su organización	X		X		X		X	
8	Tienen certificación reconocida sus trabajadores con respecto al manejo de las TICS	X		X		X		X	
9	Tiene contratos con otras empresas para adquirir nuevas tecnologías	X		X		X		X	
10	Realizaría un Contrato de licitación para realizar una inversión de gestión pública	X		X		X		X	
11	Cuenta con los recursos suficientes para encargarse de obras de licitación pública por ejemplo	X		X		X		X	
12	Le resulta rentable los préstamos que le hacen los actuales bancos en la Región Lambayeque	X		X		X		X	
13	Ha recibido financiamiento del extranjero alguna vez	X		X		X		X	
14	Sabe cómo se puede tener acceso a préstamos del extranjero	X		X		X		X	
15	Conoce Ud. de alguna empresa que haya utilizado los servicios de préstamos o financiación	X		X		X		X	

Resumen del libro de códigos

LIBRO DE CÓDIGOS		CONSOLIDADO LIBRO CÓDIGOS				
Orden	Pregunta	Medición	Frecuencia		Porcentaje	
			Porción	Total	Porción	Total
1	Edad	18-30	6		27.27%	
		31-50	7		31.82%	
		51 a más	9	22	40.91%	100%
2	Grado de instrucción	Primaria	1		4.55%	
		Secundaria	8		36.36%	
		Superior	13	22	59.09%	100%
3	Cuantos trabajadores tiene la empresa	1 a 2	5		22.73%	
		3 a 5	14		63.64%	
		6 a más	3	22	13.64%	100%
4	¿Escucha Ud. por RADIO las pasos para formalizar su negocio?	Nunca	14		62,75	
		A veces	5		20,59	
		Casi siempre	1		5,88	
		Siempre	2	22	10,78	100%
5	¿Escucha Ud. por la TELEVISIÓN, los beneficios de la formalización para su negocio?	Nunca	11		51.96	
		A veces	8		37.25	
		Casi siempre	1		5.88	
		Siempre	2	22	10.78	100%
6	¿La SUNAT lo ha visitado para capacitarlo en materia de formalización?	Nunca	15		72.55%	
		A veces	4		18.63%	
		Casi siempre	1		1.96%	
		Siempre	2	22	6.86%	100%
7	¿A encontrado algún artículo en alguna revista con relación a como formalizar un negocio?	Nunca	15		74,51	
		A veces	4		18,63	
		Casi siempre	1		4,90	
		Siempre	2	22	1,96	100%
8	¿Sabe Ud. que existen beneficios para su negocio si se formaliza?	Nunca	15		78,92	
		A veces	4		10,29	
		Casi siempre	2		9,31	
		Siempre	1	22	1,47	100%
9	¿Ha recibido alguna invitación de la SUNAT para formalizarse?	Nunca	19		86,76	
		A veces	3		13,24	
		Casi siempre	0		0	
		Siempre	0	22	0	100%

10	¿Ud. ha sido visitado por personal de la municipalidad y la informaron sobre cómo obtener la licencia municipal para su bodega?	Nunca	16		70,59		
		A veces	4		17,65		
		Casi siempre	2		6,86		
		Siempre	1	22	4,90	100%	
11	¿Se siente usted preparado para alguna inspección que le permita formalizar su bodega?	Nunca	11		49,51%		
		A veces	1		2,94%		
		Casi siempre	2		7,84%		
		Siempre	9	22	39,71%	100%	
12	¿Alguna vez personal de la SUNAT, realizaron verificación sobre el funcionamiento de su bodega?	Nunca	19		86,77		
		A veces	2		8,33		
		Casi siempre	1		4,90		
		Siempre	0	22	0	100%	
13	¿Alguna vez representantes de la MUNICIPALIDAD le han realizado alguna acción de control con relación al cumplimiento de requisitos que lo conduzcan a ser un negocio formal?	Nunca	19		85,78		
		A veces	2		10,78		
		Casi siempre	0		1,96		
		Siempre	0	22	1,47	100%	
	VARIABLE - Competitividad			Frecuencia		Porcentaje	
OE 02	Determinar las características de las Competitividad de las empresas del sector lubricantes de la provincia de Lambayeque año 2018.	Medición	Porción	Total	Porción	Total	
1	Genera estrategias constantemente para impulsar la innovación	Totalmente en Desacuerdo	4		16,0		
		En desacuerdo	8		32,0		
		No opina	6		24,0		
		De acuerdo	3		12,0		
		Totalmente de acuerdo	4	22	16,0	100%	
2	Considera que la innovación es una estrategia competitiva	Totalmente en Desacuerdo	6		24,0		
		En desacuerdo	9		36,0		
		No opina	4		16,0		
		De acuerdo	1		4,0		
		Totalmente de acuerdo	5	22	20,0	100%	
3	Recibe apoyo por parte de las entidades del estado (SUNAT) para capacitarlo en materia de innovación	Totalmente en Desacuerdo	6		24,0		
		En desacuerdo	3		12,0		
		No opina	8		32,0		
		De acuerdo	3		12,0		
		Totalmente de acuerdo	5	22	20,0	100%	
4		Totalmente en Desacuerdo	4		16,0		

	El Gobierno Regional contribuye impulsar la innovación empresarial en su rubro	En desacuerdo	4		16,0	
		No opina	7		28,0	
		De acuerdo	4		16,0	
		Totalmente de acuerdo	6	22	24,0	100%
5	Conoce alguna institución que promociona, incentiva o vela a favor de las empresas MYPES en lubricantes.	Totalmente en Desacuerdo	3		12,0	
		En desacuerdo	9		36,0	
		No opina	6		24,0	
		De acuerdo	1		4,0	
		Totalmente de acuerdo	6	22	24,0	100%
6	Considera importante obtener nuevas tecnologías para su negocio	Totalmente en Desacuerdo	4		16,0	
		En desacuerdo	5		20,0	
		No opina	3		12,0	
		De acuerdo	7		28,0	
		Totalmente de acuerdo	6	22	24,0	100%
7	Es de vital importancia la tecnología en su organización	Totalmente en Desacuerdo	6		24,0	
		En desacuerdo	3		12,0	
		No opina	5		20,0	
		De acuerdo	8		32,0	
		Totalmente de acuerdo	3	22	12,0	100%
8	Tienen certificación reconocida sus trabajadores con respecto al manejo de las TICS	Totalmente en Desacuerdo	4		16,0	
		En desacuerdo	6		24,0	
		No opina	5		20,0	
		De acuerdo	4		16,0	
		Totalmente de acuerdo	6	22	24,0	100%
9	Tiene contratos con otras empresas para adquirir nuevas tecnologías	Totalmente en Desacuerdo	11		44,0	
		En desacuerdo	10		40,0	
		No opina	1		4,0	
		De acuerdo	3		12,0	
		Totalmente de acuerdo	0	22	0	100%
10	Realizaría un Contrato de licitación para realizar una inversión de gestión pública	Totalmente en Desacuerdo	3		12,0	
		En desacuerdo	9		36,0	
		No opina	6		24,0	
		De acuerdo	2		8,0	
		Totalmente de acuerdo	5	22	20,0	100%
11	Cuenta con los recursos suficientes para encargarse de obras de licitación pública por ejemplo	Totalmente en Desacuerdo	4		16,0	
		En desacuerdo	4		16,0	
		No opina	4		16,0	
		De acuerdo	8		32,0	

		Totalmente de acuerdo	5	22	20,0	100%
12	Le resulta rentable los préstamos que le hacen los actuales bancos en la Región Lambayeque	Totalmente en Desacuerdo	11		44,0	
		En desacuerdo	14		56,0	
		No opina	0			
		De acuerdo	0			
		Totalmente de acuerdo	0	22		100%
13	Ha recibido financiamiento del extranjero alguna vez	Totalmente en Desacuerdo	6		24,0	
		En desacuerdo	5		20,0	
		No opina	5		20,0	
		De acuerdo	5		20,0	
		Totalmente de acuerdo	4	22	16,0	100%
14	Sabe cómo se puede tener acceso a préstamos del extranjero	Totalmente en Desacuerdo	6		24,0	
		En desacuerdo	3		12,0	
		No opina	4		16,0	
		De acuerdo	5		20,0	
		Totalmente de acuerdo	7	22	28,0	100%
15	Conoce Ud. de alguna empresa que haya utilizado los servicios de préstamos o financiación	Totalmente en Desacuerdo	9		36,0	
		En desacuerdo	1		4,0	
		No opina	7		28,0	
		De acuerdo	3		12,0	
		Totalmente de acuerdo	5	22	20,0	100%



- Ejercicios
- Estudios de notas
- Bibliotecas
- Calendario
- Discusión
- Preferencias

ESTÁS VIENDO: INICIO > TITULACION > TESIS

Acercas de esta página

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

TESIS

BANDEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS

PÁGINA: 1 2 3 4

Entregar archivo

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

AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	REPLETITA	ARCHIVO	Nº DEL TRABAJO	FECHA
Eduardo Saldaña	TESIS	5%	--	--		1062780694	10-ene-2019
Gisella Guerrero	TESIS	4%	--	--		1062705406	10-ene-2019
Waldo Valjeos	TESIS	12%	--	--		1062784721	10-ene-2019
Candelario Santisteb...	TESIS	0%	--	--		1062704440	10-ene-2019
Cesar Sanchez	TESIS	13%	--	--		1062751519	10-ene-2019
Javier Flores	TESIS	4%	--	--		1062748736	10-ene-2019
Juven Gil	TESIS	0%	--	--		1062748887	10-ene-2019
Esther Ludeña	TESIS	0%	--	--		1062745653	10-ene-2019
Agrigna Mori	TESIS	0%	--	--		1062638106	08-ene-2019
Jovanna Lloritop	TESIS	0%	--	--		1062633679	08-ene-2019
Carlos Davila	TESIS	4%	--	--		1062632830	08-ene-2019
Manuel Musayon	TESIS	6%	--	--		1062632196	08-ene-2019
Lupita Olivos	TESIS	0%	--	--		1062630696	08-ene-2019
Ruth Lluen	TESIS	4%	--	--		1062628243	08-ene-2019