



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**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**

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

**AUTORA:  
BR. JESUSA QUISPE FABIAN**

**ASESOR:  
Dr. LEONCIO FERNANDO MEDINA PINTO**

**AREQUIPA – PERÚ**

**2016**

**JURADO EVALUADOR DE TESIS**

**Mgr. Américo Hurtado Palomino**  
**Presidente**

**Mgr. Juan Jesús Vizcardo Delgado**  
**Secretario**

**Mgr. Juan Mauricio Pilco Churata**  
**Miembro**

**Dr. Leoncio Fernando Medina Pinto**  
**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

A mi Asesor Dr. Leoncio Fernando Medina Pinto y a todo el personal docente de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – ULADECH por su dedicación y apoyo en el cumplimiento de sus funciones.

A mi jefa G.H. por la oportunidad del trabajo con facilidades en mi carrera profesional y en especial quiero expresarles mis grandes agradecimientos a mis compañeras del trabajo por su apoyo Anyela y Anita.

## **DEDICATORIA**

Esta tesis te la dedico a ti, querido Dios porque nunca me abandonas siempre me escuchas y me guías en mis circunstancias, tristezas y alegrías sin ti no soy nadie.

A mi Amigo el cual me ha motivado durante mi formación profesional que ha formado parte de mi vida profesional por lo que agradezco su Amistad, consejos, apoyo y ánimos por todo.

## **RESUMEN**

La investigación tuvo como objetivo general determinar 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, rubro artículos ópticos del distrito, provincia y región de Arequipa, periodo 2014-2015, 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.

**Palabras clave:** Competitividad, formalización.

## **ABSTRACT**

The main objective of the research was to determine the main characteristics of the formalization and competitiveness of MYPES in the trade sector, in the optical sector of the district, province and region of Arequipa, between 2014 and 2015. The research was quantitative and descriptive, The collection of information was considered at 16 MYPES, Which were selected in a targeted manner, from a population of 63 MYPES, who answered a questionnaire of 14 closed questions, using the survey technique. With the following results: 100% of the MYPES surveyed in the trade sector, optical goods sector of the district, province and region of Arequipa, period 2014-2015, are formal, achieving benefits such as obtaining credit and increasing sales . In terms of competitiveness, 100% of the MYPES are competitive in terms of quality, price of their products and customer service. Finally, the conclusions are as follows: The majority of the MYPES of the commerce sector, heading optical articles of the district, province and region of Arequipa are formal and competitive.

**Keywords:** Competitiveness, formalization.

## CONTENIDO

	Pág.
Jurado evaluador de tesis	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Contenido	vii
Índice de tablas y figuras	viii
I. Introducción	01
II. Revisión de la literatura	05
2.1 Antecedentes	05
2.2 Bases teóricas	09
2.3 Marco conceptual	20
III. Metodología	22
3.1 Diseño de la investigación	22
3.2 Población y Muestra	22
3.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores	23
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
3.5 Plan de análisis	26
3.6 Matriz de consistencia	27
3.7 Principios éticos	29
IV. Resultados	30
4.1 Resultados	30
4.2 Análisis de resultados	44
Conclusiones	46
Referencias bibliográficas	47
Anexos	49

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

	Pág.
Tabla y Figura 01: Edad.	30
Tabla y Figura 02: Grado de instrucción.	31
Tabla y Figura 03: Cargo que desempeña en la empresa.	32
Tabla y Figura 04: Tiempo de actividad en el rubro.	33
Tabla y Figura 05: Número de trabajadores de la empresa.	34
Tabla y Figura 06: Tipo de organización de la empresa.	35
Tabla y Figura 07: Ventajas debido a la formalización.	36
Tabla y Figura 08: Crecimiento en el mercado debido a la formalización.	37
Tabla y Figura 09: Financiamiento para implementación de la empresa.	38
Tabla y Figura 10: Opinión sobre competitividad de la empresa.	39
Tabla y Figura 11: Mejora de la competitividad debido a la formalización.	40
Tabla y Figura 12: Calidad del servicio.	41
Tabla y Figura 13: Capacitación al personal de su empresa.	42
Tabla y Figura 14: Percepción de la capacitación como inversión.	43



## **I. INTRODUCCIÓN**

Las MYPES presentan limitadas capacidades gerenciales, desarticulación empresarial, informalidad, falta de capital oportuno de trabajo, ausencia de planificación estratégica, uso inadecuado de tecnologías, falta de responsabilidad social, ausencia de una óptima mezcla comercial, limitado acceso a la información; factores que han dado origen al crecimiento de problemas que actualmente atraviesan las MYPES en el país, y no solo a nivel nacional, sino también a nivel internacional.

En las últimas décadas los micros y pequeñas empresas (MYPES) han sido objeto de una gran atención por investigadores, académicos, empresarios y políticos. Algunos ejemplos nos ilustran la importancia estratégica del sector de las pequeñas empresas. Europa después de la Segunda Guerra Mundial se enfrentó al reto de su reconstrucción, teniendo destruida más de la mitad de su infraestructura física y económica experimentó altas tasas de desempleo. Entonces, los países europeos promovieron iniciativas locales en general y más concretamente, apoyaron a las pequeñas empresas como una estrategia para crear empleos.

Actualmente, cuando el micro y pequeños empresarios (MYPES) hablan de formalización, piensan que es un tema relacionado al pago de impuestos, la cual muchas veces les puede generar cierto malestar y preocupación. La formalización implica muchos aspectos que siempre es bueno tenerlos en cuenta para la adecuada administración de la empresa.

El mundo avanza a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del quehacer de la humanidad, es por ello que, ésta plantea grandes retos a los países y a las micro y pequeñas empresas, en adelante MYPES, en cuanto a diversos temas, tales como: la generación de empleo, mejora de la competitividad y sobre todo el crecimiento de un país. Las empresas existen solo si obtienen beneficios. Sin beneficios la empresa pierde su capacidad de crecer y desarrollarse, debe competir con otras organizaciones que producen idénticos productos o servicios.

Por eso los gestores, tiene que gestionar perfectamente sus recursos, tanto disponible como obtenibles para lograr objetivos que permitan un óptimo equilibrio entre estos recursos.

La mayoría de los autores revisados establecen que las MYPES peruanas no son competitivas. Esto se debe a que trabajan en la informalidad, utilizan tecnología artesanal o intermedia, no cuentan con mano de obra calificada y desconocen las estrategias de gestión empresarial; asimismo, presentan bajos niveles de productividad y competitividad, y no tienen capacidad competitiva basada en innovación.

**Vela, L. (2007).** De acuerdo a la información proporcionada por la SUNAT y usando el indicador de ventas brutas, las micro y pequeñas empresas formales a nivel nacional ascenderían a 648,147 empresas y representarían el 98% del universo empresarial formal nacional, conformando el estrato empresarial formal más importante del país. En el Perú el número de MYPES informales ascendería a 1.8 millones, en comparación con 648,147 MYPES formales. En términos porcentuales, la MYPE formal representaría el 25% de la MYPE total del país, mientras que la MYPE informal el 75%.

Los innegables avances tecnológicos, sobre todo, en electrónica y microelectrónica, el proceso de globalización han abierto nuevos mercados, se han descentralizado las inversiones, han generado nuevos hábitos de demanda de bienes y servicios; creando nuevos desafíos de competitividad de las empresas peruanas en general y las MYPE en particular; así por ejemplo: limitadas capacidades gerenciales, desarticulación empresarial, informalidad, falta de capital oportuno de trabajo, ausencia de planificación estratégica, uso inadecuado de tecnologías, falta de responsabilidad social, ausencia de una óptima mezcla comercial, limitado acceso a la información; factores que han dado origen al crecimiento de problemas que actualmente atraviesan las MYPES en el país.

Según el ranking mundial elaborado por el World Economic Fórum (2007), el Perú ocupa el décimo primer lugar en competitividad en América Latina, ubicándose en el puesto 86 del ranking mundial en el año 2007. Estas cifras reflejan la necesidad de promover el fortalecimiento de la capacidad competitiva de las empresas e incrementar

su tamaño, para que los micros se conviertan en pequeñas y éstas a su vez en medianas. A pesar de esta necesidad, en nuestro país las acciones referidas a la adopción de estrategias que mejoren el desarrollo y competitividad de las MYPES, aún se encuentran en la etapa de implementación. Hasta el momento, las acciones del gobierno no reflejan resultados positivos respecto al desarrollo de la competitividad de las MYPES.

En últimos años debido a la competitividad, todas las empresas se han visto en la necesidad de mejorar sus servicios o de realizar estrategias que conlleven a un mejor posicionamiento en el mercado, por lo que siempre han necesitado del financiamiento ya sea para la compra de activos o como capital de trabajo.

No obstante, si se crean las condiciones básicas propuestas, podemos aseverar que los resultados positivos de los últimos cuatro años de crecimiento en el país, deben servir para un Segundo periodo, en donde podamos acercarnos a niveles suficientes para superar el 7% de crecimiento anual. Esta posibilidad y las políticas de distribución equitativa de la riqueza, sentarán las bases para una nueva perspectiva nacional, permitiendo que las MYPES juegan un papel fundamental en el desarrollo nacional, regional y sobre todo local, promoviendo su competitividad y productividad en la perspectiva de mejorar su participación en los mercados internacionales.

Por las razones señaladas, el enunciado del problema es el siguiente: **¿Cuáles son las principales características de la formalización y competitividad de las MYPES del sector comercio-rubro artículos ópticos del Distrito, Provincia y Región de Arequipa, periodo 2014–2015?**

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

Determinar las principales características de la formalización y competitividad de las Mypes del sector comercio-rubro artículos ópticos del Distrito, Provincia y Región de Arequipa, periodo 2014–2015.

Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos:

1° Determinar las principales características de la formalización de las MYPES del sector comercio-rubro artículos ópticos del Distrito, Provincia y Región de Arequipa, periodo 2014–2015.

2° Determinar las principales características de la competitividad de las MYPES del sector comercio-rubro artículos ópticos del Distrito, Provincia y Región de Arequipa, periodo 2014–2015.

Esta investigación se justifica porque permitió conocer las principales características de la formalización y competitividad de las MYPES del sector comercio-rubro artículos ópticos del Distrito, Provincia y Región de Arequipa, periodo 2014–2015.

También el estudio servirá de base para futuras investigaciones y otros estudios de las MYPES del rubro, con respecto a su formalización y competitividad.

Finalmente, los resultados podrán ser usados por los gestores de las ópticas del ámbito del estudio para que puedan reformular sus estrategias a fin de mejorar sus capacidades competitivas.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. ANTECEDENTES**

Se han efectuado consultas en diversas bibliotecas especializadas en administración y se logró encontrar algunos estudios sobre el tema de manera genérica específicamente los realizados por el Gobierno Peruano como el “Análisis estratégico de 10 casos MYPE” realizado por Pro inversión, Agencia de Promoción de la Inversión Privada, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo en el año 2006, el problema Investigado fue la educación formal de los promotores, sus estudios superiores o la capacitación o asesoría recibida sobre la Calidad en la Administración durante el desarrollo de su negocio, es reconocida por los microempresarios como un factor imprescindible para el fortalecimiento y la consolidación de sus empresas, como una principal conclusión fue que, a pesar de que muchas de éstas empresas empezaron por necesidades personales de sus propietarios, prácticamente sin capital físico y con muy pocos conocimientos sobre negocios, sus promotores han demostrado una dosis inmensa de sentido común, y también una gran dedicación hacia su negocio y, en especial, hacia sus clientes. Cabe destacar la flexibilidad para adaptarse a situaciones cambiantes, y la confianza en sí mismos para resolver cada problema según se presente y no dejar nunca que las dificultades los paralicen.

Otro de los estudios realizados sobre el tema de la gestión de las empresas es el realizado por el Ministerio de Educación, MECEP (Programa especial mejoramiento de la calidad de la educación peruana), en marzo del 2001 titulado “Competencias necesarias para la creación y gestión exitosa de pequeñas y microempresas en el Perú” que tuvo como objetivo determinar cuáles son las competencias necesarias para crear y gestionar pequeñas y microempresas (pymes) en cualquier actividad económica con eficiencia, competitividad y éxito; identificar las carencias y limitaciones que enfrentan los empresarios y empresarias para conducir sus empresas; y establecer las orientaciones generales sobre la relación entre la educación formal y la adquisición de competencias básicas para la actividad empresarial.

**Cárdenas, N. (2010).** Tesis: “Influencia de la informalidad en la Competitividad de la Micro y Pequeña Empresa en la Región Arequipa 2010”. Trabajo presentado para optar el Grado Académico de Magister en Derecho en la Universidad Católica Santa María. En este trabajo,

El autor analiza, sintetiza e interpreta que son diversos factores los que determinan en los micros y pequeñas empresas en la región de Arequipa un alto índice de informalidad, lo que ocasiona que las mismas presenten a la vez un bajo nivel de competitividad, que ocasiona en las mismas consecuencias negativas en sus resultados finales.

Respecto a la investigación general, Nelly Cárdenas indica como consideraciones finales lo siguiente:

En la región Arequipa, la MYPE es relativamente joven con un promedio de vida de 6 años, siendo que un 75.26% se mantiene trabajando en el mismo rubro. Las causas principales de surgimiento del sector se deben a que la población busca ser independiente y a la falta de empleo en la región. El 84.38% del sector inicio la empresa máximo con dos trabajadores, que generalmente eran familiares directos como el cónyuge y/o hijos, por lo que se determinó que el sector está Empresas de corte familiar. El nivel de instrucción de los Empresarios es bueno pues el 38.28% cuenta con secundaria completa y el 51.83% con estudios superiores, lo que les permite visionar el desarrollo de la empresa desde otras perspectivas, teniendo en cuenta además que el 63.54% de los Empresarios se encuentran entre los 31 y 50 años de edad.

A pesar que el 67.45% del sector se encuentra inscrito en la Surat, sin embargo el 61.20% no cumple con pagar impuestos, el 70.31% compra sus insumos sin comprobante y el 66.15% no define la situación de sus trabajadores, situación esta última que se debería a que el 61.98% son familiares del empresario. El régimen que prefiere el sector es el RG y el RUS debido a los beneficios que ambos ofrecen, pues el primero permite al sector el enlace con las grandes empresas y el beneficio de la depredación acerada, consiguiendo así la tercerización en la economía regional.

Mientras el segundo está dirigido a las personas naturales que inician un negocio sin aun constituirse en una empresa, pero que son considerados gestores de microempresas, permitiéndoles llevar una contabilidad relativamente fácil.

El sector invierte las utilidades en la empresa, pero no lo hace con una perspectiva de desarrollo debido a que no cuenta con un plan estratégico ni estudio de mercado, sino más bien solo con intención de volver a reponer lo vendido o gastado.

Siendo el nivel de innovación tecnológico bajo, pues el 63.02 % solo invierte cuando la empresa lo requiere, es decir cuando algún instrumento o máquina se ha malogrado y necesitan reemplazarla con otra, aunque sea de segundo uso.

Finalmente, y concluyendo se puede decir que, si bien buen porcentaje del sector en nuestra región está inscrita en la SUNAT, sin embargo aún mantiene aspectos de informalidad por el no pago de impuestos, la adquisición de insumos de manera informal y la situación irregular de sus trabajadores, lo cual tampoco les permitiría acogerse a la ley MYPE y las hace permanecer en una situación de informalidad.

En tal sentido, Nelly Cárdenas obtiene las siguientes conclusiones:

De los trabajadores; influyen de manera decisiva en el nivel de competitividad de la Micro y Pequeña Empresa en la región de Arequipa, ya que la relación entre ambas es baja, pues debido a la primera es que, el sector no se preocupa por el desempeño económico de la empresa, por la eficiencia en la administración de la empresa, por la eficiencia en sus negocios y por la infraestructura de la empresa.

Se hace urgente mayor intervención del aparato estatal a efectos de revertir este alto grado de informalidad y bajo nivel de competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas en nuestra región Arequipa, que deberá estar expresado en los planes de desarrollo y políticas de estado no solo nacional sino regional, pues ha quedado demostrado que la solo legislación no basta para promover la formalidad y competitividad del sector, sino que es necesario el trabajo directo y más continuo con los empresarios, para que estos manejen mayor información no solo de su situación sino de las formas y una manera de la misma a fin de llegar a ser competitivas, lo que implica ser formales.

**Mendoza, A. (2005).** Tesis: "Gestión financiera estratégica para la competitividad de las MYPES del sector comercio". En este trabajo, la autora presenta a la gestión efectiva de las inversiones y el financiamiento como la solución para que las empresas del sector comercio obtengan eficiencia, eficacia, economía; productividad, mejoramiento continuo y competitividad en los sub-sectores en los cuales llevan a cabo sus actividades empresariales; las capacidades que tiene una de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve.

Según este estudio se determina que un alto porcentaje de empresarios no se encuentra acogido a ningún régimen tributario, siendo la causa principal la falta de orientación para la formalización. Existe poca coordinación entre los sectores privado y público, con la finalidad de promover la competencia, productividad, competitividad y buscar consensos sobre los procesos de integración. La informalidad es una gran limitante para el empresario, no solo en la obtención de créditos financieros, sino en la búsqueda de nuevos mercados y el desarrollo de la microempresa afectando directamente en su competitividad y productividad.

Conclusiones:

- ✓ La competitividad de un país se define por la productividad con la que este utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales.
- ✓ La productividad depende tanto del valor de los productos y servicios de un país medidos por los precios que se pagan por ellos en el mercado como por la eficiencia con la que pueden producirse.

Recomendaciones:

- ✓ Mientras más competitivo sea un país, mejor nivel de vida para todos los ciudadanos. Por eso el gran reto es como mejorar permanentemente en la carrera por la competitividad. En este momento las circunstancias macroeconómicas, políticas jurídicas y sociales que sostienen a una economía como es en este caso del Perú, contribuyen a una economía saludable.



## **2.2. BASES TEÓRICAS.**

### **2.2.1 FORMALIZACIÓN.**

#### **1° Teoría y moda de la significación de trámites:**

**Arruñada, B. (2007).** En los últimos años han proliferado iniciativas que pretenden simplificar los trámites necesarios para formalizar empresas, siguiendo las pautas marcadas por los trabajos de Hernando de Soto (1986, 2000) y Djankov et al. (2002), y los informes Doing Business publicados desde el año 2004 por el Banco Mundial.

En esencia, estas obras argumentan que los políticos y burócratas regulan la formalización de las empresas con el solo fin de “capturar” rentas para sí mismos, sin atender a que la formalización también debe generar servicios útiles para las propias empresas y las Administraciones Públicas. Ciertamente, se produce mucha captura de rentas en los procesos de formalización, pero ello no debe llevarnos a olvidar el valor de la formalización: las decisiones han de basarse en la eficiencia, no sólo en los costes, y menos aún en las rentas.

La formalización representa el uso de normas en una organización. La codificación de los cargos es una medida de la cantidad de normas que definen las funciones de los ocupantes de los cargos, en tanto que la observancia de las normas es una medida de su empleo (Hage y Aikes).

La formalización aparece naturalmente cuando las organizaciones crecen, sea por el estilo de gestión o por condiciones de su entorno, algunas instituciones desarrollan características extremas, perdiendo flexibilidad.

Las sucesivas generaciones de dirigentes que la organización pone al frente crean condiciones de distorsión de la formalización.

En resumen la formalización es una técnica organizacional de prescribir como, cuando y quien debe realizar las tareas.

## **2° Formalización de la estructura de la organización**

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

Su definición depende en cada caso de:

- ✓ Las tareas que se realicen y de su grado de rutinización o estandarización posible
- ✓ Los conocimientos y habilidades que requiere la ejecución de las tareas.
- ✓ La tecnología utilizada.
- ✓ El comportamiento esperado del personal.

El grado en que una organización está formalizada es un indicio de cómo están homogeneizadas las tareas y la toma de decisiones, o si estas tienen un alto grado de definición previo (programadas o no). Quienes tienen mayor capacidad para decidir tienen tareas con un menor grado de formalización. En cambio, si las tareas requieren procedimientos que guíen el comportamiento de los trabajadores la formalización será alta y posibilidad de decidir se verá más limitada.

O sea que la afectación de la formalización a los puestos de trabajos difiere según el nivel jerárquico y la capacidad para adoptar decisiones.

Evidentemente, hay tareas que necesariamente deben estar altamente normalizadas, sean estas productivas o administrativas, pero hay otras que requieren la aplicación de criterios de decisión.

## **3° Tipos de formalización**

Podemos hablar de dos tipos de formalización: máxima y mínima.

### **3.1 ° Formalización Máxima:**

Las reglas pueden variar desde altamente rígidas a extremadamente laxas. Estas variaciones existen sobre toda la gama de comportamientos cubiertos por las reglas organizacionales. Las mismas clases de variaciones existen en términos de procedimientos. Por ejemplo un procedimiento muy formalizado en la línea de ensamble, donde siempre se posa una pieza de material en la misma dirección, desarrollándose el mismo trabajo sobre la misma pieza. En forma similar, en una oficina, las cartas que solicitan cierto tipo de información en respuesta al solicitante. Desde luego, los ejemplos extremos de esto son las respuestas preparadas por computadora a preguntas sobre temas como pagos de menos, o pagos en exceso de los estado de cuentas de tarjeta de crédito.

### **3.2 ° Formalización Mínima:**

En el otro extremo del continuo de formalización de procedimientos estarán los casos que son únicos, para los cuales no se han desarrollado procedimientos. En estos casos, los miembros de la organización utilizan su propia discrecionalidad para decidir cómo proceder.

En el extremo estarán los casos que requieren de intuición, y quizás hasta de inspiración, a fin de que se les resuelva. Las organizaciones que tienen poca formalización son aquellas que tratan con las áreas fronterizas de la investigación.

La mayoría de las organizaciones se encuentran en algún punto intermedio entre estos extremos del continuo de formalización como lo han encontrado las investigaciones realizadas sobre el tema.

El hecho de usar en la organización una formalización máxima o mínima, es en principio una variable originada del tamaño y la edad del ente.

Conceptualmente, la relación que existe entre la variable formalización y las variables edad y tamaño responde a la siguiente hipótesis:

### **Instrumentos de la formalización:**

**Cárdenas, N. (2010).** El Estado ha empleado diversas estrategias que buscan incorporar a los agentes informales al marco de legalidad. Sin embargo, el régimen general inicial que propiciaba un trato igualitario a todas las empresas, escondía una profunda discriminación y falta de conocimiento de la realidad socioeconómica de los sectores emergentes que no compartían el mismo nivel de producción que las inversiones de capitales de gran escala.

Es así que el tratamiento homogéneo generaba desincentivos a los micros y pequeñas empresas que impedían su incorporación al sector formal; por lo que surgió la necesidad de generar regímenes especiales que se adecuaban a la naturaleza de la realidad, tal como determina nuestra constitución.

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

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

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

**Chimoy M. (2011).** A través de la formalización el empresario puede acceder a los diferentes servicios que promueven su competitividad, sostenibilidad y rentabilidad, lo que le permite insertarse en nuevos mercados y relacionarse con otras empresas que forman parte de los diferentes eslabones de las cadenas productivas.

Hoy se considera que la formalización es más una obligación del mercado que una obligación legal.

### **Ventajas de la Formalización:**

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

**Bernilla, M. (2009).** El proceso de formación, legal, de la Mype en el Perú es realmente muy engorroso ya que en promedio todo el trámite demora unos 120 días. Empecemos con la constitución de una microempresa:

El recorrido inicia en la Sunat donde deberá tramitar su número de RUC para lo cual solo se necesita el documento de identidad y los recibos de luz, agua y telefonía fija del local de la empresa. Luego debemos elegir el régimen tributario más conveniente, estos pueden ser:

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

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

Luego procedemos a la obtención de permisos especiales, estos son otorgados por la institución correspondiente. Ejemplo, si queremos abrir una óptica necesitamos el permiso del Ministerio de Salud, seguido a esto pasamos a los libros de contabilidad que se llevan según el nivel de ventas de la empresa. A continuación tramitamos la licencia de funcionamiento municipal para lo cual la empresa debe cumplir con los requisitos específicos por la Municipalidad de su Distrito ejemplo de esto es el Certificado de Defensa Civil, entre otros.

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

### **2.2.2 COMPETITIVIDAD**

#### **El sentido de la competitividad:**

**Cabrera, A., López, P. & Ramírez, C. (2011).** Las empresas sobreviven y son exitosas si son competitivas: con dificultad se encontrará a algún investigador que no esté de acuerdo con esta afirmación.

El aporte económico en el análisis es indiscutible, pues en un mundo competido, en donde se mezclan empresas en competencia perfecta, junto con monopolios y oligopolios, todas tienen que lograr la mayor producción con los recursos que tengan a su disposición o, si se quiere enfocar la competitividad desde los óptimos posibles, tienen que saber que no se puede ir más allá de los factores de producción con los que se cuenta; en otras circunstancias, las empresas mueren.

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

Estos planteamientos generales, sin embargo, no son suficientes para entender el mundo empresarial, que es a donde se dirige la investigación. Por esa razón, en la segunda parte se presentan los aportes que ha hecho la administración para entender el mundo de la

competitividad. En realidad, desde muchos enfoques se han acercado diversas disciplinas para entender la competitividad empresarial.

Las aproximaciones de Porter, en particular, y las contribuciones a las que han llevado estas reflexiones forman el cuerpo de la segunda parte. Los estudios sobre los determinantes de los países y de las industrias han aportado muchos elementos para entender la competitividad: las reglas macroeconómicas, el peso institucional en los países, las reglamentaciones para los accesos al capital y el trabajo, las características de la educación, etc., son el entorno necesario para la construcción de indicadores sobre la competitividad de las industrias en las diferentes regiones y países.

Cuando las empresas participan en un mundo globalizado, deben tener estos puntos de referencia si quieren ser competitivas. Los informes sobre estos indicadores, en particular el Global Competitiveness Report (Foro Económico Mundial, 2008) y el World Competitiveness Yearbook (International Institute for Management Development, 2008), son un aporte para tal fin.

**Haguenauer, (1990).** La competitividad es la capacidad de una industria o empresa para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente recursos que empresas o industrias semejantes en el resto del mundo durante un cierto período de tiempo

**Cárdenas, N. (2010).** Son muchos los factores que inciden en el éxito competitivo del micro y pequeñas empresas, pero se podría señalar las siguientes, como las más importantes:

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

En las empresas se debe cambiar de patrones, de pensamiento y de comportamiento, es decir, emplear lo que afirma Thomas Samuel Kuhn<sup>41</sup>: el cambio de paradigmas.

Cambiar nuestras formas de liderizar grupos de individuos y negocios, de gerenciar procesos, de pensar-sentir-actuar, cambiar las cosas por medio de la creatividad, cambiar puntos de vistas, de encontrar nuevos enfoques para ver las cosas con otros ojos.

Así las empresas podrán adaptarse rápidamente a los cambios de la sociedad. La actitud no basta, la acción es esencial, el aprendizaje no se da hasta que el comportamiento no haya cambiado.

### **Calidad en la producción o prestación de servicios – diferenciación:**

El ser competitivo hoy en día significa tener características especiales que nos hacen ser escogidos dentro de un grupo de empresas que se encuentran en un mismo mercado buscando ser seleccionados. Es diferenciarnos por nuestra calidad, habilidad.

Cualidades, capacidad de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a los clientes, con nuestros bienes y servicios, lo cual se traduce en un generador de riquezas.

### **Ventajas competitivas (costo-calidad):**

No basta competir, es necesario lograr ventajas competitivas. Pues las empresas competitivas serán aquellas capaces de ofrecer continuamente productos y servicios con tributos apreciados por sus clientes.

A este conjunto de características que distinguen al producto de una empresa de sus competidores se denominan ventajas competitivas.

Existen dos categorías de ventajas competitivas: De costos y de valor. Las ventajas de costos están asociadas con la capacidad de ofrecer a los clientes un producto al mínimo costo.

Las ventajas competitivas de valor; por su parte, están basadas en la oferta de un producto o servicio con atributos únicos, discernibles por los clientes, que distinguen a un competidor de los demás.



**Recursos tecnológicos:**

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

**Innovación:**

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

**Recursos comerciales:**

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

**Recursos humano-capacitación laboral:**

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

Este es un proceso metodológico de actividades que conllevan a la mejora, incremento y desarrollo de la calidad de los conocimientos, habilidades y actitudes del capital humano, con la finalidad de elevar su desempeño profesional.

Este entrenamiento ofrecido por la empresa es que hace posible un incremento de la capacidad laboral de un trabajador y que, por lo tanto, genere también una mayor utilidad a la empresa. Se tiene así, por ejemplo, programas de capacitación para elevar las destrezas básicas para la comunicación verbal y escrita, entrenamiento en la

utilización de maquinaria en la industria, adiestramiento en el uso de computadoras, entre otros. La capacitación de su personal es uno de los desafíos más importantes que enfrentan las MYPEs, pues la globalización impone un ritmo acelerado de cambios que exige un aprendizaje continuo.

### **Recursos financieros**

El financiamiento es un cumulo de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad económica o concreten algún proyecto, complementando así recursos propios siendo uno de los más habituales el emprendimiento de un nuevo negocio.

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

### **Cultura**

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

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

### **Causas de la competitividad:**

**Becerra G, Ramírez M, Sáenz A, Solórzano R. (2009).**

- ✓ Globalización de la competencia en cada vez más mercados de productos.
- ✓ Proliferación de competidores debido a los procesos de industrialización.
- ✓ Diferenciación de la demanda; que, además, exige cada vez mejores productos y productos específicos según sus necesidades.
- ✓ Implementación de innovaciones radicales: nuevas técnicas (microelectrónica, biotecnología, ingeniería)

- ✓ Genética, nuevos materiales y nuevos conceptos organizativos, y avances radicales en sistemas tecnológicos que obligan a redefinir las fronteras entre las diferentes disciplinas.

### **Principios de la Competitividad:**

- ✓ Mantenerse en la cima de las tendencias.
- ✓ Llegar a ser un campeón del cambio.
- ✓ Contratar, gratificar y promocionar a los mejores y más brillantes trabajadores.
- ✓ Pensar globalmente, actuar localmente.
- ✓ Inversión en tecnología, gente y capacitación.
- ✓ Luchar contra la complacencia del éxito.
- ✓ Administración participativa, tomando como base central al elemento humano, desarrollando el trabajo en equipo Innovar.

### **Estrategia clave de la competitividad:**

En esta etapa de cambios, las empresas buscan elevar índices de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad, lo que está obligando que los gerentes adopten modelos de, para alcanzar la competitividad y responda de manera idónea la creciente demanda de productos de óptima calidad y de servicios a todo nivel, cada vez más eficiente, rápido y de mejor calidad.

### **Fuentes de competitividad de la empresa:**

**Martínez, J. (2006).** Algunos de los elementos que contribuyen a la competitividad de la empresa son:

- ✓ La exitosa administración de los flujos de producción y de inventarios de materia prima y componentes.
- ✓ La integración exitosa de planeación de mercado, actividades de I+D, diseño, ingeniería y manufactura.
- ✓ La capacidad de combinar I+D interna con I+D realizada en universidades,

centros de investigación y otras empresas.

- ✓ La capacidad de incorporar cambios en la demanda y la evolución de los mercados.
- ✓ La capacidad de establecer relaciones exitosas con otras empresas dentro de la cadena de valor.

## **2.3 MARCO CONCEPTUAL**

### **2.3.1 Micro y pequeña empresa Definición de la Micro y Pequeña Empresa**

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Cuando en esta ley se hace esta mención a la sigla MYPE, se está refiriéndose a las Micro y Pequeñas empresas.

Características de las Mypes:

- ✓ Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- ✓ Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- ✓ El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por decreto supremo refrendado por el Ministerio de Economía y Finanzas cada dos (2) años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido periodo.
- ✓ Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

Importancia de las Mypes:

Las MYPEs son un segmento importante en la generación de empleo, es así que más del 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI).

En resumidas cuentas, la importancia de las MYPE como la principal fuente de generación de empleo y alivio de la pobreza se debe a:

- ✓ Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- ✓ Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso.
- ✓ Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población
- ✓ Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- ✓ Mejoran la distribución del ingreso.
- ✓ Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

### **2.3.2 Competitividad.**

Las empresas buscan elevar índices de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad, lo que está obligando que los gerentes adopten modelos de, para alcanzar la competitividad y responda de manera idónea la creciente demanda de productos de óptima calidad y de servicios a todo nivel, cada vez más eficiente, rápido y de mejor calidad.

### **2.3.3 Formalización.**

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

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal.

#### **3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA**

##### **3.2.1 Población**

Está conformada por un total de 63 MYPES de del sector comercio-rubro artículos ópticos del Distrito, Provincia y Región de Arequipa. Estas MYPES están registradas oficialmente en el distrito de Arequipa ([www.regionarequipa.gob.pe/index.php/gerencias](http://www.regionarequipa.gob.pe/index.php/gerencias)), los que representan el 100%.

##### **3.1.1 Muestra**

Se trabajó con una muestra de 16 MYPES del sector comercio-rubro artículos ópticos del Distrito, Provincia y Región de Arequipa. La cuales fueron seleccionadas de forma dirigida.

Unidad de análisis: Representante de cada Mype.

### 3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

Variable Independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de los dueños, trabajadores y administradores y/o representantes legales de las Mypes.	Son algunas características de los dueños, trabajadores y administradores y/o representantes legales de las Mypes.	Edad.	Razón: 16 – 20Años 21 – 30Años 31 – a más Años
		Grado de instrucción.	Ordinal: Primaria, Secundaria. Instituto Universitario.
		Cargo que desempeña en la empresa.	Nominal: ✓ Propietario. ✓ Administrador. ✓ Asesor de venta ✓ Optometra
Perfil de las Mypes.	Algunas características de las Mypes.	Tiempo de actividad de la empresa en el rubro.	Razón: 1 – 2 años. 3 – 4 años. 5 – a más años.
		Número de trabajadores de la empresa.	Razón: 2 -3 trabajadores 4 –6 trabajadores

Variable Independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de medición
Formalización de las Mypes...	Son algunas Características relacionadas con el financiamiento de las Mypes.	Tipo de organización de la Empresa.	Nominal: formal informal
		Ventajas debido a la formalización.	Nominal: Incremento de ventas Acceso a financiamiento
		Crecimiento en el mercado debido a la formalización.	Nominal: Si No
		Financiamiento para implementación de la empresa.	Nominal: Efectivo Crédito



Variable Independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de medición
Competitividad en las Mypes	Son algunas Características relacionadas con la competitividad de las Mypes.	Opinión sobre competitividad de la empresa.	Nominal: Si No
		Mejora de la competitividad debido a la formalización.	Nominal: Si No
		Calidad de servicio.	Nominal: Si No
		Capacitación al personal de su empresa.	Nominal: Si No
		Percepción de la capacitación como inversión.	Nominal: Si No

### **3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

#### **3.4.1 Técnicas.-**

En el desarrollo de la investigación se aplicó la técnica de la encuesta.

#### **3.4.2 Instrumentos**

El instrumento utilizado para recabar los datos fue un cuestionario. El cuestionario estuvo estructurado 3 puntos principales con un total 14 preguntas las cuales están distribuidas en 3 preguntas relacionadas a los datos generales del encuestado y 02 de la empresa, preguntas relacionadas a la formalización son 4, preguntas relacionadas a la competitividad de las MYPEs son 5.

### **3.5 PLAN DE ANÁLISIS**

Una vez recabado los datos de encuestas se procedió a ingresarlos a una base de datos para ser procesados haciendo uso del programa informático Microsoft Excel.

Los resultados se presentan en tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales (%) con sus respectivas figuras estadísticas. Se realizó un análisis descriptivo de las variables de estudio.

### 3.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGÍA	INSTRUMENTO Y PROCEDIMIENTO
<p>¿Cuáles son las principales características de d e la formalización y competitividad de las MYPES del sector comercio-rubro artículos ópticos del Distrito, Provincia y región de Arequipa, periodo 2014–2015</p>	<p>Objetivo general: Determinar las principales características de la formalización y competitividad de las MYPES del sector comercio-rubro artículos ópticos Del Distrito, Provincia y región de Arequipa, periodo 2014–2015.</p>	<p>Formalización  Competitividad</p>	<p>Población.- Está conformada por un total de 63 MYPES de del sector comercio-rubro artículos ópticos del Distrito, Provincia y Región Arequipa. Estas MYPES están registradas oficialmente en el distrito de Arequipa (<a href="http://www.regionarequipa.gob.pe/index.pnp/gerencias">www.regionarequipa.gob.pe/index.pnp/gerencias</a>), los que representas el 100%.</p>	<p>Diseño de la Investigación Para la Elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal.</p>	<p>Técnica: Encuesta.  Instrumento: Cuestionario.</p>

	<p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar las principales características de la formalización de las MYPES del sector comercio-rubro artículos ópticos del Distrito, Provincia y región de Arequipa,</p> <p>Determinar las principales características de la competitividad de las MYPES del sector comercio-rubro artículos ópticos del Distrito, Provincia y Región de Arequipa-Periodo 2014 – 2015.</p>		<p>Muestra.-</p> <p>Se trabajó con una muestra de 16 MYPES del sector comercio-rubro artículos ópticos del Distrito, Provincia y Región Arequipa. Las cuales fueron seleccionadas de forma dirigida.</p> <p>Unidad de análisis: Representante de cada Mype.</p>		
--	---	--	---	--	--

### **3.7 PRINCIPIOS ÉTICOS.**

Como reflejo de la introducción de la ética en el mundo empresarial; la cultura, los valores y los códigos de conducta de las empresas occidentales están basados en los siguientes principios fundamentales:

**JUSTICIA.**- el principio moral de cada persona que decide vivir dando a cada quien lo que le corresponde o pertenece. La justicia como valor busca el bien propio y de la sociedad.

**VERDAD.**- conformidad de lo que se dice con lo que se piensa o siente. Lee todo en:  
Definición de verdad

**RESPECTO.**- Una persona cuando es respetuosa acepta y comprende las maneras de pensar y actuar distintas a las de ella, también trata con sumo cuidado todo aquello que lo rodea.

**TOLERANCIA.**- Una persona tolerante puede aceptar opiniones o comportamientos diferentes a los establecidos por su entorno social o por sus principios morales

**LIBERTAD.**- ser libre' forma parte de la naturaleza humana, aunque no existe una libertad absoluta, ya que las personas se ven condicionadas por sus propias capacidades y el entorno

**RESPONSABILIDAD.**- es el cumplimiento de las obligaciones o cuidado al hacer o decidir algo, o bien una forma de responder que implica el claro conocimiento de que los resultados de cumplir o no las obligaciones, recaen sobre uno mismo.

**HONESTIDAD.**- es un valor o cualidad propio de los seres humanos que tiene una estrecha relación con los principios de verdad y justicia y con la integridad moral.

## IV. RESULTADOS

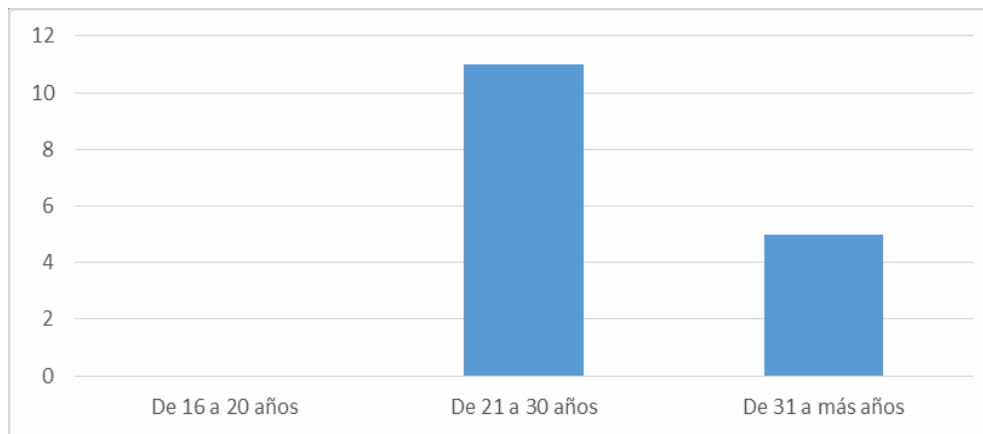
### 4.1 Resultados

#### RESPECTO A LOS DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO

**Tabla 01. Edad**

Edad (años)	N° de Empresarios	Porcentaje
De 16 a 20 años	0	0 %
De 21 a 30 años	11	69%
De 31 a más años	5	31%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los empresarios.



**Figura 01. Edad**

**Fuente:** Tabla 01.

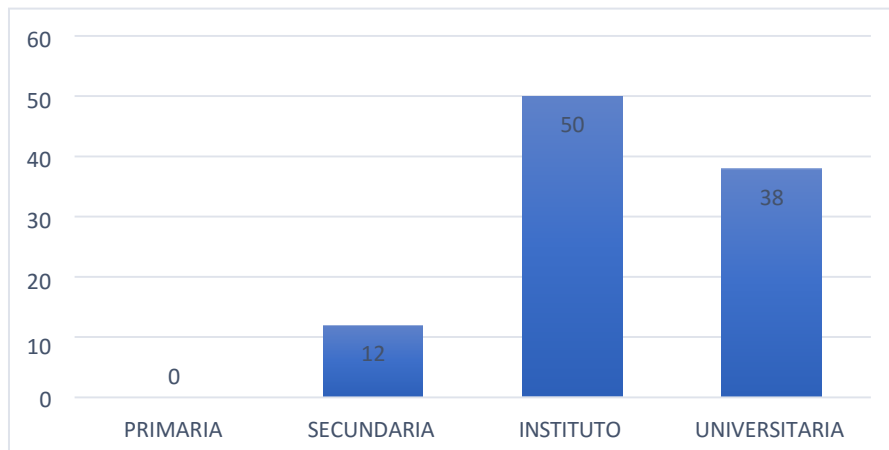
#### **Interpretación:**

El 69% de empresarios manifiestan tener entre 21 a 30 años de edad, mientras que un 31% de 31 años a más y el 0% tienen 16-20 años.

**Tabla 02. Grado de instrucción**

<b>Grado de instrucción</b>	<b>N° de Empresarios</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	0	0%
Secundaria	2	12%
Instituto	8	50%
Universitaria	6	38%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los empresarios.



**Figura 02.** Grado de instrucción

**Fuente:** Tabla 02.

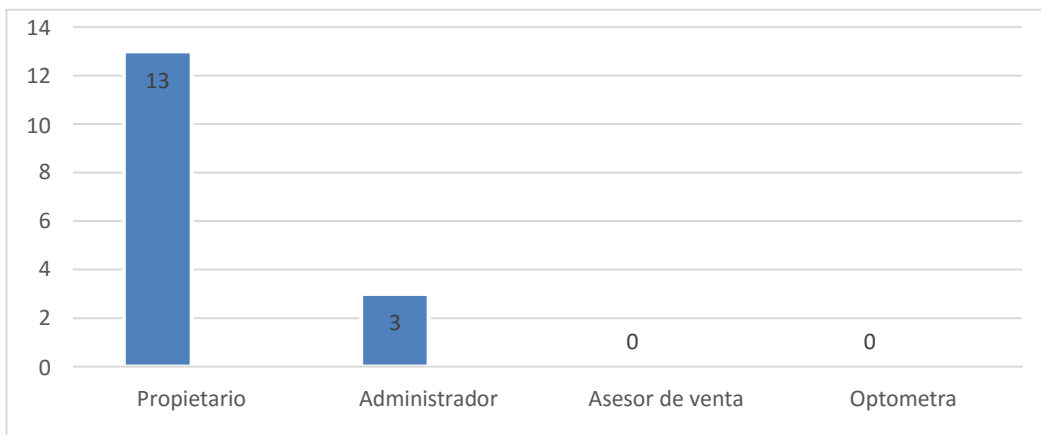
**Interpretación:**

El 50% de encuestados cuenta con estudios técnico superior, un 38% estudios universitarios, 12% con secundaria completa y 0% con estudios primarios

**Tabla 03. Cargo que desempeña en la empresa**

<b>Cargo que Desempeña en la empresa</b>	<b>N° de Empresarios</b>	<b>Porcentaje</b>
Propietario	13	81%
Administrador	3	19%
Asesor de venta	0	0%
Optometra	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los empresarios



**Figura 03.** Cargo que desempeña en la empresa.

**Fuente:** Tabla 03.

**Interpretación:**

El 81 % de los encuestados son propietarios, mientras que un 19% son administradores y otros 0% son optómetras y asesores de venta.

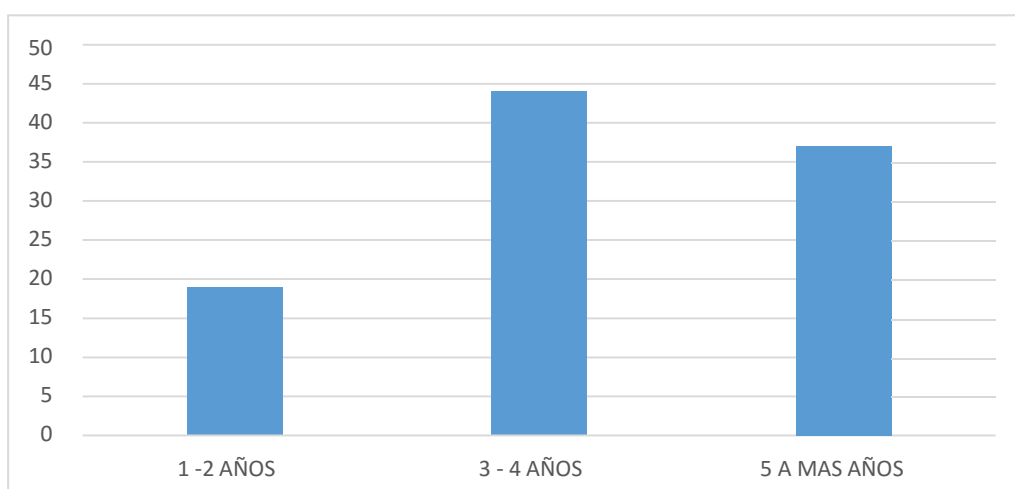


## RESPECTO A LOS DATOS GENERALES DE LAS MYPE

**Tabla 04. Tiempo de actividad en el rubro**

Tiempo de actividad de la empresa en el rubro	N° de Empresarios	Porcentaje
1 - 2 Años	3	19%
3 – 4 Años	7	44%
5 a mas Años	6	37%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los empresarios.



**Figura 04.** Tiempo de actividad de la empresa en el rubro

**Fuente:** Tabla 04.

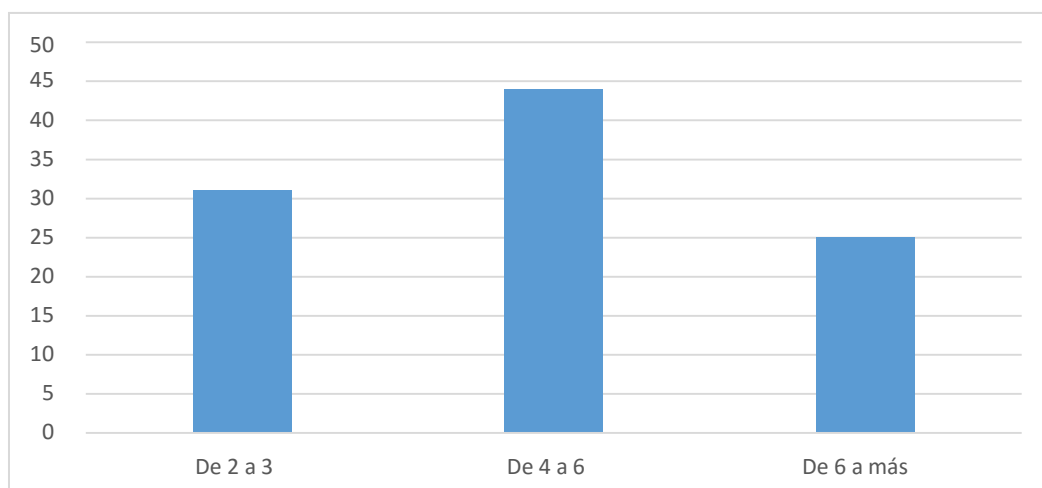
### **Interpretación:**

El 44% de las MYPES tienen entre 3 a 4 años, mientras un 37% de 5 años a más y solo el 19% de MYPES tiene de 1 a 2 años de actividad.

**Tabla 05. Número de trabajadores de la empresa**

<b>Número de trabajadores de la empresa</b>	<b>N° de Empresarios</b>	<b>Porcentaje</b>
De 2 a 3	5	31%
De 4 a 6	7	44%
De 6-a mas	4	25%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los empresarios



**Figura 05.** Número de trabajadores de la empresa

**Fuente:** Tabla 05.

**Interpretación:**

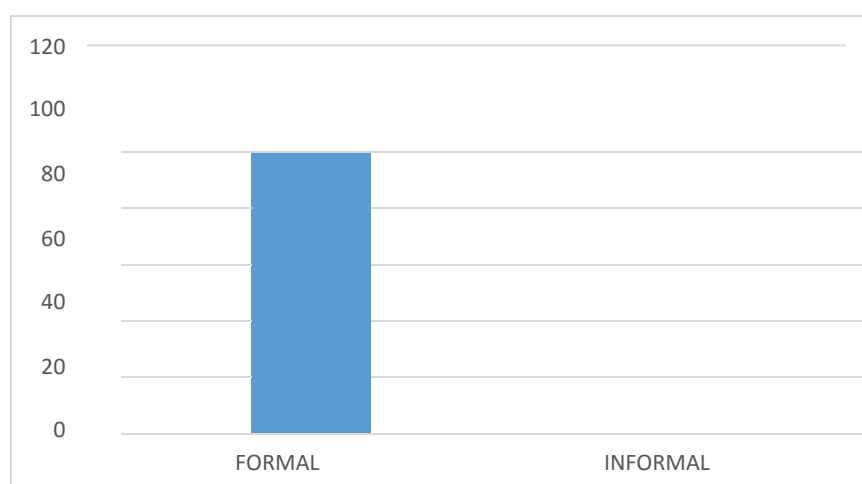
El 44 % de ópticas tienen 4 a 6 trabajadores mientras que el 31% de ópticas tienen 2 a 3 trabajadores y los otros 25% son 6 a más trabajadores.

## RESPECTO A LA FORMALIZACIÓN

Tabla 06. Tipo de organización de la empresa

Tipo de organización de la empresa	N° de Empresarios	Porcentaje
Formal	16	100%
Informal	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los empresarios.



**Figura 06.** Tipo de organización de la empresa

**Fuente:** Tabla 06.

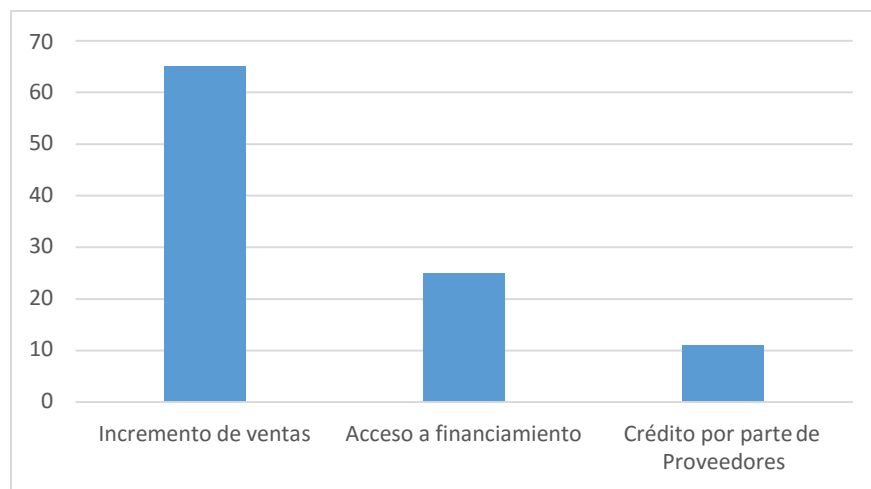
### Interpretación:

En esta figura se puede observar que el 100 % de las empresas son formales.

**Tabla 07. Ventajas debido a la formalización**

<b>Ventajas debido a la formalización</b>	<b>N° de Empresarios</b>	<b>Porcentaje</b>
Incremento de ventas	8	65%
Acceso a financiamiento	3	25%
Crédito por parte de proveedores	5	11%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los empresarios.



**Figura 07. Ventajas debido a la formalización**

Fuente: Tabla 07.

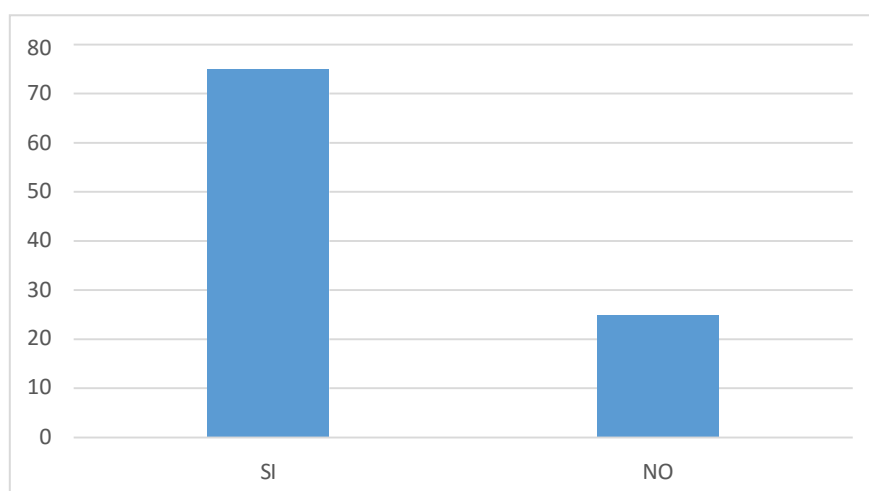
**Interpretación:**

Respecto a las ventajas debido a la formalización el 65% afirma que aumentaron su venta mientras que un 25% refieren acceso al financiamiento y un 11% obtienen crédito con facilidades de los proveedores.

**Tabla 08. Crecimiento en el mercado debido a la formalización**

<b>Crecimiento en el Mercado debido a la formalización</b>	<b>N° de Empresarios</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	12	75%
No	4	25%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los empresarios.



**Figura 08. Crecimiento en el mercado debido a la formalización**

**Fuente:** Tabla 08.

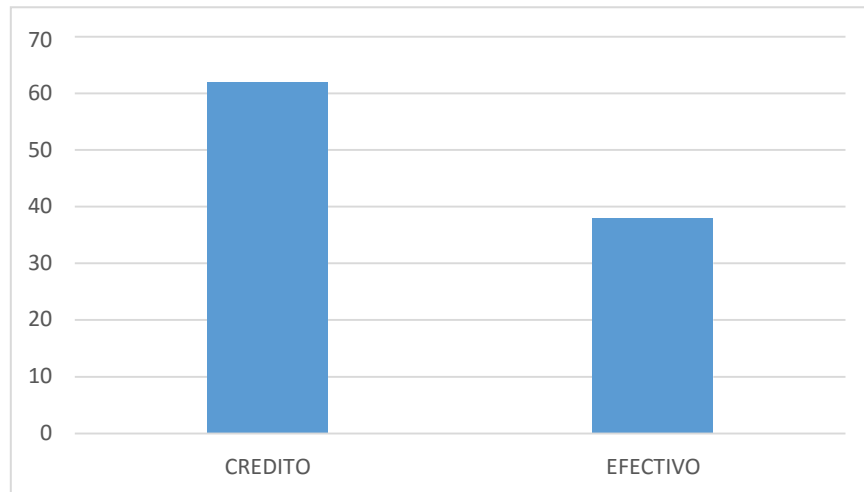
**Interpretación:**

De la interpretación un 75% de empresarios dicen que creció en el mercado por la formalización y los 25 % no perciben el crecimiento.

**Tabla 09. Financiamiento para implementación de la empresa**

<b>Financiamiento para implementación de la empresa</b>	<b>N° de Empresarios</b>	<b>Porcentaje</b>
Crédito	10	62%
Efectivo	6	38%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los empresarios.



**Figura 09.** Financiamiento para implementación de la empresa

**Fuente:** Tabla 09.

**Interpretación:**

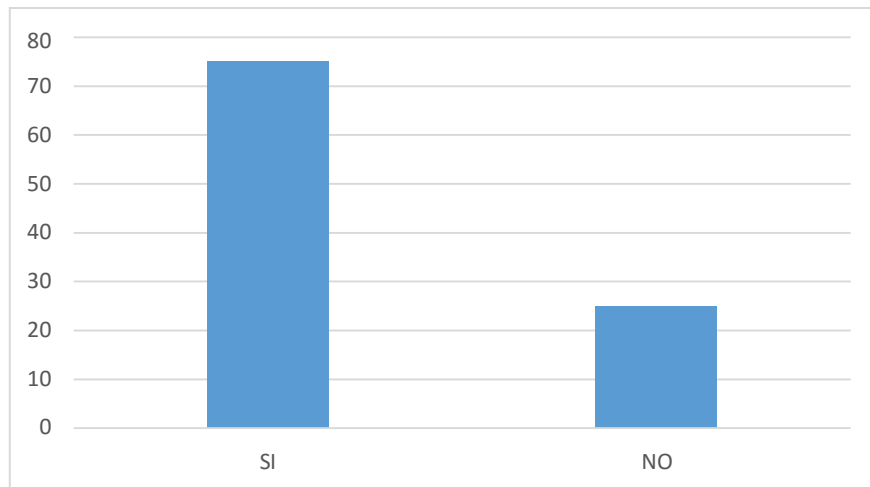
De acuerdo a los cuadros el 62% financió la implementación de la empresa a través de un crédito mientras que los 38% de los dueños dicen que compraron en efectivo.

## RESPECTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES

**Tabla 10. Opinión sobre competitividad de la empresa**

Opinión sobre competitividad de la empresa	N° de Empresarios	Porcentaje
Si	12	75%
No	4	25%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los empresarios.



**Figura 10.** Opinión sobre competitividad de la empresa

**Fuente:** Tabla 10.

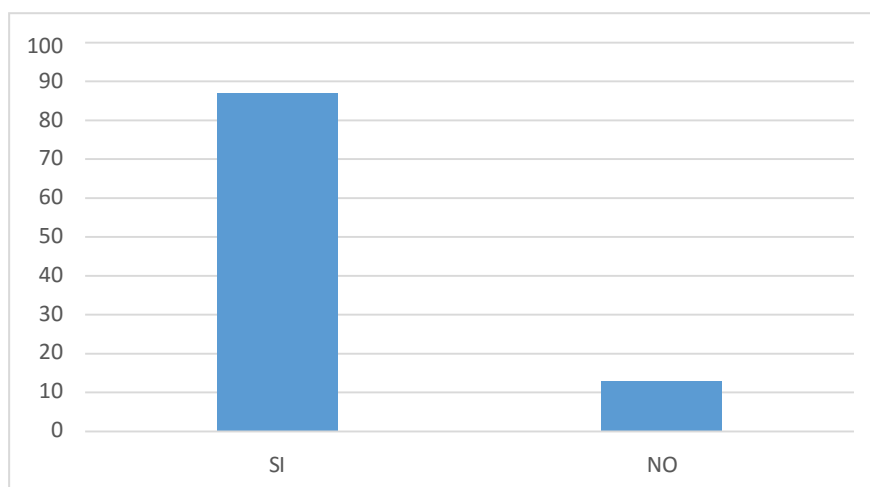
### **Interpretación:**

En este cuadro se muestra que el 75% de los encuestados afirman que su empresa es competitiva y el 25% restante refiere que no.

**Tabla 11. Mejora de la competitividad debido a la formalización**

<b>Opinión sobre competitividad de la empresa</b>	<b>N° de Empresarios</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	14	87%
No	2	13%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los empresarios.



**Figura 11. Opinión sobre competitividad de la empresa**

**Fuente:** Tabla 11.

**Interpretación:**

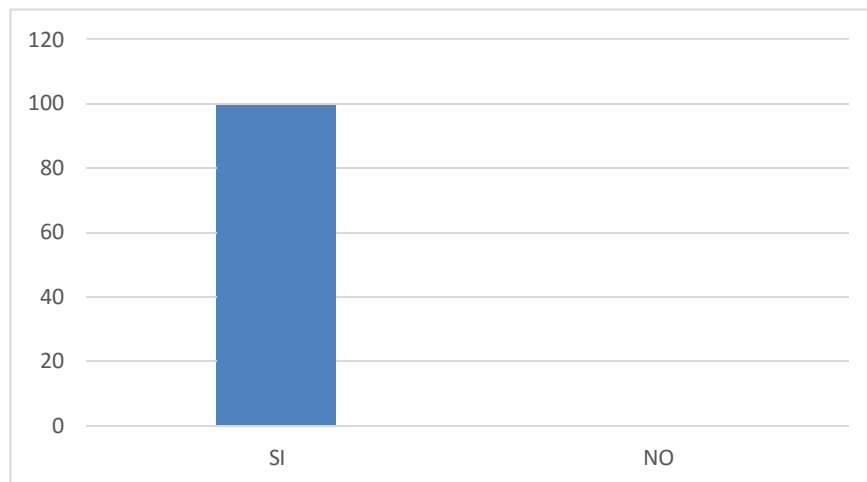
Del total un 87% de encuestados perciben la mejora de competitividad mientras que los 13% manifiesta que no.



**Tabla 12. Calidad de servicio**

<b>Calidad de servicio</b>	<b>N° de Empresarios</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	16	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los empresarios.



**Figura 12. Calidad de servicio**

**Fuente:** Tabla 12.

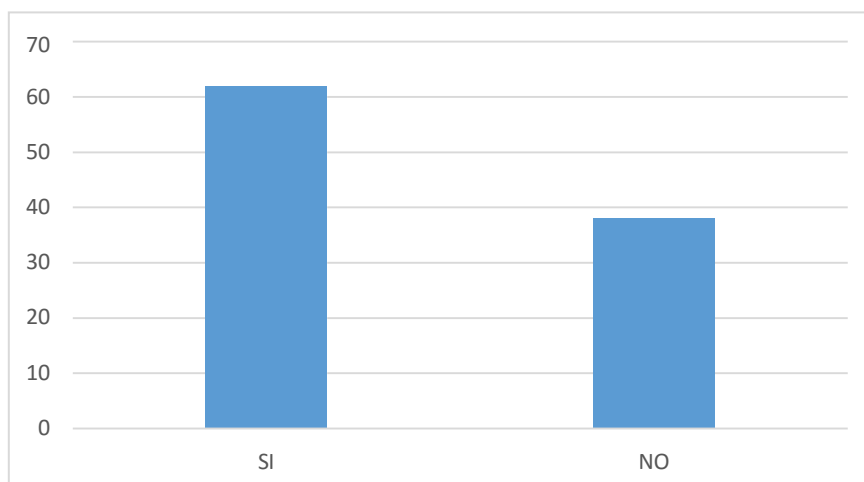
**Interpretación:**

Del total de encuestados el 100% perciben un servicio de calidad como una ventaja competitiva.

**Tabla 13. Capacitación al personal de su empresa**

Capacitación al personal de su empresa	N° de Empresarios	Porcentaje
Si	10	62%
No	6	38%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los empresarios.



**Figura 13. Capacitación al personal de su empresa**

**Fuente:** Tabla 13.

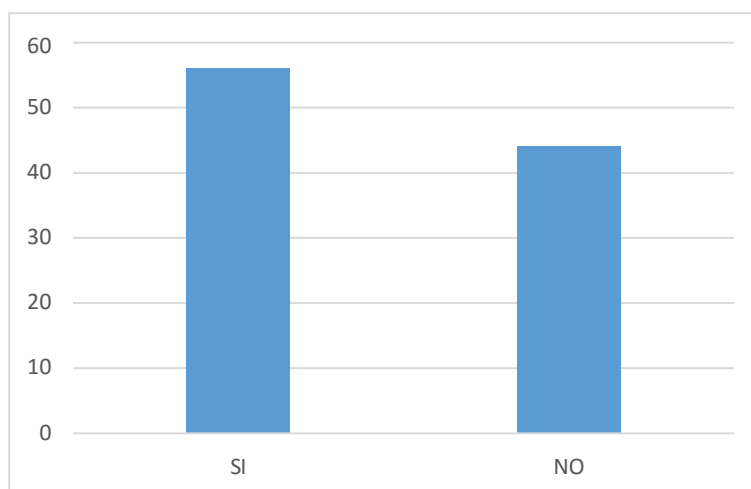
**Interpretación:**

En este grafico se observa que el 62% de empresarios promueve la capacitación a su personal mientras que un 38% no lo hace.

**Tabla 14. Percepción de la capacitación como inversión**

Percepción de la capacitación como inversión	N° de Empresarios	Porcentaje
Si	9	56%
No	7	44%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los empresarios.



**Figura 14.** Capacitación al personal de su empresa

**Fuente:** Tabla 14.

**Interpretación:**

En este cuadro se observa que el 56% de empresarios consideran a la capacitación como una inversión, mientras que un 44% no lo considera como una inversión.

## **4.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS**

### **RESPECTO A LOS DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO**

El 69% de empresarios encuestados Del rubro artículos ópticos del Distrito, provincia y región de Arequipa, manifiestan tener entre los 21 a 30 años, se evidencia que la mayoría de los empresarios son personas mayores de edad en pleno auge de su desarrollo personal – profesional. Por otro lado, solo un porcentaje mínimo son mayores de 31 a más años que corresponde a un 31%.

Respecto al grado de instrucción de empresarios en su mayoría 50% se formaron en un instituto técnico ello debido durante su formación no existía universidades con la carrera de optometría en la ciudad de Arequipa a ellos se suma el alto costo de las pensiones.

⇒ Respecto al cargo que desempeñan los empresarios, el 81 % de los encuestados del rubro de artículos ópticos del distrito, provincia y región de Arequipa son dueños, por otro lado un 19% realizan función de administración.

### **RESPECTO A LOS DATOS GENERALES DE LAS MYPE**

Respecto al tiempo de actividad sea a encontrado que el mayor porcentaje (81%) tiene más de 3 años en el rubro, solamente un porcentaje mínimo (19%) tiene entre 1 a 2 años de actividad.

Respecto a número de trabajadores en su mayoría el 44% tiene de 4 a 6 trabadores, un porcentaje considerable de ópticas trabajan entre 2 y 3 personas y la cuarta parte de la población estudio tienen más de 6 trabajadores todas ella cumplen con requisitos de menos de 10 trabajadores para ser considerados como MYPES.

### **RESPECTO A LA FORMALIZACIÓN**

Respecto al tipo de la organización los empresarios en su totalidad manifiestan tener la condición de MYPEs formal; sin embargo, esta condición debe ser verificado a través de documentos Como: licencia de funcionamiento pagos impuestos y arbitrios, etc.

Respecto a las ventajas debidas a la formalización en un 65% los empresarios manifiestan haber logrado un incremento en sus ventas, y un 35% logro acceso a préstamo por entidades financieras, y facilidades por parte de los proveedores de artículos ópticos.

Respecto al crecimiento en el mercado debido a la formalización un alto porcentaje (75%) manifiestan que ha conseguido un crecimiento en el mercado debido a su condición de formalidad y un 25% a un no logra apreciar un crecimiento en el mercado.

Respecto al financiamiento para implementación de su empresa el mayor porcentaje 62% lo realizo atreves de un crédito financiera, y el restante por autofinanciamiento.

### **RESPECTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES**

⇒ Respecto a la competitividad de las ópticas el mayor porcentaje (75%) manifiesta ser una MYPES competitiva debido a que cuentan con personal capacitado, venden productos de laboratorio de prestigio, buscan la atención con calidez y calidad al usuario, etc. y un 25% considera que le falta mejorar para ser competitivas.

Del total un 87% de encuestados perciben la mejora de competitividad desde su condición de formalización, mientras que un 13% manifiesta que no.

Del total de encuestados el 100% perciben un servicio de calidad como una ventaja competitiva.

El 62% de empresarios promueve la capacitación a su personal debido a que la considera Como una inversión y una ventaja competitiva; mientras que un 38% no la promueve por considerarlo un coste extra que debe ser de responsabilidad de sus trabajadores.

Respecto a la apreciación de la capacitación como una inversión, el 56% de empresarios consideran necesario e importante invertir en la formación de su personal, a fían de que ofrezcan servicios de calidad y un 44% de encuestados consideran que no es inversión.

## **CONCLUSIONES**

### **Respecto a los datos generales de las MYPES**

- ✓ La mayor parte de las MYPES tienen más de 3 años en el rubro y, tienen en promedio 4 a 6 trabajadores
- ✓ Los empresarios son mayores de edad, con grado de instrucción superior y el cargo que desempeñan como dueños y administración.

### **Respecto a las características de la Formalización y competitividad**

- ✓ El total de MYPES son de condición formal, lograron como ventajas un incremento de ventas, crecimiento en el mercado y acceso a créditos financieros debido a su condición de formal.
- ✓ El total de MYPES se consideran competitivas, un 87% mejoraron su competitividad y calidad debido a su formalización, así también en su mayoría capacitan a su personal debido a que lo consideran una inversión.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

Bernilla M, (2009). MYPE Oportunidad de Crecimiento [En línea] 2009. URL disponible en: <http://www.slideshare.net/Lordkoky/formalizacion-de-mypes>.

Cabrera, A., López, P. & Ramírez, C. (2011). La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. Bogotá: Universidad Central, Departamento de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables.

Cárdenas, N. (2010). Influencia de la informalidad en la Competitividad de la Micro y Pequeña Empresa en la Región Arequipa 2010. Tesis para optar el Grado Académico de Magíster en Derecho, Facultad de Derecho, Universidad Católica Santa María, Arequipa, Perú.

Martínez Jorge (2006). Definiendo Competitividad. [Fecha de acceso 09 de marzo de 2013]. URL disponible en:  
<http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/TallerBasesdeDatosRep.Dom/Documentosypresentaciones/2DefiniendolaCompetitividad.pdf>

Medina, L.; Magno, F (2008). “Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las MYPES del sector turismo de la localidad de Huancavelica año 2008”. Huancavelica, Perú: Universidad Nacional de Huancavelica.

Mendoza, A, (2005) Gestion Financiera Estrategica para la Competitividad de las MYPES del Sector Comercio. Tesis de Grado.

Vela, M, (2007) caracterización de las micro y pequeña empresa en el Peru y desempeña de los microfinanzas en.  
<Http://www.monografias.com/trabajos46/microfinanzas-peru/microfinanzas-peru2.shtml>

## **ANEXOS**



### Anexo 01 - Cronograma de Actividades

N°	Actividades	Octubre				Noviembre			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Mejoramamiento del Título de la Tesis	X							
2.	Elaboración de aspectos complementarios	X							
3.	Mejoramamiento de la Introducción		X						
4.	Mejoramamiento de la Revisión de Literatura			X					
5.	Mejoramamiento de la Metodología				X				
6.	Mejoramamiento de Resultados					X			
7.	Mejoramamiento de las Conclusiones					X			
8.	Mejoramamiento de la Bibliografía y Anexos						X		
9.	Presentación de Tesis						X		
10.	Elaboración de Artículo							X	
11.	Elaboración de Diapositivas							X	
12.	Sustentación de Pre banca								X

### Anexo 02 – Recursos:

- Recurso humano.
- Recurso económico.
- Computadora.
- Unidades de almacenamiento (USB).
- Hojas
- CD
- impresora

### Anexo 03 - Presupuesto:

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Servicio de Internet 1.5 meses	S/. 105.00
Consumo de energía eléctrica	S/. 21.00
Pasajes para asistir a Tutorías	S/. 31.00
Útiles de escritorio (lapiceros, cuaderno, USB)	S/. 64.00
Llamadas telefónicas y celulares	S/. 20.00
Impresión de Reglamento de Investigación.	S/. 26.00
Impresión de Borrador de tesis.	S/. 21.00
Impresión de 1 ejemplar de Tesis y quemado de CD	S/. 27.00
Empastado de 1 ejemplar de Tesis	S/. 45.00
<b>Total</b>	<b>S/. 360.00</b>

### Anexo 04 – Financiamiento

La presente investigación, será autofinanciado por el graduando.

### Anexo 05 – Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

Estimado amigo (a), deseo solicitar tu apoyo para que puedas responder al presente cuestionario que tiene por finalidad recabar información sobre la formalización y competitividad de las mypes del sector comercio, rubro artículos ópticos del distrito, provincia y departamento de Arequipa, durante el periodo 2014-2015”. La información que usted proporcione será utilizado solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

## **DATOS GENERALES:**

### **I. DEL ENCUESTADOR**

#### **1. Edad**

- a) De 16-20 años
- b) De 21-30 años
- c) De 31 a más años

#### **2. Grado de Instrucción**

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Instituto
- d) Universidad

#### **3. ¿Qué cargo desempeñas?**

- a) Dueño
- b) Administrador
- c) Asesor de venta
- d) óptometra

### **II. DE LA EMPRESA**

#### **1. ¿Cuántos años de permanencia tiene en la actividad y el rubro?**

- a) De 1 a 2 años
- b) De 3 a 4
- c) De 5 a mas

**2. ¿Cuántos trabajadores tiene en la empresa?**

- a) 2-3
- b) 4-6
- c) 6 a más

**III: DE LA FORMALIZACION**

**1. ¿Cómo es el tipo de Organización de la empresa?**

- a) Formal
- b) Informal

**2. ¿Ventajas debido a la formalización?**

- a) Aumento de la ventas
- b) Acceso a financiamiento
- c) Crédito por parte de proveedor

**3. ¿Crecimiento en el Mercado debido a la formalización**

- a) Si
- b) No
- c) No sabe, no opina

**4. ¿Financiamiento para Implementación de la empresa?**

- a) Efectivo
- b) Crédito

#### **IV: DE LA COMPETITIVIDAD**

**1. ¿ Opinión sobre competitividad de la empresa**

- a) Si
- b) No

**2. ¿Mejora de la competitividad debido a la formalización**

- a) Si
- b) No

**3. ¿Calidad de servicio?**

- a) Si
- b) No

**4. ¿Se Capacita su personal de su empresa?**

- a) Si
- b) No

**5. ¿Percibe la capacitación como inversión?**

- a) Si
- b) No

**GRACIAS POR SU GENTIL APOYO**

**- Tabulación de resultados**

PREGUNTA	RESPUESTA	CONTEO	FRECUENCIA ABSOLUTA
<b>RESPECTO A LOS DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO</b>			
¿Cuál es tu edad?	De 16-20 años		9
	De 21-30 años	<del>III</del> <del>III</del> I	11
	De 31 a más años	<del>III</del>	<u>5</u>
	<b>TOTAL</b>		<b>16</b>
<b>RESPECTO A LOS DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO</b>			
¿Cuál es tu grado de instrucción?	Primaria	-	0
	Secundaria	II	2
	instituto	<del>III</del> III	8
	universidad	<del>III</del> I	<u>6</u>
<b>TOTAL</b>		<b>16</b>	
<b>RESPECTO A LOS DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO</b>			
¿Qué cargo desempeñas en la empresa?	Dueño	<del>III</del> <del>III</del> III	13
	Administrador	III	3
	Asesor de venta		0
	Optómetra		<u>0</u>
	<b>TOTAL</b>		<b>16</b>
<b>DATOS GENERALES DE LA EMPRESA</b>			
¿Cuántos años de permanencia tiene en la actividad y el rubro?	De 1 a 2 años	III	3
	De 3 a 4	<del>III</del> II	7
	De 5 a mas	<del>III</del> I	6
	<b>TOTAL</b>		<u>16</u>
<b>DATOS GENERALES DE LA EMPRESA</b>			
¿Cuántos trabajadores tienen en la empresa?	2-3	III	5
	4-6	<del>III</del> II	7
	6 a mas	<del>III</del>	4
	<b>TOTAL</b>		<u>16</u>
<b>RESPECTO A LA FORMALIZACION DE LA EMPRESA</b>			
¿Cómo es el tipo de Organización de la empresa?	Formal	<del>III</del> <del>III</del> <del>III</del> I	16
	Informal		<u>0</u>
	<b>TOTAL</b>		<b>16</b>
<b>RESPECTO A LA FORMALIZACION DE LA EMPRESA</b>			
¿Ventajas debido a la formalización?	Aumento de ventas	<del>III</del> III	8
	Acceso a financiamiento	III	3
	Crédito por parte del proveedor	<del>III</del>	5
	<b>TOTAL</b>		<u>16</u>
<b>RESPECTO A LA FORMALIZACION DE LA EMPRESA</b>			
Crecimiento en el Mercado debido a la formalización	SI	<del>III</del> <del>III</del> II	12
	NO	III	4
	<b>TOTAL</b>		<u>16</u>

Financiamiento para Implementación de la empresa	Crédito Efectivo <b>TOTAL</b>	<del>III</del> <del>III</del> <del>III</del> I	10 <u>6</u> 16
<b>RESPECTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES</b>			
Opinión sobre competitividad de la empresa	Si No <b>TOTAL</b>	<del>III</del> <del>III</del> II III	12 <u>4</u> 16
Mejora de la competitividad debido a la formalización	Si No <b>TOTAL</b>	<del>III</del> <del>III</del> III II	14 <u>2</u> 16
Calidad de servicio	Si No <b>TOTAL</b>	<del>III</del> <del>III</del> <del>III</del> I	16 <u>0</u> 16
Capacitación al personal de su empresa	Si No <b>TOTAL</b>	<del>III</del> <del>III</del> <del>III</del> I	10 <u>6</u> 16
Percepción de la capacitación como inversión	Si No	<del>III</del> III <del>III</del> II	9 <u>7</u> 16