



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**CARACTERÍSTICAS DE LA FORMALIZACIÓN Y LA  
COMPETITIVIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA  
(MYPES) DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE  
ROPA EN EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR – LIMA,  
AÑO 2019**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO  
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS CONTABLES Y  
FINANCIERAS**

**AUTORA:**

**ROSA DEL MILAGRO ARROYO CORNEJO**

**ASESOR:**

**MUERAS LEIVA EDGARD**

**LIMA - PERU**

**2019**

**CARACTERISTICAS DE LA FORMALIZACION Y LA  
COMPETITIVIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (MYPES)  
DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE ROPA EN EL  
DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR – LIMA, AÑO 2019**

**HOJA DE JURADO EVALUADOR**

---

**DRA. ERLINDA ROSARIO RODRÍGUEZ CRIBILLEROS**  
**PRESIDENTE**

---

**DR. JESÚS PASCUAL AYALA ZAVALA**  
**MIEMBRO**

---

**DR. VÍCTOR HUGO ARMIJO GARCÍA**  
**MIEMBRO**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecer a Dios por bendecirme e iluminar mi mente para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado y a mi familia por haberme motivado a alcanzar mis sueños.

A la UNIVERSIDAD CATOLICA  
LOS ANGELES DE CHIMBOTE,  
por haberme permitido realizar mis  
estudios profesionales. Y a mis  
profesores por su comprensión y gran  
ayuda.

## RESUMEN

En esta investigación en mención tuvo como objetivo general, definir las principales características de la formalización y la competitividad de la micro y pequeñas empresas (Mypes) del sector comercio, rubro venta de ropa en el distrito de Villa el Salvador - Lima , año 2019.

La investigación fue cuantitativa, de tipo descriptivo. Para el recojo de la información se eligió en forma dirigida a una población muestral de 20 MYPE, a quienes se le aplico un cuestionario de 20 preguntas para la recolección de información, utilizando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: los empresarios encuestados manifestaron que el 60% son adultos, los cuales el 10% tienen estudios superiores y el 90% no concluyeron sus estudios superiores. Por otro lado la investigación se obtuvo que en los pagos de los impuestos, el 70% no realiza los pagos tributarios a la SUNAT, y el 30% si cumple los pagos respectivos de acuerdo a ley, en otro de los casos el 65% de los empresarios no cuentan con licencia de funcionamiento del local, y el 35% de los empresarios si cuentan, otro de los puntos del personal operario el 85% no cuenta con planilla y sin ningún beneficio y el 15% si cuentan, también el 85% de empresarios no realizan pagos extras a sus trabajadores y el 15% si cumplir con los pagos respectivos como bonificación, gratificación y horas extras, con respecto a la competitividad también tienen personal capacitado, que brindan un buen servicio de calidad al cliente, como también difunde mediante TV, radios, volantes y páginas web. Para determinar que la importancia de las características de la formalización que constituye la informalidad de las micro y pequeñas empresas (MYPE) cuya descripción con la competitividad de las mismas son factores indispensables para el mercado competitivo del sector comercio en el rubro de ropa para damas en el Distrito de Villa el Salvador, Departamento de Lima – Año 2019.

**Palabras clave:** Formalización, Competitividad y Ropa de Damas

## **ABSTRACT**

This research has as a general objective, to define the main characteristics of the formalization and competitiveness of the micro and small companies (mype) of the commerce sector, clothing sales in the district of Villa El Salvador, department of Lima - year 2019.

The research was quantitative, descriptive in nature. For the collection of information, a sample population of 20 MSEs was chosen in a targeted manner, to which a questionnaire of 20 questions was applied for the collection of information, using the survey technique. Obtaining the following results: Employers surveyed stated that 60% are adults, 10% have higher education and 90% have not completed their higher education. On the other hand, the investigation found that in the tax payments, 70% do not make the tax payments to the SUNAT, and 30% if it complies with the respective payments according to law, in another case 65% of the entrepreneurs do not have a license to operate the premises, and 35% of employers have, another point of the operating staff 85% does not have a return and without any benefit and 15% if they count, also 85% of entrepreneurs do not make extra payments to their workers and 15% if they comply with the respective payments as bonus, bonus and overtime, with respect to competitiveness also have trained personnel, who provide a good quality service to the client, as well as disseminate through TV, radios, flyers and web pages. To determine that the importance of the characteristics of the formalization that constitutes the informality of the micro and small enterprises (MSE) whose description with the competitiveness of the same are indispensable factors for the competitive market of the commerce sector in the field of women's clothing in the District of Villa el Salvador, Department of Lima - Year 2019.

**Keywords:** Formalization, Competitiveness and Ladies' Clothing

## CONTENIDO

### 6. Tabla de contenido

1. TITULO DE LA TESIS..	ii
2. HOJA DE JURADO EVALUADOR...	iii
3. AGRADECIMIENTO...	iv
4. RESUMEN Y ABSTRACT	v
5. CONTENIDO...	vii
6. TABLAS Y GRAFICOS ...	viii
I. INTRODUCCIÓN..	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	3
III. HIPÓTESIS	33
IV. METODOLOGÍA	33
4.1    Diseño de la Investigación	33
4.2    Población y Muestra	34
4.3    Definición y Operacionalización de Variables e Indicadores	35
4.4    Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	35
4.5    Plan de Análisis	35
4.6    Matriz de Consistencia	36
4.7    Principios Éticos	37
V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	38
5.1.    RESULTADOS	38
5.2    ANÁLISIS DE RESULTADOS	47
VI CONCLUSIONES	47
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	48
REFERENCIA BIBLIOGRAFIA	48
ANEXOS	52

## TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Edad de los representantes legales de las Mype	38
<b>Tabla 2</b>	Sexo de los representantes legales de las Mype	39
<b>Tabla 3</b>	Grado de instrucción de los representantes legales de las Mype	40
<b>Tabla 4</b>	Estado civil de los representantes legales de las Mype	41
<b>Tabla 5</b>	Cuentan con licencia de funcionamiento de la Mype	42
<b>Tabla 6</b>	Realiza pagos a la Sunat de los impuestos tributarios	42
<b>Tabla 7</b>	Se encuentran trabajadores en planilla	44
<b>Tabla 8</b>	Realiza pagos de bonificaciones, gratificaciones y horas extras a los trabajadores	45
<b>Tabla 9</b>	Cuentan con recursos financieros	46

## GRAFICOS

<b>Gráfico 1</b>	Edad de los representantes legales de las Mype	38
<b>Gráfico 2</b>	Sexo de los representantes legales de las Mype	39
<b>Gráfico 3</b>	Grado de instrucción de los representantes legales de las Mype	40
<b>Gráfico 4</b>	Estado civil de los representantes legales de las Mype	41
<b>Gráfico 5</b>	Cuentan con licencia de funcionamiento de la Mype	42
<b>Gráfico 6</b>	Realiza pagos a la Sunat de los impuestos tributarios	43
<b>Gráfico 7</b>	Se encuentran trabajadores en planilla	44
<b>Gráfico 8</b>	Realiza pagos de bonificaciones, gratificaciones y horas extras a los trabajadores	45
<b>Gráfico 9</b>	Cuentan con recursos financieros	46

## INTRODUCCIÓN

En esta investigación en mención tuvo como objetivo general: “caracterización de la formalización y la competitividad de las micro y pequeñas empresas (Mypes) del sector comercio, rubro venta de ropa en el distrito de villa el salvador, departamento de lima – año 2019”.

“Las Micro y Pequeñas Empresas sustituyen en el Perú, es un factor de mucha importancia en el contorno económico y productivo, que establecen el primordial desarrollo del país”. Hoy en día las MYPE están regidas bajo la ley N° 30056, es por eso hay que promover de forma segura, fácil la formalización, competitividad y desarrollo de las mismas.

Por otro lado, en el sector comercio de la venta de ropa hay mucha demanda a nivel nacional, cuales también abundan la informalización, adulteración de marcas, falsificación y contrabando, cual esto genera evasión de impuestos y delitos graves. Es decir que muchos fabricantes de prendas de vestir no cuentan con los límites adecuados para su fabricación de las prendas.

Es así como la negligencia impide que los empresarios tengan un financiamiento adecuado para incrementar económicamente y brindar productos de mejor calidad y precios a los consumidores.

Después de estos problemas se determinan investigar a este rubro sector comercio en el distrito de Villa el Salvador, determinando los puntos delicados como sus características internas, los requisitos para que sea formal es (RUC – RUS. Etc) es como el financiamiento que obtienen en financieras, entre otros. Esto cumple con la finalidad de implantar la mejora en la tecnología, competitividad, formalización y disminución en los puntos críticos de las actividades empresariales, lo cual es necesario para obtener un nivel competitivo en el mercado regional, local y nacional

Por ello la actual investigación tiene por objetivo general determinar las características de la formalización y competitividad en las MYPE del sector comercio – rubro venta de ropa en el distrito de Villa el Salvador departamento de Lima, año 2019, con el fin que los microempresarios puedan tomar sus propias decisiones y también puedan mejorar sus negocios. Y que a su vez con los resultados de este estudio, a futuro la universidad pueda ir ampliando oportunidades a personas con este tipo de trabajo o investigación.

Según (BARZOLA, 2015), “Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) en nuestro país se elevan a más de 5.3 millones, donde se observa que el 83.1% de ellos no cuentan con las

condiciones necesarias para formalizarse como empresa, ya que facturan más del 20% de toda la producción nacional, pero que no se hallan registrados ya sea como personas jurídicas o como empresas individuales. Además, el 71% no lleva ningún registro de ventas, tal como lo resalta el último boletín de Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEXPERÚ), en la cual solicita considerar incentivos de formalización que vayan más allá de la promoción local o la reducción impositiva”.

“La informalidad tiende a tener mayor incidencia cuando las unidades 3 productivas tienen menor productividad, o sea, su capacidad de generación de ingresos es mucho más limitada, bastante más volátil e inestable, explica el Economista Álvaro Monge, al formalizar una empresa, se otorga las herramientas mínimas que requiere para su constitución, operación y funcionamiento en una actividad económica determinada, que en la actualidad más que una obligación del mercado es que una obligación legal. (Prof. Maritza E.) El Presidente de Cámara de Comercio de Lima (CCL) afirmó que, uno de los beneficios de la formalización de las micro y pequeñas empresas es que estas unidades productivas tendrán acceso a fuentes de financiamiento con tasas de interés que sean competitivas”. “Ante este estudio se analizó que las microempresas en el distrito de Villa el Salvador departamento de Lima, la población no está lejos de la realidad nacional, es por tanto que sus condiciones de informalidad, no tienen acceso a las fuentes formales de un crédito. Esto surge por no contar con garantías necesarias o documentación en regla, por eso es donde existe el impedimento al acceso de crédito y que por ende estás cortos a su avance empresarial”.

Por otra parte “en el distrito de Villa el Salvador, departamento de Lima, existen muchos negocios conocidas micro y pequeñas empresas brindando la venta de ropa, sin embargo no se conocen las características de la formalización y la competitividad, es por eso que decidimos hacer la siguiente investigación, lo cual nos admite determinar el enunciado del problema de investigación que será el siguiente: ¿Cuál es la característica de la formalización y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del distrito de Villa el Salvador departamento de Lima año 2019?,

Para dar solución al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Definir las características de la formalización y competitividad en las MYPE del sector comercio – rubro venta de ropa en el distrito de Villa el Salvador departamento de Lima, año 2019”. Para poder lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:

“Definir las características en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa del distrito de Villa el Salvador, departamento de Lima, año 2019”. “Definir las

características de la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa del distrito de Villa el Salvador, departamento de Lima, año 2019”.

“Definir las características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa del distrito de Villa el Salvador, departamento de Lima, año 2019”.

“Definir las características de los representantes legales en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa del distrito de Villa el Salvador, departamento de Lima, año 2019”.

“Esta investigación se demuestra porque nos permitió conocer las características en las micro empresas, de la formalización, de la competitividad y de los representantes legales del sector comercio - rubro venta de ropa del distrito de Villa el Salvador, departamento de Lima, año 2019”.

“También se demuestra porque nos permitió que los empresarios tomen sus propias decisiones confiables y oportunas”.

“Finalmente, la investigación también nos permite que sirva de base para realizar otros estudios iguales en diferentes sectores de servicios del distrito de Villa el Salvador, departamento de Lima, año 2019”.

## **II. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **ANTECEDENTES**

#### **Internacionales.**

(Illanes Zañartu Luis Felipe, 2017), “El presente trabajo tiene la finalidad de realizar una caracterización del financiamiento de las Pequeñas y Medianas Empresas en Chile, revisar cuáles son las variables que influyen en las características del financiamiento para estas empresas, testear las variables que afectan el nivel de endeudamiento de la empresa y los factores que influyen en su rentabilidad. En términos prácticos se analizarán los factores que influyen en el ROE de las compañías para una muestra de panel tomada en los años 2007, 2009 y 2013 a través de las encuestas Longitudinales 1, 2 y 3 preparadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y el Ministerio de Economía. En forma complementaria se analizarán los factores que influyen en los niveles de deuda de una compañía a través del análisis de corte transversal en la Encuesta

Longitudinal 3. Para el estudio realizado de la base de panel, se consideraron los modelos econométricos de efectos aleatorios, fijos y agrupados. Asimismo, el modelo de Heckman en dos etapas es utilizado para investigar los factores que influyen en los niveles de deuda de la empresa, en el que se considera el problema de sesgo de selección de las empresas cuando piden un préstamo. Lo interesante del estudio proviene del análisis de las variables cualitativas de la gerencia general de la compañía, que nos permite ver la importancia que poseen estas habilidades individuales en los niveles de deuda de la compañía y en los niveles de ROE. Se desprende de los resultados del modelo de Heckman que las variables que caracterizan al gerente como el sexo y si éste es socio de la compañía influye de forma positiva en los niveles de deuda de la compañía. De la misma forma, el tamaño medido como logaritmo natural de las ventas, el pasivo exigible sobre patrimonio y la deuda financiera sobre EBITDA poseen influencia positiva en los niveles de endeudamiento. Por otro lado, tenemos que la razón circulante tiene influencia negativa en los niveles de deuda de la compañía”.

### **Nacionales.**

(Gonzales Luquillas, 2014), “Nos menciona que el objetivo general de la 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, fue conocer cómo influye la Ley N° 28015 en la gestión y competitividad de las Mypes del sector textil en el distrito de La Victoria, 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, El diseño de la investigación fue de tipo no experimental, de carácter descriptivo, cuyo diseño metodológico es el transaccional, considerado como una investigación aplicada, debido a los alcances prácticos, aplicativos, sustentados por normas e instrumentos técnicos de recopilación de información, donde se ha considerado los aportes e investigaciones de diferentes personalidades que han facilitado la asimilación del tema investigado. 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 del trabajo de campo mostraron 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”.

(Antonio, 2015), “La presente investigación titulado caracterización de la formalización y la competitividad de la micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro ropas deportivas en la ciudad de Juliaca - 2015, tuvo como objetivo determinar las principales características de la formalización y la competitividad de la Micro y Pequeñas empresas del sector industria – rubro ropas deportivas en la ciudad de Juliaca. Este estudio se basó desde la perspectiva cuantitativa, de tipo descriptivo y de corte transversal. Se contó con una muestra de 74 empresarios seleccionados en base al muestreo probabilístico abarcando el periodo del 2015, se utilizó instrumentos consistentes como el cuestionario con 8 preguntas para la recolección de datos. Como resultados, la investigación da cuenta que el pago de impuesto, el 76% no realizan los pagos tributarios a la SUNAT, y el 24% si realizan, otro de los puntos es sobre la obtención de licencia el 86% no cuentan con licencia de funcionamiento, el 14% si cuenta, en otro de los casos la planilla de trabajares el 96% no cuentan con planilla de los trabajadores, y el 4% si cuentan, respecto a la causa general de la competitividad el 92% no realizan pagos extras, y el 8% si realizan pagos de bonificación, gratificación o pagos extras, el 66% si produce para as ventas competitivas de otras empresas similares, el 54% si cuenta con recursos humanos capacitado. Se concluye que la importancia de las características de la formalización que constituyen la informalidad de las micro y pequeñas empresas (MYPE) cuya relación con la competitividad de las mismas son factores indispensables para mantener la sostenibilidad y la inserción al mercado competitivo del sector industria en el rubro ropas deportivas en la ciudad de Juliaca, 2015”.

(Acaro Castro, 2017), “La presente investigación caracterización de la competitividad y formalización en las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana, año 2015 estableció como objetivo general, identificar las principales características de la Competitividad y formalización en las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana, año 2015. Se empleó la metodología de tipo descriptivo, de nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte trasversal, se utilizó la técnica de la encuesta instrumento cuestionario siendo los resultados, con respecto a los productos que adquieren el 55 % respondió que no son de calidad, con respecto a la tecnología se encontró que el 83% de las MYPE no utilizan tecnologías modernas, así mismo para la variable formalización el 61 % no conoce los beneficios de estar formalizadas, no conoce el procedimiento para formalizar su MYPE. Por lo que se concluye que uno de los factores de la competitividad

valorada por la mayoría de los clientes muestra que prefieren la calidad de los productos, las MYPE no utilizan tecnología moderna el cual no otorga un buen servicio al consumidor”.

### **Regionales.**

Según (Lindao Villar, Mara Trinidad, 2018), “Su investigación tiene por título, Caracterización del Financiamiento y Rentabilidad de las MYPES, Sector Comercio, Rubro Tiendas de Ropa Para Damas en el Distrito de Tumbes, 2017, Cuyo problema general es ¿Cuáles son las principales características del financiamiento y rentabilidad de las MyPes el sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017?, tiene como objetivo general Describir las principales características del financiamiento y rentabilidad de las MyPes el sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017”.

“El tipo de investigación del trabajo es Descriptivo, su nivel es cuantitativo y el diseño es no experimental; para este trabajo se usó una población de 12 propietarios de las tiendas de ropa, a quienes se les aplico el cuestionario usando la encuesta como técnica. Concluyendo que Se determinó que las herramientas de financiamiento utilizadas por los gerentes es el leasing debido a que el total de ellos no disponen de local propio para realizar sus actividades, y mucho menos tiene sucursales, es por ello que utilizan esta herramienta con el fin de que los bancos realizan el contrato de alquiler y ellos pueden ejercer su giro de negocio, debido a que los gerentes manifestaron que tiene dificultades para devolver el dinero, frente a ello para afrontar el endeudamiento optan por realizar otro crédito bancario en diferente entidad, puesto que las ventas mensuales no son las proyectadas, por lo tanto los gerentes consideran que tuvieron déficit en los últimos años”.

(Guanilo, 2015), “En la presente investigación, tuvo como objetivo general, Describir las principales características de la competitividad de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro hotelería en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014. La investigación fue no experimental – transversal – descriptiva, para la obtención de la información se utilizó una población de 10 micro y pequeñas empresas, quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: se observa que el 50% de las personas encuestadas del sector servicio- rubro hotelería oscila entre las edades de 45 a 65 años. Se demostró que el 80% de los encuestados la mayoría son del sexo masculino. El 40% de las personas encuestadas tienen estudio secundario y el 10% tienen estudio superior universitario. Se muestra que el 100% de las micro y pequeñas empresas son formales.

El 40 % de las micro y pequeñas empresas permanecen en el mercado de 0 a 6 años. Se determinó que el 80% de las mypes cuentan con 1 a 5 trabajadores. Se muestra que el 100% de las empresas fueron creadas para generar ganancias. EL 100% de las mypes expresan que son competitivas, el 100% de los trabajadores de las mypes son competitivos. Se muestra que el 100% de los empleados son motivados por los dueños de la mypes. Se muestra que el 50% de las mypes desarrollan nuevos servicios para ser competitivos, el 80% expresan que conocen a sus competidores”.

(Quispe Fabian, Jesusa, 2016), “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”.

### **Locales.**

(Alarcon Garcia, 2018), Realizo una investigación de la “Formalización para el crecimiento y competitividad de la micro y pequeña empresa en el sector pesca artesanal en el puerto de Chorrillos, 2017, que nos explica del sector la pesca artesanal tomando como foco el Puerto de Chorrillos en el Perú, se consideró la realidad problemática del pescador artesanal en relación a la producción pesquera actual y la infraestructura, Actualmente en el puerto de Chorrillos se tiene limitadas condiciones de producción pesquera y una carente infraestructura, por tanto no hay crecimiento de la pesca artesanal sobre todo por la escasez de peces. A esto se suma el no contar con el apoyo del Estado Peruano, tampoco de las instituciones públicas pertinentes en el ámbito territorial que corresponde, Lo cual se debe a que los pescadores artesanales microempresarios no aceptan la formalización, Concluyendo que, formalizarse con

estrategias adecuadas y satisfaciendo las necesidades insatisfechas de los pescadores artesanales conlleva a desarrollar actividades, programas y proyectos como parte del desarrollo pesquero y competir considera la capacidad del pescador artesanal del puerto de Chorrillos en relación a otros pescadores artesanales peruanos de otros puertos, de Sudamérica y del mundo, asimismo crecer en el tiempo considera elevar los ingresos diarios por pesca artesanal, cuyo aporte se refleja en el Producto Bruto Interno – PBI del Perú. La presente investigación contribuye a la sostenibilidad en infraestructura y recursos humanos del mencionado Puerto de Chorrillos en el periodo 2017”.

## **BASES TEÓRICAS**

### **Ley N° 28015 – Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa.**

Según (Super Admin, 2016), “Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, cuya vigencia ha sido prorrogada durante 3 años en virtud de la Ley N° 30056, Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, Texto Único Ordenado mediante Decreto Supremo N° 007-2008-TR, vigente desde el 01 de Octubre del 2008”.

Por otro lado (Vigil Lazo, s.f.), “La ley de desarrollo constitucional de la micro y pequeña empresa la MYPE son las unidades económicas constituidas 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”.

### **Objetivo de la Ley Mype.**

(Finanzas, 2003), “La presente Ley tiene por objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria”.

## Características de las Mypes

Las Mypes reúnen las características siguientes:

- a) El total de trabajadores:
  - La microempresa abarca de uno (1) hasta diez (10) trabajadores
  - La pequeña empresa abarca de uno (1) hasta cincuenta (50) trabajadores
- b) Niveles de ventas anuales:
  - “La microempresa: hasta el monto máximo de 150 unidades Impositivas Tributarias – UIT”.
  - “La pequeña empresa: a partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 UIT”.

## Clasificación de la Microempresa.

- **“Microempresas de sobre vivencia:** tienen la urgencia de conseguir ingresos y su estrategia de competencia es ofrecer su mercadería a precios que apenas cubren sus costo, como no llevan ningún tipo de contabilidad a menudo confunden sus ingresos con el capital, el dueño hace uso indistinto del dinero y hasta de la mercadería”. (Vigil Lazo, s.f.)
- **“Microempresas de subsistencia:** son aquellas que logran recuperar la inversión y obtienen ingresos para remunerar el trabajo”. (Vigil Lazo, s.f.)
- **“Microempresas en crecimiento:** tienen la capacidad de retener ingresos y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, son generadoras de empleos, donde la microempresa se convierte en empresa”. (Vigil Lazo, s.f.)
- **“Importancia de la Mype en la economía:** Las Mype han adquirido un papel preponderante en la economía peruana ya que aquí encontramos al 98% de las empresas del Perú en donde estas aportan el 42% del PBI y emplean a casi el 80% de la población económicamente activa, esto lo comprobamos fácilmente ya que actualmente nos topamos cada cinco minutos con un negocio o una empresa ofreciendo diversos servicio, este es el sector más importante ya que además genera ingresos para la población, también se considera como motor generador de descentralización ya que gracias a su flexibilidad puede adaptarse a todo tipo de mercado, se por eso que está presente en todas las regiones del Perú aunque la

gran mayoría está centrada en Lima, además la Mype ha aportado a la elevación del índice de emprendedores en el Perú llegando a ser el país más emprendedor ya que de cada 100 peruanos, el 40% es emprendedor mientras que en otros países el índice promedio es de 9%”. (Vigil Lazo, s.f.)

### **Derechos Laborales Fundamentales de la Mype.**

“En toda empresa, cual sea su dimensión, ubicación o actividad, se deben respetar los derechos laborales”.

(Vigil Lazo, s.f.), nos comenta “No utilizar, ni apoyar el uso de trabajo infantil, como cualquier trabajo brindado por personas cuya edad es inferior a las mínimas autoridades por el código de los niños y adolescentes”. “Garantizar que los salarios y beneficios percibidos por los trabajadores cumplan, como mínimo con la normatividad legal”. “Garantizar que los trabajadores no sean discriminados según su raza u origen”. “Respetar los derechos de los trabajadores a formar sindicatos y no interferir con el derecho de los trabajadores a elegir o a no elegir, y a afiliarse o jubilar a su personal”. “Proporcionar un ambiente seguro y saludable de trabajo”.

### **Crecimiento de la Mype en el Perú.**

Según (Vigil Lazo, s.f.), “el futuro de la Mype es aún incierto ya que el 90% de su totalidad tiene baja productividad, es decir, el trabajo se mantiene autónomo y con la finalidad de la subsistencia familiar, esto hace que la empresa tenga muy escaso potencial de crecimiento lo que se debe también a los factores siguientes”. “Los empresarios buscan reducir sus costos para aumentar sus ganancias y para lograr esto recurre a la sub contratación, es decir, emplean personal remunerándolos por debajo del sueldo mínimo por largas jornadas y sin los beneficios que estipulan las leyes laborales”. (Vigil Lazo, s.f.)

“Según un estudio realizado por el gobierno regional del departamento de San Martín, existe falta de continuidad en la demanda, lo que afecta al plan de producción de productos y de ventas, es que las ventas de la MYPE son por lo general por periodos cíclicos y muchas de sus operaciones son al crédito”. (Vigil Lazo, s.f.)

Por otro lado (Vigil Lazo, s.f.), “La competencia también detiene el crecimiento de la Mype ya que en el Perú lamentablemente se le considera a los productos importados como de mejor calidad solo por el hecho de ser extranjeros y se le da mínima importancia al producto peruano, aunque se realizan diversas campañas para apoyar a los compatriotas emprendedores, y como también la falta de apoyo de parte del sistema bancario es un gran obstáculo ya que los empresarios no piden prestamos grandes con finalidad de expansión debido a las altas tasas de interés actuales y esto genera miedo al aumento de costos”. “Lo único que podría lograr que la Mype tenga un futuro crecimiento sería lograr que los micro y pequeños empresarios informales tomen conciencia de los beneficios que le traería la formalidad y además que se estimule a las empresas a tomar retos de competitividad, productividad y ampliación del mercado, se sabe que es un riesgo, pero si no se intenta nunca se va a lograr al desarrollo esperado para todos”.

### **Formación de las Mypes**

Según (Antonio, 2015), “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, donde tenemos la elección de elegir si es Régimen único simplificado (RUS), Régimen Especial u Régimen General, realizado este trámite, podemos 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, esto es otorgados por la institución correspondiente al giro de la empresa. Ejemplo, si queremos abrir un hostel necesitamos el permiso del ministerio de turismo y comercio exterior (MINCETUR), Seguido a esto pasamos a los libros de contabilidad que se llevan según el nivel de las ventas de la empresa, a continuación tramitamos la licencia de funcionamiento municipal para lo cual la empresa debe cumplir con los requisitos especificados por la municipalidad de su distrito, como ejemplo de esto es el certificado de defensa civil, entre otros, Luego debemos hacer visar el libro de planillas por el ministro de trabajo y promoción del empleo, luego pasamos al registro patronal y ala

aseguración de los empleados en salud, y finalmente con el trámite de INDECOPI en el cual el registro de marcas y patentes de la empresa”.

Según (Antonio, 2015) “Se consideran formalidades esenciales aquellas que se requieren por la ley de modo que su omisión produce nulidad; no son esenciales aquellas cuya omisión no produce nulidad, bien porque no se impone esta pena, o porque: la ley no está concebida en términos prohibitivos. Las formalidades se denominan solemnidades cuando afectan a la forma externa de los actos, el Estado fomenta la formalización de las MYPE a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior, se debe pues propiciar el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen una MYPE, eliminando pues todo trámite tedioso. Es necesario aclarar que la microempresa no necesita constituirse como persona Jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. En el caso de que las MYPE que se constituyan como persona jurídica lo realizan mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta”.

### **Teorías de la Formalización.**

(Chunga Estrada, 2018), “En su investigación la formalización es la variable estructural clave para las personas que laboran en una organización, su comportamiento como individuos se ve afectado de manera vital por el grado de dicha formalización, siendo la cantidad de discrecionalidad individual está relacionada inversamente con la cantidad de programación previa del comportamiento por la organización. La formalización tiene consecuencias importantes para la organización y sus áreas en términos de procesos tales como las comunicaciones y la innovación tecnológica, como las reglas y procedimientos diseñados para manejar las consecuencias que enfrenta la organización forman parte de lo que se le llama formalización”.

Por otro lado (Chunga Estrada, 2018), “el grado de formalización de una organización se manifiesta, entre otras, en la elaboración por escrito de todas las actividades que se desarrollan en la dinámica empresarial, la comunicación en

una estructura organizacional tiende a formalizarse en la medida que la empresa crece planificada mente, es por cual la razón son importantes los diferentes manuales que estas empresas elaboran y que se vuelven más complejos a la par de sus crecimientos”.

“Formalización es la técnica organizacional de prescribir como, cuando, con que elementos, quien y en cuanto tiempo debe realizar las tareas, así como las normas, instructivos y procedimientos diseñados para manejar las contingencias afrontadas por la organización son parte de la llamada formalización que 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”. (Chunga Estrada, 2018)

### **Instrumentos de la Formalización de las Mypes**

Según (Antonio, 2015), “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 al micro y pequeñas empresas que impedían su incorporación al sector formal; por lo que surgió la necesidad de generar regímenes especiales que se adecuaran 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”.

### **Marco Institucional de las Políticas de la Formalización de las Mype.**

Según (Finanzas, 2003), “El estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los gobiernos Nacionales, Regionales y Locales; y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración y articulación productiva y comercial de las MYPE, estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenible”.

Por otro lado (Finanzas, 2003), “Los Lineamientos de las MYPE, promueve y desarrolla programas que estimulen la creación, el desarrollo y la competitividad de las MYPE, en el corto y largo plazo que favorezcan la sostenibilidad económica, financiera y social de los actores involucrados”.

Así mismo también (Finanzas, 2003), “difunde la información y datos estadísticos con que cuenta el Estado y que gestionada de manera pública o privada representa un elemento de competitividad y conocimiento de la realidad de las MYPE, proporciona el acceso en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen o laboran en las MYPE, a las oportunidades que ofrecen los programas de servicios de formalización y desarrollo”.

### **Razón de Formalizar una Empresa Mype**

En (EMPRENEDORES, s.f) “el Perú las microempresas están regidas bajo la nueva Ley de las Mype, con la cual se busca promocionar la competitividad, formalización y desarrollo de las mismas, en donde él empresario puede acceder a los diferentes servicios que promueven su competitividad y rentabilidad, es lo que le permite formar nuevos mercados y relacionarse con cadenas de empresas productivas en donde considera que la formalización es más una obligación del mercado que una obligación legal”.

### **Importancia de la Formalización de las Mypes**

“Las MYPES han adquirido un papel importante en la economía peruana ya que encontramos el 98% de las empresas en el Perú. Estas aportan el 42% del PBI y

emplean a casi el 80% de la población económicamente activa, es como también en el sector más importante ya que genera ingresos para la población. Ahora también se le considera como motor generador ya que gracias a su flexibilidad puede adaptarse a todo tipo de mercado es por eso que está presente en todas las regiones del Perú, además las MYPE ha aportado a la elevación del índice de emprendedores en el Perú llegando a ser el país más emprendedor, ya que, de cada 100 peruanos, el 40% es emprendedor, mientras que en otros países el índice promedio es de 9%”. (EMPRENEDORES, s.f)

### **Importancia, Ventajas y Desventajas de la Formalización de las Mype**

(Chunga Estrada, 2018), “la formalización es importante para la constitución de una empresa, el capital inicial, aunque el capital no es el factor que decide que una empresa tenga éxito o no lo tenga, sino simplemente va a determinar de que puedas empezar un poco más adelantado o mejor respaldado el negocio, por ejemplo, si tienes mejor capital, puedes hacer, más publicidad o tener mejor mobiliario que tu competencia, pero si esta tiene un mejor producto y mejor servicio al cliente la balanza terminara por inclinarse a su favor”.

“El ser formal o informal en el Perú, pasa por un tema de capacidad económica y rentabilidad, en ese orden, ya que muchas personas al iniciar su negocio no tienen suficiente dinero para arriesgar o para cubrir los gastos de formalización, los que tienen capital se arriesgan desde el comienzo para ser constituir una empresa formal, en un segundo momento la excusa es el deseo de tener mayores ingresos, los negocios que están creciendo de pocos de manera informal quieren hacer más caja, mejorar su rentabilidad para recién después de esto formalizar”. (Chunga Estrada, 2018)

(BIR, 2016), “Entre las ventajas se pueden considerar las Mayores posibilidades de posicionarte en el mercado, pues no tendrás problemas legales, Puedes asociarte con otras personas o con otras empresas para lograr mayor competitividad, Tendrías mayores posibilidades de acceder a nuevos mercados y expandirte hacia plazas internacionales por medio de la exportación, Mayor credibilidad y confianza por parte de los clientes, si eres informal no les brindas seguridad, por lo tanto, tendrás una menor clientela, Puedes acceder a préstamos y créditos de diferentes instituciones financieras tanto estatales como privadas,

Puedes comprar con factura y acceder al crédito fiscal, Podrías participar en licitaciones públicas y hacer del Estado tu gran cliente. Asimismo, ser parte de la lista de proveedores de las grandes empresas, pues contarás con los requisitos formales, Contribuirás con el Perú, ya que impulsarás el desarrollo social y económico con el pago de impuestos, donde es necesario que sepas que las Pymes cuentan con beneficios tributarios”.

**a) Ventajas de formar una empresa individual como persona natural:**

“La constitución de una empresa Unipersonal es sencilla, rápida, sin muchos trámites y poca inversión, Si tu negocio no te brinda los resultados que esperabas, puedes replantear sin ningún inconveniente giro del negocio, En relación al pago de tributos, las empresas unipersonales pueden acogerse al régimen único simplificado (rus), en el cual sólo harás un pago único mensual de acuerdo a los ingresos, En aspectos laborales podrá acreditarse como microempresa y acogerse a los beneficios del Régimen Laboral Especial”. (BIR, 2016)

**b) Ventajas de formar una empresa individual como persona jurídica**

“En ocasiones los problemas con terceros la empresa responde sólo por el monto de capital aportado, Accede sin mayores restricciones a los concursos públicos y adjudicaciones directas como proveedor de bienes y servicios, Puedes acceder a préstamo y/o servicios financieros de desarrollo empresarial del sistema formal, El propietario y socios trabajadores de la empresa acceden a beneficios sociales y seguro, Los propietarios conocen del rendimiento de sus inversiones a través de la evaluación de los resultados económicos contables, tales como: Balance General, Estado de Ganancias y Pérdidas y Flujo de Efectivo, Puedes ampliar el capital social, incluir nuevos socios estratégicos o abrir nuevas filiales”. (BIR, 2016)

**c) Desventajas:**

“La única desventaja se da cuando empiezas el negocio y tienes que incurrir en gastos de formalización y perder tiempo en los tramites que si bien es cierto se han reducido, aun mas por encima de lo que muchos emprendedores podrían invertir para empezar, además, es importante que las empresas tomen conciencia para formalizarse, ya que esto traerá beneficios tanto para el estado como para las empresas”. (Chunga Estrada, 2018)

### **Beneficios de la Formalización de las Mype**

- Podrás hacer contratos con empresas formales.
- Acceder al sistema financiero formal y negociar con inversionistas privados.
- Participar en licitaciones locales, regionales, nacionales e internacionales.
- Exportar o participar de una cadena de exportación.
- Fabricar y comercializar productos propios (derechos de autor).
- Participar en programas de apoyo al micro empresa, promovidos y ejecutados por el Estado.
- Si ocurriera pérdidas económicas, responder frente a las obligaciones con terceros por el valor del capital aportado y no con el patrimonio personal de los socios.
- Tranquilidad por encontrarse dentro del marco legal.
- Contar con comprobantes de pago para que los clientes puedan verificar su compra, como también hacer sus reclamos, etc.
- En síntesis, es el único camino para crecer tu negocio.

Según (GUZMÁN, 2015), “En el Perú existen más de 3.5 millones de micro o pequeña empresa (Mype) de las cuales el 84.7 por ciento produce dentro de la informalidad. Gran parte de estas empresas desconocen los beneficios de pasar a la legalidad. Aquí detallamos los rentable que resultaría, tanto para el empleador como para los trabajadores, el desenvolverse en la formalidad, en nuestro país se considera una microempresa a aquella persona natural o jurídica, cuyas ventas anuales sean como máximo 150 UIT (562,500 nuevos soles) y tengan no más de 10 trabajadores, en dicha empresa está regida bajo la nueva Ley de las Mype, con la cual se busca promocionar la competitividad, formalización y desarrollo de las mismas, además de ofrecer diversos beneficios los cuales se clasifican a continuación”.

- “Las MYPES estarán exoneradas del pago de tasas a las Municipalidades por trámites tales como renovación, actualización de datos entre otros relacionados a la misma, excepto en el cambio de uso”.
- “Sólo asumirán el 30 por ciento de los derechos de pago por trámites realizados ante el Ministerio de Trabajo”.

**a) Beneficios Financieros**

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

**Beneficios del Régimen Laboral de las Mypes**

	Microempresa	Pequeña Empresa
Remuneración	RMV S/ 550.00	RMV S/ 550.00
Jornada, Honorario, descansos semanales y feriados.	8 horas diarias o 48 horas semanales, sobretasa no aplica en la jornada nocturna habitual.	Igual
Asignación Familiar	No	No
Descanso Vacacional	15 días al año. Se puede reducir a 7 días	Igual
CTS	No	15 remuneraciones diarias por año. Tope: 90 remuneraciones diarias.
Gratificaciones	No	½ remuneración mensual en julio y diciembre
Indemnización por despido injustificado	10 remuneraciones diarias por año. Tope de 90 remuneraciones diarias	20 remuneraciones diarias por año. Tope de 120 remuneraciones diarias.
Seguro de Vida	No	Si, cuando corresponda
Utilidades	No	Si, cuando corresponda
Salud	Conductor, trabajador y derecho habientes acceden: a) ESSALUD O b) SIS Familiar subsidiado	Essalud
SCTR	No	Si, cuando corresponda
Pensiones	Conductor y trabajador:	Afiliación y aporte obligatorio al SNP o SPP

---

NO AFILIADO: afiliación y  
aporte opcional al SNP, SPP o  
SPS (subsidiado)  
AFILIADO: aporte obligatorio

---

### Competitividad de las Mype

“En la actualidad, las micro y pequeñas empresas (mype) necesitan volverse competitivas si desean expandirse a nuevos mercados, para ello deben cambiar su perspectiva de desarrollo. Por ejemplo, la emprendedora Martha Ponte quien trabaja en sus diseños de vestidos y blusas en su taller textil de Comas, donde se elaboran estas prendas que luego se venderán en las boutiques más elegantes del Perú. Tras un largo trabajo, esta pequeña empresa pasó de confeccionar 20 prendas al mes a las 200 que ahora produce. Y ahora su aspiración es traspasar las fronteras (el objetivo es la exportación). Para ello tiene que dar algunos pasos muy importantes, como capacitación, financiamiento y búsqueda de socios comerciales, que serían más fáciles si se asociara con otras mype (micro y pequeñas empresas). Pero antes de ello, te mostramos algunos consejos para que puedas tomar en cuenta y hacer que tu empresa se vuelva más competitiva”.

- “Las **empresas** que innovan crecen un 20%. Esto quiere decir que deben adaptarse a los cambios del mercado de una manera rápida y eficiente es donde reside parte del éxito”.

### Factores que Determina la Competitividad

“Situación determinante o estable en un mercado, hay que ser capaz de mantener de forma sostenida una productividad tal que impida a los competidores llevarse parte de los clientes propios y un alto porcentaje del público objetivo. Para ello, ha tomado mucho valor el concepto de competitividad. Consiste en utilizar los recursos propios de tal forma que funcionen con el máximo rendimiento. Como recursos no solamente se entiende aquellos aspectos técnicos o materiales, sino también humanos y de otro tipo, como comercial o de marketing. Así pues, si una empresa quiere proseguir con su actividad, debe de ser altamente competitiva”.

### ¿Qué permite a una empresa ser competitiva?

“A continuación, expondremos aquellos aspectos en los cuales debe trabajar la empresa para conseguir la competitividad necesaria para mantenerse en el mercado”.

- a) **“Conocimiento de la propia estructura y organización:** tanto la dirección como las personas encargadas de tomar las decisiones y, en general, todos los miembros de un equipo, deben conocer todos aquellos aspectos relacionados con la organización y el organigrama de la empresa. De esa forma, se delimitan perfectamente en qué partes se divide y, especialmente, de qué es responsable cada uno. Es decir, sobre qué trabajos y personas es responsable un jefe y a quién tiene que reportar resultados cada uno de los miembros o a quién pedir consejo ante cualquier duda que pueda surgir”.

- b) **Conocimiento de su situación financiera.**

Según (Guadalupe de la Osco & Blanco Hernandez, 2018), “la situación financiera es indispensable para cualquier entidad económica en la toma de decisiones, la cual debe reflejarse para un periodo determinado y la misma es generada para los socios o accionistas, proveedores, clientes, autoridades administrativas y fiscales, así como terceros interesados que requieren conocer la información proyectada en esos términos, que la necesidad del conocimiento básico por la judicatura deriva de que constituye fuente de derecho fiscal para la resolución de los medios de defensa administrativos y jurisdiccionales”.

“La situación financiera ideal para toda empresa consiste en tener un porcentaje de deuda total ostensiblemente inferior a la totalidad de los recursos propios disponibles (el capital, las reservas y, en caso que haya, los beneficios del ejercicio). Del mismo modo, se recomienda que la deuda a corto plazo (aquella que hay que devolver en un periodo inferior a un año) no supere un tercio de la deuda total. Analizar correctamente la situación financiera es básico para toda compañía para saber si tienen margen para afrontar una inversión (que puede ser muy necesario en determinados contextos) ya sea utilizando recursos propios o endeudándose mediante financiación con alguna entidad de crédito o prestamista”.

- c) **“Conocimiento de los procesos a realizar:** hay que detallar cada uno de los pasos que son necesarios para que se pueda servir en el tiempo y calidad pactados el producto o servicio. Solamente así se conocerán las aptitudes y

habilidades necesarias para desarrollar el trabajo y se escogerá aquellas personas más preparadas para desempeñarlo. En esta definición tienen que participar de forma conjunta los responsables de aquella área y el departamento de Recursos Humanos, que serán los encargados de llevar a cabo el proceso de selección”.

- d) **“Conocimiento de las aptitudes y habilidades necesarias para desarrollar cada proceso:** a partir del punto anterior, el departamento de personal escoge los aspirantes más adecuados entre los que han aplicado a la oferta, o ellos mismos inician una búsqueda para encontrar el perfil más adecuado. Según cuáles sean las habilidades y experiencia exigidas, el proceso de selección se desarrollará de una forma u otra. Por ejemplo, se practicarán dinámicas distintas o se dará un mayor o menor peso a la entrevista personal o se valorarán aspectos distintos de la forma de actuar de cada uno de los candidatos”.
- e) **“Gestión adecuada de los recursos humanos:** la tarea de recursos humanos no solamente se limita a la contratación y baja de personal y en realizar las tareas administrativas relativas a ello. También se encargan de otro aspecto crucial: la formación. Hay que asegurarse que todas las personas disponen de las habilidades para manejar de la forma más productiva posible las actividades de las cuales son responsables. Por lo tanto, en caso que la empresa decida desarrollar una innovación que ha surgido en el mercado o sector, entonces hay que ofrecer la formación necesaria al equipo para que sepan cómo desempeñar la nueva tipología de trabajo”.
- f) **“Invertir constantemente en innovación:** en prácticamente todos los sectores aparecen constantemente innovaciones que sitúan a aquellas empresas que son capaces de incorporarlas por delante de las otras. Especialmente en determinados sectores, como el de las nuevas tecnologías, las compañías invierten grandes cantidades de dinero para ser los primeros en crear o desarrollar una innovación que satisfaga de una forma más completa las necesidades mostradas por los clientes a partir de sus preferencias. Por lo tanto, toda compañía está obligada a innovar de forma constante para no perder posiciones y no quedarse atrás”.
- g) **“Conocimiento de las preferencias y necesidades del público objetivo:** es a partir de las preferencias de los clientes que el departamento de marketing diseña el producto y desarrolla toda la campaña. Por lo tanto, antes

de lanzar un nuevo producto o servicio, hay que realizar un completo estudio de mercado para conocer estas preferencias y ponerlas en valor al confeccionar y presentar el producto”.

- h) **“Capacidad de negociación con los proveedores:** las nóminas y el aprovisionamiento son dos de los principales costes que debe afrontar toda compañía. Por lo tanto, se deben de trabajar adecuadamente para, así, conseguir el margen de beneficio suficiente para seguir la producción. En referencia al trato con los proveedores, éstos siempre querrán conseguir el margen más alto posible. Por contrapartida, la compañía buscará pagar lo menos posible. Se inicia, pues, una negociación que acabará o no en acuerdo. Finalmente, el objetivo es conseguir la mejor calidad-precio posible”.
- i) **“Maximizar la proyección de las campañas de marketing:** muchos mensajes y de golpe abruman a un público que recibe impactos de forma constante. Por lo tanto, es preferible centrar el mensaje en aquellos aspectos diferenciadores que causan al cliente un mayor impacto y satisfacción de sus necesidades. Del mismo modo, hay que anunciarse en aquellos canales más utilizados por ellos, que no necesariamente serán, en todos los casos, los más concurridos por el público en general. Hay que saber delimitar el alcance de nuestra campaña y controlar los costes para que no acaben siendo excesivos”.

## MARCO CONCEPTUAL

### **Empresa**

**Bernilla, (2009)**, “la empresa es una organización económica donde se combinan factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción, también podemos mencionar que empres es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común”.

Según (Antonio, 2015) “la empresa es una unidad económica destinada a producir bienes y servicios, que está integrado por personas con similares, en donde: algunos aportan dinero; otros bienes materiales; otro trabajo físico o intelectual u otras formas de aportación. Conceptuando así la empresa, todos los factores aludidos deben estar coordinados y orientados hacia un propósito común, que es obtener el máximo resultado en término de producción en provecho de la sociedad en general. En general, la empresa presta un servicio económico, mediante el cual trata de conseguir un beneficio que remunere a lo consumido para prestar el servicio, a los esfuerzos personales realizados y al riesgo que tiene la empresa. Decimos que la empresa presta un servicio económico porque mediante su actuación ofrece a los consumidores y otras empresas lo que estos pueden necesitar. Este servicio económico puede estar representando por la oferta de productos, de cualquier índole que sean, o por la oferta de lo que son propiamente servicios. El objetivo de toda empresa es ofrecer algo a los demás, para ello, la empresa necesita a su vez obtener del conjunto de otras empresas y personas lo que necesita para poder ofrecer lo que quiere ofrecer”.

Por otro lado, (MEJIA CHAVEZ, 2009), “Es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción”.

**a) Características de la Empresa:**

“Fin económico: busca crear bienes y servicios para la sociedad”.

“Objetivo: busca maximizar las ganancias”.

“Fin Mercantil: busca producir para el mercado”.

“Tiene cierta responsabilidad con la sociedad el cual está motivado por las utilidades”.

“Asume riesgos: está sujeta a los factores que determinan comportamiento y estado de la empresa”.

**b) Clasificación:**

**Según su Propiedad:**

“**Empresa privada:** se organiza y se controla por los propietarios particulares cuya finalidad es mercantil”.

“**Empresa pública:** controlada por el estado u otra corporación de derecho público, cuya finalidad es el bien público”.

“**Empresa mixta:** intervienen los estados particulares”.

**Según el tamaño de la empresa:**

“**El micro empresa:** sus dueños trabajan en las mismas, el número de trabajadores no excede de 10 trabajadores y empleados, los valores totales de las ventas no exceden de las 12 UIT”.

“**La pequeña empresa:** el propietario no necesariamente trabaja en la empresa, el número de trabajadores no excede de 20 personas, los valores totales anuales de las ventas no exceden de las 25 UIT”.

“**La mediana empresa:** el número de trabajadores es superior a 20 personas e inferior a 100”.

“**La gran empresa:** su número de trabajadores excede a 100 personas”.

**Según el aspecto jurídico:**

“**Empresa Individual:** Pertenecen a una persona y ésta la organiza (boticas, panaderías, ferreterías) legalmente toman el nombre de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)”.

“**Sociedades mercantiles:** Conjuntos de personas jurídicas que aceptan poner en común sus valores, bienes o servicios con fin lucrativo”.

### **Micro y Pequeña Empresa**

Morales , (2018), “ Es un régimen laboral creado para los emprendedores, que por el tipo de negocio o contexto socio-empresarial, no generan los mismos ingresos que una empresa de régimen común, para acogerse a dicho régimen, se debe cumplir los siguientes requisitos: en el caso de la micro empresa, deberá tener ventas anuales hasta un monto máximo de 150 UIT, en el caso de las pequeñas empresas deberá tener ventas anuales como mínimo de 150 UIT y como máximo de 1700 UIT, de contar con estas características se podrá inscribir como micro o pequeña empresa, a través del REGISTRO NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (REMYPE), que está en la página del ministerio de trabajo, y luego podrá contratar a los trabajadores bajo dicho régimen”.

Según (Castillo Gamarra, 2016), “la micro y pequeña empresa (en adelante la MYPE) juega un papel preeminente en el desarrollo social y económico de nuestro país, al ser la mayor fuente generadora de empleo y un importante agente dinamizador del mercado. Ahora bien, en un escenario donde la dificultad de acceso al empleo formal y la precariedad del mismo son problemas serios y de larga data que requieren soluciones *sui generis* y duraderas, resulta

necesario revisar, a la luz del marco constitucional, cuál es el rol del Estado en materia de promoción de la MYPE”.

Por otro lado (Castillo Gamarra, 2016), “el artículo 58° de la Constitución Política del Perú señala que nuestro régimen económico se ejerce dentro de una *economía social de mercado*, que como subraya el Tribunal Constitucional, en la sentencia recaída en el Expediente N° 00034-2004-PI/TC (FJ 19), es representativa de los valores constitucionales de la libertad y la justicia y, por ende, es compatible con los fundamentos que inspiran a un Estado Social y Democrático de Derecho. En ésta imperan los principios de libertad y promoción de la igualdad material dentro de un orden democrático garantizado por el Estado, Bajo este entendimiento, constatada la inferioridad real en la que se encuentra la MYPE y en aras de corregir tal desigualdad y, de este modo, alcanzar la igualdad material o de hecho, se establece un Régimen Laboral Especial para la MYPE. Así pues, la naturaleza de las cosas amerita este trato diferenciado, en sintonía con lo dispuesto en el artículo 59° de la Carta Magna, que establece que el Estado tiene el deber de promoción de las pequeñas empresas, y en el marco de lo que en la doctrina constitucional se conoce como acción positiva, que se encuentra recogido, a su vez, en el artículo 103° de la Constitución”.

También (Castillo Gamarra, 2016), “la legislación laboral es uno de los instrumentos de promoción del empleo y de la MYPE que tiene el Estado. Por ello, dentro del marco normativo promotor de la MYPE se ha establecido un Régimen Laboral Especial para este sector económico, a fin de que los sobrecostos laborales, los costos de transacción y la carga tributaria no frenen su formalización y crecimiento”.

“Anticipamos a los lectores que la intención de este trabajo no es presentar un análisis completo y detallado de la regulación para la MYPE, sino sólo revisar el Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa (en adelante el RLE de la MYPE) instaurado con el Decreto Legislativo N° 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, vigente a partir del 01-10-2008. Recordemos que el RLE de la MYPE entró en vigencia al día siguiente de la fecha de publicación del Decreto Supremo N° 007-2008-TR (que aprobó el T.U.O. de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, en adelante Ley MYPE) y del Decreto Supremo N° 008-2008-TR (en adelante Reglamento de la Ley MYPE). El Reglamento de la Ley MYPE, a su vez, ha sido modificado por el Decreto Supremo N° 024-2009-PRODUCE (10-07-2009),

Cabe señalar que la Ley N° 30056 (02-07-2013), Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, en su artículo 10°, modificó la denominación del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE, aprobado por Decreto Supremo N° 007-2008-TR, por la siguiente: Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial, Además el artículo 11° de la citada Ley modificó los artículos 1°, 5°, 14° y 42° del Decreto Supremo N° 007-2008-TR, referidos al objeto de la Ley, las características de las micro, pequeñas y medianas empresas, la promoción de la iniciativa privada y la naturaleza y permanencia en el RLE de la MYPE, Posteriormente, de conformidad con la Novena Disposición Complementaria Final de la Ley N° 30056, mediante el Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE(28-12-2013) se aprobó el T.U.O. de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial (en adelante Ley MIPYME), el mismo que integra lo dispuesto en la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, el Decreto Legislativo N° 1086 y las Leyes N° 29034, N° 29566, N° 29903 y N° 30056 y, a la vez, deroga el Decreto Supremo N° 007-2008-TR (Ley MYPE)”.

### **Caracterización de la micro y pequeña empresa**

Según (Castillo Gamarra, 2016), “debemos hacer notar que, conforme a lo dispuesto en la Tercera Disposición Complementaria Transitoria de la Ley N° 30056, recogida, a su vez, como la Segunda Disposición Complementaria Transitoria de la Ley MIPYME, las empresas constituidas antes de la entrada en vigencia de la Ley N° 30056 se rigen por los requisitos de acogimiento al régimen de las micro y pequeñas empresas regulados en el Decreto Legislativo N° 1086. De ahí que sea necesario referirnos a los requisitos de acogimiento al RLE de la MYPE regulados en la Ley MYPE y en la Ley MIPYME, respectivamente”.

### **Tiendas de Ventas Ropa**

#### **a) Tienda**

Según (BARZOLA LOPEZ, 2015), “Es un comercial en el cual la gente compra bienes o servicios a cambio del desembolso de una determinada cantidad de dinero, es decir, del valor monetario con el cual el producto servicio ha sido asignado. La venta en estos establecimientos es al menor generalmente, es decir, se venden los productos por unidad y no es necesario como

sucede en la venta al por mayor comprar grandes cantidades de un producto para poder adquirir allí”.

**b) Tiendas virtuales:**

También (BARZOLA LOPEZ, 2015), “Con el auge alcanzado por las nuevas tecnologías, especialmente internet, ha cobrado importancia la tienda virtual, un sitio web a través del cual los usuarios pueden adquirir productos en línea, tal como si estuviesen en una tienda física y por supuesto con el beneficio de no tener que desplazarse hasta la mismo, ya que la mayoría ofrecen catálogos con información necesaria para decidir su compra también, las tiendas virtuales para seducir a sus compradores que no gustan de desplazarse hacia el lugar físico para comprar les ofrecen pago vía electrónica, mediante tarjetas de crédito o de débito y un servicio de entrega de producto en la puerta de su casa”.

**c) Moda**

“Etimológicamente moda deriva del francés mode palabra que a su vez se originó en el vocablo latino modus que significa modo o manera. La moda es un estilo utilizado fundamentalmente en arte, ya sea musical, de diseño de indumentarias, peinados, pintura, arquitectura, literatura o arte culinario, entre otras, aunque también puede darse en cualquier aspecto de la cultura, como en la manera de hablar; para designar un estilo aceptado como bello para una determinada época, que al imponerse promueven su imitación, condicionando las elecciones estéticas de las personas, en algunos casos negativamente, como ocurre con la moda de la excesiva delgadez, que conduce a graves trastornos de salud. Seguir una moda no está mal si coincide con nuestros propios gustos, de lo contrario atenta contra la personalidad, y es muy común que se adopte entre adolescentes que están en búsqueda de su verdadera identidad. Las modas cambian periódicamente, muchas veces en forma radical, y son convencionales, en estrecha relación con los valores sociales, lo que no significa que sean siempre positivos. La revolución Industrial permitió la abundancia de telas a menores costos y con la Revolución Francesa, y su ideario liberal, desaparecieron las pelucas propias del Antiguo Régimen, y los pantalones cortos y ajustados, apareciendo los pantalones largos, que caracterizaban a los sans culottes. En las reuniones sociales los burgueses llevaban levita y bastón. Las mujeres comenzaron a usar vestidos de tale alto, con vuelo, y se recogieron el cabello en lugar de usar pelucas” (BARZOLA LOPEZ, 2015).

**d) Comercio**

“Comercio es la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto

intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante. El comerciante es la persona física que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles”. (SCIÁN, 2002).

#### e) **Venta**

(Trompson, 2016), “La venta es una labor más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo (productos, servicios u otros) en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen esta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuan rentable les resulte hacerlo”. “Por ello es imprescindible que todas las personas que están involucradas de mercadotecnia y en especial, de venta, conozcan la respuesta a una pregunta básica pero fundamental”.

#### **Según diversos autores:**

(American Marketing Association: MarketingPower.com, sección Dictionary of Marketing Terms, s.f.) define “el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)”.

(EL Diccionario de Marketing de Cultura S.A.), define “un contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero, También que la venta puede considerarse como un procesos personal o impersonal mediante el cual, el vendedor pretende influir en el comprador”.

(Reid, s.f.), “autor del libro **Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones**, afirma que la venta promueve un intercambio de productos y servicios”.

(Romero, s.f.), “autor del libro **Marketing**, define la cesión de una mercancía mediante un precio convenido. La venta puede ser: **1)** al contado, cuando se paga la mercancía en el momento de tomarla, **2)** a crédito, cuando el precio se paga con posterioridad a la adquisición y **3)** a plazos, cuando el pago se fracciona en varias entregas sucesivas”.

(Real Academia Española: Diccionario de la Lengua Española., s.f.), define a la venta como “la acción y efecto de vender. Cantidad de cosas que se venden. Contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno cosa propia por el precio pactado”.

#### **Dos perspectivas diferentes de la venta:**

- **“Una perspectiva general,** en el que la venta es la transferencia de algo (un producto, servicio, idea u otro) a un comprador mediante el pago de un precio convenido”.
- **“Una perspectiva de mercadotecnia,** en el que la venta es toda actividad que incluye un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor 1) identifica las necesidades y/o deseos del comprador, 2) genera el impulso hacia el intercambio y 3) satisface las necesidades y/o deseos del comprador (con un producto, servicio u otro) para lograr el beneficio de ambas partes”.

#### **f) El Departamento de Ventas**

(Navarro Mejia, 2012), “El departamento de ventas es el que se tiene como función principal comercializar los bienes o servicios que ofrece la empresa, por conducto de la fuerza de ventas, para que este departamento funcione de forma correcta se debe aplicar las técnicas y políticas acorde con el producto que se desea vender, dependiendo del tamaño de la empresa, sobre todo si se trata de medianas o grandes, se puede dividir el departamento de ventas en sectores que atiendan zonas de la población, por ejemplo, en la ciudad de México se pueden considerar las zonas de norte, sur, oriente y poniente, y en el país se puede atender a clientes de las zonas norte, sur, centro, pacífico y golfo, en donde cabe aclarar que esta división siempre variara de acuerdo con ñas necesidades detectadas por cada empresa”.

#### **g) Funciones del Departamento de Ventas**

Según (Navarro Mejia, 2012), las funciones son las siguientes:

- **Funciones Administrativas:** “consiste en la formulación de normas comerciales, planear, organizar, controlar, valorar la actuación de los vendedores, señalar estrategias a seguir en las ventas, etc”.

- **Funciones Operativas:** “son las relacionadas con los directores, gerentes y supervisores de ventas, entre las tareas que ejecutan estas son las siguientes: 1) contratación, supervisión y evaluación de la fuerza de las ventas, 2) realización de estudio de mercado, 3) juntas y reuniones periódicas relacionadas con las ventas, 4) organización de promociones comerciales”.
- **Funciones Técnicas:** “las hacen los jefes técnicos y sus colaboradores y se encargan de solucionar los problemas operativos que surgen en el área de ventas”.

#### **h) Planificación de las Ventas**

(Navarro Mejia, 2012), “planificar las ventas es relevante ya que además de su función principal, que es a de vender, facilita el desarrollo de nuevos negocios y obtener información de los productos y servicios que ofrece la competencia”.

#### **i) Organización de las Ventas**

(Navarro Mejia, 2012), “la organización de la fuerza de las ventas puede ser por zonas geográficas, por líneas de productos o servicios, por clientes o por funciones, sin embargo antes de determinar cuál es la más adecuada para la empresa”.

Se debe tomar en cuenta el siguiente:

- **El Volumen de la Empresa:** “a mayor número de vendedores, mayor esfuerzo destinados al control y seguimiento”.
- **Diversificación de Productos:** “mientras más productos maneje una empresa y se encuentren en mayor número de clasificaciones, se deberán contratar vendedores especializados para tener una mejor distribución”.
- **Los Medios de Distribución:** “que se deberán elegir en función de la estructura con la que se cuente.

### j) Rutas y Visitas de Ventas

(Navarro Mejia, 2012), “se entiende por zona de ventas, un conjunto de clientes actuales, antiguos y potenciales asignados a un determinado vendedor, la zona de las ventas tiene que estar localizada en un área que facilite su adecuada y rentable cobertura, quedando bien definidos sus límites geográficos para facilitar la tarea de revisión y control”.

### k) Métodos de ventas

(Navarro Mejia, 2012), “hasta hace unas décadas, el principal método de venta era la venta personal y frecuentemente se podía ver a los vendedores de casa en casa ofreciendo sus productos, ahora las ventas multinivel comenzaron a cobrar importancia y con ellas la generación de vendedores acompañados por lo regular de un catálogo, las ventas a distancia por lo regular se manejaban por correspondencia y han tenido una evolución palpable, que hoy uno de los medios más eficaces de comercialización es el internet.

- **Ventas a Distancia:** es un método en el que “no existe contacto directo entre el comprador y el vendedor”.

(Navarro Mejia, 2012), nos comenta “que las ventas a distancia se clasifican a groso modo en ventas por correspondencia, ventas por teléfono, ventas electrónicas y ventas por televisión”.

A continuación nos explica una tabla de cada una de ellas.

Ventas a Distancia	Características
Ventas por correspondencia	“se realizan por un medio de un catálogo que se envía a través del correo postal o se deposita directamente en los buzones, también se puede insertar de manera de anuncios, en revistas o periódicos, por ejemplo, los anuncios que aparecen en revistas como TV o notas es donde la ventaja de utilizar este método de ventas es que describe la información del producto o servicio con un gran detalle, sin embargo las ventas por correspondencia han bajado en

---

Ventas por teléfono	<p>medida de que ha aumentado el correo electrónico”.</p> <p>“Este tipo de venta se denomina también tele marketing y es especialmente usado en mercados de gran consumo o para el lanzamiento de nuevos productos o el desarrollo y anuncio de promociones especiales”.</p> <p>“En términos generales, este tipo de ventas es la que se sustenta en la transmisión de datos en redes de comunicación electrónica como internet”.</p>
Ventas electrónicas	<p>“O también conocidas como tele ventas, consiste en la demostración de productos o servicios de manera detallada y siempre destacando sus beneficios como: precio o ventajas competitivas, por lo regular se transmiten a diario y en los mismos horarios”.</p>
Ventas por televisión	

---

- **Ventas Personal:** “se realiza mediante el contacto directo entre vendedor y comprador y puede tener dos variables: realizarse dentro o fuera de las instalaciones de la empresa o comercio”. (Navarro Mejia, 2012)

---

<b>Ventas Personal (Internas o Dentro del Establecimiento)</b>	<b>Características</b>
Venta Directa	<p>“El posible comprador entra a un establecimiento y es atendido por un vendedor que se encarga de atenderlo de forma personal, por ejemplo: cuando ingresa a una zapatería para comprar un par de tenis y le atiende un vendedor”.</p>
Venta en Libre Servicio	<p>“Son las que se efectúan en tiendas de autoservicios y en donde los consumidores entran para comprar un productos elegido y evaluado por ellos mismos”.</p>
Venta en Ferias, salones y exhibiciones	<p>“En este tipo de venta las empresas tienen manifestaciones comerciales exponiendo sus productos o servicios a compradores potenciales, es por lo regular se efectúan en</p>

---

---

espacios especiales o en salones de hoteles”.

---

<b>Ventas Personal (Ventas Externas)</b>	<b>Características</b>
Ventas a Domicilio	“se realiza en el domicilio del comprador y por lo regular en ese momento se levanta la orden de compra y posteriormente se entrega el producto o servicio”.
Venta Ambulante	“Esta venta se caracteriza porque no tiene un espacio fijo, en donde se ofrece todo tipo de productos pero lamentablemente no es garantizada la calidad que se le vende”.
Auto venta	“En este caso las empresas establecen rutas para llevar a los consumidores productos que por lo regular consumen diariamente, el vendedor sigue ña ruta que le ha sido encomendada y entrega la mercadería a clientes que casi siempre son establecimientos mayoristas”.

### III. HIPÓTESIS

Este trabajo es con investigación descriptiva, que son realidades de hechos, y cuando la investigación es descriptiva, no es necesario decretar una hipótesis ya que son situaciones o acontecimientos, es decir que son características de las variables.

### IV. METODOLOGÍA

#### 4.1 Diseño de la Investigación

En este punto que es el diseño No Experimental, el detective busca y reúne la información restablecida del día de la situación precisa.

No busca vincular o examinar variables, sino obtener testimonios para la toma de decisiones.

Esta creada por 01 variable y 01 población.



Dónde:

**M:** “Muestra con quien(es) vamos a realizar el estudio”.

**O:** “Información (observaciones) relevante o de interés que recogemos de la muestra”.

## 4.2 Población y Muestra

### Población

“Este trabajo de investigación está elaborado por los dueños de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) situada en el Distrito de Villa el Salvador, Departamento de Lima, el total de MYPE con la cual se trabajó para esta investigación es de 20”.

### Muestra

“Para lograr las muestras de las MYPE se sujeta a los fundamentos de la población que tienen una misma expectativa de ser favoritos”.

A continuación, mostraremos un método que abarca las declaraciones ya escritas.

Informe de los empresarios (m. inicial):  $P=Q=0.5$  (50%),  $N=20$

Informen global:  $\alpha=5\%$  (0.05),  $E=20\%$ (P)

### 4.3 Definición y Operacionalización de Variables e Indicadores

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORIAS
Caracterización de la formalización y la competitividad de las (MYPE)	Características de la Formalización	-Licencia de Funcionamiento -Pago de Impuestos -Registro Laboral en Planilla	Si / No Si / No Si / No
	Características de la Competitividad	-Calidad de la producción -Ventajas Competitivas -RR.HH -Capacitación -Recursos Financieros	- Si / No

### 4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

**Encuesta.** - esta es la técnica más aplicada en investigaciones poblacionales como medio de obtener información que solo puede aportar las personas encuetadas, sobre un definido problema.

**Instrumentos.** - Consecuentemente, los instrumentos de recolección de datos es el siguiente:

**Cuestionarios.** - Su realización consiste en manifestar las preguntas por escrito, en función de los objetivos y los indicadores de las variables a investigarse en forma ordenada, las preguntas a formularse pueden ser abiertos o cerrados.

### 4.5 Plan de Análisis

Para el plan en la investigación el dato recaudado es donde se considera el análisis descriptivo, y en la tabulación de la información se usa como herramienta el programa de Microsoft Excel 2013.

“Luego de realizar la encuesta respectiva a los representantes de las MYPE del sector comercio rubro venta de ropa del distrito de Villa el Salvador, Departamento de Lima con todos los datos recolectados se realizó las tablas de distribución de frecuencias absolutas y frecuencias relativas porcentuales, así mismo se elaboraron figuras estadísticas de cada pregunta del cuestionario”.

#### 4.6 Matriz de Consistencia

Problema de Investigación	Objetivo	Variable
<p><b>General:</b> ¿Cuál es la caracterización de la formalización y la competitividad de la micro y pequeña empresa (MYPE) del sector comercio, rubro tienda de ropa en el Distrito de Olmos Departamento de Lambayeque, año 2018?</p>	<p><b>Objetivo General:</b> “Definir las características de la formalización y competitividad en las MYPE del sector comercio – rubro venta de ropa en el distrito de Villa el Salvador departamento de Lima, año 2019”</p> <p><b>Objetivo Específico:</b> -“Definir las características en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa del distrito de Villa el Salvador, departamento de Lima, año 2019”. -“Definir las características de la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa del distrito de Villa el Salvador, departamento de Lima, año 2019”. -“Definir las características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa del distrito de Villa el Salvador, departamento de Lima, año 2019”. -“Definir las características de los representantes legales en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa del distrito de Villa el Salvador, departamento de Lima, año 2019”.</p>	<p>Formalización Competitividad</p> <p>-</p>

#### **4.7 Principios Éticos**

“La investigación que se desarrolló deja prueba que no tiene ningún tipo de conflicto entre el investigador, las MYPE y sus delegados ya que sus datos fueron públicos facilitados por los dueños. Esta investigación se realizó con profesionalismo y con datos reales, ya que son de uso público sin quebrar los principios de confidencialidad como solo serán de uso académico”.

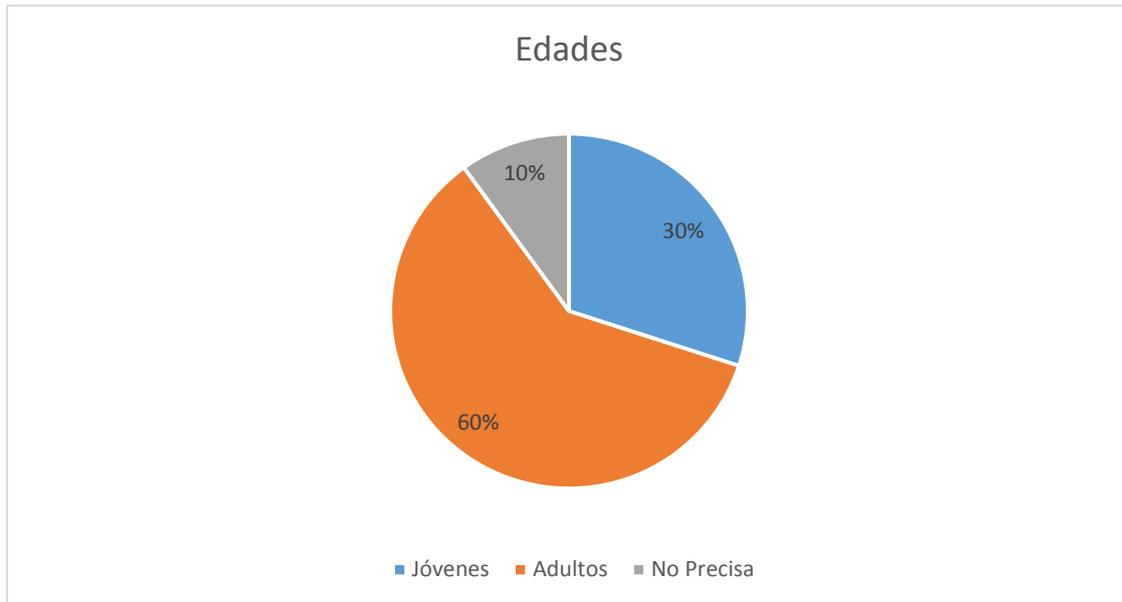
## V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

### 5.1. RESULTADOS

**Tabla 1** Edad de los representantes legales de las Mype

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Jóvenes	4	20%
Adultos	12	60%
No Precisa	4	20%
Totales	20	100%

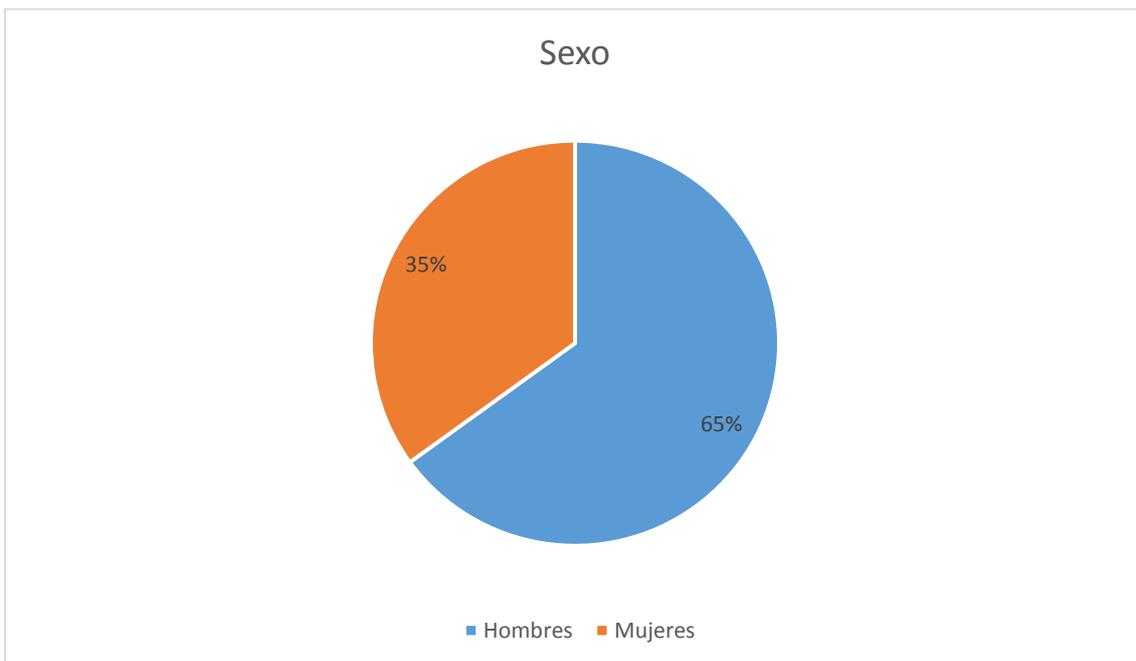
**Gráfico 1** Edad de los representantes legales de las Mype



En la Tabla y Gráfico 1. Observamos los resultados siguientes: el 70% de los representantes legales de las Mype son adultos y el 15% son jóvenes.

**Tabla 2** Sexo de los representantes legales de las Mype

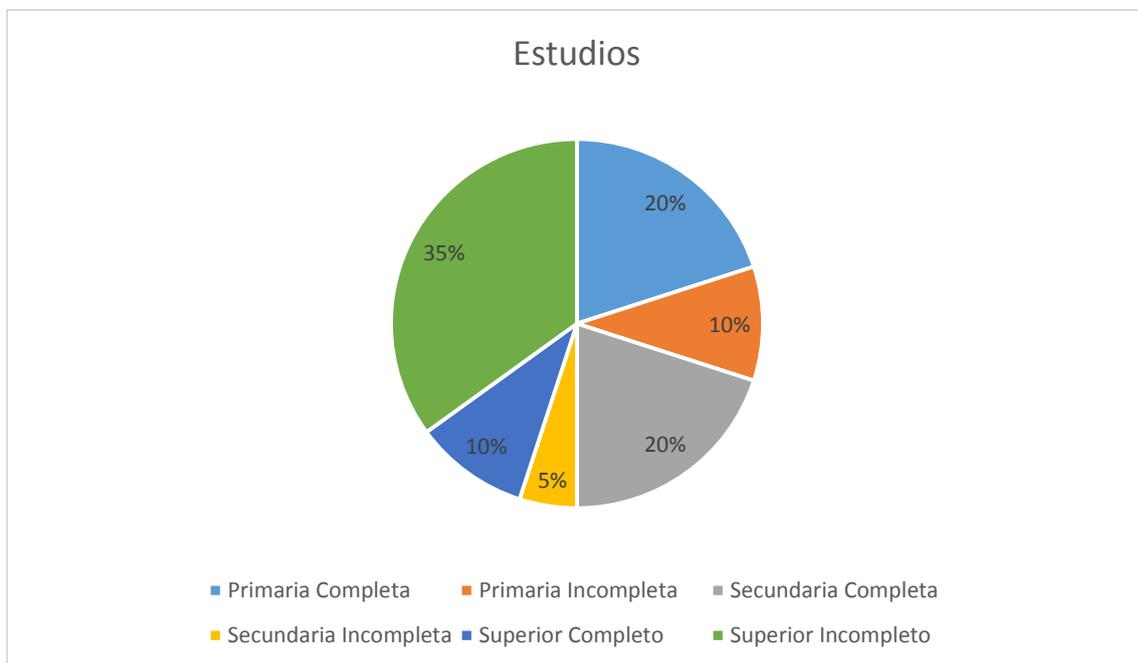
<b>Sexo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Hombres	13	65%
Mujeres	7	35%
Totales	20	100%

**Gráfico 2** Sexo de los representantes legales de las Mype

En la tabla y gráfico 2. Observamos los resultados siguientes: el 65% de los representantes legales de la Mype son hombres y el 35% son mujeres.

**Tabla 3** Grado de instrucción de los representantes legales de las Mype

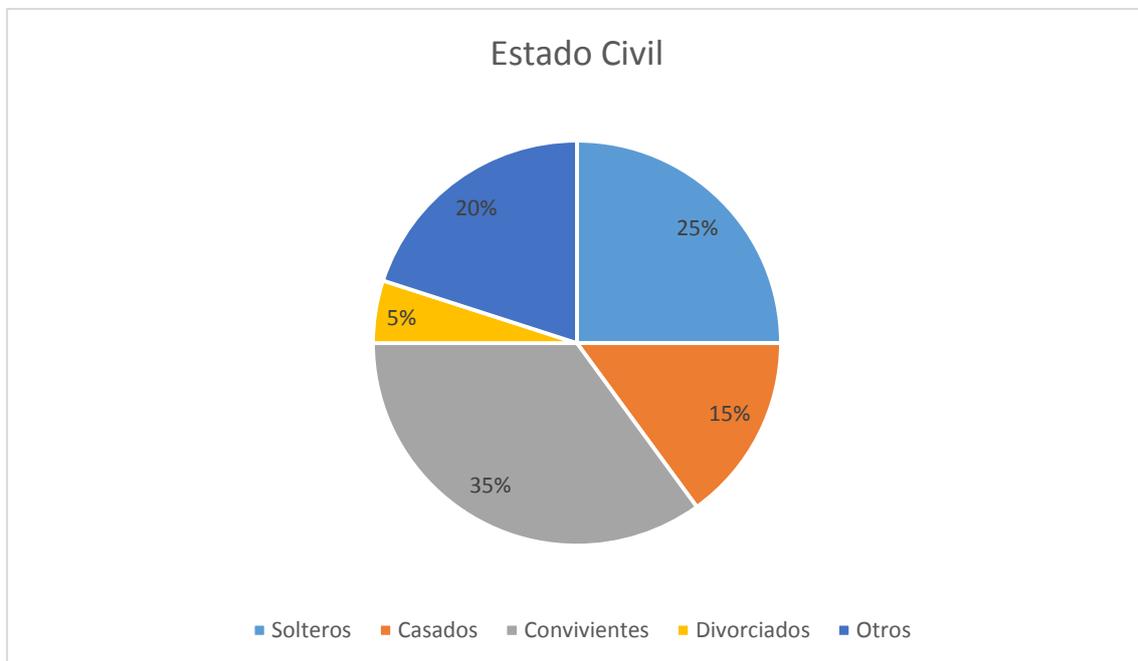
Grado de Instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria Completa	4	20%
Primaria Incompleta	2	10%
Secundaria Completa	4	20%
Secundaria Incompleta	1	5%
Superior Completo	2	10%
Superior Incompleto	7	35%
Totales	20	100%

**Gráfico 3** Grado de instrucción de los representantes legales de las Mype

En la Tabla y Gráfico 3. Observamos los resultados siguientes: el 35% de los representantes legales de las Mype no cuentan con un grado de instrucción de superior incompleta, el 20% secundaria completa y 20% primaria completa.

**Tabla 4** Estado civil de los representantes legales de las Mype

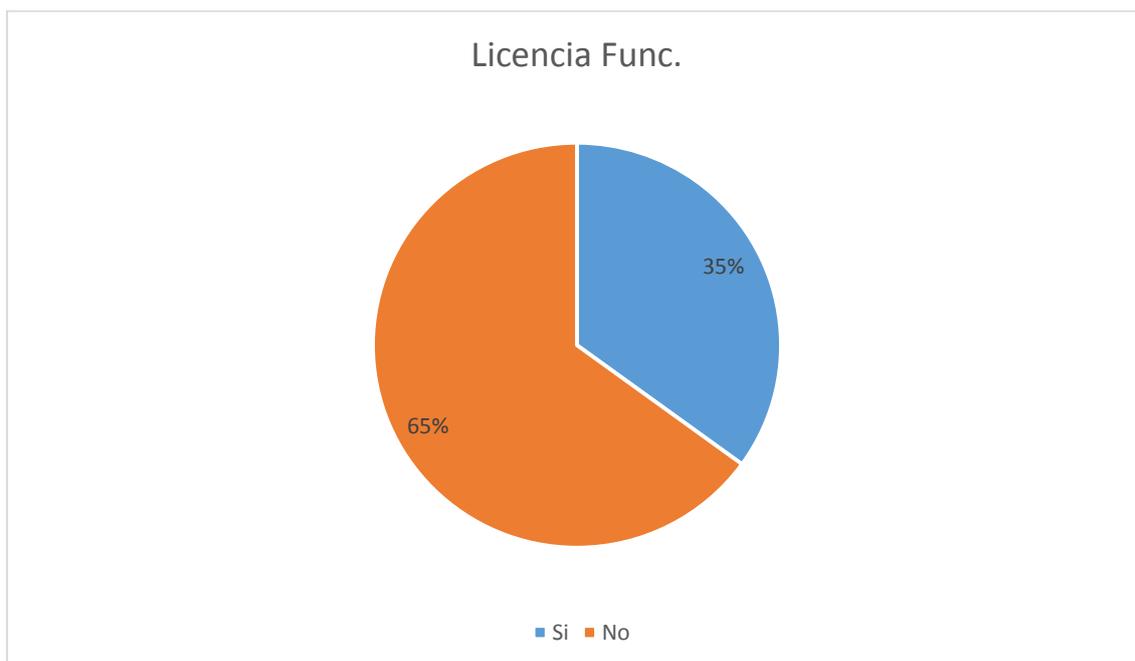
Estado Civil	Frecuencia	Porcentaje
Solteros	5	25%
Casados	3	15%
Convivientes	7	35%
Divorciados	1	5%
Otros	4	20%
Totales	20	100%

**Gráfico 4** Estado civil de los representantes legales de las Mype

En la Tabla y Gráfico 4. Observamos los resultados siguientes: el 25% de los representantes legales se encuentran solteros, el 15% casados, el 35% convivientes y el 5% divorciados.

**Tabla 5** *Cuentan con licencia de funcionamiento de la Mype*

<b>Licencia Funcionamiento</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	7	35%
No	13	65%
totales	20	100%

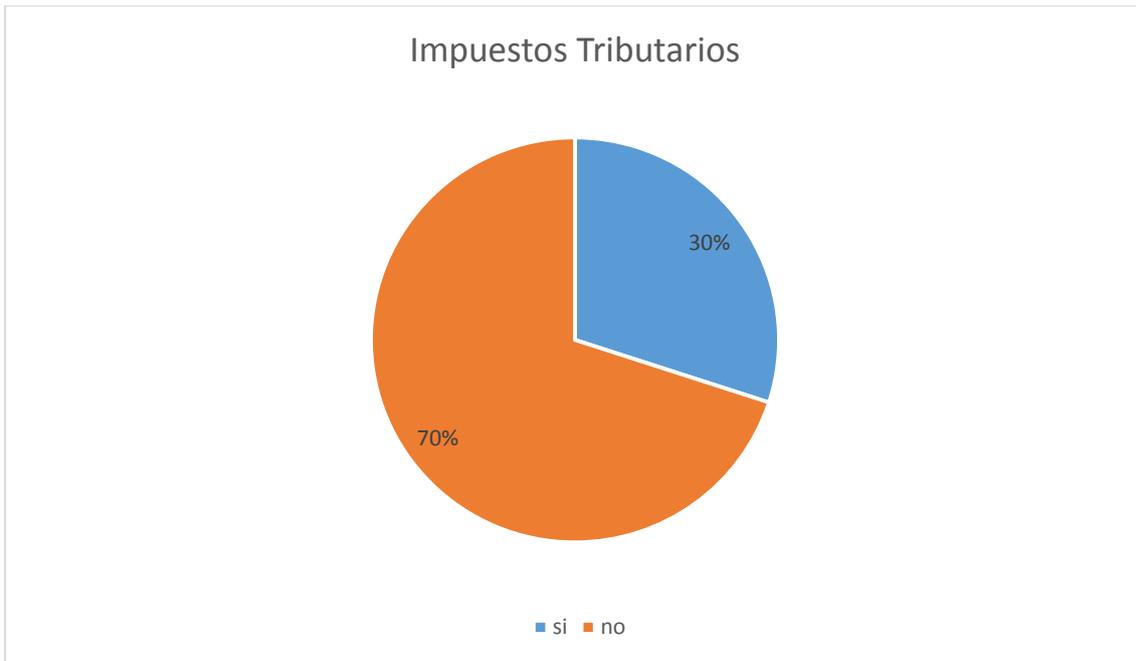
**Gráfico 5** *Cuentan con licencia de funcionamiento de la Mype*

En la Tabla y Gráfico 5. Observamos los resultados siguientes: el 65% no cuentan con licencia de funcionamiento del local de las Mype.

**Tabla 6** *Realizas pagos a la Sunat de los impuestos tributarios*

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	30%
No	14	70%
Totales	20	100%

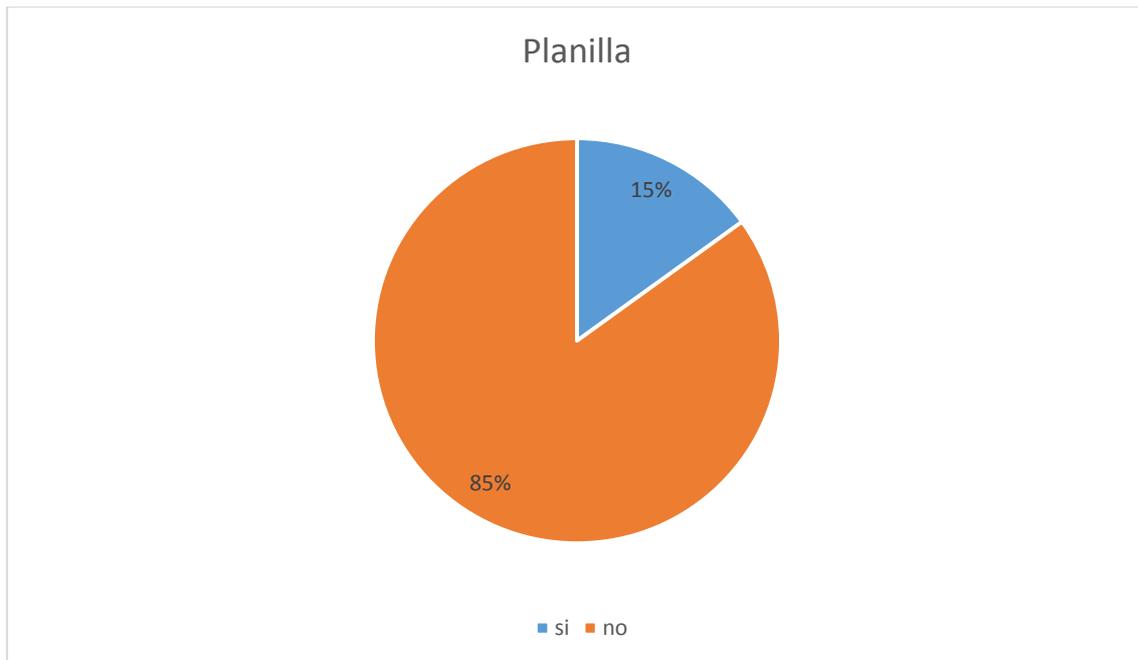
**Gráfico 6** Realizas pagos a la Sunat de los impuestos tributarios



En la Tabla y Gráfico 6. Observamos los resultados siguientes: el 70% de los representantes legales de las Mype no pagan a la Sunat sus impuestos tributarios, los cuales solo el 30% si cumplen con sus pagos.

**Tabla 7** *Se encuentran trabajadores en planilla*

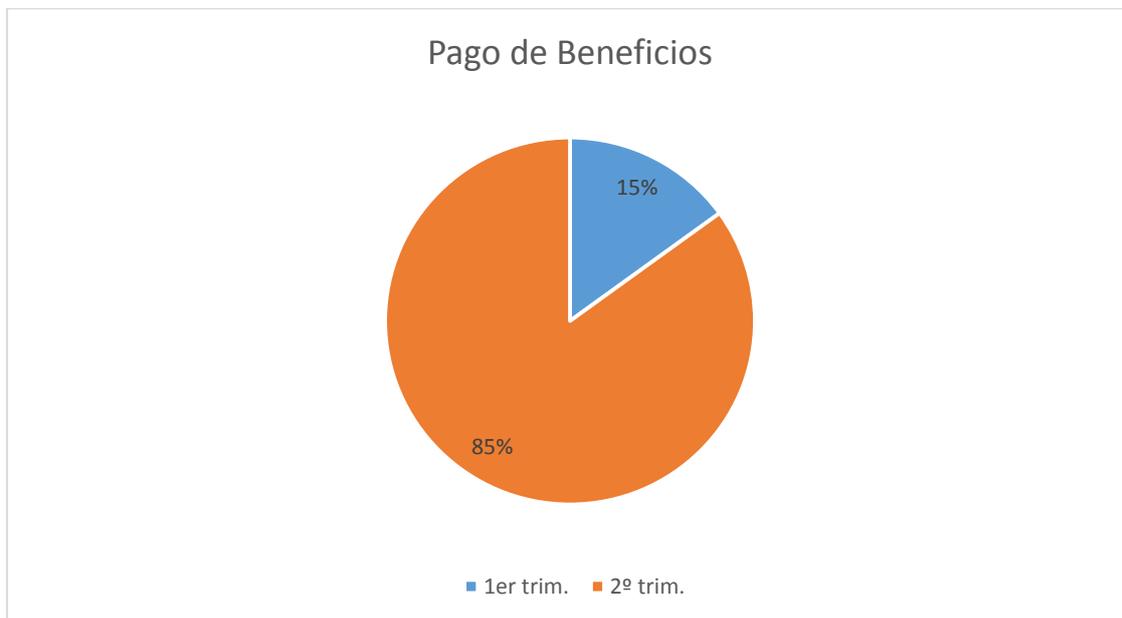
Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	15%
No	17	85%
Totales	20	100%

**Gráfico 7** *Se encuentran trabajadores en planilla*

En la Tabla y Gráfico 7. Observamos los resultados siguientes: el 85% de los representantes legales de las Mypes no cuentan con planilla de los trabajadores y el 15% si cuentan con planilla de trabajadores.

**Tabla 8** Realiza pagos de bonificaciones, gratificaciones y horas extras a los trabajadores

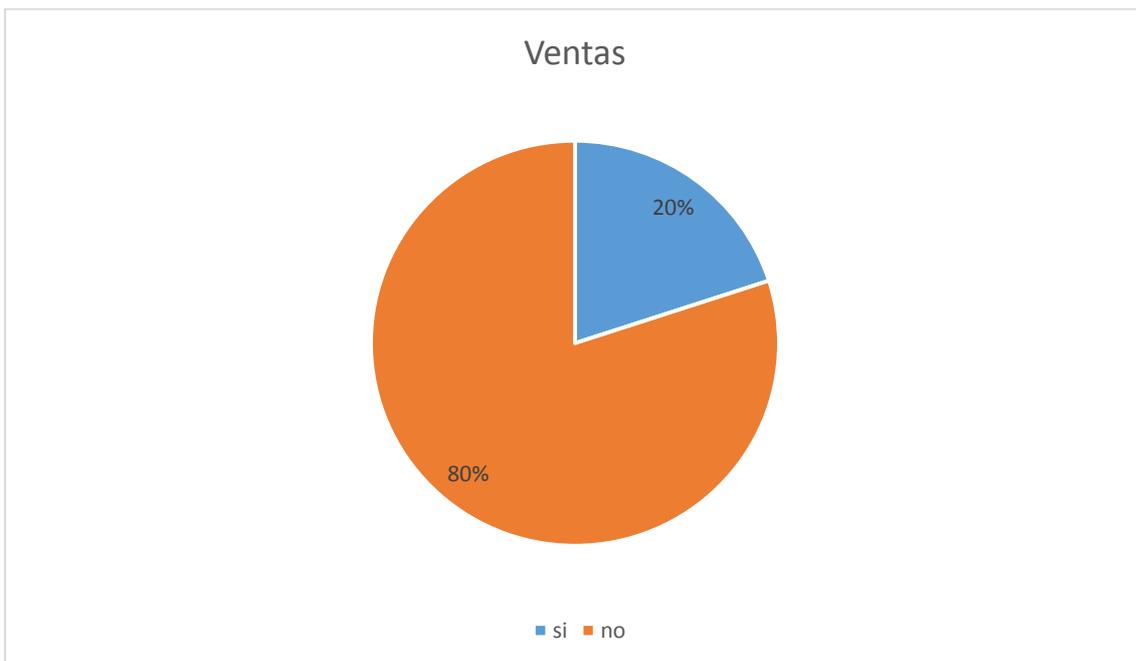
Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	15%
No	17	85%
Totales	20	100%

**Gráfico 8** Realiza pagos de bonificaciones, gratificaciones y horas extras a los trabajadores

En la Tabla y Gráfico 8. Observamos los resultados siguientes: el 85% de los representantes legales de las Mype no cumplen con los pagos de gratificación, bonificación y horas extras a sus trabajadores y el 15% si cumplen.

**Tabla 9** *Cuentan con recursos financieros*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	4	20%
No	16	80%
Totales	20	100%

**Gráfico 9** *Cuentan con recursos financieros*

En la Tabla y Gráfico 9. Observamos los resultados siguientes: el 80% de las Mype no cuentan con recursos financieros y el 20% si cuentan con los recursos financieros.

## **5.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS**

Según los resultados obtenidos en la investigación se pueden observar las características más sobresalientes para la formalización de las Mype, como los diferentes pagos de los impuestos a la Sunat, los registros de planilla a los trabajadores y con sus respectivos beneficios sociales, como también la falta de licencia de funcionamiento.

En caso de ser una empresa informal, los empresarios tienen un límite para poder obtener créditos financieros por no tener su propiedad registrada de su tienda o establecimiento como también sus productos por vender de forma informal, estos pueden ser decomisados por la policía.

Es por eso que las entidades financieras los consideran poco rentable y de mucho riesgo para poderles facilitar créditos por ser empresarios informales.

## **VI CONCLUSIONES**

1° Se verifica la importancia de la caracterización de la formalización y la competitividad de las micro y pequeñas empresas siendo esos elementos esenciales para sostener el mercado competitivo del sector comercio en el rubro de ropa para damas en la ciudad de Villa el Salvador, departamento de Lima, año 2019.

2° Se finalizó con respecto a la formalización el 65% de los encuestados manifestaron que no cuentan con licencia de funcionamiento, ya que sin licencia de funcionamiento están trabajando informalmente. También el 70% de los encuestados manifestaron que no realizan pago por los impuestos tributarios, asimismo el 85% de los encuestados manifestaron que no reciben bonificaciones, gratificaciones ni por horas extras.

En estas encuestas nos manifiestan que la formalización de las Mypes es importante para poder acceder al financiamiento y seguir creciendo en el mercado con las ventas.

3° Con respecto a la competitividad finalizamos observando que el 80% de los encuestados han informado que su producción es competitiva.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **REFERENCIA BIBLIOGRAFIA**

Acaro Castro, G. M. (2017). Caracterización de la Competitividad y Formalización en las Mype Rubro Bodegas del Mercado Sullana Año . Obtenido de [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD\\_7568332122d4569f52003320cdaa5b32](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_7568332122d4569f52003320cdaa5b32)

Alarcon Garcia, M. A. (2018). Formalización para el crecimiento y competitividad de la micro y pequeña empresa en el sector pesca artesanal en el puerto de Chorrillo, . Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/19481/Alarc%C3%B3n\\_GM\\_A.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/19481/Alarc%C3%B3n_GM_A.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

American Marketing Association: MarketingPower.com, sección Dictionary of Marketing Terms. (s.f.). Obtenido de <http://www.marketingpower.com/>.

Barzola Lopez, M. K. (2015). La Formalización y el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa del casco urbano de villa rica, distrito de villa rica, provincia de oxapampa, departamento de pasco, periodo 2015. <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/618/>

Bernedo Cuadros, J. A. (2015). Caracterización de la formalización y la competitividad de la micro y pequeñas empresas (mype) del sector industria-rubro ropas deportivas en la ciudad de juliaca, 2015. juliaca, peru.

Bernilla P., M. (2009). Micro y Pequeña Empresa. En M. Bernilla P. , Micro y Pequeña Empresa (pág. 34). Lima: Edigraber.

BIR, A. (04 de FEBRERO de 2016). COMPETITIVIDAD - COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL - EMPRESAS COMPETITIVAS. Obtenido de <https://noticias.infocif.es/noticia/que-factores-determinan-la-competitividad>

Castillo Gamarra, A. (2016). Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa. Obtenido de Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa. <http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/2016/10/09/regimen-laboral-especial-de-la-micro-y-pequena-empresa-apuntes-iniciales-a-proposito-de-las-modificaciones-introducidas-por-la-ley-no-30056-y-la-aprobacion-del-t-u-o-de-la-ley-mipyme-mediante-decre->

Chunga Estrada, W. (2018). Caracterización del Financiamiento y Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas Comerciales Rubro Abarrotes del Mercadillo del Distrito de Bellavista, Sullana Año 2018.

EL Diccionario de Marketing de Cultura S.A. (s.f.).

EMPRENEDORES, L. V. (s.f). PARA EMPRENEDORES: BENEFICIOS DE FORMALIZAR A UNA MYPE.

Finanzas, M. d. (03 de Julio de 2003). Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa. Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, pág. 247377.

FINANZAS, P. -P. (s.f.). VENTAJAS DE FORMALIZAR UNA EMPRESA. Obtenido de <https://pymex.com/emprenedores/constitucion-y-formalizacion/ventajas-de-formalizar-una-empresa/>

Fischer, L., & Espejo, J. (s.f.). Mercadotecnia.

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

Guadalupe de la Osco, J., & Blanco Hernandez, S. (2018). Los Estados Financieros y la Necesidad de su Conocimiento Básico por la Judicatura. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/02/estados-financieros-judicatura.html>

Guanilo, J. (2015). características de la competitividad de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro hotelería en la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2014. Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/725>

Guzmán, J. C. (11 de AGOSTO de 2015). MYPE: conoce los beneficios de formalizar tu empresa. lima, lima, Perú. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-mype-conoce-los-beneficios-formalizar-tu-empresa-569848.aspx>

Illanes Zañartu Luis Felipe. (2017). caracterización del financiamiento de las Pequeñas y Medianas Empresas en Chile. Chile.

Lindao Villar, M. T. (2017). <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3451>.

Lindao Villar, M. T. (s.f.). Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las Mypes, sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3451>

Lindao Villar, Mara Trinidad. (2018). “caracterización del financiamiento y rentabilidad de las mypes, sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de tumbes, 2017”. “caracterización del financiamiento y rentabilidad de las mypes, sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de tumbes, 2017”. tumbes, peru. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3451>

- Mejia Chavez, R. (2009). Definicion de las micro y pequeñas empresas. <https://www.monografias.com/trabajos11/pymes/pymes.shtml>. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos11/pymes/pymes2.shtml>
- Morales Taquia, D. (16 de Febrero de 2018). El Regimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa. Obtenido de El Regimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa: <https://legis.pe/regimen-laboral-micro-pequena-empresa/>
- Navarro Mejia, M. E. (2012). Técnicas de Ventas. México: Red Tercer Milenio.
- O, P. (18 de Agosto de 2018). como mejorar la competitividad de las mypes. Obtenido de <https://pymex.com/pymes/estrategias-de-crecimiento/como-mejorar-la-competitividad-de-las-pymes/>
- Quispe Fabian, Jesusa. (2016). 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. Arequipa, Perú. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/494>
- Real Academia Española: Diccionario de la Lengua Española. (s.f.). Obtenido de <http://www.rae.es/>.
- Reid, A. L. (s.f.). Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones. Diana.
- Romero, R. (s.f.). Marketing. Marketing.
- Super Admin. (02 de Junio de 2016). Régimen Laboral en la Micro y Pequeña Empresa (MYPE). Régimen Laboral en la Micro y Pequeña Empresa (MYPE).
- Trompson, I. (OCTUBRE de 2016). Definiciones de Ventas. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadot>
- Ventura López, F. (2016). Caracterización de la Formalización y Competitividad de las Mype del Rubro Artesanales del Distrito de Monsefú, 2016. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2485>

Vigil Lazo, Y. (s.f.). Fomación, Crecimiento y Proyección de las Mypes. Lima-Peru:  
Monografias.com.

## ANEXOS

El objetivo de estos instrumentos es recoger las informaciones sobre la caracterización de la formalización y competitividad de la MYPE

INSTRUCCIONES: marque con (x) la alternativa que ud. Crea conveniente, agradecemos su apoyo ya que contribuirá para el trabajo de investigación.

Es importante que respondas con sinceridad y objetividad.

1. Edad de los representantes legales:.....
2. Sexo de los representantes legales
  - a. Masculino
  - b. Femenino
3. Grado de instrucción de los representantes legales: .....
4. Estado civil de los representantes legales: .....
5. Cuentan con licencia de funcionamiento.
  - a. Si
  - b. No
6. Realizas pagos a la Sunat de los impuestos tributarios:
  - a. Si
  - b. No
7. Se encuentran trabajadores en planilla.
  - a. Si
  - b. No

8. Realiza pagos de bonificaciones, gratificaciones y horas extras.

a. Si

b. No

9. Cuentan con recursos financieros.

a. Si

b. No