



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y  
FORMALIZACIÓN EN LAS MYPE RUBRO BODEGAS  
DEL MERCADO DE SULLANA, AÑO 2015

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO  
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

GLADIS MARÍA ACARO CASTRO

ASESORA:

MGTR. MERCEDES RENEE PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA-PERÚ

2015



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y  
FORMALIZACIÓN EN LAS MYPE RUBRO BODEGAS  
DEL MERCADO DE SULLANA, AÑO 2015

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO  
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

GLADIS MARÍA ACARO CASTRO

ASESORA:

MGTR. MERCEDES REENE PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA-PERÚ

2015

**JURADO EVALUADOR DE TESIS**

LIC. ADM. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS  
PRESIDENTE

MGTR. ADM. VÍCTOR HELIO PATIÑO NIÑO  
SECRETARIO

LIC. ADM. MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA  
MIEMBRO

## **AGRADECIMIENTO**

A mi asesora Mgtr. Mercedes Palacios de Briceño por haberme hecho posible la culminación del informe de tesis. A la Universidad católica Los Ángeles de Chimbote por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional y a todas las personas que contribuyeron de dicho logro.

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme la vida y  
fortaleza para terminar el informe  
de tesis.

A mis padres por su comprensión y  
apoyo constante

## RESUMEN

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 transversal, 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.

**Palabras claves:** Competitividad, Formalización, MYPE

## **ABSTRACT**

This research entitled characteristics of the competitiveness and quality management of de comercial MYPE in the category of dress clothes 2015, Sullana. Established as general objective, identify the characteristics of the competitiveness and quality management of de comercial MYPE in the category of dress clothes 2015, Sullana; the descriptive methodology was employed, quantitative level, no experimental of cross-sectional design, technical questionnaire survey instrument being the results regarding the products they buy 55% said was used that are not quality, with respect to technology it was found that 61% of MSEs do not use modern technologies, likewise to formalize Variable 61% do not know the benefits of being formalized, do not know the procedure to formalize their Mses. It is concluded that one of the factors of competitiveness valued by most customers prefer shows that the quality of products, MSEs do not use modern technology which does not give good customer service.

**Key Words:** competitiveness, formalization, MYPE

## TABLA DE CONTENIDO

FIRMA DEL JURADO DE TESIS.....	ii
HOJA DE AGRADECIMIENTO.....	iii
HOJA DE DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
CONTENIDO.....	vii
INDICE DE TABLAS.....	ix
I.    INTRODUCCIÓN.....	1
II.   REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	20
2.1. Antecedentes.....	20
2.2. Marco teórico y conceptual.....	25
2.2.1. Competitividad.....	25
2.2.1.1. Definiciones.....	25
2.2.1.2. Teoría de la competitividad.....	27
2.2.1.3. Ventajas Competitivas.....	29
2.2.1.4. Factores que determinan la competitividad.....	31
2.2.1.5. Principios para desarrollar una empresa exitosa.....	36
2.2.1.6. Causas de la competitividad.....	39
2.2.1.7. Estrategias para alcanzar la competitividad.....	39
2.2.1.8. Etapas de la competitividad.....	41
2.2.1.9. El factor humano de la competitividad.....	42
2.2.1.10. Fuente de la competitividad de la empresa.....	42
2.2.2. La formalidad de la empresa.....	43
2.2.2.1. Formalidad.....	43
2.2.2.2. Teoría de la Formalidad.....	44
2.2.2.3. Causas de la informalidad.....	45
2.2.2.4. Ventaja de la formalización en las MYPE.....	46
2.2.2.5. Porque debe formalizarse una MYPE.....	47
2.2.2.6. Alcances de la formalización.....	48
2.2.2.7. En que debe pensar el Microempresario antes de formalizar.....	49
2.2.2.8. Como tributa una MYPE.....	49
2.2.2.9. Como Constituir una MYPE.....	50



2.2.2.10. Pasos a seguir para formalizar una MYPE.....	51
2.2.2.11. Beneficios de Formalización.....	51
2.3. Sistema de Hipótesis.....	52
<b>III. METODOLOGÍA</b> .....	<b>53</b>
3.1. Diseño de la Investigación.....	53
3.2. Población y Muestra.....	54
3.2.1. Población.....	54
3.2.2. Muestra.....	55
3.2.3. Criterios de inclusión.....	58
3.2.4. Criterios de exclusión.....	58
3.3. Definición y Operacionalización de las Variables.....	59
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	61
3.5. Plan de Análisis.....	61
3.6. Matriz de consistencia Lógica.....	62
3.7. Principios éticos.....	63
<b>IV. RESULTADOS</b> .....	<b>64</b>
4.1. Resultados.....	64
4.2. Análisis de resultados.....	71
<b>V. CONCLUSIONES</b> .....	<b>79</b>
<b>VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b> .....	<b>81</b>
<b>VII. ANEXOS</b> .....	<b>84</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. ¿Los productos que adquiere en el mercado son de calidad?	64
Tabla 2. ¿Considera correcto el tiempo de atención para adquirir los productos?	64
Tabla 3. ¿Usted se siente satisfecho con la atención que le brinda el personal?	64
Tabla 4. ¿Usted Recibe un valor agregado del producto que adquiere?	65
Tabla 5. ¿La competitividad de la empresa, garantiza un buen servicio?	65
Tabla 6. ¿Recomendaría a otras personas a realizar sus compras en estos establecimientos?	65
Tabla 7. ¿Las MYPE invierten en tecnología (maquinaria, bienes de equipo, ordenadores) para conseguir ventajas competitivas?	66
Tabla 8. ¿Usted cree que la innovación de las MYPE contempla no solo el desarrollo de nuevos productos o servicios, sino también la mejora de los procesos del negocio?	66
Tabla 9. ¿Usted cree que la competitividad en las MYPE contribuye al crecimiento económica de la provincia de Sullana?	66
Tabla 10. ¿Al realizar sus compras en estos establecimientos los propietarios le entregan un comprobante de pago?	67
Tabla 11. ¿Cree Usted que una empresa formalizada genera beneficios para el País?	67
Tabla 12. ¿Cree usted que la parte de formalización en su empresa es necesaria para llevar una buena gestión de la calidad en la actividad que se desenvuelve?	67
Tabla 13. ¿Su empresa se encuentra formalizada?	68
Tabla 14. ¿Conoce el procedimiento para formalizar su negocio?	68
Tabla 15. ¿Conoce usted los beneficios de estar formalizados?	68
Tabla 16. ¿Cree que las causas: falta de conocimientos, paga de impuestos, falta de tiempo, falta de capital de trabajo influyen en la informalidad de las MYPE?	69
Tabla 17. ¿Su negocio cuenta con licencia Municipal?	69
Tabla 18. ¿Usted emite boleta de venta?	69
Tabla 19. ¿Usted mantiene un control de sus ventas?	70
Tabla 20. ¿Cree Usted que los objetivos de las MYPE es participar en el desarrollo armónico de las actividades económicas en el país?	70

## I. INTRODUCCIÓN

Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) juegan un papel preeminente en el desarrollo social y económico del país al ser la mayor fuente generadora de empleo y agente dinamizador del mercado. Sin embargo, este sector se ve limitado por diversos elementos que influyen directamente en las actividades por lo que no están debidamente enfocadas y su propio desarrollo es insuficiente, debido a problemas de dirección, falta de competitividad, informalidad y escasos recursos. Por ello existen diversos servicios de desarrollo empresarial, destinados a ayudar a superar las limitaciones de estas empresas y poder llevarlas por el camino de crecimiento y desarrollo del Perú.

La importancia de las MYPE en la economía es indiscutible, por lo que a través del tiempo han surgido iniciativas tanto del aparato estatal de los organismos gubernamentales, como el del sector privado que se orienta al desarrollo del sector promoviendo con los diversos programas su participación en la actividad económica.

Actualmente las MYPE son de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican. Están aprovechando al máximo el constante desarrollo y crecimiento a nivel nacional y local, debido a los acuerdos que existen entre Perú con otros países como es la exportación e importación de productos nacionales y extranjeros, es por ello que se han incrementado las necesidades de los clientes quienes se caracterizan por poseer un nivel de conocimiento alto y cada vez son más exigentes con los productos o servicios que

consumen, entrando a tallar de esta manera la obligación de las empresas de mejorar los servicios y otorgar al cliente un producto de calidad. Estas MYPE conforman un segmento importante para el desarrollo social y económico de la ciudad de Sullana, debido a las nuevas oportunidades laborales que ofrecen mejorando la calidad de vida para muchas personas.

Las MYPE enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo. La tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados. Además, las pequeñas empresas deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo, y sus probabilidades de perdurar más de cinco años son bajas según lo indica el autor (Sausier, 2005).

Los microempresarios y trabajadores de las MYPE están siendo afectados por factores de ambiente que se clasifican en externos e internos. Los factores externos se encuentran los PEST, que mide el mercado y el potencial de una empresa que involucra elementos políticos legales, económicos, sociales y tecnológicos que influyen en las decisiones y actividades que se implementan en las empresas según CHAPMAN (2008).

Con respecto a políticos legales La Ley N° 30056 busca que las MYPE apunten a la formalización acogiéndose a una serie de beneficios que brinda la nueva Ley de promoción y formalización, constituyéndose en 72 horas mediante la plataforma

virtual del portal de servicios de ciudadanos y empresas. Por otro lado La nueva ley MYPE permite al estado reservar el 40% de las compras estatales a favor de ellas, así mismo, los propietarios , trabajadores y familiares de las microempresas accederán al Sistema Integral de salud (SIS) aportando solo el 50% de la afiliación y el estado apoyara con la diferencias. El estado también aportara una suma igual a la que haya aportado el trabajador de la microempresa, con ello se duplicara el fondo de su jubilación, así mismo permitirá que una MYPE tenga una planilla reducida y manejable pues estará exonerada de aportar la Compensación por Tiempo de Servicio (CTS) ,gratificaciones , asignación familiar, participación en las Utilidades y póliza de seguro de vida (Régimen Laboral Especial ).

Según Aráoz (2014) Para las pequeñas empresas se reconoce el pago del 50 % de las CTS al año, hasta un máximo de tres remuneraciones; así como el pago del 50% de las gratificaciones de julio y diciembre. También permite que las pequeñas empresas deprecien el monto de las adquisiciones de bienes, muebles, maquinarias y equipos nuevos en el plazo de tres años reduciendo el monto a pagar por impuesto a la Renta. En este aspecto los microempresarios sector bodegas de la Provincia de Sullana desconocen de la Ley N° 30056 por falta de conocimiento, capacitación y concientización por parte de la Municipalidad Provincial de Sullana. El cual perjudica a los trabajadores (trabajar más de ocho horas sin gozar el pago remunerado de horas extras, no gozar de vacaciones, gratificaciones y CTS); propietarios (tener personal de bajo nivel educativo, otorgar empleo de mala calidad, escaso acceso al tema financiero, emplear tecnología rudimentaria y artesanal, uso informal de registros y documentos

contables; tienen pocas oportunidades de capacitación; no mantienen vinculación con otras empresas).

En cuanto al nuevo Régimen Especial de Renta (RER), las MYPE acogidas solo pagaran 1.5% de sus ingresos al mes como Impuesto a la Renta, mientras que antes pagaban 2.5% (SUNAT ,2015). Esto significa una nueva oportunidad que les ofrecen para incentivar la formalización de las MYPE, sin embargo no es aprovechada por el desconocimiento del microempresario de dicha norma.

El programa Perú Factoring, que la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE) impulsa, permitirá que el microempresario no se descapitalice, obteniendo liquidez inmediata a través de descuento. El factoring tiene varios beneficios para las MYPE participantes ya que reciben la venta de sus facturas a una institución financiera que le ofrezca la menor tasa más financiamiento de los proveedor que pueden utilizar para aumentar sus inventarios y a su vez sus ventas. Además, los microempresarios se beneficiarán con el Fondo de Garantía Empresarial (FOGEM) que viabiliza los créditos a favor de las MYPE.

Según la corporación COFIDE (2014), el total de las MYPE registradas en el Departamento de Piura el 96 % de un total de 138 mil que se registra en la Región Piura son informales. Cabe indicar que las MYPE informales no acceden a los beneficios tributarios otorgados por el estado como una herramienta que ayude al crecimiento y desarrollo del país y a conseguir objetivos económicos y sociales que apunten una mejora calidad de vida. Actualmente en el Perú existen determinados beneficios

tributarios otorgados según niveles de ingresos y que son concedidos a los microempresarios para favorecer la formalización y promoción de sus negocios. Sin embargo hasta la actualidad el grado de informalidad es elevado a pesar de los beneficios y otros incentivos que les otorgan para que se formalicen.

Por otro lado la Sociedad de Comercio Exterior (COMEX PERÚ), alerta que el 84.7% de estas unidades empresariales son informales al no estar registradas como persona jurídica o empresa individual. Peor aún, el 72.7% no lleva ningún tipo de registro de ventas y el 71.1% de los trabajadores no estuvo afiliado a ningún sistema de pensión. Este tema es más preocupante, añade el gremio, porque estos negocios emplean a ocho millones de personas, es decir, un 47.4% de la población económicamente activa (PEA) del país. COMEX comentó que si bien las MYPE forman parte de sectores dinámicos en nuestra economía, no aprovechan el potencial de insertarse en el sector formal. Ello refleja, la falta de cultura institucional dentro de la mentalidad empresarial, y la complejidad para lograr la formalización. (COMEX, 2014).

Es decir las consecuencias de tener un sistema empresarial altamente informal, impide alcanzar mejoras en la productividad de los factores, lo que influye a largo plazo en las perspectivas de crecimiento económico; implica que la gran mayoría de peruanos no tengan acceso a un mínimo de protección social, sobre todo a pensiones, lo que los obligaría a continuar trabajando más allá de la edad de jubilación; la reducción tributaria: altos niveles de informalidad conllevan a una baja recaudación fiscal, lo que se traduce en menos obras y peores servicios públicos para los propios contribuyentes, además al no ser competitivos en el mercado no podrán ofrecer productos de calidad y

satisfacer las necesidades de los consumidores. Por ello es importante rescatar que una política que busque fomentar la formalidad en las MYPE no difiere sustancialmente de la política para impulsar la productividad y el crecimiento empresarial. El desarrollo de empresas formales genera empleo digno y mejora la calidad de vida de las personas y mejor atención al consumidor.

Según Decreto Supremo N° 007-2012, artículo 24 de la Constitución Política del Perú establece que corresponde al estado la regulación de la remuneración mínima, con participación de las organizaciones representativas de trabajadores y empleadores; de conformidad con el inciso 8) del artículo 118 de la Constitución Política del Perú; el inciso 3) del artículo 11 de la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo; decreta: Incrementar en S/. 75.00 Nuevos Soles la Remuneración Mínima de los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, con lo que la Remuneración Mínima pasará de S/. 675.00 Nuevos Soles a S/. 750.00 Nuevos Soles, a partir del 1 de junio de 2012.(Ministerio de Justicia, 2012).

Las MYPE del sector comercio dedicadas a la venta de abarrotes no están cumpliendo con la norma que regula la remuneración mínima vital para el sector privado de 750 (nuevos soles), e incluso sus colaboradores no son incorporados en su planilla, no existen beneficios sociales y no gozan de un sistema de incentivos remunerados. Los vendedores que trabajan en estas MYPE de estudio trabajan más de 8 horas diarias, y no reciben una bonificación acorde al trabajo extra que realizan. La desmotivación y la poca predisposición del personal que labora en estas empresas son el resultado del incumplimiento de sus empleadores de no acatar la norma.



Los colaboradores que trabajan en estas empresas como vendedores trabajan con desgano, sin cortesía, no son accesibles al público, y lo importante no brindan una atención personalizada hacia al cliente. Un trabajador desmotivado es un trabajador no productivo que dificultara el logro de los objetivos trazados por el empresario.

Con respecto a la informalidad es un problema que continua afectando la economía de las Micro Y Pequeñas Empresas se origina porque muchas MYPE son conducidas por jefes de hogar que trabajan por necesidad y a manera de autoempleo deciden abrir su negocio. En otros casos son emprendedores, pero que al no ponerse en regla no se beneficia del crecimiento económico del Perú.

La informalidad es una limitante para que las pequeñas empresas contraten con el estado y con grandes empresas, tampoco acceden a créditos ni a capacitaciones. En consecuencia la informalidad afecta a la Población Económicamente Activa (PEA), lo cual indica que en el Perú, tres de cada cuatro trabajadores que se encuentran ocupados se desempeñan en un empleo informal (75%) según el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI). Así mismo el sector informal absorbe el 61 % de la cantidad de trabajo total disponible; sin embargo, su producción representa menos de la quinta parte del PBI (19%). Esto ratifica la baja productividad del empleo en el sector informal. (INEI, 2015).

Según (INEI, 2015) la tasa de desempleo que mide la relación de personas desocupadas entre las personas económicamente activas (PEA), en el último mes aumentó y se ubicó en 6.5%. Por género y edad la tasa de desempleo aumentó tanto en

hombres como en mujeres, pero el mayor crecimiento se observó en el primer grupo; sin embargo a lo largo del año se ha observado que esta tasa es mayor para el segundo grupo. Por otro lado, según los grupos de edad las personas de 14 a 24 años mejoraron su situación laboral, pero la tasa de desempleo de este grupo siendo la más alta (13,2%), mientras que los grupos de 25 a 44 años y de 45 a más aumentaron su índice de desempleo.

Si bien es cierto, la tasa de desempleo en el Perú ha disminuido en 2,5 puntos en el año 2011 por tanto, las dificultades que enfrentan los jóvenes al incorporarse al mercado laboral aún son considerables y accesibles para insertarse en el mercado laboral.

El desempleo es innegablemente un riesgo debido a que afecta de manera directa a las personas que se encuentran con la capacidad y deseo de trabajar no ocupan ni pueden conseguir un puesto de trabajo y a las MYPE bajo estudio. La demanda de los productos disminuiría, pues una persona desempleada no consumirá o adquirirá con frecuencia los productos, este factor se refleja en el bajo nivel de ventas.

Las MYPE informales carecen de competitividad, no trabajan asociadamente, no utilizan las herramientas de gestión modernas, y mantienen un esquema laboral sin protección y con sueldos limitados, sostiene (Silva, 2013). Esto se debe al desconocimiento sobre los beneficios y el temor de pagar impuestos a la SUNAT.

Las MYPE constituyen el 98.69 % del total de las empresas y las principales generadoras de empleo, sin embargo una característica particular es su alto nivel de

informalidad que llega a 72.62 % (Aráoz, 2014), lo que no les permite a los microempresarios aprovechar de los diversos beneficios que les otorga el estado.

Así mismo Silva (2013), indico que se ha decidido suscribir convenios de cooperación Interinstitucional con las regiones para desarrollar competitividad en el sector micro empresarial y contribuir en el crecimiento económico del microempresario y del Perú.

Según INEI (2015) entre los factores económicos se tiene que el Producto Bruto Interno (PBI) del segundo trimestre del 2015 la economía peruana registro un crecimiento de 3.0% respecto a similar periodo del año anterior, se sustentó básicamente en el consumo de las familias que representa el 63% del PBI.

En la Provincia de Sullana más de ocho mil MYPE dinamizan su economía representando 99.6 % del mercado. Según datos estadísticos, en la región Piura son 45,458 MYPE y a nivel de Sullana existen cerca de 8, 013 microempresarios y 288 pequeñas empresas, que hacen un total de 8 301 total MYPE. La economista señaló que el incremento de las MYPE en Sullana, convierte a este sector en uno de los más importantes para el desarrollo.

Las MYPE a nivel nacional inscritas en SUNAT suman más de 1' 192, 301 de las cuales el 94.7% son microempresarios formales. Dentro del sector empresarial ellos representan el 98.6 % a nivel nacional y generan el 88% del empleo privado y contribuyen al PBI (Producto Bruto Interno) en un 42%. Según (Sullana, 2013).

Por ello la Municipalidad Provincial de Sullana ha creído conveniente formar un programa de Capacitación a emprendedor de la MYPE “Gestionando mi Empresa”, con el propósito de fortalecer el desarrollo económico de la Ciudad, permitir el conocimiento de habilidades y destrezas en temas vitales que los atañe como son: formalización, competitividad, máquetin, legislación laboral.

La participación de micro y pequeños empresarios (MYPE). Permitirá empoderarlos y puedan sacar adelante diversos proyectos en beneficio propio y de muchas comunidades lo que significara agilizar la economía local con diversos negocios en los rubros de comercio, servicios, generando además diversos puestos de trabajo y contribuir al crecimiento económico del Perú.

En el espacio geográfico Piurano cuenta con una diversidad de recursos naturales y paisajísticos de gran valor, (Hidrocarburos, fosfatos de bayoyar, recursos hidrobiológicos, atractivos turísticos) que no están siendo aprovechados en su real dimensión por diversos factores. Se tiene que las actividades económicas del ser humano afectan al medio ambiente. El exponencial crecimiento del consumo y el descontrol de los residuos están llevando al mundo a un callejón sin salida.

Los daños son a menudo visibles, pero en muchos casos resultan invisibles, entre ellos tenemos: la contaminación de las aguas, la sobreexplotación de los recursos naturales; daños en los ecosistemas marinos y sobre pesca, agotamiento de los suelos, que afectan al Medio ambiente.

Con respecto a la tecnología de información y comunicación (TIC), existe el correo electrónico, páginas web, ventas por internet, uso de banca electrónica, intranet corporativa, redes sociales, Skype, Whatsapp, Facebook y twitter, que permiten incrementar las ventas y ser más productivas, realizando análisis financieros y promocionando productos en el mercado. Esto significa que las MYPE tienen oportunidades de poder acceder a las TIC y así poder analizar el proceso del negocio.

Sin embargo en las MYPE de la Provincia de Sullana dedicadas al rubro de bodegas no se están adecuando a los cambios tecnológicos, por falta de conocimiento, capital de trabajo, capacitación por parte de los propietarios. Estas MYPE bajo estudio no realizan operaciones con Tarjetas de crédito ya que no cuentan con un terminal electrónico punto de venta / Servicio (POS), puesto que los consumidores de hoy prefieren llevar su dinero en tarjeta bancarias en lugar de llevar efectivo, debido a tanta inseguridad que existe, así mismo estas MYPE no mantienen un software de ventas que ayude a disminuir los tiempos de espera hacia el cliente, aumente la productividad de los colaboradores, logrando la satisfacción del cliente, esto limitan su crecimiento empresarial y que sean competitivas en el mercado que las rodea.

Estos beneficios que les otorga las TIC les ayudaría a reducir los costos administrativos promover mejor sus productos y darles mayor fluidez en todo lo que realicen. Existen diversas actividades que puede realizar, como pagar impuestos o efectuar operaciones bancarias por internet que ya no es exclusividad de las grandes empresas.

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

Otra de las problemáticas que afecta a las MYPE por la prolongación de la competitividad mundial es la presencia de supermercados (Plaza Bea, Tottus, Maxi bodega, Mega Marque) altamente competitivos con infraestructuras y tecnología moderna, donde los clientes pueden entretenerse en los diversos servicios y productos que ofrecen. Estos negocios se encuentran posesionados en muy buenas zonas, cuentan con playa de estacionamiento, con personal calificado, tienen acceso a realizar transacciones de pago y le brindan seguridad al cliente. Sin embargo las MYPE se ven afectadas por falta de escasos recursos, estructura financiera adecuada, falta de atención a la calidad, los recursos humanos son poco calificados y todos estos problemas hacen que su productividad sea insuficiente y no poder satisfacer las necesidades del cliente.

Los clientes de hoy en día se caracterizan por ser más exigentes ya sea por el crecimiento de la competencia, la gran variedad de productos y/o servicios o los procesos de fidelización que tiene cada marca. Ellos se encuentran bien informados con

respecto al valor del producto sobre todo en los alimentos. Lo que significa que las MYPE deben enfocarse por brindar productos y/o servicios de calidad que satisfaga dichas necesidades de los consumidores. Para ello los micro empresarios deben establecer estrategias de márketing entre ellas tenemos crear contenido para satisfacer las necesidades de sus usuarios y de sus marcas, expresarse a través de las redes sociales, identificarte con ciertos valores, conocer a sus clientes como evangelizadores de la marca, según (Universidad, 2014).

La calidad es un tema cada día más exigente por los consumidores lo cual constituye una ventaja competitiva para su éxito empresarial. es necesario que tengan presente que la calidad satisface plenamente las necesidades del cliente; despertar nuevas necesidades; lograr productos y servicios cero defectos; hacer bien las cosas desde la primera vez; diseñar, producir y entregar un producto de satisfacción total; sonreír a pesar de las adversidades.

Así mismo la calidad se ha convertido en un socio relevante de los productos y servicios que las empresas comercializan en el mercado nacional e internacional. El crecimiento sostenido de la calidad obedece principalmente a la creciente demanda de los consumidores y usuarios la cual trasciende a los clientes comerciales, es decir, a los intermediarios de la cadena comercial de satisfacer sus necesidades, esto implica que el microempresario debe capacitarse en temas relevantes de Gestión de Calidad para que sepan aplicar eficazmente los conocimientos, herramientas que se requiere para que se garantice resultados favorables en los procesos productivos que den paso a productos y servicios, que le permitan ser competitivos y ofrecer productos y servicios de calidad.

Por otro lado la Ley de fomento, Protección y desarrollo para las MYPE tiene como finalidad estimular en el desarrollo de sus capacidades competitivas para su participación en los mercados nacional e internacional, su asociatividad y encadenamientos productivos; facilitando su apertura , desarrollo sostenibilidad , cierre y liquidación atreves de: promover la creación de una cultura empresarial de innovación, calidad y productividad que contribuyan al avance en los procesos de producción , mercadeo, distribución y servicio al cliente de las MYPE.

Debe señalarse que las MYPE de la Provincia de Sullana no están exentas de poder desarrollar políticas de responsabilidad social. Realizan actividades que poseen contacto con el medio ambiente, producen y transforman materias primas sin tener ninguna prevención contra la contaminación ambiental.

Por ello La municipalidad de Sullana se está encargando se sensibilizar y capacitar a la población organizada, dirigentes, sobre la importancia de la Responsabilidad Social en ciertos aspectos: Condiciones de trabajo, principalmente porque el recurso humano es el más importante dentro de cualquier organización; Protección del medio ambiente, permite conocer los compromisos de las MYPE con el impacto que esta genera en el medio; Cuidado con los recursos, no sólo es importante que la empresa considere el impacto de los desechos provocados por su actividad, sino que también es necesario que se trabaje en el uso comprometido y racional de los recursos; Apoyo a la comunidad, las MYPE representan el motor de la economía de cualquier ciudad, país o región, Valores y principios éticos, relacionado con la idiosincrasia de la empresa.( solidaridad, responsabilidad, respeto, compromiso,



veracidad, integridad, confianza, honestidad, transparencia) ;Políticas de marketing ,en este aspecto vinculan a la empresa con los consumidores y usuarios.

Al cabo de esto ayudaría que las MYPE podrán incorporar en su gestión política de responsabilidad social que optimicen su desempeño y reduzcan sus costos, motivan a su personal y maximizan el valor de la empresa, generando un mejor y más saludable entorno.

Según Michael Porter (1979) en su análisis de las 5 fuerzas establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria y poder desarrollar una estrategia de negocio, esta herramienta permite conocer el grado de competencia que existe en una industria y en el caso de una empresa dentro de ella, realizar un análisis externo que sirva como base para formular estrategias destinadas a aprovechar las oportunidades y/o hacer frente a las amenazas detectadas.

Las cinco fuerzas que esta herramienta considera en toda industria son: Rivalidad entre competidores, Amenaza de entrada de nuevos competidores, Amenaza de ingreso de productos sustitutos, Poder de negociación de los proveedores. Poder de negociación de los consumidores. La fuerza más poderosa de todas, hace referencia a la rivalidad entre empresas que compiten directamente en una misma industria, ofreciendo el mismo tipo de producto. Una fuerte rivalidad entre competidores podría interpretarse como una gran cantidad de estrategias destinadas a superar a los demás, estrategias que buscan aprovechar toda muestra de debilidad en ellos, o reacciones inmediatas ante sus estrategias o movidas. Por ello las MYPE de la provincia de Sullana deben implementar estrategias que les permita superar a sus competidores por ejemplo: aumentar la calidad

de los productos, reducir precios, brindar buenos servicios, aumentar la publicidad, aumentar promociones de venta, analizar la rivalidad entre sus competidores y compararlas con sus ventajas competitivas

En cuanto a la amenaza de entrada de nuevos competidores hace referencia a empresas que producen o venden el mismo tipo de producto. Esto permite que las MYPE estén atentos a sus ingresos y así formulen estrategias que les permita fortalecer las barreras de entradas o hacer frente a los competidores que llegan.

Existen mercados en los que existen productos iguales o similares, que limitan los rendimientos potenciales de un sector industrial que afectara el margen de utilidad, estos suelen ingresar fácilmente al mercado cuando: los precios de los productos sustitutos son más bajos que los productos existentes, existe publicidad y lealtad en los consumidores. El costo de cambiar de un producto a otro sustituto es bajo para el consumidor. Ante esta situación los microempresarios deben aplicar estrategias que les permita competir con ellas.

Esto afecta a las MYPE dedicadas a la venta de abarrotes, debido a que son informales, falta de conocimiento de los propietarios de este sector pues no están generando valor agregado, no se preocupan por innovar el lugar de trabajo, presentan bajo nivel de creatividad en cuanto al diseño y la distribución de sus espacios, no presentan planes estratégicos que puedan competir con el ingreso de nuevos competidores.

En la Provincia de Sullana se observa que el nivel de competitividad formalización de las MYPE comerciales rubro bodegas del mercado son deficientes que vienen generando inestabilidad económica, existe una competencia sin esfuerzos, no se aprovecha al máximo los recursos disponibles como el talento humano, capital, conocimientos, o habilidades que les ofrecen para poder brindar un buen producto y servicio de calidad. Los microempresarios no están preparados y capacitados para enfrentarse al mercado globalizado y competitivo en el que se encuentran.

Las características de la situación problemática que está ocurriendo con los microempresarios dedicados a la compra y venta de abarrotes en el mercado de Sullana llamó la atención para anunciar el problema general como: ¿Cuáles son las características de la Competitividad y formalización de las MYPE comerciales, rubro bodegas del mercado de Sullana 2015?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Identificar las características de la competitividad y formalización en las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana, año 2015. Para poder conseguir el objetivo general se ha planteado los siguientes objetivos específicos: (a) Conocer las ventajas de la competitividad en las MYPE, rubro bodegas del mercado de Sullana, año 2015, (b) identificar los factores que determinan la competitividad en las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015, (c) conocer las ventajas de la formalización en las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana, año 2015. (d) Analizar el grado de conocimientos que tienen los microempresarios respecto a la formalización de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana Año 2015.

En cuanto a las delimitaciones de la investigación encontramos la geografía, la cual hace mención al sector bajo estudio, así mismo en la delimitación temporal encontramos que el estudio se realizó en el periodo 2015, y de acuerdo a su temática, la investigación pretende describir las características de las variables de estudio y como delimitación psicográfica tenemos que el rubro escogido fue el de bodegas.

Las limitaciones que se presentaron durante el trabajo de campo fueron el rechazo de algunos propietarios y consumidores que no aceptaron llenar el cuestionario, a pesar que se les indico que la información era confidencial y anónima que no se utilizaría para fines que perjudiquen la imagen su negocio, por el contrario la investigación les ayudara a descubrir y las mejorar deficiencias que puedan presentar.

Las MYPE son actualmente empresas de mayor trascendencia dentro de nuestro mercado empresarial, puesto que son las que más producen y generan fuentes de empleo para la población y son las que además impulsan el crecimiento del País. Por lo tanto es importante conocer a que se debe la informalidad que existe en la Provincia de Sullana.

Finalmente este trabajo de investigación se justifica por que permitirá conocer las principales características de la competitividad y de la formalización de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015. También esta investigación se realiza con la finalidad de dar a conocer a los propietarios de las MYPE la importancia y beneficios que implica el formalizarse y ser competitivos, el cual les va a permitir acceder a créditos, mejorar oportunidades de negocio, participar en concursos públicos, evitar multas por no presentar declaración de rentas, proyectar confianza al cliente, brindar imagen de responsabilidad social y empresarial.

Así mismo el presente trabajo se justifica porque servirá de base para las futuras investigaciones y otros estudios de las MYPE, con respecto a su formalización y competitividad, beneficiando de esta manera a la comunidad por el nivel de competitividad y de calidad que adquiera está en el mercado; a los estudiantes para trabajos de investigación y proyectos futuros. Desde el punto de vista teórico, la investigación generará reflexión y discusión debido a la falta de conocimiento y capacidad de las empresas de enfrentarse a los desafíos que implica estar dentro de un mercado formalizado y altamente competitivo. La investigación tiene aporte metodológico, porque se elaboró el instrumento respectivo (cuestionario) para la recopilación de la información; el cual, una vez validado y demostrado su fiabilidad podrá aplicarse en otras investigaciones.

Sullana cuenta con más 8000 MYPE coexistentes, de las cuales 150 están dedicadas a la compra y venta de abarrotes en el mercado de Sullana que ayudan a mejorar la economía de la Provincia de Sullana y favorece oportunidades de empleo.

## **II. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Variable Competitividad**

Según Santana (2010) , realizo una investigación titulada. “Innovación y competitividad en la Industria Azucarera de Mexico” presentado por el Instituto Politecnico Nacional ,Centro de Investigaciones economicas administrativas y sociales, cuyo objetivo de estudio consistio en conocer si actualmente ,en México, se ha transformado la industria por medio de las innovaciones para agregar valor al producto, el cual empleó la siguiente metodologia de estudio . para el analisis de competitividad se toma el periodo de estudio de 1990 a 2008, periodo para que el MAGIC permita estudiar la competitividad . se realizo una comparación de Argentina, Brasil y colombia con Mexico, en relacion al mercado de Estados Unidos.

Se concluyó que México es un país con un nivel de producción alto, el rendimiento de su azúcar se encuentra por arriba del promedio mundial y es uno de los principales consumidores de azúcar. Durante el análisis de la industria nos encontramos con la cadena productiva de la cual elegimos un eslabón para el análisis de la industria, con este eslabón correspondiente a la clase obtuvimos indicadores los cuales muestran que existe un grado alto de especialización reflejado en el alto volumen de producción.

Nolasco (2014), realizo una investigacion sobre “Caracterización de la formalizacion y la competitividad de las MYPES Sector producción rubro panaderias en

el Distrito de Chimbote (Perú), Periodo 2010 - 2011”presentado en la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Tesis que tuvo como objetivo principal describir las principales características de la formalización y la competitividad de las MYPE del sector producción, rubro panaderías en el distrito de Chimbote, utilizó una investigación cuantitativa, nivel descriptivo, por que solo describe las partes más relevantes de las variables de estudio. concluye que la mayoría de las MYPE se encuentran formalizadas, trabajando de manera legal considerando que siendo así, traerá beneficios para el país y que a la vez se genera más puestos de trabajo, respecto a la competitividad concluye que la mayoría de las MYPE son competitivas por las ventajas competitivas que ofrecen como; calidad del producto, precios bajos, etc. Constituyendo una mejor imagen para la empresa, por ende la obtención de una mayor rentabilidad.

Vilela (2014), realizó una investigación titulada “caracterización de la competencia laboral y competitividad en las MYPE rubro Courier de Piura, Año 2014”, y se presentó en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Piura. Tesis que tuvo como objetivo principal, analizar las características que tienen la competencia laboral y la competitividad en las MYPE, rubro Courier de Piura – año 2014. Utilizó la metodología, diseño no experimental de corte trasversal, tipo descriptivo por que busca encontrar las características de la competencia laboral y competitividad de las MYPE y nivel cuantitativo ya que permite examinar los datos de manera científica.

Concluye que el nivel de competencias laborales de los trabajadores la minoría se encuentra desarrollada y esto se debe a que no tienen claras sus funciones, no cuentan con motivación, no participación en los objetivos de las MYPE; para que un trabajador

desarrolle las competencias laborales debe de sentirse identificado con la MYPE en que labora. El grado de competitividad de la MYPE del rubro Courier se encuentra en su mayoría menos competitiva ya que tienen nivel inestable, porque existen MYPE que no se preocupan en obtener mejores resultados, como en la maximización de los recursos, la eficiencia por mejorar los tiempos de entregas, en modernizar sus equipos, en implementar nuevos sistemas, o por mejorar los flujos gramas de operaciones

### **2.1.2. Formalización**

Los autores Santos, Martínez, & Ortiz (2010) en su trabajo de investigación sobre la “Guía Descriptiva de los trámites legales y formales que deben cumplir las empresas nacionales para iniciar sus operaciones en el Salvador, realizado en la Universidad el salvador. Plantearon como objetivo principal, Diseñar una guía descriptiva de los trámites legales y formales que deben cumplir las empresas nacionales para iniciar sus operaciones en el Salvador. Realizo una investigación de tipo descriptivo que estuvo orientada a evaluar y analizar los pasos que las empresas hicieron en cada etapa de los trámites legales y formales para iniciar sus operaciones, con el fin de detectar los errores más comunes y las problemáticas enfrentadas por los mismos, para disminuir de ésta forma el riesgo en la toma de decisiones y seleccionar el curso de acción óptimo y adecuado para la realización de dicho proceso. Llegó a la conclusión que la constitución de las empresas se realiza en mayor cantidad como propiedad individual debido a que las personas deciden enfrentar por sí mismos todos los riesgos y compromisos que se adquieren, así como sus beneficios y rendimientos.



Según Álvarez & Cerna (2013), presento la investigación “formalización del microempresario del servicio Público de transporte de Pasajeros y su contribución en la dinamización de la economía en la provincia de Trujillo, presentado por la Universidad privada Antenor Orrego del Departamento de Trujillo. tuvo como objetivo general, Determinar la contribución de la formalización del micro empresario del servicio público de transporte de pasajeros en el dinamización de la economía en la Provincia de Trujillo, utilizando técnicas (encuestas), instrumentos (cuestionario estructurado). Así mismo concluyo que los propietarios de los microbuses del servicio público de transportes de pasajeros se encuentran operando bajo la informalidad de asociados, sus políticas internas sólo están regidas a un sistema de ganancias económicas y al pago de sus trabajadores, sin contemplar el cumplimiento de obligaciones tributarias y laborales; Las empresas del servicio público de transportes de pasajeros no cuenta con una flota de vehículos propia, Por lo tanto, se ven obligados a tercerizar el servicio, y hacer un contrato con terceras personas.

Según el autor Palacios (2014), en su investigación “Formalización y competitividad en las MYPE servicio – Rubro talleres de Mecánica)”, realizada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura). tuvo como objetivo principal determinar las características que tiene la formalización y competitividad en las MYPE de servicio, rubro talleres mecánicos (Piura), utilizando una metodología de tipo descriptiva por que busca especificar las propiedades, característica y los perfiles de personas, nivel cuantitativo por que examina los datos de manera numérica y un diseño

de investigación no experimental ya que en este diseño se observan los fenómenos tal y como se dan en el contexto natural.

Se concluyó que las características que tiene la formalización y competitividad en las MYPE de servicio, rubro talleres mecánicos (Piura), año 2013, con respecto a la formalización la mitad de los directivos respondieron que existen facilidades para la formalización, sin embargo la minoría contestó que no existen y la minoría que a veces si existen facilidades, por lo que la mitad de los directivos prefieren estar como informales, a pesar de que el sector es considerado por el 52% como uno que está en constante crecimiento, además que la ciudad de Piura se encuentra en el puesto diez a nivel país. Las consecuencias que tiene la formalización de las MYPE de servicio – rubro talleres mecánicos Piura, año 2013 son que mejora la calidad del servicio y la productividad manifestado por la mayoría de los encuestados, ya que al acceder a la formalidad abre mayores posibilidades de acceder a fuentes de financiamiento formales y aumentar la competitividad. Además al ser formal, las empresas pueden participar en concursos públicos y adjudicaciones como proveedor de bienes y servicios.

## **2.2. Marco teórico y Conceptual**

### **2.2.1. Competitividad**

#### **2.2.1.1. Definiciones**

Según Pérez (2008) considera que es la capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socioeconómico en que actúan.

Jaramillo (1995), define el termino competitividad como : la capacidad para competir y salir victorioso.en relación con la competitividad de la empresa, el grupo consultivo de competitividad de la unión Europea opina que el principal parametro es el de la capacidad para generar riqueza, de la que puedan disponer la empresa y la sociedad, en general con vistas a su reinversion y distribución.

Fernandez, Montes, & Vazquez (1997),señalan que la competitividad de las empresas es un factor clave del crecimiento económico de una nación en un entorno mundial cada vez más abierto y dinámico el interes por el estudio de los factores determiantes de la competitividad crece ligado a las dos macrotendencias que caracterizan el fin del siglo: la globalizacion de la economía y la revolución tecnologica.La competitividad es una exigencia impuestas por el dinamismo tecnologico y la globalización de la competencia. Hace referencia a la posicioncompetitiva de una empresa en relación con las demás; se pone de manifiesto por su capacidad para producir bienes y servicios en unas condiciones de precio, prestaciones equiparables.

Por otro lado Diaz (1997) implica tres aspectos claves en la competitividad:

La Racionalidad económica, para que los recursos y potenciales de la empresa se gestionen bajo criterios económicos, con el fin de alcanzar altos niveles de productividad y en consecuencia que no se produzcan despilfarros de esos recursos y puedan ser aplicados con el éxito en la estrategia competitiva de la empresa.

Capacidad de coordinación y adecuación con el entorno, ya que si la empresa no responde de manera rápida y flexible a sus mercados, corre el riesgo de ser desplazada del mercado por competidores más agresivos, o los costos de coordinación externos y los costos de transacción son muy altos, lo que coloca a la empresa en desventaja competitiva.

Capacidad de dirección y organización que eleve los niveles de eficiencia en los aspectos relacionados con la dirección y gestión de los recursos. Ser competitivo implica crear permanentemente barreras frente a los competidores. La búsqueda de la competitividad debe estar sustentada por un adecuado, coherente, continuado y sistemático esfuerzo de planificación de la empresa a medio y a largo plazo. Una empresa competitiva es aquella que, de forma consistente, realiza un esfuerzo constante.

### **2.2.1.2. Teoría de la Competitividad**

Según López (1999), la teoría neoclásica es una visión fundamentalmente cuantitativa, el cual el desarrollo económico se expresa a través del crecimiento del producto. Toda unidad productiva combina dos factores para obtener un determinado producto: el capital y el trabajo.

En 1985 se publicó un estudio realizado por investigadores de la Universidad de Harvard titulado la competitividad de los Estados Unidos en la economía mundial. Este trabajo fue uno de los primeros que planteó el concepto de competitividad. En él se señala que la competitividad de una nación es un asunto de estrategia económica y que la teoría de las ventajas comparativas ya no se puede considerar adecuada como una base para el diagnóstico y la determinación de políticas.

La teoría de las ventajas comparativas es también uno de los pilares teóricos de la economía neoclásica ampliamente utilizada para establecer políticas económicas tendientes a lograr un crecimiento del producto nacional. Según esta teoría un país adquiere ventajas comparativas factoriales con respecto al otro al especializarse en la producción de los bienes que requieren aquellos factores de la producción de los cuales se dispone ampliamente. De esta manera, un país registra ventajas comparativas con respecto a otro en aquellos productos en los que logra el menor costo unitario relativo. Así, los países con abundante mano de obra poco capacitada serán más eficientes en la producción de bienes en la que se requieren amplios ingredientes de dicho factor.

Por otro lado Porter (2009) en la cuestión de la ubicación. La ventaja competitiva de las naciones desarrollo una nueva teoría sobre la competitividad de las naciones, estados y otras áreas geográficas. la mayoría de planteamientos sobre la competitividad se han centrado o bien las políticas macroeconómicas (como los déficits presupuestarios del gobierno, la política monetaria, la apertura de mercados y la privatización) o bien en ventajas comparativas derivadas de dotaciones de inversiones como trabajadores, recursos naturales o capital.

Según su artículo parte de un enfoque muy distintivo, y demuestra que la competitividad de las ubicaciones proviene, en primer lugar, del tipo de entorno del negocio que estas ofrecen a las empresas. La disponibilidad de trabajadores, capital y recursos naturales ya no determina la prosperidad, por que estos factores han pasado a ser ampliamente accesibles. En cambio la competitividad surge de la rentabilidad que puedan obtener las firmas de una ubicación usando esos inputs para producir bienes y servicios valiosos.

La productividad y la prosperidad posibles en una determinada ubicación no dependen de en qué sectores compiten sus firmas si no en como compiten. Las distinciones tradicionales entre alta y baja tecnología, o entre fabricación y servicios, tienen poca relevancia en una economía en la que la fabricación y los servicios se han difuminado y en la que prácticamente todos los sectores pueden emplear tecnologías avanzadas y altas prestaciones técnicas para alcanzar elevados niveles de productividad.

### **2.2.1.3. Ventaja Competitivas**

Constituye una destreza o habilidad especial que logra desarrollar una empresa y que la coloca en una posición de preferencia a los ojos del mercado. Señala que una ventaja competitiva constituye un factor diferencial en las características de una empresa, un producto o servicio que los clientes, consumidores o usuarios perciben como único determinante.

La ventaja competitiva sostenible Para que sea realmente útil es necesario que, además sea sostenible; es decir que la empresa pueda mantenerla durante cierto tiempo. debe tener su origen en una fortaleza o punto fuerte de la empresa; no es un evento coyuntural pasajero. se debe poseer tales características que sea difícil que la competencia las copie a corto plazo.

#### **a) Ventajas extrovertidas**

Actuando en los sistemas, procesos y enfoques de gestión que caracterizan al sector en el que opera la organización, y en las condiciones en las que se producen, dentro del área, las relaciones empresas – mercado. Estas son las que se conocen como ventajas extrovertidas o ventajas del sistema de negocio. Así con el fin de generar ventajas para la empresa, se puede actuar en aspectos como:

- Nuevas necesidades detectadas en los consumidores, usuarios o clientes.
- Surgimiento de nuevos segmentos del mercado

- Surgimiento de nuevas actividades de negocios
- Aplicación de nuevas tecnologías
- Cambio en los hábitos de compra de los consumidores
- Tendencias sociales y económicas de la población
- Debilidades de los competidores

**b) Ventajas Introvertidas o ventajas del sistema operativo**

Actúan en los sistemas, procesos y enfoques de gestión que caracterizan a la empresa, a sus sistemas operativos y a la forma en que la organización realiza sus funciones. La empresa puede mejorar su posición competitiva actuando para:

- Lograr ventajas de costes
- Mejorar las tecnologías que aplica en sus productos o en sus procesos productivos u operativos.
- Lograr mejores condiciones con los proveedores
- Mejorar sus sistemas logísticos
- Perfeccionar sus métodos de gestión (dirección, finanzas). según Díaz,(1997).



#### **2.2.1.4. Factores que determinan la competitividad.**

En un artículo de la Revista CEPAL, indica que “las empresas se hacen competitivas al cumplirse dos requisitos fundamentales: primero, estar sometidas a una presión de competencia que las obligue a desplegar esfuerzos sostenidos por mejorar sus productos y su eficiencia productiva; y, segundo, estar insertas en redes articuladas dentro de las cuales los esfuerzos de cada empresa se vean apoyados por toda una serie de externalidades, servicios e instituciones. Ambos requisitos están condicionados a su vez por factores situados en el nivel macroeconómico y político.

Sin embargo, para saber los factores que determinan la competitividad, como bien dice Michael Porter, habría que irse a la empresa, y al sector, e identificar cuáles son los factores que determinan que las empresas generen valor agregado y que ese valor se venda en el mercado, y si realmente esos factores son sostenibles en el mediano y largo plazo. Pues las medidas a instaurar son aquellos factores que conduzcan al logro del objetivo “ser competitivos”, son diferentes, y entran en ámbitos decisionales distintos según sea aquel en el que se realice el análisis de la competitividad. A continuación se detallan algunos factores que inciden en el éxito de él micro y pequeñas empresas.

##### **a) Capacidades Directivas**

La competitividad más que cualquier otra cosa depende de las personas; de sus actitudes ante los retos, de sus habilidades, de sus capacidades de innovar, de su intuición y creatividad, de saber escuchar y comunicarse con otros, de hallar y usar

información, de planear y resolver problemas, de trabajar individualmente y en equipo, de aprender, responsabilidad y tenacidad, valores y sensibilidad social.

En las empresas se debe cambiar de patrones, de pensamiento y de comportamiento, es decir, emplear lo que afirma Thomas Samuel Kuhn: el cambio de paradigmas. Cambiar nuestras formas de liderar grupos de individuos y negocios, de gerencia procesos, de pensar-sentir-actuar, cambiar las cosas por medio de la creatividad, cambiar puntos de vistas, de encontrar nuevos enfoques para ver las cosas con otros ojos. Así las empresas podrán adaptarse rápidamente a los cambios de la sociedad. La actitud no basta, la acción es esencial, el aprendizaje no se da hasta que el comportamiento no haya cambiado.

Los directivos desempeñan un papel crucial en las empresas, y sobre ellos recae la responsabilidad de elegir entre las distintas opciones estratégicas y además en la mayoría de los casos son las que las implementan, por tanto se hace necesario un amplio conocimiento de los recursos y capacidades de sus empresas y de su entorno competitivo. Las empresas que cuenten con directivos con un mayor grado de formación alcanzarán mayores niveles de éxito.

### **b) Calidad en la Producción o Prestación de Servicios - Diferenciación**

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

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

Lograr la conformidad del conjunto de características y atributos de un producto con las necesidades y expectativas del comprador representa otro de los factores necesarios para competir, el cual también determina decisivamente la reputación o imagen de la empresa en el mercado. Aunque a corto plazo pueden suponer fuertes inversiones, a medio y largo plazo reducen costos, atraen clientes y empleados satisfechos y mejoran la productividad y los resultados de la empresa.

### **c) Ventajas Competitivas**

Las empresas competitivas serán aquellas capaces de ofrecer continuamente productos y servicios con tributos apreciados por sus clientes. A este conjunto de características que distinguen al producto de una empresa de sus competidores se denominan ventajas competitivas. Lo único seguro acerca de éstas es su dinamismo, los mercados pueden cambiar sus exigencias o la tecnología de la empresa puede verse desplazada por las de la competencia. Sin una empresa no invierte en mantenerlas, remozarlas, tarde o temprano estará condenada a perderlas. Existen dos categorías de ventajas competitivas: de costos y de valor. Las ventajas de costos están asociadas con la capacidad de ofrecer a los clientes un producto al mínimo costo. Las ventajas competitivas de valor; por su parte, están basadas en la oferta de un producto o servicio con atributos únicos, discernibles por los clientes, que distinguen a un competidor de los demás.

#### **d) Recurso Tecnológicos**

Dentro de los recursos tecnológicos se incluye el stock de tecnologías, la experiencia en su aplicación (know-how) y los medios humanos, científicos y técnicos para su desarrollo. Para afrontar los abundantes desafíos del entorno y poder adaptarse a las exigencias de los clientes, las empresas deben examinar cuidadosamente las mejoras que pueden introducir tanto en sus productos o servicios como en sus procesos. Para ello deberán incorporar o desarrollar activos tecnológicos que les permitan posicionarse por delante de su competencia. Aquellas empresas que sólo realicen nuevas inversiones cuando comprueben que los competidores obtienen buenos resultados o bien no posean información fiable de la posición tecnológica de las empresas rivales estarán abocadas al fracaso. El desarrollo de activos tecnológicos, requiere tiempo y dinero. Por lo que los directivos deben planificar cuidadosamente las inversiones en nuevas maquinarias y procesos, y asegurar en sus recursos humanos las competencias necesarias para su manejo.

#### **e) Innovación**

El éxito de las empresas también se asocia al desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos que permitan responder a las necesidades de los clientes, adaptarse a los cambios en el entorno o mejorar las oportunidades para alcanzar los objetivos de la empresa. Tres son los pilares sobre los que se asienta la innovación: el directivo, los trabajadores y la cooperación con otras empresas.

#### **f) Recurso Comerciales**

Los procesos comerciales, orientados al mejor conocimiento del mercado y de los clientes, son un medio importante de mejora del rendimiento económico, de la fidelización de clientes y, de la diferenciación de la competencia. Para ello se necesita contar con profesionales de marketing adecuados a las necesidades.

#### **g) Recursos Humanos-Capacitación Laboral**

Para lograr el éxito competitivo, las empresas deben establecer los mecanismos que permitan atraer candidatos cualificados, retener y motivar a los actuales empleados y establecer fórmulas que los ayuden a crecer y desarrollarse dentro de la empresa. La escasa capacidad para atraer y retener personal cualificado, se debe fundamentalmente a la menor posibilidad de ofrecer incentivos salariales. Para paliar este problema, los bajos salarios pueden complementarse con fórmulas alternativas de retribución adaptadas a cada individuo, por medio de la flexibilidad horaria, los planes de formación o la participación en la gestión, entre otros. El limitado acceso a procesos formativos de capital humano, obstaculiza el aumento de la productividad.

#### **h) Recursos Financieros**

El mantenimiento de buenos estándares financieros es uno de los aspectos relevantes para alcanzar el éxito competitivo en las empresas de menor tamaño. La debilidad de los balances en este tipo de empresas hace necesaria una correcta y minuciosa planificación financiera a corto plazo que evite una la falta de liquidez.

Asimismo, que habitualmente el poder de negociación con entidades de crédito sea inversamente proporcional al tamaño de la empresa hace necesario primero, un alto conocimiento de la oferta financiera y una especial atención a los fondos propios. Además, resulta vital constituir reservas o fondos que permitan la disminución de los costes financieros.

### **i) Cultura**

Conjunto de hábitos, creencias, expectativas y valores compartidos por todos los miembros de la organización. La cultura guía el comportamiento de las personas que forman parte de la empresa; sienta las bases de los procedimientos; y ayuda a mantener la cohesión interna. Las empresas que posean fuertes valores culturales lograrán que sus trabajadores tengan claro cuál es su misión, qué deben hacer y qué se espera de ellos, a quién delegar en caso necesario y, lo que es más importante, cómo actuar ante situaciones imprevisibles. Según (Cárdenas, 2010).

#### **2.2.1.5. Principios para desarrollar una empresa exitosa**

Las empresas exitosas siempre tendrán en cuenta los siguientes principios:

##### **a) Buscar siempre el mayor nivel de calidad**

La calidad siempre será factor determinante en la decisión de compra de las personas, un producto de mala calidad sufrirá de estancamiento a largo plazo y por lo tanto es necesario probar, reprobado y mejorar siempre las especificaciones de los productos o servicios.

**b) Búsqueda de un servicio superior**

Destacarse por la calidad de los servicios que se ofrecen será siempre garantía de fidelidad en los clientes.

**c) Buscar establecer los precios más competitivos**

A calidades iguales, será el precio el factor determinante en cualquier compra, la eficiencia (producir a menos costo sin sacrificar la calidad) será garantía de competitividad en el largo plazo.

**d) La participación de mercado más alta**

Las empresas de hoy buscan mantener un Market share o participación de mercado suficiente para generar volúmenes de producción altos. Mayor participación, mayores ganancias y mayores oportunidades de desarrollar economías a escala.

**e) Adaptación y personalizar**

Las empresas ganadoras desarrollan productos “a la medida de los consumidores”, buscando personalizar al máximo los productos con el objeto de generar exclusividad.

**f) Mejorar constantemente**

En todos los procesos de la empresa ofreciendo mejoramiento continuo del producto. El caso más evidente son los computadores y la tecnología, industrias que ofrecen productos más rápidos y mejores constantemente.

### **g) La innovación e investigación continua**

Es necesario desarrollar políticas que generen nuevos productos, creen nuevas necesidades, satisfagan nuevas demandas e introduzcan novedades como afirma Peter Drucker “La innovación intencional, que resulta del análisis, la sistematización y el trabajo arduo, es todo lo que puede tratarse en la Práctica de la innovación.

### **h) Buscar mercados de alto crecimiento**

Las oportunidades más rentables se encuentran en los mercados emergentes, en los nichos de mercado inexplorados y en los mercados que presenten tasas de crecimiento altas. Los mercados de bajo crecimiento generalmente son los más competidos, los inexplorados presentan grandes oportunidades de negocios.

### **i) Superar al cliente**

Aprenda a sorprender a sus clientes. Cuando una persona recibe más de lo que piensa siente satisfacciones adicionales. Si un comprador aparte de la satisfacción por una compra, recibe un incentivo adicional producto de mayor calidad, precio, cantidad o servicio se sentirá motivado a continuar consumiendo.

### **j) Pensar estratégicamente**

Analice tendencias, realice planes, genere estrategias de corto, mediano y largo plazo. Según Jáuregui (2002).



### **2.2.1.6.Causas de la competitividad**

- Globalización de la competencia en cada vez más mercados de productos.
- Proliferación de competidores debido a los procesos de industrialización.
- Diferenciación de la demanda; que además, exige cada vez mejores productos y productos específicos según sus necesidades.
- Implementación de innovaciones radicales: nuevas técnicas (microelectrónica, biotecnología, ingeniería) .
- Genética nuevos materiales y nuevos conceptos organizativos, y avances radicales en sistemas tecnológicos que obligan a redefinir fronteras entre las diferentes disciplinas.

### **2.2.1.7.Estrategias para alcanzar la competitividad**

#### **a) Liderazgo general en costo**

Consiste en que estos sean lo más bajos posibles; se consigue a través de una eficiente asignación de recursos apoyado en una adecuada división de trabajo; unos costos reducidos con respecto a la competencia conllevan una ventaja competitiva muy importante para poder fijar bajos precios; una buena política en costos nos acercará hacia la “optimización” de los costos.

### **b) Diferenciación del producto**

si la demanda considera nuestro producto igual que otro puede dejar de consumir el nuestro por diversos motivos: mejor precio del otro, producto de la zona, etc.; por el contrario, si nuestro producto se considera diferente al resto, ofrece ventajas que otros no ofrecen y la demanda no considera sustitutivo a ningún otro producto; seremos competitivos porque la demanda no consumirá otros productos que considera diferentes al nuestro; en esta estrategia predomina las actuaciones de los departamentos de marketing.

### **c) Enfoque o alta segmentación**

La economía mundial actual se caracteriza por la saturación de los mercados; es difícil encontrar mercados que no estén saturados o muy desarrollados, por esa misma razón las empresas ya no buscan mercados que ocupar, sino que tienden a la segmentación; es necesario concentrarse en algún segmento del mercado para competir mejor sin tener que andar diversificando esfuerzos; la empresa debe asentarse en el nicho empresarial donde exista mercado que satisfacer y pueda especializarse en él. Toda empresa que quiera mantenerse en una unidad de negocio deberá tratar de conseguir estos tres aspectos; lo ideal para la misma sería que tuviese las tres características, aunque cualquiera de ellas por separado convierte una organización en una organización medianamente competente.

### **2.2.1.8.Etapas de la competitividad**

#### **a) Etapa incipiente**

Donde la competitividad es muy baja; la empresa es altamente vulnerable a los cambios del medio ambiente; actúa según las presiones del mercado o bien a capricho y estado de humor de sus dueños; la aplicación de los principios de competitividad es prácticamente nula; tiene poco control sobre su destino; reacciona por intuición; se desorienta y se desconcierta con todo lo que sucede, tanto interna como externamente.

#### **b) Etapa aceptable**

Nivel regular de competitividad; se han subsanado los principales puntos de vulnerabilidad contándose con los cimientos adecuados para hacer un buen papel ante los ojos del público consumidor y la competencia; los principios de competitividad se aplican aceptablemente; el equipo directivo se hace responsable del futuro de su organización y dirige su destino hacia donde visualiza lo que mejor le conviene.

#### **c) Etapa superior**

Buen nivel de competitividad; la empresa comienza a ocupar posiciones de liderazgo y se caracteriza por el grado de innovación que mantiene dentro de su mercado; domina los principios de competitividad; se mantiene despierta y reacciona de manera inmediata a cualquier cambio del medio ambiente; pone atención a los siete principios de competitividad; da mayor énfasis a la cultura organizacional para lograr homogenizar el pensamiento, sentimiento y accionar de todo su personal.

#### **d) Etapa sobresaliente**

muy alto nivel de competitividad; considerada como visionaria; sirve de referencia al resto de la industria; genera los cambios y las demás se van adaptando a ellos; en esta etapa la organización vive en una amenaza constante por parte de los competidores de las etapas anteriores, pues tratan de encontrarle debilidades y huecos en el mercado; los principios de competitividad se aplican con alta eficiencia y todos los miembros de la empresa tienen una real convicción de ellos; están en posibilidad de compartir su tecnología directiva con otras empresas; la empresa muestra disposición por compartir los resultados y las formas para alcanzar su posición actual.

#### **2.2.1.9.El factor humano dentro de la competitividad**

- En los patrones de comportamiento
- En las actitudes personales
- En la adaptación social

#### **2.2.1.10. Fuentes de competitividad de la empresa**

- La exitosa administración de los flujos de producción y de inventarios de materia prima y componentes, La integración exitosa de planeación de mercado, actividades, diseño, ingeniería y manufactura, La capacidad de incorporar cambios en la demanda y la evolución de los mercados, La capacidad de establecer relaciones exitosas con otras empresas dentro de la cadena de valor. (Martínez, 2006)

## **2.2.2. La Formalidad de la Empresa**

### **2.2.2.1. Formalidad**

Formalización es la técnica organizacional de prescribir como, cuando, con qué elementos, quien y en cuanto tiempo debe realizar las tareas. 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. Las normas, instructivos y procedimientos diseñados para manejar las contingencias Según lo indica el autor afrontadas por la organización son parte de la llamada formalización. (Angel, 2013).

La formalización es una herramienta esencial para el desarrollo del proceso de coordinación. La forma de mantener centralizada la toma de decisiones en organizaciones grandes, con gran variedad de actividades y tareas, es justamente a través de un alto grado de estandarización y formalización. De esta manera las decisiones se adoptan y programan en los niveles más altos, asegurándose la conducción de la organización un desempeño adecuado por parte de los trabajadores. Se pueden incluir objetivos, planes, presupuestos, procedimientos y controles para cada una de las fases operativas de los procesos. Las organizaciones con actividades rutinarias son más propensas a tener una formalización mayor como el Correo, los bancos y las cadenas de montaje. Según André Stewart (1891-1967).

#### **2.2.2.2. Teoría de la formalidad**

Según Johansen (1965). El sistema formal una tipología de las organizaciones sociales indica toda organización o grupo social posee una estructura formal de relaciones y de actividades, es decir se condicionan a ellas un patrón generalmente consiente de preceptos o normas que señalan los deberes y atribuciones de sus diferentes miembros, es decir establecen los diferentes roles o modelos de conducta de cada uno de ellos y se definen los distintos procedimientos de interacción. Sin duda alguna, muchas organizaciones sociales han desarrollado estos modelos a través de lo que podían denominar la evolución cultural, que se caracteriza por un desarrollo y modificación de tradiciones y costumbres.

De acuerdo con estas ideas, existen diferentes grados de formalidad en las estructuras organizacionales de estos grupos sociales y será posible clasificarlas desde este punto de vista, en organizaciones sociales que fundamentalmente han derivado sus sistemas formales a partir del sistema social.

Un segundo grupo serían aquellas en que el sistema social se forma como una consecuencia de la implementación del sistema formal y finalmente existe un tercer grupo de organizaciones sociales, en que ese sistema formal existe en forma latente y que el sistema social al momento de nacer, adopta ese sistema formal ya existente y adoptado por la comunidad

### **2.2.2.3.Causas de la informalidad**

La informalidad surge cuando los costos de circunscribirse al marco legal y normativo de un país son superiores a los beneficios que ello conlleva. La formalidad involucra costos tanto en términos de ingresar a este sector, largos, complejos y costosos procesos de inscripción y registro, como en términos de permanecer dentro del mismo, pago de impuestos, cumplir las normas referidas a beneficios laborales y remuneraciones, manejo ambiental, salud, entre otros.

En principio, los beneficios de la formalidad son la protección policial frente al crimen y el abuso, el respaldo del sistema judicial para la resolución de conflictos y el cumplimiento de contratos, el acceso a instituciones financieras formales para obtener crédito y diversificar riesgos y, más ampliamente, la posibilidad de expandirse a mercados tanto locales como internacionales. Cuando menos en principio, la pertenencia al sector formal también elimina la posibilidad de tener que pagar sobornos y evita el pago de las multas y tarifas a las cuales suelen estar expuestas las empresas que operan en la informalidad.

Por ello, este sector predomina cuando el marco legal y normativo es opresivo, cuando los servicios ofrecidos por el gobierno no son de gran calidad, y cuando la presencia y control del estado son débiles. Estos aspectos relativos a los costos y beneficios de la formalidad se ven afectados por las características estructurales del subdesarrollo, especialmente en lo que se refiere al nivel educativo, la estructura productiva y las tendencias demográficas.

#### **2.2.2.4.Ventajas de la formalización en las MYPE**

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, mayor credibilidad y confianza por parte de los clientes, si eres informal no les brindas seguridad, por lo tanto tendrás una menor clientela, mayores posibilidades de acceder a nuevos mercados y expandirte hacia plazas internacionales por medio de la exportación, acceso a préstamos y créditos de diferentes instituciones financieras tanto estatales como privadas. Puedes comprar con factura y acceder al crédito fiscal, participación 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, contribución con el Perú, ya que impulsarás el desarrollo social y económico con el pago de impuestos. Es necesario que sepas que las Pymes cuentan con beneficios tributarios.

##### **a) Beneficios Tributarios.**

Tienen crédito tributario en el impuesto a la renta, por gastos de capacitación desde el año 2014.

##### **b) Beneficios Laborales.**

Existe un Régimen Laboral Especial de menores costos para el empleador y con ciertos derechos para el trabajador, que son los siguientes:

- Remuneración Mínima Vital para el trabajador ( Una RMV)
- Jornada de trabajo de 8 horas



- Descanso semanal y en días feriados
- Remuneración por trabajos en sobre tiempo
- Descanso vacacional de 15 días
- Cobertura de Seguridad Social en salud a través del SIS (Seguro Integral de Salud).
- Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios ( con un tope de 90 días de remuneración) (SUNAT, 2014)

#### **2.2.2.5.¿Por qué debe formalizarse una MYPE?**

Las MYPE se han convertido en la mayor fuerza empresarial del país, produciendo artículos de calidad y a buen precio, empleando acerca de un 70% de trabajadores del Apis, ellos han hecho que nuestro país se levante poco a poco ya que muchas MYPE no solo están en el mercado nacional sino que cada vez están más insertadas en el mercado extranjero a través de las exportaciones.

Sin embargo casi 2 millones de MYPE aún se mantiene en la informalidad, esto muy lejos de ser una ventaja para ellos es una amenaza, puesto que al no ser reconocidas por ley, no están protegidas jurídicamente, sus trabajadores no gozan de ningún beneficio, no pueden aprovechar los concursos públicos o compras del estado, no pueden ser subcontratadas por empresas grandes y medianas, ni tampoco tienen la oportunidad de ser reconocidas en el mercado interno y externo, además de estar en constante presión por parte de las autoridades acarreándoles un pago extra por no estar al día en su formalización.

Ante esto el gobierno ha tomado medidas que buscan la formalización de las MYPE, estas medidas se concretan en el TUO (Texto Único Ordenado) de la Ley del impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial, D. Leg. N° 007-2008-TR (modificado por Ley N° 30056) esta Ley promueve el registro de la MYPE que se encuentra en la informalidad en un tiempo de 72 horas a través del REMYPE, siempre y cuando cumplan con las características principales para estar catalogadas como micro, pequeña empresa según el artículo 5° de esta Ley.

#### **2.2.2.6. Alcances de la Formalización**

De acuerdo con el TUO de la Ley del impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial, el Estado fomenta la formalización de estas unidades productivas mediante la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior.

Para que una MYPE pueda cogerse a esta Ley no necesita constituirse como persona jurídica pudiendo ser conducida directamente por sus propietarios persona individual. No obstante, la MYPE podrá adoptar voluntariamente la forma de la empresa de responsabilidad limitada (EIRL) o cualquiera de las formas societarias previstas. Según el autor Bernilla, (2014).

#### **2.2.2.7. En que debe pensar el Microempresario antes de formalizar**

- En la forma de organización
- Tramites que tiene que realizar para constituir su negocio o empresa
- Trámite de inscripción en el Registro Único del contribuyente – Ruc
- Licencias o permisos que se requiere para iniciar alguna actividad económica.
- Costo de realizar este trámite y en qué tiempo.
- Qué tipo de empresa elegir: Persona Natural o persona Jurídica

#### **2.2.2.8. Como Tributa una MYPE**

Persona natural podrás acogerte al Nuevo Régimen Único Simplificado, o al Régimen Especial del Impuesto a la Renta o Régimen General del Impuesto a la Renta. Persona jurídica podrás acogerte al Régimen Especial o al Régimen General del Impuesto a la Renta. Estos regímenes están obligados a pagar el Impuesto General a las Ventas – IGV. El régimen en el que se registre determinará los impuestos a los que estará afecto y las tasas o montos que deberás pagar según sea el caso. En la actualidad existen tres regímenes, según el tipo de negocio e ingresos que tengas: el Régimen General del Impuesto a la Renta, el Régimen Especial del Impuesto a la Renta – RER y el Nuevo Régimen Único Simplificado.

Los impuestos a los negocios tenemos:

- **Impuestos Generala las ventas IGV:** se aplica sobre las transacciones de bienes y servicios. Cada vez que compras o vendes algo, la operación queda grabada con un 18%.

- **Impuesto a la renta IR:** se aplican sobre las utilidades que genera el negocio, todos están afectados a estos impuestos pero varían según el régimen al que se acoja la persona Natural o Jurídica.

#### **2.2.2.9.Como Constituir una MYPE**

Para que tenga validez legal la minuta o acto constitutivo debe acercarte a una notaría en donde se presenta lo siguiente.

- Reserva en los registros públicos del nombre que usara la empresas
- Presentar una copia de DNI y de los socios
- La declaración de voluntades de formar una empresa debe escribirse en una acta simple.
- Indicar el monto de aportes (bienes dinerarios y/o bienes no dinerarios

#### **2.2.2.10. Pasos a seguir para formalizar una MYPE**

- Declaración de voluntades y reserva de nombre
- Inscripción en registro Público de la SUNAR (Mediante las ventanillas de mi empresa se contribuye en la elaboración de la minuta de constitución o acto constitutivo.
- Inscripción en el registro único de contribuyente (RUC) – SUNAT
- Registro de planilla de trabajadores
- Registro Nacional de la MYPE
- Autorizaciones y/o permisos especiales de otros sectores
- Autorización de licencia Municipal.

#### **2.2.2.11. Beneficios de Formalización**

##### **a) Beneficio en lo financiero**

Por ejemplo, el factoring, el acceso al FIDECOM (Fondo de investigación y desarrollo de las MYPE). Además, al inscribirse en el REMIPE la empresa o negocio accede a los beneficios que brinda la Ley MYPE, como el mejor acceso a financiamientos para las MYPE, y cuenta con instrumentos de promoción para tan fin, con el fondo de garantía empresarial (FOGEM), destinados para las exportaciones de la pequeña y mediana empresas.

### **b) Beneficios tributarios**

Se tiene el pago del 1.5 % del impuesto a la renta en el caso del régimen especial de renta (RER) y la simplificación de libros contables en el régimen general y especial.

### **c) Al exportador**

El beneficio básico es que pueden acceder a nuevos clientes, asociarse, conformar consorcios empresariales, contactos comerciales, capacitaciones, etc. Incluso puede usar instrumentos como el exporta fácil y la exportación simplificada.

### **d) Constitución de empresa.**

Se realiza de manera virtual el mismo que se define en 72 horas (3 días). Según (Maguiño,2011).

## **2.3. Sistema de Hipótesis**

Es de tipo descriptiva según el autor Galán (2009) considera que no todas las investigaciones llevan hipótesis según sea su tipo de estudio. La hipótesis indican lo que se busca o trata de probar. No todas las investigaciones plantean hipótesis. El hecho de que formulemos o no hipótesis depende de dos factores esenciales. El enfoque de estudio y el alcance inicial del mismo según lo indica (Hernández, Fernández y Baptista 2006)

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Diseño de la Investigación**

El proyecto de investigación presenta un tipo de investigación descriptivo, describen los fenómenos que se está observando, pero identificando diferentes áreas o dimensiones del problema. Este tipo de investigación busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, así mismo mide o evalúa diversos aspectos dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Describe lo que se investiga. Según (Hernandez, Fernández, & Baptista, 1991).

El proyecto presenta el tipo de nivel de investigación cuantitativo por que la recolección de datos y la presentación de los resultados se han utilizado procedimientos estadísticos e instrumentos de medición. Este tipo de investigación emplea un proceso sistemático y ordenado. Proyecta el trabajo de acuerdo con una estructura lógica de decisiones y con una estrategia que oriente la obtención de respuestas adecuadas a los problemas de indagación propuestos. Según Monje (2011).

No experimental por que se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto natural para posterior a esto ser analizados. Descriptivo de corte transversal por que se recolectaron los datos en un solo momento y en un tiempo único, el propósito fue describir las variables y analizar su incidencia en su contexto dado. Como indica Hernández (1991), la investigación no experimental trata de estudios donde no hace variar en forma intencional las variables

independientes para ver su efecto sobre otras variables, si no que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza, así mismo no se tiene un control directo sobre dichas variables ni se puede influir sobre ellas porque ya sucedieron al igual que sus efectos. Es decir observa los fenómenos tal como se dan en su contexto natural.

### **3.2. Población y muestra**

#### **3.2.1. Población**

La unidad de análisis está dada por las MYPE comerciales del rubro bodegas ubicadas en el mercado de Sullana; por lo tanto es una población finita. Para estudiar las variables se acudió a fuentes primarias de información como son los propietarios(as) y consumidores de las MYPE de estudio. Para la variable competitividad la población es infinita y el estudio estuvo constituido por los clientes el cual se les aplico un cuestionario y para la variable formalización la población es finita, el cual estuvo constituida por propietarios dedicados a la venta de abarrotes se les aplico un cuestionario. Para la variable competitividad se tomara en cuenta: clientes que residan en la ciudad de Sullana, mientras que para la variable formalización se tomara en cuenta propietarios que mantienen sus negocios en el mercado de la provincia de Sullana.



### 3.2.2. Muestra

Según solicitud presentada a la Municipalidad Provincial de Sullana con ticket de expediente N° 029950, Sullana cuenta con un promedio de 150 MYPE dedicadas a la venta de abarrotes las cuales se encuentran ubicadas en el mercado de Sullana, tomando como referencia la información proporcionada, para el presente informe de investigación se tomaron como muestra para la variable formalización 10 MYPE, el cual se les aplico un cuestionario a los propietarios de las MYPE en mención. Para la variable competitividad la población es infinita. Se procedió a calcular la muestra.

Para la variable Formalización se tomó de referencia 31 MYPE, según la fórmula aplicada.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Siendo:

$$Z = 1.96^2 = 3.8416 \text{ (desviación estándar)}$$

$$E = 0.05^2 = 0.0025$$

$$N = 150 \text{ sujetos (población)}$$

$P = 0.5$  (proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio)

$Q = 0.5$  (proporción de individuos que no poseen esa característica)

$$n = 31 \text{ (N° encuestas)}$$

<b>Propietarios</b>	<b>Dirección</b>	<b>Antigüedad Negocio</b>
Chumacero López Bernardo	Mercado de Sullana	20 años
Chuquihuanga Froilán Alberto	Av. Buenos aires. Ca seis	15 años
García Alvarado José Raúl	Mercado de Sullana	25 años
Hilde Zeta Castro	AV. Buenos aires. Ca .seis	10 años
Marcelino Flores olivos	Mercado de Sullana	10 años
María Jiménez Chumacero	Av. Buenos aires. Ca siete	8 años
Paucar Cáceres Eluterio	Av. Buenos aires. Ca tres	30 años
Victoria Neyra Mondragon	Mercado de Sullana	30 años
Villalta Madrid Edwin David	Av. Buenos aires. Ca seis	3 años
Zapata Peña Rodrigo	Mercado de Sullana	9 años
Acaro Valladares Julia del Rosario	Mercado de Sullana	6 años
Valdiviezo Rodríguez Aleyda	Mercado de Sullana	15 años
Panta Flores de Rodríguez Blanca L.	Mercado de Sullana	15 Años
Rodríguez Panta Lourdes	Mercado de Sullana	15 Años
Flores Olivos Marcelino	Av. Buenos aire. TV Jacinto Hernández.	6 años
Aguilar Llcsahuanga Lino	Av. Buenos aire. TV Jacinto Hernández.	5 Años
Bautista Delgado María Dolores	Av. Buenos Aires. Calle Puno	10 años
Carrasco Burgos Justo	Av. Buenos aires. Calle. Dos	12 Años
Burgos Ipanaque Elizabeth	Av. Buenos Aires. Calle Puno	15 Años
Herrera Ron doy Zonia Fabiola	Av. Buenos aires. Calle. Dos	3 Años
Carhuatocto Rivera Dolores	Av. Bueno aires. Calle seis	4 Años
Peña Chumacero Ceferino	Av. Buenos aire. TV Jacinto Hernández.	7 Años
León López Domitila	Av. Buenos aire. TV Jacinto Hernández.	9 ños
Cruz Villegas del Pilar	Mercado de Sullana	3 Años
ValdiviesoValdivieso Addy Lastenia	Mercado de Sullana	5 Años
Castro Alvarado Julio	Mercado de Sullana	6 años
Erazo Montalván Santos	Mercado de Sullana	5 Años
Saavedra Díaz Elena del Socorro	Mercado de Sullana	10 años
Llacsahuanga Granda Lidia	Mercado de Sullana	4 Años
Cruz Ancajima Giovanna Elizabeth	Av. Buenos Aires. Calle Puno	6 años

***Fuente : Propietarios de las MYPE a investigar***

Para la variable competitividad, El cálculo del tamaño de la muestra se aplicó la siguiente formula, ya que es una población infinita cuantitativa.

$$n = \frac{Z^2 S^2}{E^2}$$

Siendo:

$$Z = 1.96$$

$$Z^2 = 3.8416$$

$$E = 0.10$$

$$E_2 = 1$$

$$S =$$

$$S^2 = 15$$

$$Z^2 S^2 = 57.624 / 1 = 57.624$$

$$N = 58$$

### **3.2.3. Criterios de inclusión**

Para las variables en estudio fueron: competitividad encuesta dirigida a los clientes será: hombres y mujeres mayores de 25 años y menores de 29, residentes en la Provincia de Sullana. Para la variable formalización se consideraran los criterios de inclusión: propietarios con más de 6 meses de antigüedad ubicada en el mercado de la Provincia de Sullana

### **3.2.4. Criterios de exclusión**

Para la variable competitividad personas menores de 25 años y no residentes en la provincia de Sullana. Para la variable formalización propietarios de las MYPE comerciales, que no cumplen con un plazo mayor de 06 meses, negocios ambulatorio que no se encuentren en la capacidad de proporcionar información sobre las variables bajo estudio.

### 3.3. Definición y Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Competitividad	La capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socioeconómico en que actúan. (Pérez, 2008).	Capacidad	La dimensión capacidad se medirá a través de los indicadores :recursos y actitudes que tiene un individuo, entidad o institución para desempeñar una determinada tarea	recursos	nominal
				actitudes	Nominal
				desempeño	Nominal
		Ventajas comparativas	La dimensión ventajas comparativas se medirá a través del indicador crecimiento económico. con el instrumento de cuestionario	Crecimiento económico	Nominal
		Entorno socio económico	La dimensión entorno socio económico se evaluará con el indicador , innovación con un instrumento el cuestionario	Innovación	Nominal

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
FORMALIZACIÓN	<p>Formalización es la técnica organizacional de prescribir como, cuando, con qué elementos, quien y en cuanto tiempo debe realizar las tareas. 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. (Ángel, 2013)</p>	Técnica	La dimensión técnica se medirá a través de indicadores: acciones, resultados	acciones	Nominal
				resultados	Nominal
		Elementos	La dimensión elementos se operacionalizará a partir de los indicadores: estructura	Estructura	Nominal
		Tiempo	La dimensión tiempo se medirá a través de los indicadores: espacio y periodo.	espacio	Nominal
				periodo	Nominal
		Comportamientos	La dimensión comportamiento se operacionalizará a partir de los indicadores: manejo conducta y cualidades.	Conducta	Nominal
				Cualidades	Nominal

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

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, utilizada para recabar datos por medio de un instrumento (cuestionario) prediseñado, con la finalidad de conocer el grado de conocimiento que presentan los propietarios y consumidores del rubro bodegas del mercado de Sullana. Sobre la variable competitividad se aplicó un cuestionario de 10 preguntas a los consumidores de dichas MYPE de estudio con la finalidad de conocer la satisfacción y que es lo que influye en el proceso de compra de los productos; así mismo para la variable formalización se aplicó un cuestionario de 10 preguntas a los propietarios con la finalidad de conocer el nivel de conocimiento para realizar la formalización.

### **3.5. Plan de análisis**

El presente proyecto de investigación empleó el programa Microsoft Excel 2013, luego de la recopilación de los datos en las unidades muestrales, se procederá con la tabulación de manera ordenada de acuerdo a cada variable, así mismo se realizará el análisis descriptivo y la interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los clientes y a los propietarios de las MYPE en estudio.

### 3.6. Matriz de consistencia Lógica

Título	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	Variabl e	Definición conceptual	Indicadores	Técnica	Instrumento
Caracterización de la Competitividad y formalización en las MYPE Rubro bodegas del mercado de Sullana .Año 2015	Que Características. tiene la competitividad. y formalización en las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana ,año 2015	Identificar las principales características de la competitividad y formalización en las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015.  Conocer las ventajas competitivas de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015.  Identificar los factores que determinan la competitividad en las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015.  Conocer las ventajas de formalización en las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015.  analizar el grado de conocimiento que tienen los microempresarios respecto a la formalización de las MYPE de Sullana año 2015	La hipótesis indican lo que se busca o trata de probar y se define como explicaciones tentativas del fenómeno investigado, se formula a manera de proposiciones. No todas las investigaciones plantean hipótesis. El hecho de que formulemos o no hipótesis depende de dos factores esenciales. El enfoque de estudio y el alcance inicial del mismo según lo indica (Hernández, Fernández y Baptista 2006).	C o m p e t i t i v i d a d  F o r m a l i z a c i ó n	La capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativa que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socioeconómico en que actúan según Pérez ( 2008)	recursos actitudes desempeño  crecimiento o económico  innovación	Encuesta	C u e s t i o n a r i o
					Es la técnica organizacional de prescribir, como, cuando, que elementos, quien y en cuanto tiempo debe de terminar las tareas. 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	acciones  resultados  estructuras  espacio  periodo  Conducta  cualidades		



### **3.1. Principios Éticos**

El presente trabajo de investigación se ejecutó basándose en principios éticos como: transparencia en la recolección de datos de la población en estudio, autenticidad en la recolección de datos: serán los mismos recolectados de la fuente, énfasis en la autenticidad de los resultados obtenidos, confidencialidad en las respuestas a las encuestas aplicadas tanto a los clientes como a los propietarios de las MYPE en estudio, honestidad al momento de realizar el análisis, veracidad de los resultados y respeto por los derechos de autor: citas.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Resultados

*Tabla .1*

*¿Los productos que adquiere en el mercado son de calidad?*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	26	44
No	32	55
Total	58	100

*Fuente :Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015*

*Tabla .2*

*¿Considera correcto el tiempo de atención para adquirir los productos?*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	15	26
No	43	74
Total	58	100

*Fuente :Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015*

*Tabla .3*

*¿Usted se siente satisfecho con la atención que le brinda el personal?*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	18	31
No	40	69
Total	58	100

*Fuente :Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015*

**Tabla 4**

***¿Usted recibe un valor agregado del producto que adquiere?***

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	20	34
No	38	66
Total	58	100

***Fuente :Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015***

**Tabla 5**

***¿La competitividad de la empresa, garantiza un buen servicio?***

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	40	69
No	18	31
Total	58	100

***Fuente :Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015***

**Tabla.6**

***¿Recomendaría a otras personas a realizar sus compras en estos establecimientos?***

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	36	62
No	22	38
Total	58	100

***Fuente :Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015***

**Tabla 7**

***¿Las MYPE invierten en tecnología(maquinaria, bienes de equipo, ordenadores) Para conseguir ventajas competitivas?***

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	10	17
No	48	83
Total	58	100

***Fuente :Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015***

**Tabla 8**

***¿Cree que la innovación de las MYPE contempla no solo el desarrollo de nuevos productos o servicios, si no también la mejora de los procesos del negocio?***

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	38	66
No	20	34
Total	58	100

***Fuente :Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015***

**Tabla 9**

***¿Usted cree que la competitividad en las MYPE contribuye al crecimiento económico de la provincia de Sullana?***

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	50	86
No	8	14
Total	58	100

***Fuente :Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015***

**Tabla 10**  
*¿Al realizar sus compras en estos establecimientos los propietarios le entregan un comprobante de pago?*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	5	9
No	53	91
Total	58	100

*Fuente :Resultado de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015*

**Tabla 11**  
*¿Cree usted que una empresa formalizada genera más beneficios para el País???*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	31	100
No	0	0
Total	31	100

*Fuente :resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro bodega del mercado de Sullana año 2015*

**Tabla 12**  
*¿Cree usted que la formalización en su empresa es necesario para llevar una buena gestión de calidad en la actividad que se desenvuelve?*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	18	58
No	13	42
Total	31	100

*Fuente :resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015*

**Tabla 13**

*¿Su empresa se encuentra formalizada?*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	12	39
No	19	61
Total	31	100

*Fuente :resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015*

**Tabla 14**

*¿Conoce el procedimiento para formalizar su negocio?*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	12	39
No	19	61
Total	31	100

*Fuente :resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015*

**Tabla 15**

*¿Conoce usted los beneficios de estar formalizados?*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	12	39
No	19	61
Total	31	100

*Fuente :resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015*

**Tabla 16**

***¿Cree que las siguientes causas: Falta de conocimientos, pagar impuestos, falta de tiempo falta de capital de trabajo influyen en la informalidad de las MYPE?***

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	22	71
No	9	29
Total	31	100

***Fuente :resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015***

**Tabla 17**

***¿Su negocio cuenta con licencia Municipal?***

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	12	39
No	19	61
Total	31	100

***Fuente :resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015***

**Tabla 18**

***¿Usted emite boleta de de venta?***

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	12	39
No	19	61
Total	31	100

***Fuente :resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015***

**Tabla 19**

*¿Usted mantiene un control de sus ventas?*

---

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	21	68
No	10	32
Total	31	100

---

*Fuente :resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015*

**Tabla 20**

*¿ Cree Usted que los objetivos de las MYPE es participar en el desarrollo Armónico de las actividades económicas en el País?*

---

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Si	21	68
No	10	32
Total	31	100

---

*Fuente :resultado de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana año 2015*



## 4.2. Análisis de resultados

En la tabla 1, denominada “los productos que adquiere en el mercado son de calidad” se observa que el 100% de los clientes encuestados el 45% respondió que sí son de calidad, mientras el 55% respondió que no. Cabe indicar que la mayoría de los clientes acuden al mercado por la variedad de productos que les pueden ofrecer a bajos costos sin ningún registro de seguridad y saneamiento ambiental, es decir los microempresarios de estas MYPE no se preocupan por brindar productos y servicios de calidad. Tal como lo indica Cárdenas (2010) en los factores que inciden en el éxito de las MYPE de calidad en la producción o prestación de servicios- Diferenciación el cual indica diferenciarse por la calidad, habilidades, cualidades, capacidad de cautivar, se seducir, atender y asombrar a los clientes con los productos y servicios que se les brinda.

En la tabla 2, denominada “considera correcto el tiempo de atención para adquirir los productos” se observa que el 26% considera correcto por que los atienden por orden de llegada mientras el 74% no considera correcto. Esto se debe por bastante afluencia de clientes y poco personal para la atención al cliente, así mismo existen clientes exigentes que no les gusta esperar y requieren el producto de manera inmediata, es por ello que los propietarios de dicha MYPE deben poner mayor énfasis en disminuir los tiempos de espera en proceso de venta.

En la tabla 3, denominada “usted se siente satisfecho con la atención que le brinda el personal”, del 100% de los encuestados el 31% manifiesta que si se encuentra satisfecho, mientras que el 69 % se encuentra insatisfecho. Los propietarios de las MYPE Bajo estudio deben capacitar e incentivar a sus colaboradores con la finalidad que puedan ofrecer un mejor servicio a los clientes .según cárdenas (2010)en uno de los factores de los recursos humanos – capacitación laboral indica que para lograr el éxito competitivo, las MYPE deben establecer mecanismos que permitan atraer candidatos calificados , retener y motivar a los actuales empleados y establecer fórmulas que los ayuden a crecer y desarrollarse dentro de la empresa.

En la tabla 4 denominada “Usted recibe un valor agregado del producto que adquiere”, el 34% manifestó que si recibe por parte de los propietarios el cual es un incentivo que los hacer regresar a comprar en el mismo establecimiento, mientras que el 66 % manifestó que no recibe. Cabe indicar que existen algunos propietarios que motivan a sus clientes ofreciéndoles algo adicional de lo que han adquirido, mientras que otros se dedican a vender solo el producto que les solicita el cliente. Según Jáuregui (2002) en sus principios para desarrollar una empresa exitosa, aprenda a superar el cliente indica que se debe sorprender a los clientes, ya que cuando una persona recibe más de lo que piensa siente satisfacción adicional.

En la tabla 5 denominada “la competitividad de la empresa garantiza un buen servicio” el 69% respondió que sí, indica que si una empresa es altamente competitiva,

le va a generar mayores ingresos y fidelidad de clientes, sin embargo el 31 % respondió que la competitividad no garantiza un buen servicio. Los propietarios de las MYPE deben preocuparse por implementar estrategias que les permita ser más competitivas en el mercado que se encuentran tal como lo indica Martínez (2006) en las estrategias para alcanzar la competitividad.

En la tabla 6, denominada “recomendaría a otras personas a realizar sus compras en estos establecimientos”, del 100 % de las encuestas aplicadas a los clientes de las MYPE sector bodegas el 62 % respondió que si recomendaría los productos, mientras que el 38 % respondió que no recomendaría los productos. Los propietarios de las MYPE deben enfocarse por brindar productos y servicios de calidad para que los clientes puedan recomendar sus establecimientos comerciales.

En la tabla 7 denominada “Las MYPE invierten en tecnología (maquinaria, bienes de equipo, ordenadores ) para conseguir ventajas competitivas”, según los clientes encuestados respondieron que el 17 % si invierte en tecnología a través de medios de comunicación, mientras el 83 % manifestó que no invierte son tradicionales, cabe indicar que la gran parte de las microempresas no utilizan las tecnología moderna para poder ofrecer sus productos y servicios. Tal como se describe en la caracterización del problema de investigación, los microempresarios no están aprovechando los medios de comunicación para poder ofrecer sus productos. Según Cárdenas (2010) En sus factor que determinan la competitividad , Recursos Tecnológicos indica para poder afrontar los abundantes desafíos del entorno y poder adaptarse a las exigencias de los

clientes, las empresas deben examinar cuidadosamente las mejoras que pueden introducir tanto en sus productos, servicios y sus procesos.

En la tabla 8 denominada “Usted cree que la innovación de las MYPE contemplan no solo el desarrollo de nuevos productos o servicios, sino también la mejora de los procesos del negocio” según la encuesta aplicada a los clientes de las MYPE de estudio el 66% manifestó que la innovación contribuye en la mejora del procesos del negocio, mientras el 34% manifestó que no. cabe indicar que los propietarios de las MYPE de estudio deben poner mayor énfasis en la innovación ya que esto le va a permitir desarrollar nuevos productos, servicios o procesos que permitan responder a las necesidades de los clientes, adaptarse a los cambios del entorno. Según Cárdenas (2010).

En la tabla 9 denominada “la competitividad en las MYPE contribuye al crecimiento económico de la Provincia de Sullana “el 86 % respondió que sí es importante la competitividad en las MYPE el cual ayuda al crecimiento económico de la Provincia y del país, para ello los propietarios tienen que ser más competentes en su actividad, generar mayor rentabilidad y el 14 % respondió que la competitividad no genera crecimiento. cabe indicar que los propietarios de las MYPE deben de enfocarse en La formalización y competitividad de las MYPE

En la tabla 10 denominada “Al realizar sus compras en estos establecimientos los propietarios le entregan un comprobante de pago”, del 100% de los encuestados el

9% respondió que si le otorgan comprobantes de pago, mientras el 91% manifestó que no les otorgan ningún comprobante, esto indica que la gran parte de estas MYPE de estudio son informales. Los propietarios de las MYPE deben formalizar sus negocios y así puedan aprovechar los beneficios que recibirán al momento de ser formalizados

En la tabla 11. Denominada “Cree usted que una empresa formalizada genera más ingresos para el País” del 100% de las encuestas aplicadas a los propietarios de las MYPE sector bodegas de la Provincia de Sullana el 100% respondió que sí. Cabe indicar que la formalización es de vital importancia para el crecimiento del País para ello los propietarios deben formalizar sus negocios. La SUNAT (2014) manifiesta que obtendrán muchas ventajas al momento de formalizar su negocio como es: mayores posibilidades de posicionarse en el mercado, no tendrá problemas, legales, puede lograra asociarse con otras empresas para lograr mayor competitividad.

En la tabla 12 denominada “la formalización en su empresa es necesario para llevar una buena gestión de calidad en la actividad que se desenvuelve” se observa que el 58 % de los encuestados consideran que es necesaria la formalización en su empresa, sin embargo el 42% no considera importante la formalización para llevar a cabo una buena gestión de calidad. Cabe indica que la mayorías de los propietarios que se encuentran en el mercado de la provincia de Sullana son informales, estos no tienen las capacitaciones y asesorías de cómo llevar a cabo la formalización de una MYPE, desconocen de los procedimientos, costos y tiempo que requiere esta gestión, que fortalece el que hacer de cualquier empresa en sus respectivas actividades económicas,

tal como lo indica Bernilla (2014), “MYPE oportunidad de crecimiento”, una empresa formalizada se verá beneficiada con la obtención de mayores oportunidades que ofrece el mercado, como son la asociación entre empresas del mismo sector, diversas capacitaciones que brindan las instituciones gubernamentales y no gubernamentales.

En la tabla 13 denominada “su empresa se encuentra formalizada” Según las encuestas aplicadas a los propietarios de las MYPE de estudio el 39% de los empresarios encuestados afirman que sus microempresas (bodegas) se encuentran formalizadas y que trabajan legalmente, y el 61 % aun no regularizan su situación legal de la empresa. Como se puede apreciar la mayoría de MYPES en el mercado de Sullana es informal, y desconocen de las ventajas y beneficios que genera asociarse a esta gestión, así como lo indica Maguiño (2011) “Como constituir una MYPE y administrarla con éxito” – Beneficios de formalizarse, acceder a nuevos clientes, asociarse, conformar consorcios empresariales mejorar el acceso al financiamiento.

En la tabla 14 denominada “conoce el procedimiento para formalizar su negocio” según la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE el 39% respondió que si conoce el procedimiento y los requisitos para formalizar su negocio, sin embargo el 61 % manifestó que desconoce del procedimiento para llevar a cabo la formalización en sus microempresas (bodegas). La desventaja de estos empresarios es la falta de conocimiento, capacitación, concientización y apoyo por parte de la Municipalidad provincial de Sullana, puesto que influye en la recaudación de los impuestos municipales.

En la tabla 15, denominada “Conoce usted los beneficios de estar formalizados” Según la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE El 39% manifestó que si tiene conocimiento con respecto a los beneficios que recibirá si estuviera formalizado, mientras que el 61 % desconoce respecto a esos temas. Los propietarios de dicha MYPE de estudio, desconocen los beneficios que genera la formalización como lo es el uso de los TIC que les ayuda a reducir los costos administrativos, promover mejor sus productos y darles mayor fluidez en todo lo que realicen.

En la tabla 16, denominada “cree que las siguientes causas: falta de conocimientos, pagar impuestos, falta de tiempo, falta de capital de trabajo influyen en la informalidad”, del 100% de los encuestados el 71% respondió que sí, mientras el 29% respondió que no. Se considera que estos factores influyen en la informalidad de las MYPE según la encuesta aplicada a los propietarios. Por ello el Estado debe promover las facilidades para acceder a esta gestión y puedan contribuir al crecimiento del país radicando la informalidad.

En la tabla 17 denominada “Su negocio cuenta con licencia Municipal” del 100% de las encuestas aplicadas a los propietarios de las MYPE sector bodegas el 39% respondió que si cuenta con licencia de funcionamiento mientras que el 61 % manifestó que no cuentan con el permiso municipal. Como se puede observar la creación de la mayoría de estos negocios surgen por la necesidad y manera de autoempleo de abrir su negocio que son conducidas por jefes de hogar los cuales se limitan a realizar

transacciones de compra y venta mas no se proyectan en la continuidad segura de su negocio afianzándose de las ventajas competitivas según Porter. Es por ello que muchos de estos negocios son informales y no cuenta ni siquiera con una licencia Municipal.

En la tabla 18 denominada “Usted emite boleta de venta”, del 100% de las encuestas aplicadas el 39 % respondió que sí emite boletas, mientras el 61% no emite boletas por motivo que son informales y no pagan impuestos.

En la tabla 19 denominada “Mantiene un control de sus ventas”, el 68 % de los propietarios encuestados manifestaron que si realizan un registro de sus ventas el cual les permite llevar un control de sus ingresos y egresos, mientras el 32 % respondió que no tienen un control de sus ventas, el cual no les permite ver la proyección de sus ventas y gastos, asimismo la utilidad obtenida de sus operaciones.

En la tabla 20 denominada “Cree Usted que los objetivos de las MYPE es participar en el desarrollo armonioso de las actividad económicas del país “según la encuesta aplicada a los propietario de las MYPE rubro bodegas del Mercado de la provincia de Sullana el 68 % respondió que las MYPE si contribuyen al desarrollo y crecimiento de las actividades del País, mientras que el 32% respondió que las MYPE no logran participar en las actividades del País. La mayoría de las MYPE se han convertido en la mayor fuerza empresarial del país produciendo artículos de calidad y a buen precio empleando cerca de un 70% de trabajadores del país, ellas han hecho que el país se levante poco a poco, según el autor Bernilla (2014).



## V. CONCLUSIONES

- las ventajas competitivas de la MYPE (innovación de tecnología, lograr ventajas de costo, mejorar las condiciones con los proveedores, ofrecer productos y servicios con tributos apreciados por los clientes). Se demostró que los clientes que acuden a estas MYPE no adquieren productos de calidad, así mismo no invierten en tecnología (maquinaria, bienes de equipos, ordenadores, etc.). Se llegó a la conclusión que la gran parte de las MYPE del rubro bodegas del mercado de Sullana no tienen conocimiento de las ventajas competitivas el cual les va a permitir posicionarse mejor, poder defenderse contra las fuerzas competitivas y mantener fidelizados a su clientes.
- Se identificó uno de los factores que determinan la competitividad de las MYPE del mercado de la provincia de Sullana son: (calidad en la producción y prestación de servicios – diferenciación, recursos humanos – capacitación laboral, cultura, recursos tecnológicos, recursos comerciales, innovación etc.), sin embargo los clientes que acuden a dichas MYPE de estudio se sienten insatisfechos con la atención de personal, así mismo no consideran prudente el tiempo de atención para adquirir los productos. Se concluye que las MYPE estudiadas no cuentan con el personal capacitado y motivado para que puedan otorgar un servicio de calidad y puedan diferenciarse de la competencia.

- Las ventajas de la formalización de las MYPE (beneficios tributarios, beneficios laborales), se demostró que los propietarios desconocen los beneficios de estar formalizados lo cual implica que estas MYPE estudiadas no puedan formalizarse y aportar al crecimiento económico del País.
- De acuerdo con el grado de conocimientos que tienen los Propietarios de las MYPE estudiadas, se demostró que los propietarios no conocen el procedimiento para formalizar sus negocios el cual les impide ser competitivos ante la sociedad.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

30056, L. (2013). *Ley que modifica leyes para facilitar la inversion, impulsar el desarrollo productivo el crecimiento empresarial . Lima*

Angel, S. (2013). *Conceptos Basicos de formalizacion .*

Aráoz, M. (22 de Febrero 2014). *Las MYPE podrán ser constituidas en 3 días con la Nueva ley MYPE.*Diario Gestión .

BRUCE, C. (2013). *Proyecto de ley facilitación del comercio exterior para el desarrollo y competitividad de las Micro y pequeñas empresas. Lima :Congreso de la Republica.*

CARO T, J. (2001). *Algunas Teorías e instrumentos para el análisis de la Competitividad.* Venezuela: IICA.

CHAPMAN, A. (2008). Analisis DOFA Y analisis PEST.

COFIDE. (2014). *MYPE Informales rebasan el 96%.* Piura : La Republica.

COMEX. (2014). *El 85% de loas MYPE en el Perú es informal .* Perú21.

Diaz, D. S. (1997). *La ventaja competitiva.* Madrid. España: Diaz De Santos , S.A.

España, U. (2014). *Como satisfacer las necesidades al consumidor.*

Fernandez, S. E., Montes, P. J., & Vazquez Ordas, C. J. (1997). *La Competitividad de la Empresa. Un enfoque basado en la teoria de recursos*. Universidad de Oviedo.

Jaramillo M., C. (1995). *Competitividad*. Abya Yala.

Johansen, B. O. (1965). *Anatomia de la empresa*. Mexico: Limusa Noriega.

López, O. E. (1999). *El Concepto de Competitividad en el Posicionamiento Tecnológico*. Mexico: Universidad Nacional Autónoma de México.

INEI. (2015). *Informalidad que afecta al 75 % de la PEA*. Lima : Perú 21.

INEI. (2015). *Producto Bruto Interno Trimestral*.

LEY N° 30056. (2013). *Ley que modifica diversas leyes par4a acilitar la inversion ,impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial . Lima .*

MOTTA, R. (s.f.). *En el País hay 2 millones de MYPE informales que no aprovechan el creimiento..* La Republica .

Nolasco Castillo, M. A. (2010- 2011). *Caracterización de la Formalización y la competitividad de las MYPE sector producción rubro panaderias en el distrito de Chimbote*. Universidad Catolica los Angeles de Chimbote : uladech.

Perú , C. (2014). *EL 85% de las MYPE es informal en el Perú* : Perú21.

Porter, M. (2009). *Ser Competitivo*. Barcelona: Deusto.

- Santana, T. (2010). *Innovación y competitividad en la Industria Azucarera de Mexico , Ciudad de Mexico : centro de investigaciones economicas administrativas y sociales .*
- Silva, B. (2013). *En el Pais hay 2 millones de Mype Informales que no aprovechan el crecimiento .* La Republica. Pe .
- Sullana, M. d. (2013). *mas de 8 mil MYPES DINAMIZAN LA ECONOMIA DE SULLANA.* Sullana.
- SUNAT. (2015). Regimen Especial.
- SUNAT. (2015). *Regimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa .*
- . SUNAT. (s.f.).*Regimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa*
- Universia. (2014). *Como satsifacer las necesiades del consumidor.* España.

## VII. ANEXOS

### PRESUPUESTO

(Expresado en nuevos soles)

	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Total</b>	<b>Subtotal</b>	<b>TOTAL</b>
<b>I) Bienes de consumo</b>					<b>208</b>
Lapiceros	2	1.5	3		
Tinta computadora	2	45	90		
USV	1		30		
Cuadernillos	1	5	5		
Empastado	1		40		
Hojas DIN A-4	2	20	40		
<b>II) Servicios</b>					<b>2600</b>
Anillados	3	10	30		
Pasajes	14 días	30	420		
Internet	400	1	400		
Impresiones			50		
Fotocopias			50		
Taller de investigación			1650		
<b>Total</b>					<b>2808</b>


Gráfica de Gantt																
Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Planteamiento del problema	X															
Enunciado del problema		X														
Objetivos de la investigación		X														
Justificación de la investigación			x													
Antecedentes de la investigación				x												
Revisión de la literatura					x											
Bases teóricas						x	x									
Bases conceptuales						x	x									
Hipótesis de investigación							X									
Tipo, nivel y diseño de la investigación								x								
Población y muestra									x							
Referencias bibliográficas										x						
Presupuesto											x					
Diagrama de Gantt											X					
Presentación del proyecto												x				
Elaboración del informe													X	x		
Pre banca															x	
Sustentación																X

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, FÁTIMA BEATRIZ ATCHIF JIMENO identificado con DNI 46745693,  
COLEGIADO EN ADMINISTRACIÓN N° COLEGIATURA: 11991 .:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Questionario, elaborado por Gladiis Acaro Castro, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "Caracterización de la Competitividad y formalización de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana Año 2015", que se encuentra realizando.

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

  
46745693

Sullana, OCTUBRE 2015

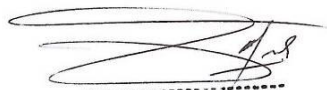


CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Johny martinez Barba identificado con DNI 41203344,  
COLEGIADO EN Administración de empresas CIAD - 14198

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Questionario, elaborado por Gladis Acaro Bastro, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "Caracterización de la Competitividad y formalización de las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana Año 2015", que se encuentra realizando.

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

  
-----  
Johnny Alberto Martinez Barba  
CEL 988283220  
CIAD - 14198.

Sullana, octubre 2015