



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y
FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES DEL SECTOR
SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL DISTRITO DE
UCHIZA, 2017.**

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

AUTOR:

BR. HORACIO MOSQUERA ARÉVALO

ASESOR:

LIC. NILSON ANGULO CACHIQUE

**TINGO MARÍA – PERÚ
2017**

JURADO EVALUADOR

DR. GEIDER GRANDES GARCÍA
PRESIDENTE

MGTR. SERGIO OSWALDO ORTIZ GARCÍA
SECRETARIO

LI. CARLOS RUFINO HIDALGO ISLA
MIEMBRO

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por haberme dado la fuerza
suficiente para continuar con mis estudios y
cumplir con mi objetivo.

A una persona muy especial, a quien amo,
por ser mi soporte, mi motor, por su
paciencia, sus consejos, por estar conmigo en
las buenas y en las malas.

A mis compañeros de la universidad, por su
amistad, compañerismo por compartir
conmigo todos estos años de nuestra carrera
profesional, amistad que perdurará por siempre.

Mi eterno agradecimiento a mi asesor,
Lic. Nilson Angulo Cachique, por su
dedicación, su paciencia y apoyo en el
desarrollo de mi tesis.

DEDICATORIA:

A Dios, Todopoderoso, que me dio la vida,
por ser mi fortaleza, mi guía en los momentos
más difíciles, siempre estar conmigo cuando
más lo necesito.

A mi Madre, por enseñarme el buen
camino practicando los valores y
estar pendiente de mí.

A la Madre de mis hijos también por estar
pendiente de mis errores y darme la fortaleza
en momentos difíciles y A mis hijos, porque
con su cariño y amor me dio aliento y motivó
para culminar la presente tesis.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación es un estudio descriptivo, cuyo objetivo principal es comprobar si la formalización de las MYPES influye en la competitividad del Servicio de Hospedaje en el Distrito de Uchiza Región San Martín en el 2017. La metodología utilizada “Es de carácter descriptivo porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió a información; no experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto”. El tipo y nivel de investigación fue cuantitativo. Los resultados se obtendrán por medio de una encuesta, instrumento compuesto por preguntas con respuestas cerradas. La población del sector hotelero está compuesta por 15 hospedajes, habiéndose encuestado a todos por igual en diferentes momentos.

Las conclusiones más significativas obtenidas de este estudio son que la mayoría de los encuestados tiene de 51 años a más. En su mayoría, de los administradores son de género masculino siendo esto en un 93% y en el grado de instrucción son de educación secundaria o están pendientes de las necesidades de sus clientes. El 100% de los hospedajes son formales en cuanto a los beneficios que creen que obtendrá con la formalización es que 80% es en aumento de las ventas. La formalización aumenta los costos laborales en un 80% dicen que sí, y la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de sus servicios en un 60% mencionan que sí.

Palabra clave: Formalización, Competitividad, MYPES.

ABSTRACT

The present research is a descriptive study, whose primary objective is to check if the formalization of the MYPES affects the competitiveness of the service of lodging in the District of Uchiza San Martín Region in 2017. The methodology used is descriptive in nature because it was limited to describe the variables under study as were observed in the reality at the time it was collected to experimental information; not because it was done without deliberately manipulate the variables, observing them as they were within its context. The type and level of research was quantitative. The results will be obtained by means of a survey instrument composed of closed questions with answers. The population of the hotel sector is composed of 15 lodgings, having surveyed all equally at different times. The most significant conclusions obtained from this study are that the majority of respondents has 51 years more. In most cases, administrators are masculine in gender this being in a 93% and in the degree of instruction are of secondary education or are attentive to the needs of its customers. The 100% of the lodgings are formal in regard to the benefits that they believe that you get with the formalization is that 80% is in increasing sales . The formalization increases labor costs in a 80% say yes, and the formalization contributes to the expansion in the marketing of their services in a 60% mention that if.

Keyword: Formalization, Competitiveness, Mses.

INDICE DE CONTENIDO

Título.....	i
Hoja de firma de jurado evaluador y asesor.....	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Contenido.....	vii
Indice de Tablas y figuras.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	6
III. METODOLOGÍA	28
3.1. Diseño de la investigación.....	28
3.2. Población y muestra	29
3.3. Definición y operacionalización de variables	29
3.4. Técnicas e instrumentos	31
3.5. Plan de análisis	32
3.6. Matriz de consistencia.....	33
IV. RESULTADOS.....	35
4.1. Resultados	35
4.2. Análisis de resultados	38
V. CONCLUSIONES	40
Referencias bibliográficas.....	41
Anexos.....	44

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLAS:

Tabla 1: Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro hospedajes del Distrito de Uchiza, año 2017.....	35
Tabla 2: Características de la Competitividad de las Micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro hospedajes del Distrito de Uchiza, año 2017.....	36
Tabla 3: Características de la Formalización de las Micro y pequeñas empresas, sector servicios – rubro hospedajes del Distrito de Uchiza, año 2017.....	37

FIGURAS:

Figura 1: Edad del representante legal de la empresa.....	50
Figura 2: Género del representante legal de la empresa.....	50
Figura 3: Grado de instrucción del representante legal de la empresa.....	51
Figura 4: ¿Competitividad para el buen desempeño ?.....	51
Figura 5: ¿El vendedor asesora al comprador?.....	52
Figura 6: ¿Entrega del producto al cliente con la menor demora posible?.....	52
Figura 7: ¿Procesan el pago de los clientes de manera rápida?.....	53
Figura 8: ¿Responden a sus consultas o reclamos?.....	53
Figura 9: ¿Su empresa es formal?.....	54
Figura 10: ¿Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa?.....	54
Figura 11: ¿Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial?.....	55
Figura 12: ¿Considera que la formalización aumenta los costos laborales?.....	55
Figura 13: ¿Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio?	56

I. INTRODUCCIÓN.

A partir del avance de desarrollo tecnológico, y la globalización en el mundo, los cambios se han dado aceleradamente en todas las materias, siendo de gran preocupación para un gran sector de propietarios de MYPES, e insertándose en ese medio. A pesar de ello, hay pequeños empresarios que se resisten al cambio quedándose todavía en la informalidad, con una estructura de costos menor en comparación con la economía formal; sin embargo, esto se logra evadiendo impuestos, incumpliendo normas y traspasando costos a los trabajadores (CEPAL, 2014) que puede asociarse con las actividades de subsistencia a causa de la falta de empleo asalariado; cuya descentralización productiva que transfiere parte de la carga productiva de empresas formales a unidades productivas informales más pequeñas; los emprendimientos en proceso de maduración que aún carecen de los elementos de formalidad y; a los nuevos emprendimientos en estado embrionario o incipiente (CEPAL, 2014).

La informalidad se cuenta a partir de la omisión del registro de la actividad en la SUNAT. Así, toda aquella empresa que no tiene RUC es clasificada como “informal”, entonces, la informalidad afecta mayormente a las empresas de menor tamaño, que en su gran mayoría son de subsistencia dedicadas a actividades de servicio o comercio.

Es necesario mencionar que la informalidad no se da únicamente en el ámbito tributario, sino también se presenta en el ámbito laboral. Si bien la empresa puede estar legalmente formada ante los registros públicos y tributar oportunamente, puede registrar en planilla a menos trabajadores del que verdaderamente contrata o eludir las normas que regulan la relación laboral (Díaz, 2014).

Además sintetiza en dos dimensiones la informalidad: laboral y tributaria. En el caso de la primera se distingue varios criterios (rasgos) para identificar las obligaciones propias de una relación laboral como el acceso a un seguro de salud, una pensión de jubilación, gratificaciones y a un contrato de trabajo. En el caso de la segunda, también distingue criterios, como la tenencia de RUC de la empresa, si esta tiene un sistema de contabilidad, y si se encuentra registrada como persona jurídica. Como podemos apreciar la informalidad conduce a una baja competitividad, baja productividad poca rentabilidad, además, dificultad en el acceso al financiamiento, limitadas de capacidad gerencial, limitado acceso a la información, poca responsabilidad social empresarial, poca inversión en el mercado, uso inadecuado de las tecnología, escasas capacidades, etc. Atendiendo a la formalización de las MYPES, observamos que tiene muchos beneficios por decir, no tener ninguna limitación para realizar negocios con otras empresas y competir en el mercado nacional e internacional, en el caso de la persona jurídica, sólo responde frente a obligaciones con terceros por el valor del capital aportado, mayor facilidad para acceder al sistema financiero, participar en compras estatales, asociarse o conformar consorcios empresariales.

Las MYPES formales Según Ley N° 30056, que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y crecimiento empresarial; ubica a las micro, pequeñas y medianas empresas en alguna de las siguientes categorías empresariales establecidas en función de sus niveles de ventas anuales: MYPE Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo en 150 unidades impositivas tributarias (UIT). MYPE Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700 UIT. MYPE Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1,700 UIT y hasta el monto máximo de 2,300 UIT. Por otra parte, el número de RUC puede perder su vigencia en los

siguientes casos: PYME en quiebra o disolución de la empresa. PYME fusión o escisión de la empresa. PYME fallecimiento del contribuyente, si es persona natural. PYME baja temporal, a solicitud del contribuyente por suspensión de actividad. PYME baja de oficio, proceso a través del cual la SUNAT verifica el comportamiento tributario de los contribuyentes inscritos en el RUC.

Atendiendo a las formas y obligaciones que puede tener una organización empresarial o negocio formal (MYPE), podemos clasificarla en dos grupos: Persona Natural con Negocio (Régimen General) y Persona Jurídica. Según sus características del primer grupo, realiza actividades comerciales, industriales o de servicios a título personal, el negocio se identifica con el nombre del propietario, también puede tener un nombre comercial. Ejemplo: "Hotel Restaurant el Rancho" de Horacio Mosquera, no requiere de Minuta ni Escritura Pública, sólo debe obtener el número RUC, ante la SUNAT. Los que están en el segundo grupo o Persona jurídica es una organización que puede ser creada por una persona natural, varias personas naturales o varias personas jurídicas ya existentes, a diferencia de la persona natural, tiene existencia legal pero no tiene existencia física y debe ser representada por una o más personas naturales, no depende de la vida de los que la integran, la empresa es la que responde por las deudas y no los socios.

En Uchiza, existen un gran número de MYPES en los diferentes sectores servicio, Comercio o producción, los cuales algunos son formales pero en su mayoría son informales es decir no están inscritos en la SUNAT, no tienen Ruc, no entregan Boletas ni Facturas, no llevan contabilidad, etc.

En el rubro Hotel, se puede distinguir claramente la diferencia entre los que están formalmente constituidos y los que no. Los negocios informales, al principio tuvieron

considerables utilidades pero con el pasar del tiempo se convirtieron en negocios de baja rentabilidad dado el caso que las habitaciones empezaron a deteriorar, baños, camas, despintado de paredes y hasta la atención con los clientes en su calidad ha disminuido, todo esto por falta de conocimiento o capacitación empezando de los propietarios, mientras que los Hoteles formales es decir los que expiden boletas, facturas, llevan registros contables han crecido estructural y económicamente se puede decir que son competitivos por que no se quedaron en el tiempo los propietarios o dueños están siempre sujetos a los cambios tecnológicos, ambientales, preocupándose siempre por el mejor trato y brindando un servicio de calidad al cliente.

Por lo tanto planteamos el siguiente enunciado del problema:

¿Cuál es la caracterización de la competitividad y la formalización de las MYPES del sector servicio rubro Hospedaje en el Distrito de Uchiza, 2017?

Teniendo como Objetivo General:

Comprobar si la Formalización de las MYPES influye en la competitividad del Servicio de Hospedaje en el Distrito de Uchiza Región San Martín en el 2017. Y los objetivos específicos:

Determinar la formalización de las MYPES en el servicio de Hospedaje del Distrito de Uchiza Región San Martín en el 2017

Determinar la informalización de las MYPES en el servicio de Hospedaje del Distrito de Uchiza Región San Martín en el 2017

Determinar la competitividad de las MYPES en el sector servicio rubro Hotel Distrito de Uchiza Región San Martín en el 2017.

El motivo principal de esta investigación se fundamenta en la necesidad de conocer el estado situacional de las MYPES sector servicio rubro Hospedaje del Distrito de Uchiza

Región San Martín en el 2017, si es que los Inversionistas o Gerentes tienen conocimiento para enfrentar a los cambios que se dan en la Sociedad, siendo el público usuario cada vez más exigente y conedores de servicios de calidad. También será un aporte a las MYPES, en este rubro para, si es necesario establecer estrategias de formalización y capacitación para llegar a ser competitivos.

Se emplearán instrumentos y técnicas de investigación como encuestas, entrevistas, y observación; a los Propietarios o representantes de los Hospedajes en Uchiza. Esta información será validada y procesada estadísticamente y con las inferencias y las pruebas de hipótesis, correspondientes. Asimismo consideramos útil investigar el problema de la informalidad frente a la formalidad de las MYPES en el sector servicio rubro Hospedaje, también servirá de base para realizar otros estudios similares en otros sectores productivos y de servicios y más aun de turismo, ya que Uchiza cuenta con hermosos paisajes, cascadas, cataratas, lagunas y petroglifos que hacen de esta ciudad un lugar atractivo para visitar. En muy poco tiempo, el turismo será una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar el distrito de Uchiza. Cuenta con muchos espacios para el turismo cultural, de aventura, de entretenimiento, de relajación, etc.

II. REVISIÓN DE LITERATURA.

2.1. Antecedentes

Rubio (2010), en su tesis “gestión de calidad y formalización de las MYPES en el Perú” cuyos objetivos de la investigación fue de comprobar que la Gestión de Calidad y formalización, son las ideas prevalecientes entre los administradores de las MYPES del país, justificando el motivo principal de la investigación que se fundamenta en la necesidad de conocer cuál es el modelo de gestión, las ideas principales que en ellos priman y que practican los administradores de las microempresas en el país; a fin que nos permita establecer la idea central que tienen para conducir sus negocios. Es un “*Tipo de Investigación aplicada*” puesto que se caracteriza porque los resultados obtenidos pretenden aplicarse o utilizarse en forma inmediata para resolver alguna situación problemática. Según el diseño de investigación se empleó el esquema de una investigación por objetivos que en sus conclusiones al Benchmarking señala que actualmente las empresas se enfrentan a mercados globales que les presentan retos cada vez más grandes. Uno de los retos principales es el de la competitividad, ya que no sólo se enfrentan a empresas locales, sino que la competencia se da entre empresas de todo el mundo. Para ser cada vez más competitivos las empresas recurren a diversas herramientas que les permitan bajar sus costos, aumentar la calidad de sus productos, etc. Entre estas herramientas o fórmulas se encuentra el Benchmarking del cual define como la estrategia que nos permite identificar las mejores prácticas de negocios entre todas las industrias reconocidas como líderes, que al adaptarlas e implementarlas en nuestra empresa, nos permiten no sólo alcanzar a la competencia directa, sino que nos dan una ventaja competitiva mayor a la de estas. Y es así que concluye debido a los diferentes enfoques o metodologías que se han aplicado en los estudios de Benchmarking, la empresa interesada

en realizar un estudio de este tipo, tendrá que seleccionar el proceso que mejor se acomode de acuerdo a sus recursos y necesidades, identificando aquel procedimiento que mejor se adapte a la compañía o aquel al que la compañía se pueda adaptar mejor y en caso de que una compañía no encuentre un procedimiento que cumpla con sus expectativas dentro de los descritos en este trabajo o en otras publicaciones, dicha empresa deberá tomar lo mejor de los procesos y complementarlo de manera que le sea de utilidad. En general podemos concluir que el estudio de Benchmarking, si es hecho como un proceso constante y se institucionaliza, nos servirá como una herramienta que nos permita mejorar el desempeño de nuestro negocio al permitirnos identificar las mejores prácticas de negocios entre las industrias líderes, de manera que seamos más competitivos y podamos tener éxito en un mercado cambiante y global en el que las empresas tienen que desempeñarse actualmente.

Cárdenas (2010) en su tesis “influencia de la informalidad en la competitividad de la micro y pequeña empresa en la Región Arequipa”, se encuentra dentro del área científica de las ciencias jurídicas-sociales, específicamente del derecho económico. Así mismo la empresa, no tiene un buen nivel de infraestructura adecuada a las exigencias del mercado, pues la mayoría trabaja con instrumentos rudimentarios debido a su escaso nivel de inversión inicial y solo son reparados o reemplazados en casos extremos, a pesar que la mayoría del sector reinvierte sus utilidades, sin embargo estas son únicamente para reemplazar a los insumos consumidos. Asimismo en la presente investigación se ha llegado a demostrar que el nivel de competitividad del sector de la Micro y Pequeña Empresa en la región de Arequipa también es bajo, pues solo tres de los sub-indicadores han dado como resulta un nivel por encima de la nula competitividad, de acuerdo a la

ponderación que se ha establecido en la presente investigación. Esta baja competitividad está directamente relacionado con el alto nivel de informalidad, pues esta última hace que el empresario descuide la competitividad de la empresa, resultando finalmente que la relación entre formalidad y competitividad sea baja. En ese sentido, es urgente mayor intervención del aparato estatal a efectos de revertir este alto grado de informalidad y bajo nivel de competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas en nuestra región Arequipa, que deberá estar expresado en los planes de desarrollo y políticas de estado no solo nacional sino regional, pues ha quedado demostrado que la sola legislación no basta para promover la formalidad y competitividad del sector, sino que es necesario el trabajo directo y más continuidad con los empresarios, para que estos manejen mayor información no solo de su situación sino de las formas y maneras de revertir la misma a fin de llegar a ser competitivas, lo que implica ser formales.

Santander (2013), en su tesis para optar el título de Magíster en Derecho de Empresa con mención en Gestión Empresarial, pontificia universidad católica del Perú en sus conclusiones dice que en el Perú Se mantiene una relación entre el crecimiento de la MYPE y el desarrollo económico del país, a pesar de ello aún no se le ha otorgado el reconocimiento necesario a la capacidad productiva de la MYPE. Organismos Estatales como: el Ministerio de la Producción, la SUNAT, el OSCE, entre otros; dictan y promueven normas y políticas públicas orientadas a la mejora de la competitividad y promoción de acceso a la formalidad para la MYPE, que van desde la implementación de un régimen especial tributario-laboral, asesorías, planes de negocio, programas de gestión, capacitaciones, premios, bonificación y preferencia al contratar con el Estado, y diferentes estrategias. Estas diferentes herramientas no vienen siendo aprovechadas por los empresarios debido a su baja difusión y a que están dispersas en distintas páginas web

que no son comúnmente revisadas por los empresarios. Las normas y políticas públicas dictadas a favor de la formalidad de la MYPE no plantean objetivos a largo plazo y se producen constantes cambios sobre los parámetros para determinar a la MYPE.

Las instituciones y organismos encargados de la promoción y supervisión de la MYPE se trazan objetivos similares por separado, no existiendo una herramienta diseñada para el acceso a la formalidad de la MYPE que fusione los esfuerzos que orientan las diferentes instituciones y organismos del Estado. Plantear una estrategia que actúe coadyuvando a las políticas públicas de acceso a la formalidad de la MYPE, involucra diseñar un plan coherente de acercamiento de la Norma a los empresarios. Una MYPE será formal mientras concurren en ella requisitos como: poseer un RUC vigente, tributar en rentas de tercera categoría, no superar los montos establecidos en ventas, estar dedicado a una actividad económica legal, no transgredir normas laborales y poseer una licencia de funcionamiento. No existen criterios uniformes que determinen la formalidad de una empresa, afectando la condición de los trabajadores dependientes a ellas.

La competitividad empresarial se entiende como la habilidad que posee una empresa de diferenciarse de sus competidores y así conseguir un posicionamiento que garantice su éxito. La propuesta competitiva del Gobierno se ha planteado superar el asistencialismo, por ello el Consejo Nacional de la Competitividad observa metas bien estructuradas que vienen surtiendo efectos. Los programas de mejora de la competitividad dirigidos por particulares poseen resultados satisfactorios de acceso a la formalidad al crear una relación directa con el empresario MYPE, permitiendo así conducir su comportamiento en una costumbre que otorga sostenibilidad a la estrategia competitiva formal; es allí donde no hace énfasis el Gobierno y por tanto sus políticas públicas no generan resultados óptimos.

El manejo de costos, marketing, administración y gestión empresarial, contabilidad y finanzas, derecho, innovación tecnológica y manejo de residuos; son conocimientos necesarios para que el empresario MYPE posea una empresa competitiva. Se agrega a ello el profundo conocimiento de la industria en la que opera, que le permitirá distinguirse de sus competidores. Un empresario que se maneja dentro de las líneas de la formalidad puede ser más competitivo que un empresario informal. En la actualidad, la informalidad representa un modo de ingreso fácil, con bajo margen de ganancia que no puede perdurar en el tiempo. Actuar dentro de la formalidad es una herramienta competitiva en sí.

Plan Estratégico Nacional de Turismo PENTUR 2012 – 2021 *“Consolidando un Turismo Sostenible”* con visión *“Al 2021, el Perú será reconocido a nivel mundial como un destino referente por su oferta multitemática, servicios de excelencia y por su contribución al desarrollo sostenible del país”*. Además como objetivos estratégicos también tenemos que Contribuir a incrementar las divisas generadas por el turismo receptivo de manera descentralizada, contribuir a incrementar el flujo turístico y la generación de ingresos por turismo interno, posicionar el destino Perú a nivel nacional e internacional y la actividad turística como una de las principales actividades económicas del país, impulsar la competitividad del sector, fortaleciendo la articulación pública-privada, promover el desarrollo e interiorización de una cultura turística, fortalecer el capital humano y las buenas prácticas de calidad de los préstamos de servicios, promover la mejora de los niveles de seguridad turística en el destino Perú, fortalecer los procesos de gestión de turismo sostenible, promover el fortalecimiento institucional de las Entidades del Estado y las instituciones encargadas de la gestión de destinos, Impulsar la mejora organizacional y la articulación multisectorial del turismo, Mejorar capacidades

de los Gobiernos Regionales, Gobiernos Locales e instituciones encargadas de la gestión de destinos y consolidar la base estadística y los sistemas informáticos de turismo. El resultado final de los objetivos es lograr que el destino Perú sea competitivo y sostenible.

Daza (2013), *Análisis de la medición de calidad en los servicios hoteleros* señala que el análisis de percepción de calidad en los consumidores de la industria hotelera es un tema que ha interesado mucho al marketing, ya que en este tipo de servicios se considera de alta relevancia el logro de la satisfacción del cliente para concretar nuevas visitas y que de igual forma se consuma otro tipo de productos turísticos; por estas razones, el estudio realizado en Bogotá (Colombia) Julio-Diciembre 2012 tuvo por finalidad revisar algunos conceptos sobre la calidad en el servicio hotelero no solo a nivel teórico sino de estudios empíricos realizados por muchos estudiosos en el tema, encontrándose que existe una amplia variedad de modelos ideados para medir la satisfacción de los clientes y que aún no hay un consenso sobre las variables por analizar en el momento de medir las percepciones de un cliente quien, después de tomar el servicio puede estar satisfecho o insatisfecho. El Autor de acuerdo a sus conclusiones y recomendaciones dice que muchos autores coinciden en que son los clientes de servicios turísticos quienes determinan en mayor medida la implementación o eliminación de productos turísticos del mercado, para lo cual es necesario hacer una mejora en las comunicaciones, el uso de la tecnología y en general, la gestión de los servicios hoteleros.

Brenes (2006) en su ensayo, *Importancia y competitividad del sector Pequeños Hoteles*. Cuyo objetivo es analizar el desarrollo del turismo en Costa Rica y la importancia de los pequeños hoteles, con el fin de identificar estrategias de marketing

que favorezcan la competitividad del sector, justificándose de esta manera el estudio, por la iniciativa de individuos o familias que, por lo general, desconocen de estrategias y técnicas de marketing adecuadas que les permitan ofrecer un producto competitivo en el nivel internacional. Además ha sido diseñado teniendo en cuenta la investigación de tipo exploratorio con un enfoque cualitativo, mediante las cuales se pretende analizar el panorama del tema de estudio, concluyendo que las PYMES cuentan con una plataforma de apoyo, tanto nacional como internacional, para el fortalecimiento, capacitación y desarrollo del sector, así como para la creación de iniciativas empresariales, tanto en el área metropolitana como en las zonas rurales, lo que representan una importante fortaleza que debe ser aprovechada por profesionales y organizaciones comunales que deseen incursionar en este tipo de negocios, de manera que se contribuya a combatir la pobreza. Los pequeños hoteles contribuyen de manera importante con el desarrollo turístico del país por lo que las acciones en pro de lograr competitividad del sector es un reto que deben emprender, tanto los propietarios, las comunidades receptoras, como las autoridades del gobierno. La calidad del servicio es fundamental para el éxito de las empresas de hospedaje, tanto la calidad técnica como la funcional; esta última es trascendental puesto que depende de las personas que laboran en la empresa prestando el servicio e interactuando directamente con el cliente. Las estrategias de marketing en las empresas de hospedaje se plantean en función del cliente y, para ello, debe invertirse en conocimiento; es decir, saber qué quiere el cliente, qué espera y cómo percibe el servicio. Las estrategias de promoción y la creación de la imagen son fundamentales para el éxito y la competitividad de los pequeños hoteles, puesto que crean las expectativas del cliente; asimismo, las relaciones públicas que permiten establecer el vínculo con los públicos externos de la empresa. Los pequeños hoteles de Costa Rica y de Centroamérica actualmente se encuentran apoyados por el Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de Centroamérica, un

proyecto de la Organización de Estados Americanos (OEA), la Agencia Interamericana para la Cooperación y el Desarrollo.

Entre las ventajas comparativas que deben alcanzar, sostener y mejorar las empresas de hospedaje se destacan las mejoras tecnológicas, las cuales permiten conexión con el mundo globalizado, el mejoramiento de las funciones administrativas, el establecimiento de estándares de calidad en los procesos , pero sobre todo, el factor clave de éxito para la competitividad es la satisfacción del cliente mediante un servicio de calidad donde la calidad funcional depende de las personas, es decir, es la suma de los esfuerzos de cada persona que presta el servicio.

Cristian (2012), en la *Revista Electrónica CECIET* escribe “Gestión del Conocimiento, para una Mayor Competitividad” según las conclusiones declara que las pymes, por sus características, tienen una gran capacidad de generar empleo, representando en la región latinoamericana más del noventa por ciento de la composición empresarial, generando un fuerte impacto en la economía. Estas empresas, en su mayoría de carácter familiar, presentan cierta vulnerabilidad, tanto por aspectos internos de su organización y gestión, como por aspectos externos del contexto en que se desenvuelven.

La mayoría de los estudios y abordajes de las problemáticas hasta ahora estuvieron concentrados principalmente en aspectos de financiamiento, recursos humanos, tecnología e información, no incluyendo cuestiones referidas a la gestión del conocimiento.

La mayor parte de las empresas turísticas están en la condición de pymes, y poseen las ventajas y desventajas de las pymes en general, y últimamente se les ha presentado la

necesidad de adaptarse a las nuevas exigencias de un mercado caracterizado por clientes cada vez más exigentes, producto de la globalización.

En argentina, a su vez, más del 90% de las empresas hoteleras son pymes, y de carácter familiar, a cargo de empresarios que por lo general poseen una visión un tanto cortoplacista y un estilo de gestión enfocado principalmente en resultados financieros, que desestiman en su mayoría aspectos claves para lograr la competitividad, como es la organización y gestión del capital intelectual.

En la actualidad, la gestión del conocimiento se presenta como una estrategia para lograr mejorar la competencia combinando recursos con capacidades, y es aquí que el modelo THER (tecnológico, humano, estructural y relacional) aparece como respuesta a la necesidad de gestionar el capital intelectual en la empresa hotelera, que se orienta a que los empresarios puedan acercarse al valor de sus activos intangibles y a gestionar en forma eficiente a los mismos, ya que permite medir la evaluación y gestión del capital intelectual a lo largo del tiempo y poder tomar decisiones estratégicas más acertadas, dejando de lado la toma de decisiones basadas en la intuición.

La necesidad de convencimiento y compromiso de los gerentes de los establecimientos, es fundamental para la aplicación de este modelo en las pymes hoteleras, además de una fuerte articulación entre el sector público y privado.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación

La competitividad

La competitividad “es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores”. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país. .(Anzil, 2008).

Por ejemplo, una empresa será muy competitiva si es capaz de obtener una rentabilidad elevada debido a que utiliza técnicas de producción más eficientes que las de sus competidores, que le permiten obtener ya sea más cantidad y/o calidad de productos o servicios, o tener costos de producción menores por unidad de producto.

Competitividad en Precios o en Otros Factores

Una empresa es **competitiva en precios** cuando tiene la capacidad de ofrecer sus productos a un precio que le permite cubrir los costos de producción y obtener un rendimiento sobre el capital invertido. Sin embargo, en ciertos mercados los precios de productos que compiten entre sí puede variar, y una empresa puede tener la capacidad de colocar un producto a un precio mayor que la competencia debido a factores distintos del precio, como la calidad, la imagen, o la logística. En estos tipos de mercados, si la empresa puede colocar sus productos y obtener una rentabilidad, la empresa es **competitiva en otros factores**. La competitividad en precios es importante en mercados de bienes y servicios estandarizados, mientras que la competitividad en otros factores es importante en mercados de servicios y servicios que pueden ser diferenciados por aspectos como la calidad.

Ventajas Comparativas y Ventajas Competitivas

Las ventajas son los elementos que permiten tener mayor productividad en relación a los competidores. Las ventajas se pueden clasificar en **ventajas comparativas** y ventajas competitivas. Las ventajas comparativas surgen de la posibilidad de obtener con menores costos ciertos insumos, como recursos naturales, mano de obra o energía. Las **ventajas competitivas** se basan en la tecnología de producción, en los conocimientos y capacidades humanas. Las ventajas competitivas se crean mediante la inversión en recursos humanos y tecnología, y en la elección de tecnologías, mercados y productos.

Definición de Competitividad Internacional

Esta definición se refiere al análisis de la competitividad económica internacional de un país o región económica. Análogamente al concepto de competitividad aplicado a una empresa, la competitividad de un país se refiere a su capacidad de vender productos o servicios en el mercado internacional, en relación a los otros competidores en el mercado. La competitividad de un país estaría determinada por la suma de la competitividad de las firmas de ese país.

Los conceptos de ventajas comparativas y ventajas competitivas mencionados arriba también se aplican al caso de un país.

El estudio de los factores que determinan la competitividad nacional es importante debido a que el estado puede influir en la misma mediante su política económica

Básicamente existen tres enfoques para en análisis de la competitividad: el enfoque tradicional, el enfoque estructural y nuevos enfoques.

Enfoque Tradicional

El enfoque tradicional de la competitividad “se basa en los costos laborales y el tipo de cambio”. Estos dos factores determinarían los precios de los productos de un país en el mercado internacional, en relación a los precios de los productos de países extranjeros. Este enfoque lleva a otorgarle importancia a las devaluaciones y a orientar la política económica en la reducción de costos. Este enfoque tendría mayor validez en mercados de productos con alta elasticidad precio.

Enfoque Estructural

Considera a la tecnología como endógena y crucial para determinar las ventajas comparativas dinámicas. Se desprende de este enfoque que se deben concentrar esfuerzos en el aumento de la productividad y la incorporación y desarrollo de tecnología, lo que no siempre se logra mediante la disminución de costos o las devaluaciones.

Otros conceptos

Otros conceptos se basan en las condiciones que existen en la economía. Es decir, una nación será más competitiva si su entorno incentiva a lograr una mayor creación de valor, por ejemplo, mediante innovaciones.

Competitividad versus Competencia

El bienestar de una nación no depende exclusivamente de su competitividad internacional, más bien de la productividad de sus empresas en los sectores transables y no transables (entre otros factores). Por lo que una política económica que se focalice en el concepto de

competitividad internacional puede ser errónea si descuida otros factores. Las naciones están en una relación de cooperación más que de competencia.(Anzil, 2008).

Teoría de la formalización:

La Organización Internacional del Trabajo señala que el término economía informal hace referencia al conjunto de actividades económicas desarrolladas por los trabajadores y las unidades económicas que ,tanto en la legislación como en la práctica, están insuficientemente contempladas por sistemas formales o no lo están en absoluto. **(Zamora,2011).**

El estado promueve la creación de riqueza, la libertad de trabajo y de empresa pero aun la legislación resulta insuficiente, la formalización de las Micro y Pequeñas Empresas es un tema que debe ser abordado tanto por el Gobierno Central, Regional y Local como por los entidades privadas, el sistema financiero, las grandes empresas y Colegios Profesionales para su promoción y desarrollo, ya que las MYPES en la actualidad forman parte de la economía del país. **(Luna, 2008).**

La formalización no es un concepto neutro. En realidad, el grado hasta el cual está formalizada una organización es un indicador de las perspectivas de quienes toman decisiones en ella respecto de los miembros de la misma. Las reglas y procedimientos diseñados para mejorar las contingencias que enfrentan las organizaciones, forman parte de lo que se llama formalización. **(Vega,2010).**

Ventajas de la Formalización

Porque te conviertes en un empresario responsable con tus clientes, trabajadores, familia y país.

Porque te permite acceder a créditos en el sistema financiero formal.

Porque puedes participar en concursos públicos para ser proveedor de bienes o servicios al Estado.

Porque puedes diseñar, fabricar y comercializar tus propios productos (marca registrada, patentes, diseños industriales)

Porque te abre las puertas al TLC permitiéndote exportar tus productos.

Porque te permite tener más clientes y vender más. **(Escalantes, 2009)**

Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa

La presente ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.

Cuando en esta ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante de tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas. **(SUNAT. 2012).**

El estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPES y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacional, Regionales y Locales; y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y

articulación productiva y comercial de las MYPES estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenible. (Mendivil,2006).

Normas legales

Ley N° 28015 .(2003) (Ley de Promoción y Formalización de la Micro y pequeña Empresa) - Publicado el 3 de junio del 2003

Decreto Supremo N° 009-2003-TR (Aprueban Reglamento de la ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeñas Empresa) - Publicado el 09 de septiembre del 2003. (SUNAT,2003).

Decreto Legislativo N° 1086 (Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente) - Publicado el 28 de junio del 2008.(SUNAT,2008)

Decreto Supremo N° 007-2008-TR (Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE) - Publicad el 30 de septiembre de 2008. (SUNAT,2008)

Decreto Supremo N° 008-2008-TR (Reglamento del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente - Reglamento de la ley MYPE) - Publicado el 30 de septiembre de 2008. (SUNAT,2008)

Resolución de Superintendencia N° 187-2008/SUNAT (Aprueban la forma y condiciones para solicitar la amnistía de seguridad social)- Publicado el 25 de Octubre de 2008.(SUNAT,2008).

Nueva ley MYPES

La norma anterior que regulaba los derechos de las MYPES solo contemplaba el derecho de los trabajadores a gozar de 15 días de vacaciones al año, pero ahora, con la nueva legislación, se reconocen CTS, Gratificaciones y derecho al sueldo mínimo.

El régimen especial reconoce derechos laborales básicos como: la jornada de 8 horas diarias, descanso semanal de 24 horas, 15 días de vacaciones, 15 días de CTS por año, dos gratificaciones de medio sueldo por año, derecho a la remuneración mínima.

Además, la indemnización por despido injustificado de 10 remuneraciones diarias por año para la MYPES y de 20 remuneraciones diarias por año para la pyme, derecho a la seguridad social y pensiones, sindicación y negociación colectiva de ser el caso.

La norma solo se aplicarán a los nuevos trabajadores que sean contratados a partir de la vigencia del D. Leg 1086 (luego de aprobado el reglamento en un plazo de 60 días).

Los trabajadores antiguos bajo el régimen general, conservarán los derechos que por ley les corresponde, inclusive, se establecen “candados” para evitar el recorte de estos derechos, al haberse fijado multas e indemnizaciones ante incumplimientos.

Incluso, quienes falseen información o dividan sus unidades empresariales para acceder a este régimen especial serán sancionadas e inhabilitadas de contratar con el Estado hasta por dos años.

2.3 Marco Conceptual

Competitividad. Para Michael Porter, el primero en estructurar y sistematizar un cuerpo teórico en torno al concepto de competitividad, esta consiste en: “La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad. (Porter, 1990). A pesar de que, como se advierte en la anterior definición, Porter incluye como un elemento importante de la competitividad el factor humano, comúnmente, al abordar este concepto, se omite la necesidad de lograr de manera concomitante la elevación del nivel de vida de la población, elemento que constituye uno de los pilares de la productividad y consecuentemente, de la competitividad. En este sentido afirma: “La productividad es, a la larga, el determinante primordial del nivel de vida de un país y del ingreso nacional por habitante”. (CEPAL, 1996)

Formalización.

La formalización representa el uso de normas en una organización y aparece naturalmente cuando las organizaciones crecen, sea por el estilo de gestión o por condiciones de su entorno, es una técnica organizacional de prescribir como, cuando y quien debe realizar las tareas.

La formalización, es el proceso de decir cómo, quien, y cuando deben realizarse las tareas en la organización. Generalmente al formalizar se integra unos sistemas de recompensas y castigos a los miembros de la organización, que si bien está dirigida a los empleados, puede volverse un arma de doble filo para los administradores, gerentes y directivos de la organización. Cuando los recursos se distribuyan de acuerdo con normas básicas más o menos permanentes en el tiempo, aparecerán reglas de distribución de los recursos. La

formalización es una variable que puede ir desde el extremo mínimo de ella, que es la innovación; hasta el límite máximo, tendiente a la burocracia. La formalización logró durante mucho tiempo hacer de la organización un sistema coordinado y controlado, que presentaba una alta eficiencia y una simplificada forma de trabajo y de desarrollo de las actividades. Sin embargo, los mercados globalizados actuales, y el mundo cambiante e inestable, exigen a las organizaciones mayor flexibilidad y adaptación, lo que hace que la formalización, deba ser urgentemente reemplazada (o por lo menos en forma gradual), por procesos como la innovación, que permitan a las organizaciones ser competitivas en un mundo de turbulencias y situaciones insospechadas.

MYPES.

Según la ley de promoción y formalización de la Micro y Pequeña Empresa (ley 28015), debido a su mejor aplicabilidad a nuestra realidad peruana. Según el Art.2 de la ley 28015 (2003) la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, comercialización de bienes o prestación de servicios. Por otra parte Villafuerte, María del Rosario (2009) nos dice que la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente.

Balbuena, Joel (2009) Nos dice que a las Micro y Pequeñas Empresas se las puede definir en MYPES de Acumulación, que son las tienen la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo

remunerado. Además las MYPES de subsistencia son aquellas unidades económicas sin capacidad de generar utilidades, en detrimento de su capital, dedicándose a actividades que no requieren de transformación substancial de material eso deben realizar dicha transformación con tecnología rudimentaria. Estas empresas proveen un “flujo de caja vital”, pero no inciden de modo significativo en la creación de empleo adicional remunerado. También tenemos las MYPES de nuevos Emprendimientos que se entienden como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una “opción superior de niveles de subsistencia, inestabilidad económica y la casi nula generación de excedentes”. Este sector es mayoritariamente informal.

Hoteles. Siendo la hotelería uno de los principales servicios que se ofrecen en la industria turística, es conveniente estudiar algunos conceptos relacionados con este término:

Gerald Lattin (2009), en su libro *Administración Moderna de Hoteles y Moteles*, señala que Webster define hotel como: "Un edificio o una institución que proporciona alojamiento, comidas y servicios al público".

Según Francisco de la Torre (2009), un hotel es: "Es una institución de carácter público que ofrece al viajero alojamiento, alimentos y bebidas, así como entretenimiento, la cual opera con la finalidad de obtener utilidades".

Según Luis Barragán (2005) la definición de hotel es: "Lugar que proporciona alimentación y hospedaje, un lugar de entretenimiento para el viajero, un edificio público, una institución de servicio doméstico, operado bajo una fase para obtener utilidades".

Según Luis Di Muro Pérez (2012), un hotel se define como: "Un establecimiento de carácter público, destinado a dar una serie de servicios, alojamiento, alimentos, bebidas y entretenimiento; que persigue tres grandes objetivos: ser fuente de ingresos, ser fuente de empleos y dar servicio a la comunidad"

Un hotel además de proporcionar servicios de alojamiento, alimentos, bebidas y otros, también busca obtener una ganancia, como todo negocio, a través de la promoción y prestación de sus servicios, generando una expectativa desde el mismo momento en que un turista o viajero los contrata y adquiriendo el compromiso de hacerlas realidad, apoyándose de todo un equipo de colaboradores que forman parte de la operación del hotel para lograr que la experiencia (que es lo único que se lleva el cliente cuando regresa a su lugar de origen) sea única.

III. METODOLOGÍA

En este capítulo se detallan minuciosamente cada uno de los aspectos relacionados con la metodología que fue seleccionada para desarrollar el estudio, se expuso de forma precisa el tipo de datos que se requiere indagar para el logro de los objetivos de la investigación, así como la descripción de los distintos métodos y las técnicas que posibilitaron obtener la información necesaria.

La metodología representa la manera de organizar el proceso de la investigación, de controlar los resultados y de presentar posibles soluciones al problema que nos llevara a la toma de decisiones, es parte del análisis y la crítica de los métodos de investigación. (Zorrilla & Torres 1992).

3.1. Diseño de la investigación

No experimental

“La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observando tal como se mostraron dentro de su contexto.”

Descriptivo

“ La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se cogió la información.”

M  O

Dónde:

M = Muestra conformada por las MYPES encuestadas.

O =Observación de las variables: Competitividad y Formalización.

3.2 Población y muestra

3.2.1. Población y muestra

Población:

La población en estudio está conformada por los propietarios de las MYPES del sector servicio rubro Hostales de la ciudad de Uchiza en un total de 15 MYPES

Muestra

La muestra estará conformada por la población del distrito de Uchiza que representa 15 Hostales de la población en estudio.

3.2.2. Criterios de inclusión

Propietarios de la Zona urbana de la ciudad de Uchiza.

Aquéllos que estén presentes en todas las encuestas realizadas.

3.2.3. Criterio de exclusión

No se consideró propietarios de las zonas rurales.

3.3. Definición y operacionalización de las variables y los indicadores.

Competitividad: La competitividad “es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores.” La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país. (Anzil, 2008).

Formalización: La Organización Internacional del Trabajo señala que el termino economía informal hace referencia al conjunto de actividades económicas desarrolladas por

los trabajadores y las unidades económicas que ,tanto en la legislación como en la práctica, están insuficientemente contempladas por sistemas formales o no lo están en absoluto. **(Zamora,2011).**

3.4. Operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
<p>Perfil de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPES</p>	<p>Algunas características de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPES.</p>	Edad	<p>Razón: <input type="checkbox"/> Años.</p>
		Estado Civil	<p>Nominal: <input type="checkbox"/> Soltero. <input type="checkbox"/> Casado. <input type="checkbox"/> Conviviente.</p>
		Grado de Instrucción	<p>Nominal: <input type="checkbox"/> Primaria. <input type="checkbox"/> Secundaria. <input type="checkbox"/> Superior no universitario <input type="checkbox"/> Superior universitario.</p>
		Cargo que desempeña en la empresa	<p>Nominal: <input type="checkbox"/> Dueño. <input type="checkbox"/> Administrador <input type="checkbox"/> Representante legal.</p>
<p>Perfil de las MYPES</p>	<p>Algunas características de las MYPES.</p>	Años de permanencia en la actividad y el rubro	<p>Razón: <input type="checkbox"/> 1 – 2 años. <input type="checkbox"/> 2 – 3 años. <input type="checkbox"/> 3 – a más años.</p>
		Estructura de la empresa	<p>Nominal: <input type="checkbox"/> Formal. <input type="checkbox"/> Informal.</p>
		N° de trabajadores en la empresa	<p>Razón: <input type="checkbox"/> De 1 – 5 trabajadores. <input type="checkbox"/> De 6 a más</p>

			trabajadores.
Competitividad de las MYPES	Algunas características de la competitividad de las MYPES	Conocimiento del término competitividad	Nominal: <input type="checkbox"/> Sí. <input type="checkbox"/> No.
		Empresa Competitiva	Nominal: <input type="checkbox"/> Sí. <input type="checkbox"/> No.
		Potencial competitivo de la empresa	Nominal <input type="checkbox"/> Precio. <input type="checkbox"/> Calidad. <input type="checkbox"/> Atención al cliente. <input type="checkbox"/> Otros.
Formalización de las MYPES.	Algunas características de la forma Algunas características de la formalización de las MYPES.	Conocimiento del término formalización	Likert
		Empresa Formal	Likert
		Potencial de formalización de la empresa	Likert

3.5. Técnicas e instrumentos.

La información que se obtuvo fue a través de técnicas observacionales y se empleó instrumentos como el software estadístico para el ordenamiento de datos y cruce de variables (SPSS versión 19). Las técnicas empleadas son: Observación, Encuesta.

Las cuáles fueron realizadas a la muestra de MYPES de la ciudad de Uchiza en el año 2017.

De recolección de Datos:

Observación:

Es una técnica que nos permite mirar u observar de manera atenta el comportamiento de los objetos y/o fenómenos de un determinado problema.

Encuesta:

Esta técnica se puede aplicar a muchos individuos de forma simultánea, además se requiere de un tiempo prudencial donde se permita responder con mesura las interrogantes planteadas.

Plan de análisis de datos

El procesamiento, implica un tratamiento luego de haber tabulado los datos obtenidos de la aplicación de los instrumentos, a los sujetos del estudio, con la finalidad de apreciar el comportamiento de las variables. Para el análisis de los datos se empleó las técnicas estadísticas descriptivas como la media y desviación estándar de las puntuaciones obtenidas en la evaluación del propietario de las MYPES. También se elaboraron tablas de distribución de frecuencias y gráficos circulares y de barras para cada una de las variables en estudio.

3.6. Matriz de consistencia de caracterización de la gestión de calidad y la Formalización de las MYPES.

Título de tesis	Enunciado del problema	Objetivos	Tipo y nivel de la investigación	Universo o Población	Variables
<p>“Caracterización de la competitividad y formalización de las MYPES del sector servicio rubro hospedajes en el distrito de Uchiza, 2017”</p>	<p>¿Cuáles es la caracterización de la competitividad y la formalización de las MYPES del sector servicio rubro Hospedaje en el Distrito de Uchiza, 2017?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Comprobar si la Formalización de las MYPES influye en la competitividad del Servicio de Hospedaje en el Distrito de Uchiza Región San Martín en el 2017.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Determinar la formalización de las MYPES en el servicio de Hospedaje del Distrito de Uchiza Región San Martín en el 2017</p> <p>Determinar la informalización de las MYPES en el servicio de Hospedaje del Distrito de Uchiza Región San Martín en el 2017</p>	<p>No experimental: La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto. Descriptivo: La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información.</p>	<p>La población e estudio está conformada por los propietarios de las MYPES del sector servicio rubro hospedajes de la ciudad de Uchiza que suma un total de 15 MYPES</p>	<p>Competitividad</p> <p>Formalización</p>

		Determinar la competitividad de las MYPES en el sector servicio rubro Hotel Distrito de Uchiza Región San Martín en el 2017.			
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

Tabla 1. Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro hostales en el distrito de Uchiza, año 2017.

Datos generales:	Número de representantes	Porcentaje
Edad		
20 a 35 años	0	0,0
36 a 50 años	2	13,3
De 51 años a más	13	86,7
Total	15	100,0
Género		
Masculino	14	93,3
Femenino	1	6,7
Total	15	100,0
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0,0
Primaria	2	13,3
Secundaria	10	66,7
Instituto	1	6,7
Universitaria	2	13,3
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas sector servicios – rubro Hostales del distrito de Uchiza, año 2017.

Tabla 2. De la Competitividad MYPES del Sector servicios – rubro Hostales del distrito de Uchiza, año 2017.

De la competitividad:	Número de MYPES	Porcentaje
Competitividad para el buen desempeño: Aprueba		
Sí	7	46,7
No	8	53,3
Total	15	100,0
El vendedor asesora al comprador		
Sí	10	66,7
No	5	33,3
Total	15	100,0
Entrega del producto al cliente con la menos demora posible		
Mayor frecuencia	10	66,7
Menor frecuencia	2	13,3
Poca frecuencia	3	20,0
Total	15	100,0
Procesan el pago de los clientes de manera rapida		
Sí	14	93,3
No	1	6,7
Total	15	100,0
Responden a sus consultas o reclamos		
Mayor frecuencia	14	93,3
Menor frecuencia	1	6,7
Poca frecuencia	0	0,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas sector servicios – rubro hostales del distrito de Uchiza , año 2017.

Tabla 3: De la Formalización: MYPES del Sector servicio – rubro hostales del distrito Uchiza , año 2017.

De la Formalización:	Número de MYPES	Porcentaje
Su empresa es formal		
Sí	15	100,0
No	0	0,0
Total	15	100,0
¿Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización?		
Aumento de las ventas	12	80,0
Acceso al crédito	2	13,3
Participación en licitaciones publicas	1	6,7
Total	15	100,0
¿Has recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas?		
Sí	2	13,3
No	13	86,7
Total	15	100,0
¿Considera que la formalización aumenta los costos laborales?		
Sí	12	80,0
No	3	20,0
Total	15	100,0
¿Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio?		
Sí	9	60,0
No	4	26,7
A veces	2	13,3
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas sector servicios – rubro hostales del distrito Uchiza, año 2017.

4.2. Análisis de los resultados

Características (Tabla 1) Lo que caracteriza a una MYPE Formal, es que tiene a la ley como garantía, estar sujeto a crédito, aumentar las ventas, se pueden firmar contratos con Personas Jurídicas, personas Naturales o cualquier tipo de Organizaciones, con respecto a los datos proporcionados por los representantes de las Micro y pequeñas Empresas de los Hospedajes del Distrito de Uchiza, según las encuestas realizadas, indicadas en la tabla mencionada podemos afirmar que el 86.7% de Propietarios de las PYMES, en este Rubro (Hospedaje) tiene más de 51 años, también podemos afirmar que el 93.3% son varones, el grado de instrucción con secundaria completa tenemos el 66.7%, también podemos observar que casi el 100% son propietarios.

Competitividad (tabla 2): La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país. (Anzil, 2008). si pensamos en competitividad de inmediato estamos pensando en competencia es decir ser mejor que otros o mejor dicho mejor que todos, estar a la altura de los cambios Tecnológicos, Infraestructura, diferentes técnicas de Marketing, etc. Las Micro y Pequeña Empresa en Uchiza, no cuentan con un plan estratégico, con el 53,3% no aprueban la competitividad ,pero si procesan el pago de los clientes de manera rápida siendo esto en 93,3%

Formalización (Tabla 3) : La formalización “representa la existencia de normas en una organización”. Su cumplimiento u observancia es una medida de su empleo. De todas maneras si existen normas es para cumplirlas y si no se cumplen deberían modificarse o eliminarse, de lo contrario se genera una ambigüedad inconveniente para la organización y para el trabajador. 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. (Gonzalez , s.f). La formalización representa el uso de normas en una organización y aparece naturalmente cuando las organizaciones crecen, sea por el estilo de gestión o por condiciones de su entorno, es una técnica organizacional de prescribir como, cuando y quien debe realizar las tareas. Según los datos proporcionados por la encuesta, podemos mencionar que las MYPES en Uchiza en este rubro, el 100% de MYPES son formales es decir emiten factura y boletas , llevan los registro contables, pagan todos los beneficios a los trabajadores de acuerdo a ley, pero no recibieron asesoría por Las instituciones públicas ni privadas siendo esto 86,7%

V.CONCLUSIONES

El Rubro de Hospedaje en el Distrito de Uchiza, Provincia de Tocache Región San Martín, no están a la altura de un público exigente debido a muchos factores, entre ellas no hay presencia del Estado con respecto a la categorización, inspecciones, reglamentación y otras normas que coadyuven a lograr ser competitivos las MYPES en esta parte del País ya que contamos con muchos atractivos turísticos.

Las edades de los propietarios es de 51 años a mas, también podemos afirmar que el casi en su totalidad son varones, el grado de instrucción en su mayoría es de secundaria completa, además casi en su totalidad son propietarios que en muchos años lograron construir.

En su mayoría no aprueban la competitividad para el buen desempeño y en su gran mayoría el vendedor asesora al comprador y casi en su totalidad responden a sus consultas o reclamos.

Así mismo, podemos mencionar que las MYPES en Uchiza del rubro hospedaje, el 100% son formales es decir emiten factura y boletas, llevan los registro contables, pagan todos los beneficios a los trabajadores de acuerdo a ley, y consideran que la formalización aumenta los costos laborales en un 80%.

Referencias bibliográficas

- Alonso, L. Y., & Hernández, P. (2006).** Cómo crear ventaja competitiva desde un enfoque de Dirección Estratégica, Tesis Licenciatura. Administración de Empresas. Departamento de Administración de Empresas y Mercadotecnia, Escuela de Negocios y Economía, Universidad de las Américas Puebla.
- Andina. (2015).** MYPE: Conoce los beneficios de formalizar tu empresa. [Extraído el 04 de junio del 2017], disponible en: http://www.andina.com.pe/agencia/noticia_-mype-conoce-los-beneficios-formalizar-tu-empresa-569848.aspx.
- Anzil, F.(2008)** Competitividad. [Extraído el 22 de julio del 2017] <http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>
- Barragán, J. & Barragán, J. A. (2002)** Administración de las pequeñas y medianas empresas: retos y problemas ante la nueva economía global. México: Trillas.
- Cárdenas , N(2010),** en su tesis “influencia de la informalidad en la competitividad de la micro y pequeña empresa en la región Arequipa 2010” io
- Carlos, C. (2008)** Universidad ESAN COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE DE LA PEQUEÑA EMPRESA: Un modelo de promoción de capacidades endógenas para promover ventajas competitivas sostenibles y alta productividad.
- Cintya K. (2013)** Tesis para optar el título de Magíster en Derecho de la Empresa con mención en Gestión Empresarial, pontificia universidad católica del Perú <http://administracion.realmexico.info/2013/10/conceptos-de-hotel.html>.
- Cristian Falquemberg (2012)** Revista Electrónica CECIET Gestión del Conocimiento, para una Mayor Competitividad
- Daza H., José M. (2013).** análisis de la medición de calidad en los servicios hoteleros.criterio libre, 11 (19), 263-280 issn 1900-0642álisis de la medición.
- Escalante, R.(2009).** Ventajas de Formalizar una empresa. **Pymex.26 de noviembre ; Micro y pequeñas empresas pag.2

- Fernando, R. (2,010)** universidad católica los Ángeles de Chimbote gestión de calidad y formalización de las MYPES en el Perú.
- Gricel, B. (2006)** San José, costa rica universidad estatal a distancia escuela de administración sistema de estudios de post grado ensayo Importancia y competitividad del sector Pequeños Hoteles.
- González Colin , O. R. (s.f).** La formalización. [Extraído el 05 de agosto del 2017] disponible en : <https://omar-roger.wikispaces.com/Formalizaci%C3%B3n>.
- Juan, B. (2010)** universidad de las palmas de gran canaria departamento de economía y dirección de empresas tesis doctoral la calidad del servicio en la industria hotelera.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008).** Fundamentos de Marketing (Octava edición ed.).
- Luna, N.(2008);**Decreto del Ejecutivo hace viable formalización laboral en mypes.Decretos y reformas [“Serie en internet]. [Citado 15 de julio del 2017].Disponible en:<http://elcomercio.pe/edicionimpresa/html/2008-06-29/decreto-ejecutivo-hace-viable-formalizacion-laboral-mypes.html>.
- Mendivil ,J. (2006).**Análisis y propuestas para la formalización de las micro y pequeñas empresas. [Monografía en internet]; Lima [accesado 13 de julio del 2017]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos41/formalizacion-pymes/formalizacion-pymes.shtml>
- Pino R. (2008.)** La relación entre el sector industrial y el tamaño de Empresa con las prácticas de la calidad total y el Desempeño organizacional, Tesis para obtener el grado de doctor en administración estratégica de empresas Surco, Pontificia Universidad Católica Del Perú.
- Principios de Gestión (2010)** Beneficios que aporta el sistema de gestión de calidad Tomado de: <http://abc-calidad.blogspot.com/2010/04/beneficio-que-aporta-un-sistema-de.html>
- Rubio, P. (2006).** Introducción a la gestión empresarial. España: B - EUMED, p 13.Disponibleen:<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10565708&ppg=14>Copyright © 2006. B - EUMED. All rights reserved.

- Sosa, A. (2013).** Conceptos Básicos De Formalización. [Extraído el 02 de junio de 2017],disponioble en:<https://prezi.com/petkqf1taxhp/conceptos-basicos-de-formalizacion/>.
- SUNAT.(2012).**Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa. [Citada 13 de julio del 2017]. Disponible en:http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf
- SUNAT.(2008).** Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente. Decreto Legislativo N° 1086 TR [citada 14 de julio del 2017]. Disponible en: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/dl-1086.pdf>
- Torres, N. (22 de Febrero de 2005).** Negocio.us. Recuperado el 18 de Junio de 2012,deNegocio:http://www.negocio.us/internet_business/costos_iniciales/programas_para_microempresas_en_estados_unidos/.
- Zamora, M. (2011).** Formalización.[Extraído el 08 de julio del 2017], disponible en de: <http://www.monografias.com/trabajos11/formaliz/formaliz2.shtml>.
- Vega, O.(2010).**Situación Económica de las MYPES en el Perú durante el periodo 2000-2010 .Lima.[accesado 15 julio del 2017]. Disponible en:<http://www.slideshare.net/orvy/mografia-de-las-mypes>

ANEXOS



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado :

“CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL DISTRITO DE UCHIZA, 2017”

ENCUESTA

“La información que usted nos proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración”.

Encuestado

(a):.....Fecha:...../...../.....

..

MYPE encuestada:

A. DATOS GENERALES:

1. Edad del representante legal de la empresa:

- a) De 20 a 35 b) De 36 a 50 c) De 51 a más

2. Género del representante legal de la empresa:

- a) Masculino b) Femenino

3. Grado de instrucción del representante legal de la empresa:

- a) Ninguno
b) Primaria:
c) Secundaria
d) Superior universitaria
e) Superior no universitaria

B. DE LA COMPETITIVIDAD

4. Competitividad para el buen desempeño de las MYPE: Aprueba: Si.....

No.....

5. El vendedor asesora al comprador en las MYPE: Si..... No.....

6. Entrega del producto al cliente con la menos demora posible:

Mayor frecuencia.....Menor frecuencia.....Poca frecuencia.....

7. Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores: Sí... No...

8. Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra:

Mayor frecuencia.....Menor frecuencia..... Poca frecuencia.....

C.- DE LA FORMALIZACIÓN

9. ¿Su empresa es formal? Sí No

10. ¿Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa?

1. Aumento de las ventas
2. Acceso al crédito financiero
3. Participación en licitaciones públicas

11. ¿Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial? Sí No

12. ¿Considera que la formalización aumenta los costos laborales?
Sí No

13. ¿Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio?
Sí No A veces



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

“AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO”

Uchiza, 15 de Junio del 2017

CARTA N°0030-2015-D-EPE-ULADECH CATÓLICA

Señor:

.....

Representante:

.....

Presente

Asunto: Permiso para aplicación de encuestas

Tengo el agrado de dirigirme a usted expresándole nuestro cordial saludo y al mismo tiempo darle a conocer que nuestros estudiantes egresados de la Carrera Profesional de Administración de empresas, se encuentran realizando el curso taller de Titulación por Tesis, con la finalidad de optar el Título profesional de Licenciado en Administración.

Los egresados se encuentran ejecutando la siguiente línea de investigación: “**Caracterización de la competitividad y la formalización de las MYPES del sector Servicio Rubro Hospedaje en el distrito de Uchiza 2017**”.

Los resultados de la investigación realizada serán publicados en eventos científicos a nivel nacional, y en el congreso de investigación que realiza nuestra casa superior de estudios una vez al año.

Es por ello que solicito a su despacho tenga a bien permitir el acceso a su institución para aplicar las encuestas de recogida de información a nuestro estudiante:

HORACIO MOSQUERA AREVALO

Agradeciendo su gentil aceptación que redundara en beneficio de la formación de educadores, me suscribo de usted, reiterándole las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	MESES			
	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
Estudio de la Bibliografía				
Estudio del Abordaje Teórico-metodológico				
Elaboración del Proyecto				
Pruebas de los Instrumentos de Investigación				
Ejecución del Proyecto				
Análisis de Datos				
Interpretación de los resultados				
Elaboración del informe				

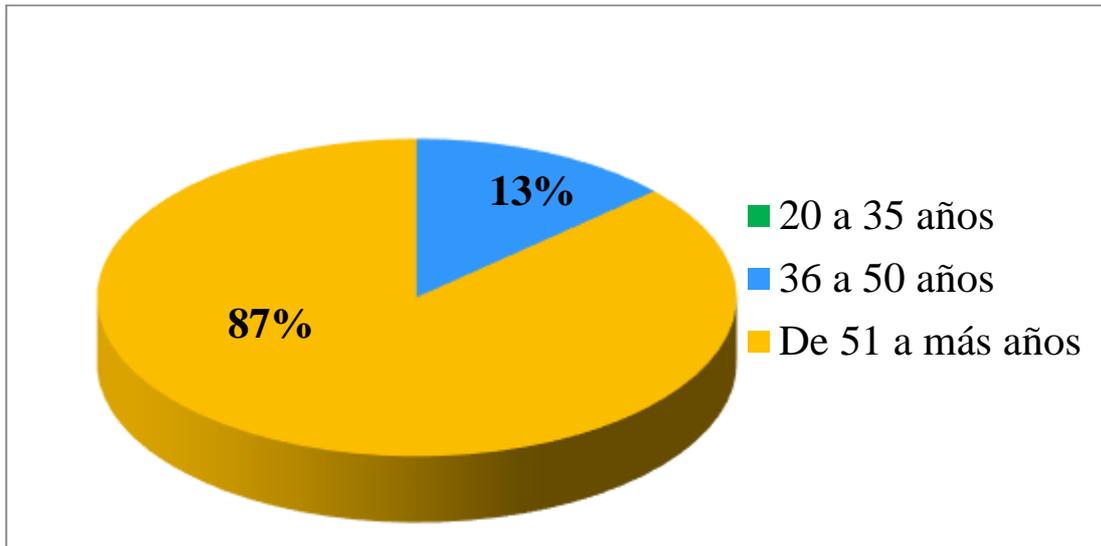
PRESUPUESTO

PRESUPUESTO INVERTIDO DURANTE LA ELABORACIÓN DE LA TESIS						
DESCRIPCIÓN	MESES DE INVERSIÓN		UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
	ENERO	FEBRERO				
MATERIALES DE ESCRITORIO						
Papel Bond A4 80 grs.	1	1	500 hojas	2	15.00	30
Bolígrafo	2	2	Unidad	4	1.00	4
Lápiz	1	1	Unidad	2	0.70	1.4
Clips mariposa de metal	1		Unidad	1	1.50	1.5
Perforador	1		Unidad	1	18.00	18
Engrapador	1		Unidad	1	22.00	22
USB - 4GB	1		Unidad	1	25.00	25
Folder manila	1		25 unidades	1	10.00	10
Laptop	1		Unidad	1	2,000.00	2000
Resaltador		1	Unidad	1	2.00	2
Corrector		1	Unidad	1	3.00	3
SUB TOTAL						2,116.90
SERVICIOS DE IMPRESIÓN U OTROS						
Espiralado		1	Servicio	1	15	15
Copias	190	190	Servicio	380	0.1	38
Internet	32	36	Horas	68	1	68
SUB TOTAL						121.00
SERVICIOS DE MOVILIDAD						
Gasolina	4	4	Galón	8	13	104
Mantenimiento de Movilidad	1	1	Servicio	2	50	100
Otros	1	1	Servicio	2	10	20
SUB TOTAL						224.00
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN						
Alimentación en General	8	8	Servicio	16	10	160
SUB TOTAL						160.00
TOTAL						2,621.90

FIGURAS

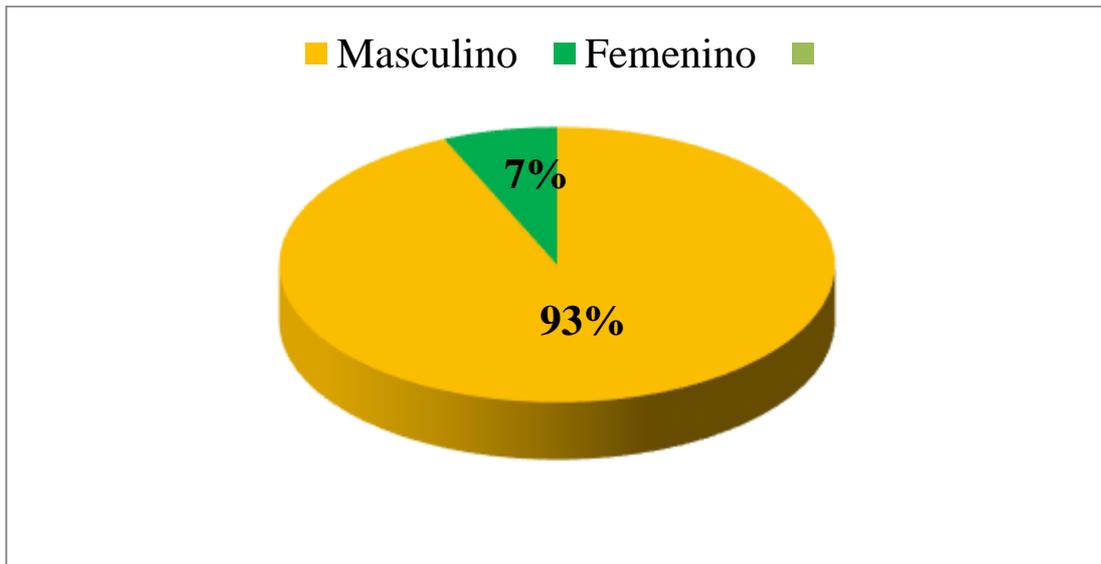
De las características de los representantes de las MYPES

Figura 1: Edad de los representantes de las MYPES



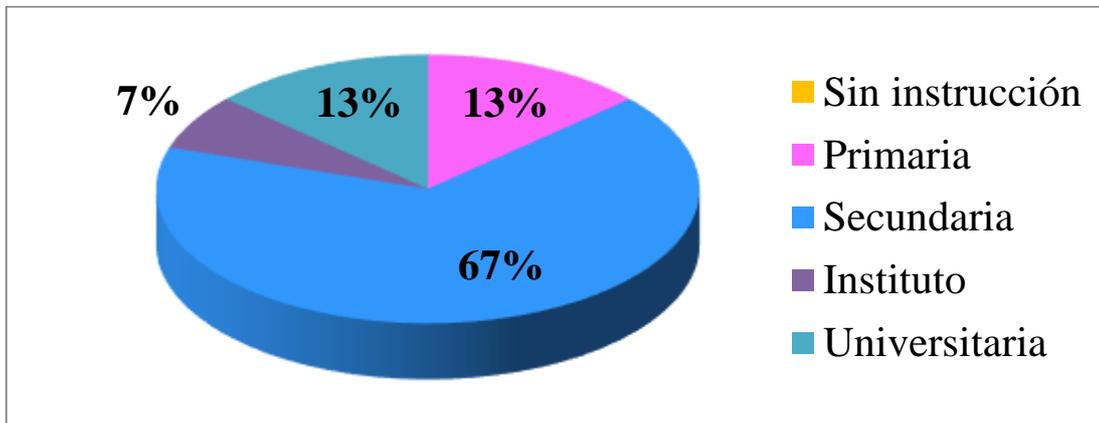
Fuente: Tabla 1.

Figura 2: Genero de los representantes de las MYPES



Fuente: Tabla 1.

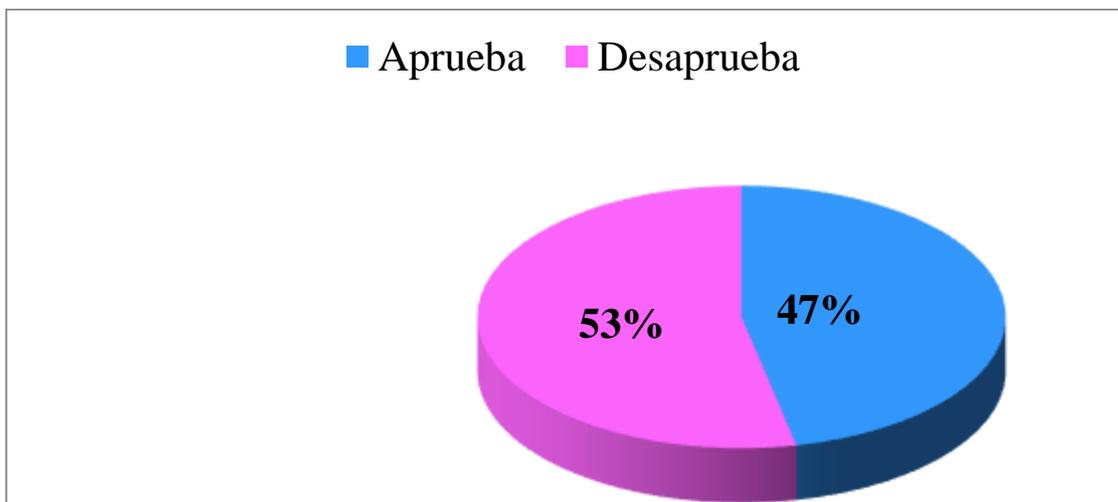
Figura 3: Grado de instrucción de los representantes de las MYPES



Fuente: Tabla 1.

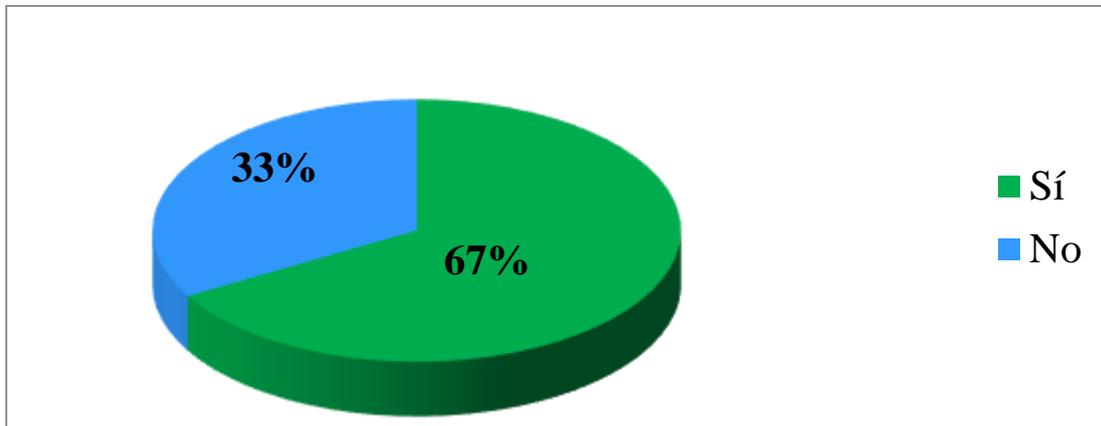
De la competitividad de la MYPES

Figura 4: Competitividad para el buen desempeño



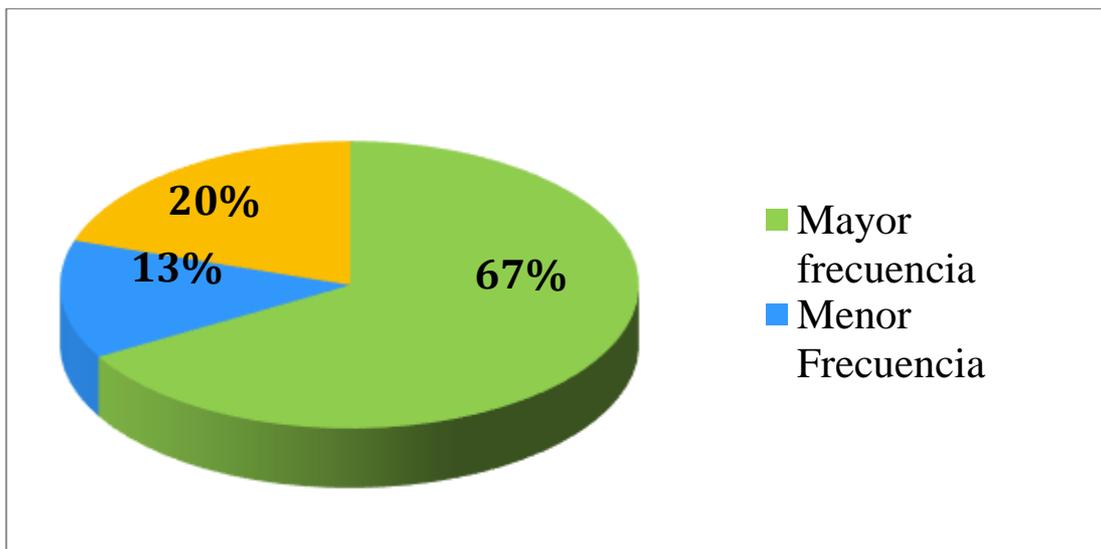
Fuente: Tabla 2.

Figura 5: El vendedor asesora al comprador



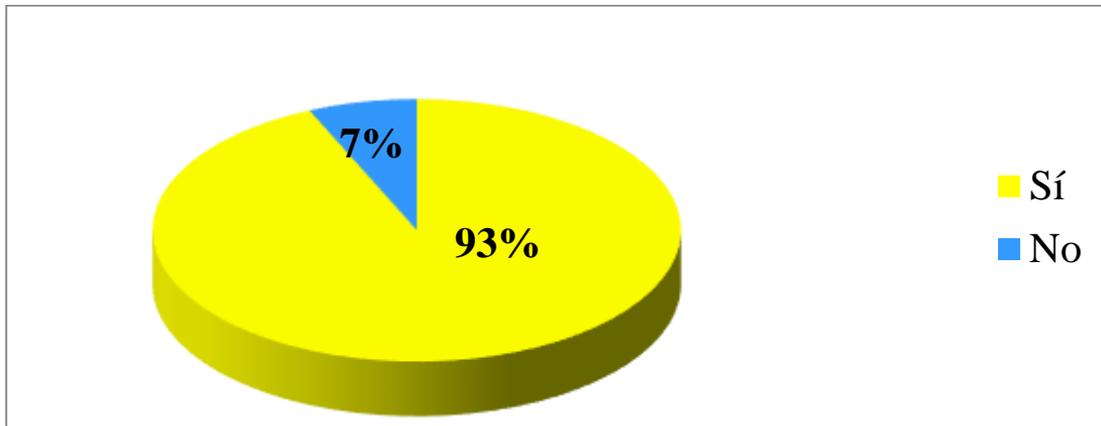
Fuente: Tabla 2.

Figura 6: Entrega del producto al cliente con menos demora posible



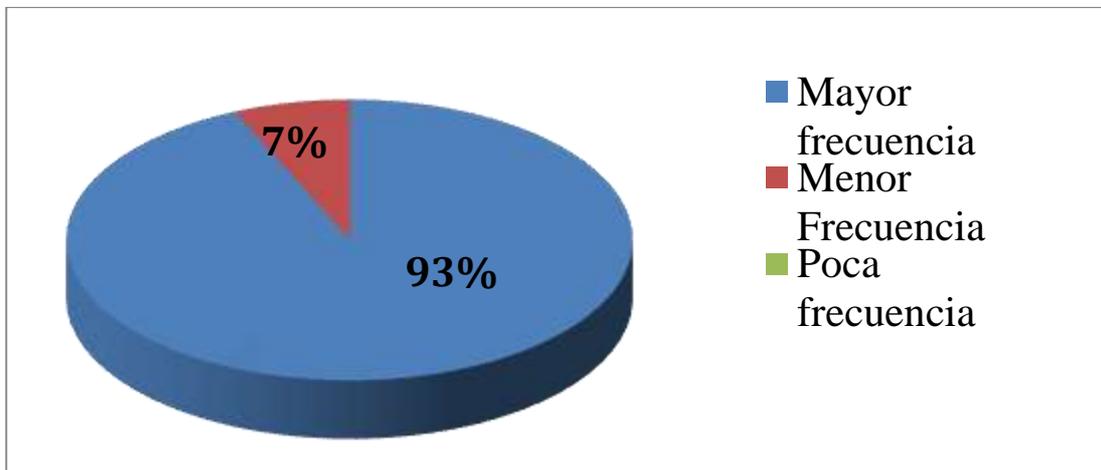
Fuente: Tabla 2.

Figura 7: Procesan el pago de los clientes de manera rápida



Fuente: Tabla 2.

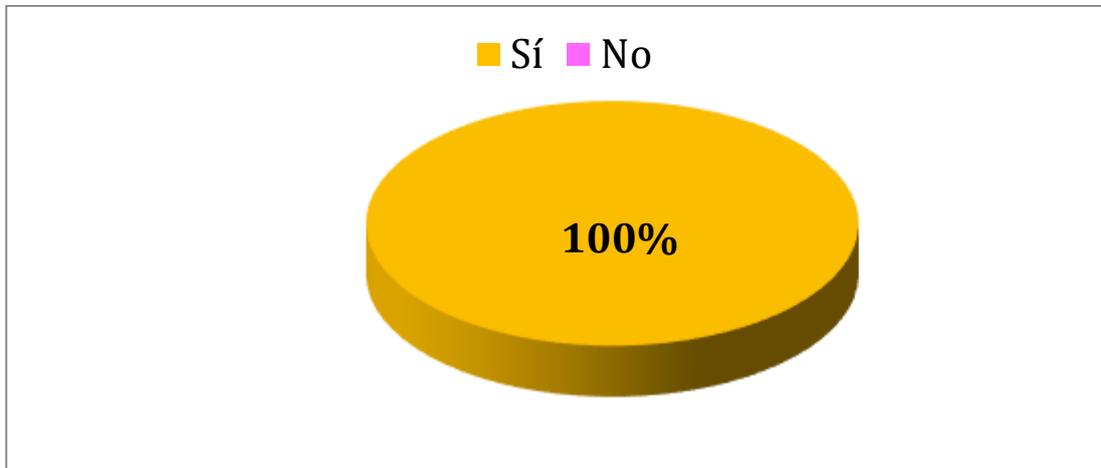
Figura 8: Responden a sus consultas o reclamos



Fuente: Tabla 2.

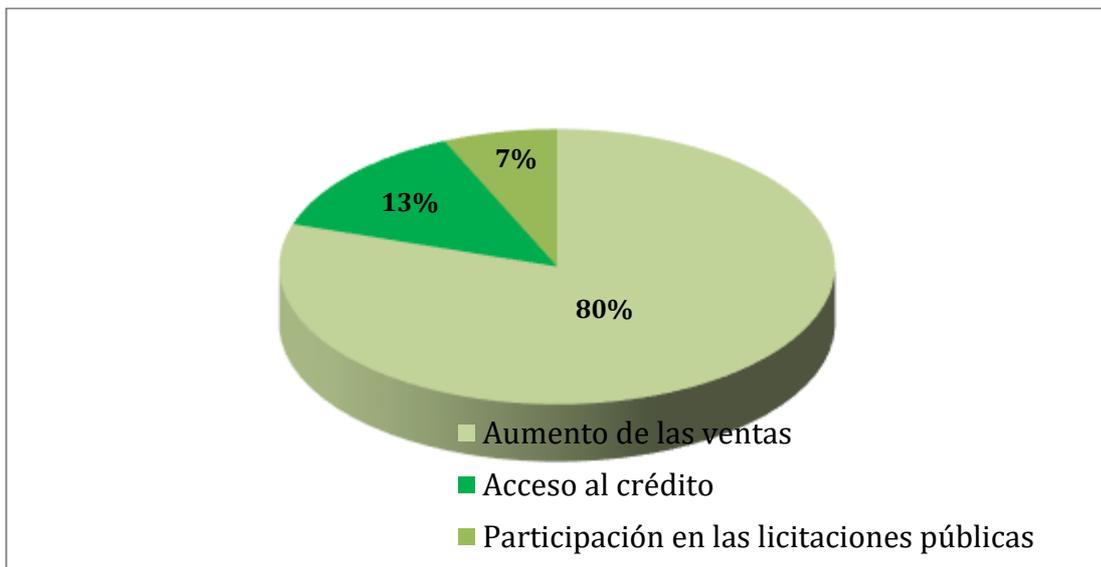
De la formalización de las MYPES

Figura 9: Su empresa es formal



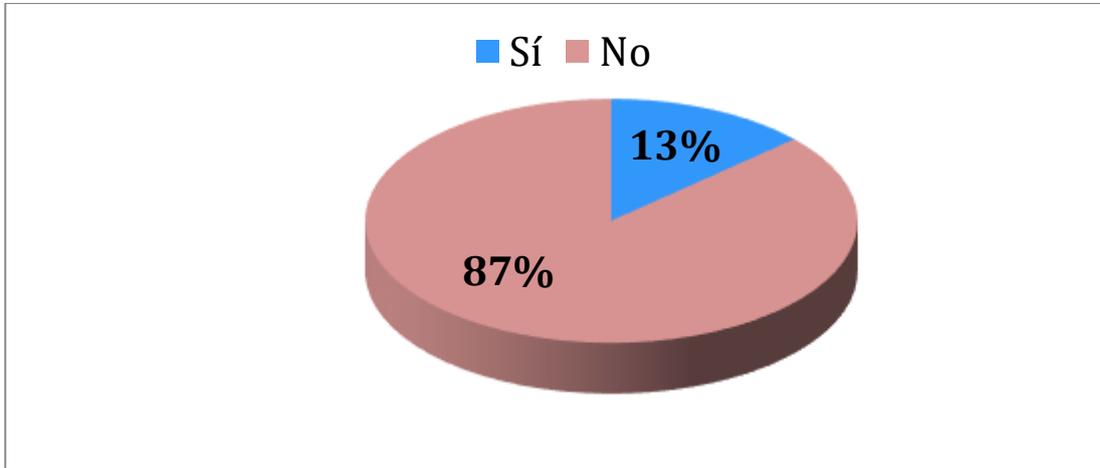
Fuente: Tabla 3.

Figura 10: ¿Qué beneficios cree Ud. Que obtendría con la formalización de su empresa?



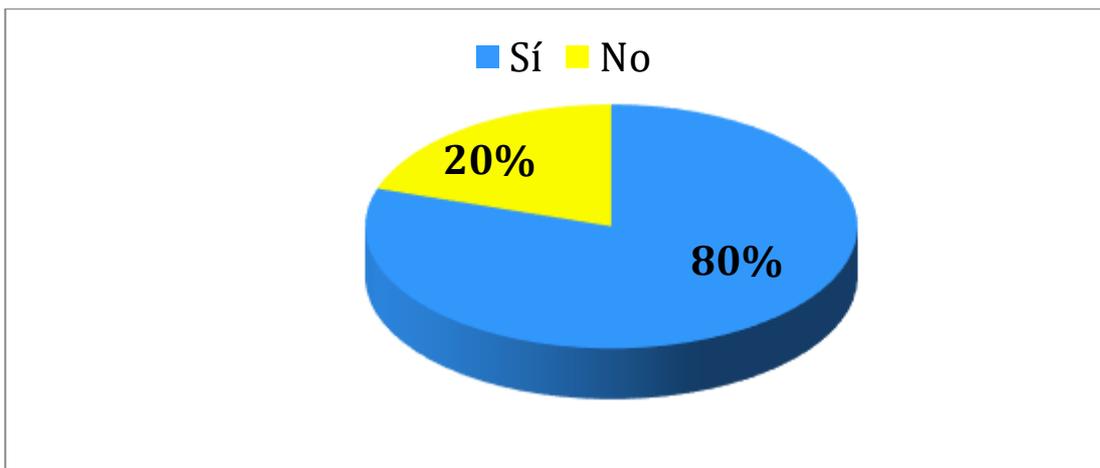
Fuente: Tabla 3.

Figura 11: ¿ Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial?



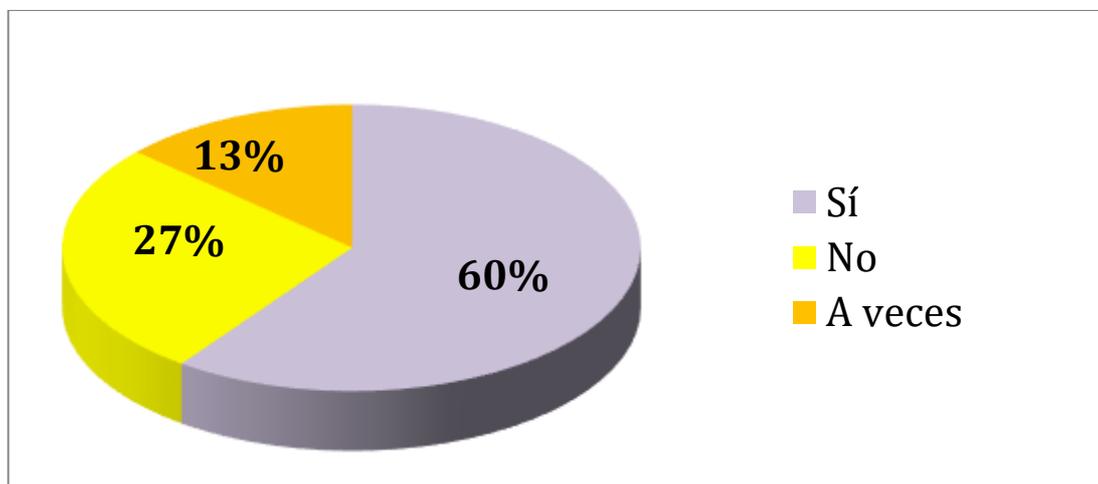
Fuente: Tabla 3.

Figura 12: ¿Considera que la formalización aumenta los costos laborales?



Fuente: Tabla 3.

Figura 13. ¿Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio?



Fuente: Tabla 3.

Área geográfica de Uchiza

Uchiza es uno de los cinco distritos que conforman la Provincia de Tocache en el Departamento de San Martín, perteneciente a la Región San Martín en el Perú, situada a 544 msnm. Desde el punto de vista jerárquico de la Iglesia Católica forma parte de la Prelatura de Moyobamba, sufragánea de la Metropolitana de Trujillo y encomendada por la Santa Sede a la Archidiócesis de Toledo en España. Por acuerdo pastoral entre los obispos de Huánuco y de Moyobamba, con fecha 19 de mayo de 1985, se encomendó la atención pastoral de las parroquias de Tocache y de Uchiza de la Prelatura de Moyobamba, que forman la nueva provincia de Tocache, a la diócesis de Huánuco. Uchiza se desprende de dos vocablos cholones: Ut, significa candela o fuego y chipzan, vienen juntos. Ut-chipzan, vienen junto a la candela. Para transportar candela usaban la flor de la shapaja al que denominaron Uchina. La Uchina, es una fibra natural que al ser encendida con fuego demora en quemar y produce abundante humo. Hace mención, a una rocopa o flor del árbol de Shapaja. La Uchina, abundaba y existe hasta la actualidad en la parte baja del caserío de río Uchiza y el centro poblado de Santa Rosa de Shapaja. La Uchina, servía a los nativos para conservar el fuego, ahuyentar a los zancudos y mosquitos durante la caza y la pesca o en los desplazamientos migratorios que realizaban con la finalidad de ubicar mejores áreas para la subsistencia. Debido a la ubicación y la abundancia de la Uchina, los nativos para orientarse en la densa selva pusieron al río que divide al valle como Uchiza.