



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y LA
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR
INDUSTRIA - RUBRO PANIFICADORAS DE LA
PROVINCIA DE TOCACHE, PERIODO - 2016.

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

AUTOR:

BR. PERSI VALDIVIEZO FLORES

ASESOR:

LIC. NILSON ANGULO CACHIQUE

TINGO MARÍA-PERÚ

2016

JURADO EVALUADOR DE TESIS

Dr. Geider Grandes García
Presidente

Mgtr. Oswaldo Ortiz García
Secretario

Lic. Carlos Rufino Isla Hidalgo
Miembro

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la fuerza necesaria para poder culminar satisfactoriamente mi trabajo de investigación.

Al asesor, Lic.Nilson Angulo Cachique y a los docentes por la confianza y el apoyo que me brindaron para poder culminar mi Tesis.

DEDICATORIA

Con mucho cariño, a mis padres y demás familiares quienes con su apoyo incondicional, confianza y esfuerzo me ayudaron a cumplir mi meta.

A mis amigos por el apoyo y ejemplo que me brindaron para poder cumplir con este gran proyecto.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector industria–rubro Panaderías de la provincia de Tocache, periodo 2016. La investigación fue cuantitativa-descriptiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 10 MYPES de una población de 14, a quienes se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: El 60% de MYPES encuestadas del rubro panaderías de la provincia de Tocache, se encuentran formalizadas, logrando ventajas, tales como la obtención de créditos y el aumento de sus ventas. En cuanto a la competitividad, el 100% de MYPES encuestadas del rubro panaderías de la provincia de Tocache, son competitivas, por la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente. Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de MYPES encuestadas del rubro panaderías de la provincia de Tocache, se encuentran formalizadas y son competitivas.

Palabras claves: Formalización, Competitividad y MYPES.

ABSTRACT

The research was as a general objective, to determine the major features of the formalization and the competitiveness of the MYPES in the industry sector-heading bakery of the Province of Tocache, period 2016. The research was quantitative descriptive, for the collection of the information was chosen in the form addressed a sample of 10 MYPES out of a population of 14 who answered a questionnaire of 19 closed questions, applying the technique of the survey. Have yielded the following results: 60 per cent of surveyed from item bakeries MYPES for the Province of Tocache, are formalized, achieving advantages, such as the granting of credits and the increase in its sales. With regard to competitiveness, the 100% of surveyed from item bakeries MYPES for the Province of Tocache, are competitive for the quality, the price of their products and the attention to the customer. Finally, conclusions are: The majority of surveyed from item bakeries MYPES for the Province of Tocache, are formalized and are competitive.

Key words: formalization, competitiveness and MYPES.

Índice de Contenido

Carátula del proyecto de tesis.....	i
Jurado evaluador de tesis.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Índice de contenido.....	vii
Índice de tablas.....	ix
Índice de gráficos.....	xi
I INTRODUCCIÓN.....	1
II REVISIÓN DE LITERATURA.....	4
2.1. Antecedentes de la investigación.....	4
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	11
2.3. Marco conceptual.....	23
III METODOLOGIA.....	24
3.1. Diseño de la investigación.....	24
3.2 Población y muestra.....	25
3.3. Técnicas e instrumentos.....	30

IV RESULTADOS.....	33
4.1 Resultados.....	33
4.2 Análisis de resultados.....	53
V CONCLUSIONES.....	56
Referencias bibliográficas.....	57
ANEXO.....	61

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	28
Tabla 2. Matriz de consistencia de caracterización de la Formalización y la competitividad de las MYPES.....	31
Respecto al perfil del empresario.....	33
Tabla 3 Edad de los representantes de las MYPES.....	33
Tabla 4 Género de los representantes de las MYPES.....	34
Tabla 5 Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.....	35
Tabla 6 Estado civil de los representantes.....	36
Tabla 7. Profesión de los representantes de las MYPES.....	37
Respecto a las características de la MYPES.....	38
Tabla 8. Antigüedad de las MYPES del sector panaderías.....	38
Tabla 9. Formalidad de las MYPES.....	39
Tabla 10. Número de trabajadores permanentes de las MYPES.....	40
Tabla 11. Número de trabajadores permanentes de las MYPES.....	41
Tabla 12. Motivos de formación de las MYPES.....	42
Respecto a la formalización.....	43
Tabla 13. Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa.....	43
Tabla 14. Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial?.....	44
Tabla 15. Considera que la formalización aumenta los costos laborales?.....	45

Tabla 16: Si el Estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES, formalizaría su empresa?.....	46
Tabla 17: Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio?.....	47
Respecto a la característica de la competitividad.....	48
Tabla 18. Competitividad para el buen desempeño de las MYPES.....	48
Tabla 19. El vendedor asesora al comprador en las MYPES.....	49
Tabla 20. Entrega del producto al cliente con la menor demora posible.....	50
Tabla 21. Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores.....	51
Tabla 22. Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra.....	52

Índice de Gráfico

Respecto al perfil del empresario	33
Gráfico 1. Edad de los representantes de las MYPES.....	33
Gráfico 2. Género de los representantes de las MYPES.....	34
Gráfico 3. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.....	35
Gráfico 4. Estado civil de los representantes.....	36
Gráfico 5. Profesión de los representantes de las MYPES.....	37
Respecto a las características de la MYPES	38
Gráfico 6. Antigüedad de las MYPES del sector panaderías.....	38
Gráfico 7. Formalidad de las MYPES.....	39
Gráfico 8. Número de trabajadores permanentes de las MYPES.....	40
Gráfico 9. Número de trabajadores permanentes de las MYPES.....	41

Gráfico 10. Motivos de formación de las MYPES.....	42
Respecto a la formalización.....	43
Gráfico11. Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa.....	43
Gráfico 12. Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial?.....	44
Gráfico 13. Considera que la formalización aumenta los costos laborales?.....	45
Gráfico 14. Si el Estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES, formalizaría su empresa?.....	46
Gráfico 15. Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio?.....	47
Respecto a la característica de la competitividad.....	48
Gráfico 16. Competitividad para el buen desempeño de las MYPES.....	48
Gráfico 17. El vendedor asesora al comprador en las MYPES.....	49
Gráfico 18. Entrega del producto al cliente con la menor demora posible.....	50
Gráfico 19. Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores.....	51

Gráfico 20. Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra.....52

I.INTRODUCCIÓN

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

El mundo avanza a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del quehacer de la humanidad, es por ello que, ésta plantea grandes retos a los países y a las micro y pequeñas empresas, en adelante MYPES, en cuanto a diversos temas, tales como: la generación de empleo, mejora de la competitividad y sobre todo el crecimiento de un país. (Tantas, 2010)

La informalidad también es un reto que debe ser atendido con firmeza, tanto por las propias MYPES como por los diversos organismos públicos y privados. Para ello, hasta la fecha, se han aprobado muchos instrumentos como la Ley 28015 y el Plan Nacional Exportador, Plan Nacional de Competitividad, Plan Nacional de Formalización para la Competitividad y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, y el Plan Nacional de Ciencia y Tecnología. (Vela,2007)

La gran mayoría de las MYPES son informales por no estar registradas como empresas legalmente constituidas ni contribuir al sistema de impuestos. Es posible que un sector seguramente muy pequeño de MYPES; los profesionales y técnicos independientes que actúan por cuenta propia, reporta ingresos y no es informal. (Torres, 2006)

En el contexto de competitividad internacional, las MYPES no sólo tienen la necesidad

de ser competitivas internamente, sino que la globalización les exige buscar la competitividad externa y consolidarse como un sector de desarrollo sostenido en la economía, fomentando las alianzas estratégicas, la subcontratación y otros mecanismos que en su conjunto busquen el progreso del sector.(Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2002)

En el Perú el número de MYPES informales ascendería a 1.8 millones, en comparación con 648,147 MYPE formales. En términos porcentuales, la MYPE formal representaría el

25% de la MYPE total del país, mientras que la MYPE informal el 75%.

Ministerio de la Producción. (2011) En la costa norte, la región La Libertad concentra el 7,1% de las MYPE Formales, seguido de Piura (5,4%), Lambayeque (4,8%), Ancash (4,3%), lo que representa a 40 156 MYPE Formales y Tumbes (1,1%).

En la ciudad de Tocache, la industria panificadora mantiene un flujo de operaciones dinámico y con mucho volumen, por lo tanto se espera que sea una industria bien desarrollada, próspera y competitiva. Necesita, consecuentemente, contar con información confiable, oportuna y fidedigna, la cual permitirá tomar mejores decisiones para la empresa.

Empero, la cabal informalidad de las MYPES, les impedirá desarrollarse en las múltiples actividades del mercado, lo que generará en ellas su fracaso y desaparición, puesto que éstas desconocen las principales características de la formalización y la competitividad de las MYPES. Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector industria-rubro panificadoras de la provincia de Tocache, periodo 2016?. Para dar

respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector industria–rubro panificadoras de la provincia de Tocache, periodo 2016.

Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de la formalización de las MYPES del sector industria – rubro panificadoras de la provincia de Tocache. Determinar las principales características de la competitividad de las MYPES del sector industria – rubro panificadoras de la provincia de Tocache. Determinar las principales características de las MYPES y de los empresarios del sector industria – rubro panificadoras de la provincia de Tocache.

Finalmente, la investigación se justifica porque permitirá conocer las principales características de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector industria- rubro panificadoras de la provincia de Tocache, periodo 2016. Del mismo modo, permitirá que los empresarios tomen decisiones con respecto a la formalización y la competitividad de las MYPES. También el estudio servirá de base para futuras investigaciones y otros estudios de las MYPES, con respecto a su formalización y competitividad.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Rivera, J. (2012), realizó una investigación titulada “Formalización tributaria de los comerciantes informales en la zona central del cantón milagro”. Universidad Estatal de Milagro Ecuador - Ecuador y concluyeron que la falta de capacitación y formación en los comerciantes informales genera un alto desconocimiento de las obligaciones tributarias, fomentando así la irregularidad del control contable que se pierde en los esquemas fiscales del servicio de rentas internas y por otro lado el sector financiero nacional no considera sujeto de crédito a los comerciantes informales ya que no tienen ningún sustento de que su negocio tenga estabilidad financiera también nos dice que falta de una educación tributaria crea actitudes de incumplimiento en las normas fiscales, debido al poco interés por prepararse a miras de llevar un proceso de desarrollo y actualización mercantil del control tributario.

Napravnick, (2013) en Perú investigó Financiamiento y Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas Sector Textil – Rubro Confecciones del Mercado Modelo de Piura en la Universidad Los Ángeles De Chimbote –ULADECH y llegó a las siguientes conclusiones: a) Los factores precio, calidad y atención al público influyen en la competitividad de las MYPES del Sector Textil–rubro confecciones del Mercado Modelo de Piura, presentando relevancia el factor precio. b) La competitividad es uno de los componentes principales que influyen en las ventas de las MYPE, además fidelizan al cliente en los negocios. c) Los préstamos que realizaron los propietarios de las MYPES investigadas en el periodo 2012, mayormente lo realizaron a través del Sistema No Bancario (Cajas Municipales,

pymes, entre otras), seguido de préstamos a terceros y en último lugar recurrieron a los bancos, quedando demostrado la poca presencia del Sistema Bancario en cuanto a financiamiento a estas empresas, sin embargo de acuerdo con los resultados de la investigación, las MYPES tienen limitaciones para acceder al mismo, lo cual les impide ser más competitivas.

Navarrete, G.(2011), Tesis titulada “Caracterización de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector industria - rubro panificadoras del distrito de nuevo Chimbote, período 2010-2011. La metodología aplicada en su tesis Se utilizó una investigación cuantitativa de nivel descriptivo y se aplicó un diseño no experimental – transversal. La población en estudio consta de un total de 34 panificadoras registradas (**FUENTE: INEI**), de las cuales se determinó una muestra de 9 MYPES Panificadoras, y llegó a las siguientes conclusiones:

Respecto a los datos generales del encuestado:

Las principales características son:

La mayoría de empresarios encuestados del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, son personas adultas de 31 a más años de edad, casados, con estudios superiores y dueños de la empresa.

Respecto a los datos generales de la empresa

Las principales características son:

La mayoría de MYPES encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, tienen de 2 – 3 años en la actividad y el rubro, se encuentra formalizadas y tienen de 1 - 5 trabajadores.

Respecto a la formalización de la empresa:

Las principales características son:

La mayoría de MYPES encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, por su formalización obtienen ventajas, tales como la obtención de créditos y el aumento en las ventas, además de ello, les ayuda a crecer en el mercado. Asimismo, señalan que la realización de trámites para su formalización, duraron de 1 a más meses y que se encuentran inscritos en el Régimen Único Simplificado.

Una minoría de MYPES encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, aún no se encuentran formalizadas debido a los trámites engorrosos y a los costos elevados en los que incurre la formalización.

Respecto a la competitividad de la empresa:

Las principales características son:

El total de MYPES encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, tienen conocimiento del término competitividad, además manifiestan que son competitivas, en aspectos tales como la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente. Asimismo, tienen conocimiento del término competitividad, además manifiestan que son competitivas, en aspectos tales como la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente.

Valdivia, A.(2014), en su tesis “caracterización de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector servicio - rubro mecánica automotriz del distrito de breña provincia de lima, departamento de lima, periodo 2013-2014, aplico la metodología de tipo de investigación cuantitativo, puesto que se van a utilizar técnicas de conteo y de medición. La población estuvo constituida por todas las MYPES del sector industria – rubro mecánica Automotriz del distrito de Breña, se entrevistaran a 45 personas. Y llego a la siguiente conclusiones: Se ha llegado a la conclusión que las personas dueñas de un empresa en el Distrito de Breña saben que es necesario realizar la formalización de sus empresas ya que esto conllevará a ser elegibles de otorgar un crédito por parte de los bancos. En su totalidad los dueños de negocios en el distrito de Breña no desean realizar la formalización de los mismos, porque existen muchos trámites engorrosos que realizan y eso los ahuyenta de efectuar el mismo. En este medio los talleres mecánicos pequeños son muy pocos los que cuentan con una debida administración, además de estar equipados con las debidas herramientas técnicas informáticas y un plan o método. Cabe destacar que la gran mayoría de usuarios declara que si las Empresas que no están formalizadas lo realizan, la competencia será beneficiosa para ellos y tendrán mejores oportunidades de elegir un buen servicio. De los que utilizan algún medio de control en sus talleres mecánicos se tienen los siguientes como los más comunes: Hojas de Excel, libreta, expedientes, facturas, órdenes de servicio, registros, es decir, la mayoría lo hace todo de manera “manual”. Con esto se observa la poca importancia que se le ha prestado a los talleres automotrices menos aún en el medio, que es un país menos avanzado tecnológicamente a pesar de la importancia que tiene el sector de la industria automotriz y lo desatendido que éste se encuentra.

Nolasco, M.(2011), en su tesis “caracterización de la formalización y la competitividad de las MYPES sector producción rubro panaderías en el distrito de Chimbote periodo 2010 – 2011, Se utilizó una investigación cuantitativa, porque se utilizaron instrumentos de medición. El nivel de investigación fue descriptivo, porque solo se describió las partes más relevantes de las variables en estudio, La población de nuestro estudio está conformado por todas las MYPES (49) del sector producción rubro panadería en el distrito de Chimbote en el periodo 2010-2011, La muestra está conformada por el 30% (14) MYPES del total de la población (49), lo cual se obtuvo del sector producción rubro panadería del distrito de Chimbote periodo 2010- 2011.

Llegando a las siguientes conclusiones **Respecto a los datos generales del encuestado** Las principales características son: Que la mayoría de los empresarios encuestados del rubro panaderías del distrito de Chimbote, tienen entre 31 y 45 años de edad siendo la mayoría casados y que tienen estudios superior técnico.

Respecto a los datos generales de la empresa

La mayoría de las MYPES encuestadas del rubro panadería del distrito de Chimbote tienen de 2- 4 años de permanencia en la actividad y el rubro y cuentan con 1 – 5 trabajadores a su cargo.

Respecto a la formalización de la empresa

La mayoría de las MYPES 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. La totalidad de los encuestados afirman que una empresa formalizada otorga ingresos al estado generando un crecimiento de un país.

Respecto a la competitividad

La mayoría de las MYPES son competitivas por las ventajas 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.

Uceda, J.(2013), en su tesis “ Financiamiento en las micro y pequeñas empresas, rubro Panadería, de la ciudad de Chimbote, 2013” La investigación fue tipo cuantitativo, nivel Descriptivo y de diseño No experimental/ transversal, se utilizo una población muestral de 14 MYPES a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 12 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: Referente al representante legal de la MYPE: El 86% de los representantes de las MYPES, tienen edad de 31 a 50 años. El 92.86% son de sexo Masculino. El 71% tienen grado de instrucción educación básica. Referente a la MYPE. El 100% de las MYPES tienen de 6 años a más de presencia en el mercado. El 42.86 % tienen de 6 a 10 trabajadores. El 67% se creó por subsistencia. Referente a la Financiamiento. El 100% ha solicitado crédito, el 100% recibió monto del crédito de S/. 7001 a más. El 100% de los encuestados respondieron que obtuvieron financiamiento bancario. El 100% de los encuestados, respondieron que pagaron de 4% a más de tasa de interés. El 71% respondieron que utilizaron el crédito en capital de trabajo. El 100% de los encuestados, consideran que el financiamiento ha permitido el desarrollo de su empresa.

2.2. Bases Teóricas de la investigación

2.2.1. Formalización

Teoría y moda de la simplificación de trámites:

En los últimos años han proliferado iniciativas que pretenden simplificar los trámites necesarios para formalizar empresas, siguiendo las pautas marcadas por los trabajos de Hernando de Soto (1986, 2000) y Djankov et al. (2002), y los informes Doing Business publicados desde el año 2004 por el Banco Mundial. En esencia, estas obras argumentan que los políticos y burócratas regulan la formalización de las empresas con el solo fin de “capturar” rentas para sí mismos, sin atender a que la formalización también debe generar servicios útiles para las propias empresas y las Administraciones Públicas. Ciertamente, se produce mucha captura de rentas en los procesos de formalización, pero ello no debe llevarnos a olvidar el valor de la formalización: las decisiones han de basarse en la eficiencia, no sólo en los costes, y menos aún en las rentas (Arruñada, 2007).

Instrumentos de la formalización:

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

las Micro y pequeñas empresas que impedían su incorporación al sector formal; por lo que surgió la necesidad de generar regímenes especiales que se adecuaron a la naturaleza de la realidad, tal como determina nuestra constitución.

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

De seguro que este no será el último dispositivo legal que el Estado dicte para regular la situación de las micro y pequeñas empresas, pues habrá muchos más de acuerdo a lo que la realidad del sector exija y a las políticas que el gobierno de turno pretenda implantar para las mismas legales, como el mostrado en Decreto Legislativo N° 1086.

De seguro que este no será el último dispositivo legal que el Estado dicte para regular la situación de las micro y pequeñas empresas, pues habrá muchos más de acuerdo a lo que la realidad del sector exija y a las políticas que el gobierno de turno pretenda implantar para las mismas.(**Cárdenas, 2010**).

Razón de formalizar una empresa:

A través de la formalización el empresario puede acceder a los diferentes servicios que promueven su competitividad, sostenibilidad y rentabilidad, lo que le permite insertarse en nuevos mercados y relacionarse con otras empresas que forman parte de los diferentes eslabones de las cadenas productivas. Hoy se considera que la formalización es más una obligación del mercado que una obligación legal.(Chimoy, 2011).

Formación legal de la MYPE:

El proceso de formación, legal, de la MYPE en el Perú es realmente muy engorroso ya que en promedio todo el trámite demora unos 120 días. Empecemos con la constitución de una microempresa: El recorrido inicia en la SUNAT donde deberá tramitar su número de RUC para lo cual solo se necesita el documento de identidad y los recibos de luz, agua y telefonía fija del local de la empresa. Luego debemos elegir el régimen tributario más conveniente, estos pueden ser:

Régimen Único Simplificado (RUS)

Régimen Especial.

Régimen General.

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

Luego procedemos a la obtención de permisos especiales, estos son otorgados por la institución correspondiente al giro de la empresa. Ejemplo, si queremos abrir un hostel necesitamos el permiso del Ministerio de Turismo y Comercio Exterior (MINCETUR).

Seguido a esto pasamos a los libros de contabilidad que se llevan según el nivel de ventas de la empresa. A continuación tramitamos la licencia de funcionamiento municipal para lo cual la empresa debe cumplir con los requisitos específicos por la Municipalidad de su Distrito ejemplo de esto es el Certificado de Defensa Civil, entre otros.

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

Y finalmente el trámite con INDECOPI en la cual se hace el registro de

marcas y patentes de la empresa.(Bernilla, 2009).

La competitividad

El tema de la competitividad ha sido centro de arduos debates. Uno de los críticos más encontrados es Krugman quien ha llegado a argumentar en algunas ocasiones que la competitividad es un concepto sin significado y que si tuviera alguno sería una manera poética de hablar de la productividad. Además ha recalcado que el problema económico no puede limitarse a la competencia en los mercados internacionales y que el éxito de un país no puede ser reducido únicamente a su comportamiento en el mercado internacional. Por último, señala que con frecuencia se cree erróneamente en los análisis de la competitividad que el comercio es un juego de suma-cero y se asume equivocadamente que las naciones son como las empresas (**Krugman, 1994**).

Claramente, si una empresa no es competitiva, su permanencia en el mercado es insostenible y hay un límite para ello; pero no sucede lo mismo con las naciones-ellas no pueden desaparecer-, por lo que el concepto de competitividad nacional es engañoso (**Krugman, 1996**).

Asimismo, es errado identificarlo con el balance comercial; el comercio es ante todo una expresión secundaria, más un síntoma que una causa de la competitividad (Prestowitz, 1994).

Hay que ir más allá a sus mismos factores determinantes, como la productividad. Resulta indispensable comprender que para mejorar los niveles de vida es preciso aumentar la productividad. Siguiendo a Thurow (1994) la productividad está

determinada especialmente por el tamaño de las inversiones domésticas en planta y equipo, investigación y desarrollo, infraestructura pública y la calidad de la gestión privada y la administración pública... Ahora bien, la competencia extranjera fuerza simultáneamente un cambio económico más rápido y brinda oportunidades para aprender nuevas tecnologías y nuevas prácticas gerenciales que pueden ser utilizadas para mejorar la productividad doméstica.

No obstante, como lo han señalado diversos autores , un enfoque casi exclusivo en la productividad también encierra serios peligros y problemas. La competitividad coloca a la productividad en el centro pero no como una explicación. A diferencia, la competitividad apunta a que las tasas de productividad que son una síntesis compleja, son variables a explicar y que la teoría económica no sabe cómo hacerlo" (Cohen, 1994).

La siguiente es la que ahora ha venido convirtiéndose como la definición convencional de competitividad:

La competitividad de una nación es el grado al cual puede producir bajo condiciones de libre mercado, bienes y servicios que satisfacen el resto de los mercados internacionales, y simultáneamente incrementar los ingresos reales de sus ciudadanos. La competitividad a nivel nacional está basada en un comportamiento superior de la productividad.

En tal sentido, Cohen (1994) afirma que, la competitividad es una reconsideración de un gran conjunto de indicadores, ninguno de los cuales cuenta la historia total sino que juntos proveen un foco de atención altamente legítimo. Otra concepción, relacionada con la anterior, define a la competitividad como, la capacidad de la empresa para formular e implantar estrategias competitivas que le permitan ampliar o conservar de forma duradera una posición en el mercado. ...entendida a la vez como una característica

intrínseca de un producto o de una firma, la competitividad surge como una característica extrínseca, relacionada con el patrón de competencia vigente en cada mercado. Un patrón de competencia, a su turno, corresponde al conjunto de factores críticos para el éxito en un mercado específico (Ferraz et al., 1996, p.3.)

Competitividad comercial 1981-1995

Durante mucho tiempo se ha sostenido la idea de que el comercio internacional de un país debe basarse en el principio de las ventajas comparativas, según el cual el crecimiento se promueve básicamente mediante la especialización y el aprovechamiento de la dotación de factores productivos. No obstante, las consideraciones más recientes indican que los supuestos de la teoría de las ventajas comparativas estáticas no se adecuan a las condiciones de la competencia en la práctica -el concepto de ventajas comparativas no incorpora debidamente elementos dinámicos como el proceso de innovación tecnológica, la diferenciación del producto, la segmentación de mercados, etcétera- y que el concepto relevante es el de ventajas competitivas (Spence y Hazard, 1988).

En el proceso de apertura e internacionalización de las economías es imprescindible consolidar una inserción progresiva y creativa en el mercado internacional. Aunque esto puede lograrse a corto plazo con base en ventajas comparativas naturales, a largo plazo se puede lograr como fruto de la confluencia de la política económica, de la iniciativa y creatividad de los productores para ganar mercados y de la capacidad del país para construir ventajas competitivas dinámicas. Para ello se hace necesario un ambiente orientado a apoyar la innovación, el cambio técnico y el mejoramiento de la productividad, bajo la evidencia de que la ventaja competitiva puede ser creada y

difundida con la incorporación de nuevos métodos de producción, en especial flexibles. De esta forma, la ventaja comparativa basada exclusivamente en la disponibilidad de factores de producción resulta cada vez menos determinante de la manera como se compete actualmente en los mercados internacionales, además de asignar un rol pasivo en el desempeño de las empresas. La nueva perspectiva de la teoría del comercio internacional se sustenta en que el intercambio entre países no se explica únicamente en las diferencias de recursos, sino a través de una especialización que permita aprovechar economías de escala y avanzar eficientemente en la diferenciación de productos, la innovación tecnológica, la productividad y la organización productiva (Bejarano, 1995b)

Algunos indicadores que generalmente se utilizan para el análisis de competitividad de un país, sector o subsector, son los de competitividad revelada, en la medida en que es posible calcularlos tanto frente a los competidores en los respectivos mercados internos como en los mercados de destino de las exportaciones.

Este tipo de indicadores -los derivados de la medición de las balanzas comerciales relativas, las tasas de penetración, las de apertura exportadora, entre otros- reflejan en un momento dado el nivel de competitividad comercial revelada de un país o sector, pero no permiten conocer las causas de este comportamiento ni tampoco la evolución de los factores estructurales de desarrollo (Dane, 1996).

El enfoque de competitividad global

Otra visión de la competitividad es planteada por Coriat (1997). En ella se argumenta, con base en casos particulares de los modelos francés, alemán, japonés y estadounidense, que el asimilar la competitividad única y exclusivamente a la disminución del costo de los salarios es inaceptable, ya que existen al menos doce factores relacionados con la competitividad (Coriat, 1997).

La diversidad de restricciones sobre la competitividad se torna aún más decisiva y determinante con el avance del proceso de globalización económica y financiera - mediante la liberalización de los mercados de bienes, capitales y servicios-.

Existen restricciones a la eficiente inserción internacional de las empresas que se pueden clasificar como de oferta y de demanda. Desde el lado de la demanda sobresale la necesidad de contar con la capacidad de satisfacer los requerimientos internacionales sobre normas técnicas, diferenciación de productos y adaptación a normas culturales y demandas particulares de los consumidores. En este sentido, una entrega oportuna de productos y un tiempo reducido en el proceso pedido-producción-puesta en el mercado son elementos esenciales en la competitividad. Desde el lado de la oferta, dada la continua y rápida innovación técnica, resulta indispensable adquirir suficiente capacidad de adaptación y desarrollo de cambios técnicos novedosos, tanto del producto como del proceso, para asegurar condiciones propicias para la competencia en el mercado y así poder reducir su probabilidad de salir del mercado. En este contexto debe diferenciarse la competitividad costo y la competitividad no costo, a los diferentes niveles tanto micro como macroeconómicos.

Competitividad costo

Los principales elementos de la competitividad costo son: Costo del trabajo -salarios directos e indirectos- Resulta fundamental enfatizar en la productividad laboral en la medida en que mediante ella pueden llegar a compensarse los altos costos salariales. Costo del capital. Con base en el costo de capital, su financiación y factores conexos, tales como la tasa de ocupación de los equipos, la tasa de desperfectos, la distribución de la maquinaria, etcétera., desarrolla la productividad del capital. Costo de los insumos. Las relaciones de asociación con los proveedores de insumos permite bajar su costo y

asegurar el abastecimiento a largo plazo. Otro elemento importante son las políticas de calidad rotal con el fin de eliminar los consumos inútiles y reducir los desperdicios durante la producción.

Competitividad no costo

El primer elemento de esta categoría tiene que ver con la capacidad instalada, la cual permite, hasta cierto punto, evitar excesos de demanda no cubiertos elementos son el cumplimiento de las normas técnicas, la diferenciación de productos, los tiempos de entrega, la especialización, la eficacia de las redes de compra y comercialización, etcétera.

Hay un aspecto a resaltar. la competitividad no consiste solamente en bajar costos sino, además, en la capacidad de adaptarse a demandas variadas. Si no se satisfacen, por ejemplo, las normas técnicas y hábitos de consumo locales, no se tendrá éxito en los diferentes mercados internacionales. Es cierto que los precios son importantes pero no son el único factor decisivo de la competitividad.

El enfoque de los determinantes de la competitividad

Buena parte de los estudios tratan a la competitividad como un fenómeno directamente relacionado con las características de desempeño y eficiencia técnica de las empresas y consideran que la competitividad de las naciones resulta como una especie de agregado de esos resultados individuales. Cada vez existe mayor consenso de que un análisis de la competitividad basado solamente en aspectos como precios, costos -en especial salarios- y tasas de cambio son insuficientes. Por ejemplo, resulta imprescindible el dominio de técnicas productivas que es, en última instancia, lo que permite a una empresa competir con éxito en el mercado internacional. En este sentido, debe enfatizarse que la capacidad

de la empresa para convertir insumos en productos con el máximo rendimiento se relaciona con su habilidad para permanecer cerca de las mejores prácticas internacionales. Bajo esta perspectiva -la de los determinantes de la competitividad- se define la competitividad como la capacidad de la empresa para formular y aplicar estrategias coherentes que le permita ampliar, de manera duradera, una posición significativa en el mercado. Se identifican tres grandes grupos de factores determinantes de la competitividad. los empresariales, los estructurales y los sistémicos.

Factores empresariales

Los factores empresariales se refieren a aquellos sobre los cuales la empresa tiene poder de decisión y que puede controlar y modificar a través de su conducta. En este grupo pueden clasificarse los siguientes: *Gestión*. Incluye tareas administrativas típicas, tomas de decisión -mínimo tiempo en el proceso decisión y acción-, finanzas, mercadeo, actividades pos venta relaciones estrechas con los clientes-, capacitación y planeación estratégica. Estas tareas forman parte del conjunto de factores críticos para el éxito en un mercado específico. *Innovación*. Las acciones en este campo constituyen un elemento central para la competitividad, ya sea para capturar mercados, para introducir nuevos productos y procesos, para ser más productivo o para competir en precios. La importancia de la innovación tecnológica es inequívoca en la medida en que el resultado económico de la empresa está íntimamente ligado con su capacidad de generar eficientemente progreso técnico, en especial en el contexto internacional. *Producción*. Los avances tecnológicos mundiales revelan la consagración de un nuevo paradigma productivo sobre la base de la microelectrónica, robótica, sistemas digitales de control, etcétera, en el que la calidad, diversidad y renovación de los productos, la flexibilidad y rapidez de entrega y la racionalización de los costos de producción se constituyen en apalancamiento de la competitividad. *Recurso humano*. Contempla el conjunto de

condiciones que caracterizan las relaciones de trabajo y los aspectos que influyen en la productividad, calificación y flexibilidad de la mano de obra. En este sentido, la tarea central es definir y aplicar principios de organización y operación de procesos de trabajo que mejoren continuamente la calidad de los productos y procesos. Es importante, también, motivar a los trabajadores a participar en los desafíos competitivos y hacerlos partícipes de las ganancias derivadas del aumento de eficiencia.

Factores estructurales

En el segundo grupo de factores, los estructurales, la capacidad de intervención de la empresa es limitada, puesto que ellos se refieren al tipo de mercado, a la estructura industrial y al régimen de incentivos y regulaciones propios de cada uno. Como factores estructurales se identifican los siguientes: *Mercado*. Entre sus principales elementos característicos están, entre otros: tasa de crecimiento, distribución geográfica, requerimientos tecnológicos, acceso a mercados internacionales y sistemas de comercialización. Por ejemplo, al estimularse la inversión de las empresas, los mercados dinámicos aseguran una elevada tasa de renovación de equipos y métodos de producción que aunada a las economías de escala, propician crecimientos en la productividad industrial. Otro elemento que favorece la competitividad es la presencia de consumidores exigentes de altos patrones de calidad en los productos, lo cual lleva a las empresas a adoptar estrategias competitivas de capacitación y mejora continua de la eficiencia. *Estructura industrial*. Se refiere a las tendencias de progreso técnico, a las escales típicas de operación física, a la relación de las empresas con sus proveedores y a la relación capital-trabajo. En la medida en que sean más importantes las nuevas fuentes de competitividad y la pérdida de importancia de las ventajas competitivas tradicionales basadas en la disponibilidad de recursos naturales y mano de obra barata, más necesarios serán ajustes diferentes a los convencionales como ocurre en el caso de las

configuraciones industriales. Es la situación de las pequeñas y medianas empresas que buscan economías de aglomeración espacial por medio de la constitución de polos regionales de producción como un mecanismo eficiente para favorecer el acceso a equipos y servicios sofisticados, a insumos y a redes de comercialización. *Incentivos y regulaciones*. En general, los incentivos tratan de aumentar la capacidad de respuesta de las empresas a los desafíos impuestos por la competencia, mientras que las regulaciones buscan condicionar sus conductas en direcciones socialmente deseables. Cuando se trata la industria a nivel agregado, estas cuestiones son de naturaleza sistémica -tercer factor determinante de la competitividad-, pero sectorialmente existen ciertas especificidades diferenciales en términos del impacto de incentivos fiscales y financieros, de políticas comerciales y de leyes del Estado. Los sectores normalmente contemplados en los programas de apoyo son las industrias nacientes, las que están altamente expuestas a la competencia internacional como la automotriz y las industrias tradicionales como la textil y siderúrgica.

Factores sistémicos

Por último, el tercer grupo de factores que afectan la competitividad son los sistémicos. Estos constituyen externalidades para la empresa y, por tanto, la posibilidad de intervenir individualmente sobre ellos es escasa o casi que ninguna. Estos factores son de muy diverso tipo: macroeconómico -tasa de cambio, impuestos, oferta de crédito, política salarial, crecimiento del PIB, etcétera-, políticos e institucionales -política tributaria y tarifaria, participación del Estado en la economía-, legales y regulatorios -protección a la propiedad industrial, al medio ambiente, al consumidor y al capital extranjero-, sociales ,políticas de educación y formación del recurso humano, seguridad social-, internacionales -tendencias del comercio mundial, flujos de capital, relación con organizaciones multilaterales, acuerdos internacionales- y de infraestructura -

disponibilidad, calidad y costo de energía, transporte, comunicaciones, servicios tecnológicos como metrología y normalización, etcétera. En conclusión, los factores empresariales y sistémicos tienen una incidencia de tipo horizontal: esto es, presentan un carácter más genérico en la forma e intensidad como afectan la competitividad de los diferentes sectores industriales. En contraste, los factores estructurales tienen un carácter sectorial específico, afectando más directamente las especificidades que presenta cada rama de la producción o grupo de sectores similares. Estas consideraciones generales implican que el análisis de la competitividad debe tener en cuenta simultáneamente tanto los procesos internos a la empresa y a la industria como las condiciones económicas e institucionales del ambiente productivo.

2.2.3. Marco Conceptual

Definiciones de las Micro y pequeñas empresas

SUNAT, nos dice que las micro y pequeñas empresas es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.(SUNAT ,2008)

Definiciones de la competitividad

Mathews , indica que hay ciertos conceptos en el mundo empresarial y de los negocios que son esenciales a tomar en cuenta cuando se trata de encontrar los mejores resultados. Uno de ellos es el concepto de competitividad empresarial, por el que entendemos la búsqueda de eficacia y efectividad que las diferentes empresas, entidades empresariales y corporaciones realizan en pos de posicionarse como las mejores en sus rubros o áreas, superando a posibles competidoras. Hablar de competitividad empresarial al hacer referencia a las diferentes estrategias y métodos que las diversas entidades comerciales llevan a cabo con tal de no sólo obtener los mejores resultados sino también de que esos resultados sean los mejores en el rubro. Así, las empresas realizan diferentes campañas en las que a través de elementos como publicidad, calidad del producto o servicio, confianza, efectividad o tradición apelan a diferentes clientes que pueden ya existir o que pueden generarse a partir del momento

3.2 Población y muestra

3.2.1. Área geográfica del estudio

El territorio sobre el cual se desarrolla la provincia de Tocache está configurado por la Cordillera Oriental de los Andes y la cordillera Sub Andina, al centro de ambas formaciones un angosto valle se abre paso obra de la constante actividad del gran río Huallaga que atraviesa a la provincia de sur a norte. Similar aporte en la configuración del territorio tienen los ríos Tocache, Mishollo, Challuayacu, Cañuto, Chontayacu, Huaynabe, Uchiza, entre otros.

En la décadas finales del siglo pasado cientos y miles de campesinos talaron sus bosques buscando rápidamente hacerse ricos cultivando coca para el narcotráfico; después de más de 30 años lo que ha dejado esta ilícita actividad ha sido destrucción, muerte, y enriquecimiento ilícito de unos y empobrecimiento de otros.

Actualmente encontramos una población que ha decidido proyectarse tras objetivos comunes, aún cuando en las laderas de sus bosques y en las orillas de algunos de sus ríos todavía quedan aquellos que se aferran a continuar con el monocultivo de la coca, poco a poco muchos de ellos empiezan a derivarse a otras actividades agropecuarias lícitas, mientras otros procedentes de otras regiones llegan para ocupar “terrenos libres” o a comprar un área que algún traficante de tierras le ofrece. De los territorios andinos salen poblaciones en busca de nuevos horizontes, mientras que en San Martín y

particularmente Tocache por su ubicación y con buenas condiciones se ha convertido en un polo de atracción.

La pacífica población Tocachina y aquellos que decidieron quedarse para vivir responsablemente, con el apoyo de diferentes instituciones públicas y privadas, están apostando al desarrollo integral y sostenible de su provincia, poseen un gran espíritu de trabajo, interés de incorporar nuevas técnicas y hacer uso de la tecnología para cambiar su status, situación que en muchos de ellos ya son realidades. La provincia de Tocache es una de las provincias que pertenece a la región San Martín, en el Perú. En este sentido la población de la investigación que aquí se presenta, la constituyen las Mypes del sector panadería de Tocache en el año 2015.

Población:

La población en estudio está conformada por los propietarios de las MYPE del sector comercial, rubro panaderías de la ciudad de Tocache que suma un total de 14 MYPE.

Muestra: La muestra tomada es de 10 MYPE en el rubro de panaderías de la ciudad de Tocache.

3.2.2. Criterios de inclusión

Propietarios de la Zona urbana de la ciudad de Tocache
Aquéllos que estén presentes en todas las encuestas realizadas.

3.2.3. Criterio de exclusión

No se consideró propietarios de las zonas rurales.

3.2.4. Definición y operacionalización de las variables

Formalización:

En los últimos años han proliferado iniciativas que pretenden simplificar los trámites necesarios para formalizar empresas, siguiendo las pautas marcadas por los

trabajos de Hernando de Soto (1986, 2000) y Djankov et al. (2002), y los informes Doing Business publicados desde el año 2004 por el Banco Mundial. En esencia, estas obras argumentan que los políticos y burócratas regulan la formalización de las empresas con el solo fin de “capturar” rentas para sí mismos, sin atender a que la formalización también debe generar servicios útiles para las propias empresas y las Administraciones Públicas. Ciertamente, se produce mucha captura de rentas en los procesos de formalización, pero ello no debe llevarnos a olvidar el valor de la formalización: las decisiones han de basarse en la eficiencia, no sólo en los costes, y menos aún en las rentas.(Arruñada, 2007).

Competitividad:

El tema de la competitividad ha sido centro de arduos debates. Uno de los críticos más enconados es Krugman quien ha llegado a argumentar en algunas ocasiones que la competitividad es un concepto sin significado y que si tuviera alguno sería una manera poética de hablar de la productividad. Además ha recalcado que el problema económico no puede limitarse a la competencia en los mercados internacionales y que el éxito de un país no puede ser reducido únicamente a su comportamiento en el mercado internacional. Por último, señala que con frecuencia se cree erróneamente en los análisis de la competitividad que el comercio es un juego de suma-cero y se asume equivocadamente que las naciones son como las empresas (**Krugman, 1994**).

Tabla 1. Operacionalización de variables

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

			<input type="checkbox"/> Informal.
		N° de trabajadores en la empresa	Razón: <input type="checkbox"/> De 1 – 5 trabajadores. <input type="checkbox"/> De 6 a más trabajadores.
Formalización de las MYPES	Algunas características de la formalización de las MYPES	Obstáculos al momento de abrir la empresa	Nominal: Ninguno Tramites Competencias Otros
		Conocimiento de todos los trámites para formalizar	Nominal Sí No
		Conocimiento de las instituciones para formalizar la MYPE	Nominal Sí No
		Importancia para formalizar la MYPE	Nominal Sí No
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.

3.3. 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 Tocache en el año 2016.

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.

3.4. 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

		<p>los factores de la competitividad de las MYPES en el rubro de panaderías de la ciudad de Tocache, año 2016, determinar las ventajas de la competitividad en las MYPES rubro de panaderías de la ciudad de Tocache, año 2016.</p>	<p>ndolas tal como se mostraron dentro de su contexto .</p> <p>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</p>	<p>al, rubro panaderías de la ciudad de Tocache que suma un total de 14 MYPES. Y la muestra tomada es de 10 MYPES.</p>	
--	--	---	--	--	--

			recogió la informa ción.		
--	--	--	-----------------------------------	--	--

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

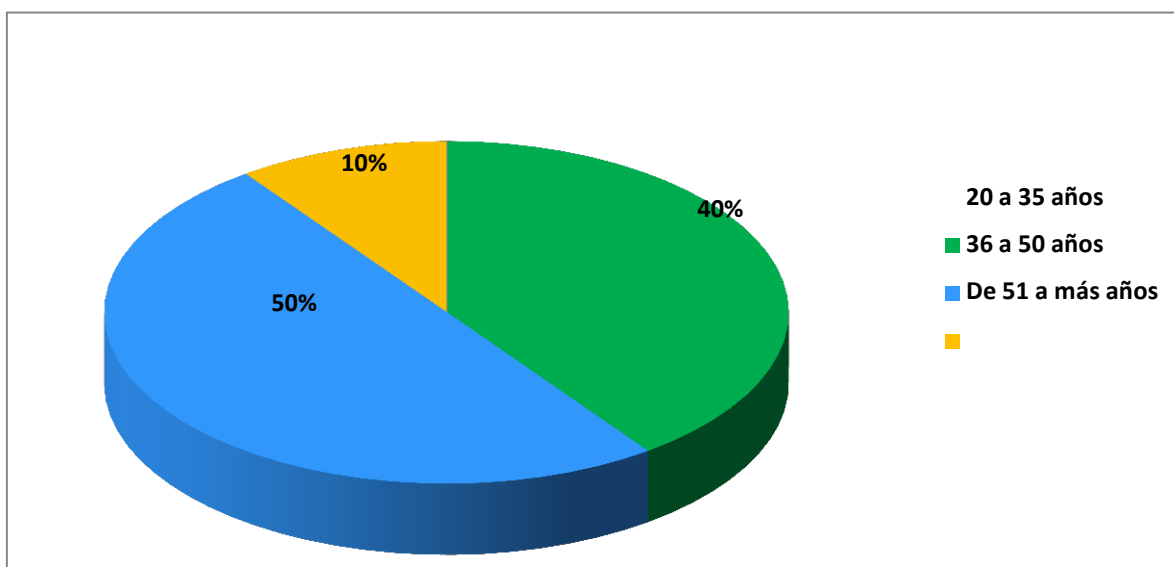
4.1.1. Respecto al perfil del empresario.

Tabla 3. Edad de los representantes de las MYPES.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
20 a 35 años	4	40.0
36 a 50 años	5	50.0
De 51 a más años	1	10.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 1. Edad de los representantes de las MYPES.



Fuente: Tabla 3.

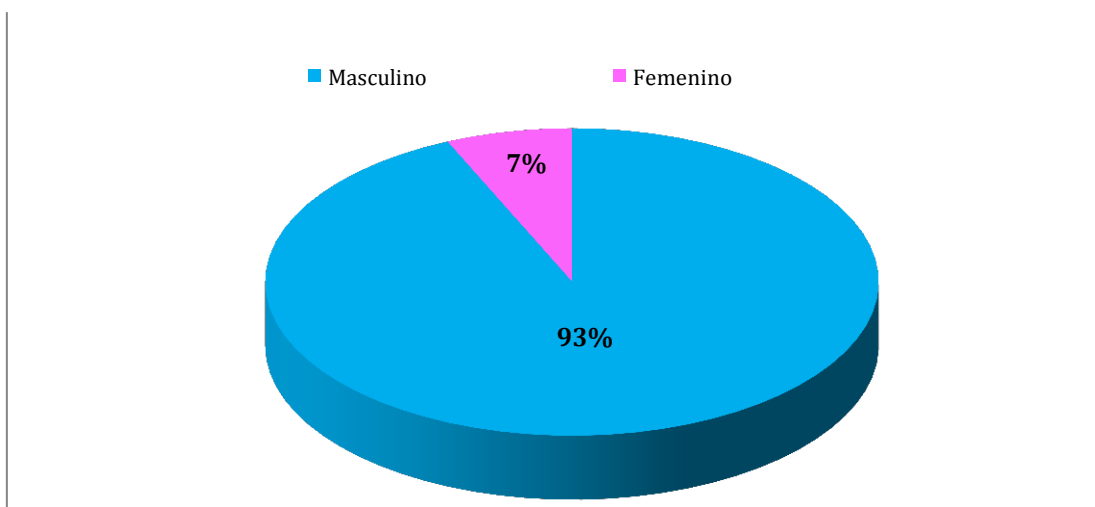
En la tabla 3 y gráfico 1, se observa que de los 10 propietarios encuestados en un 50% están en la edad de 36 a 50 años y el 40% están en la edad de 20 a 35 años y de la misma forma en un 10 % de 51 a más años.

Tabla 4. Género de los representantes de las MYPES.

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	9	90.0
Femenino	1	10.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 2. Género de los representantes de las MYPES



Fuente: Tabla 4.

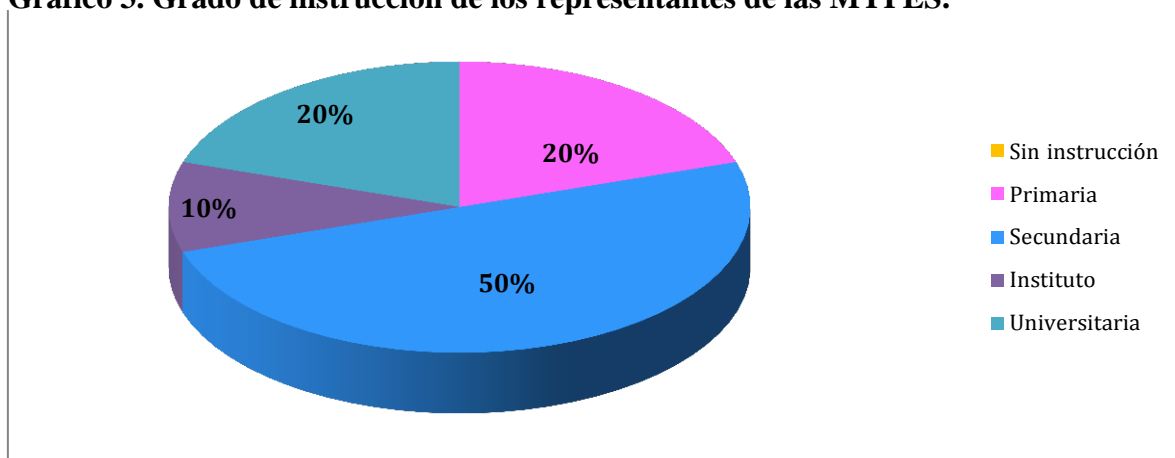
En la tabla 4 y gráfico 2, se observa que de los 10 propietarios encuestados 9 son Masculinos y solo 1 es femenino.

Tabla 5. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.

Instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Sin instrucción	0	0.0
Primaria	2	20.0
Secundaria	5	50.0
Instituto	1	10.0
Universitaria	2	20.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 3. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.



Fuente: Tabla 5.

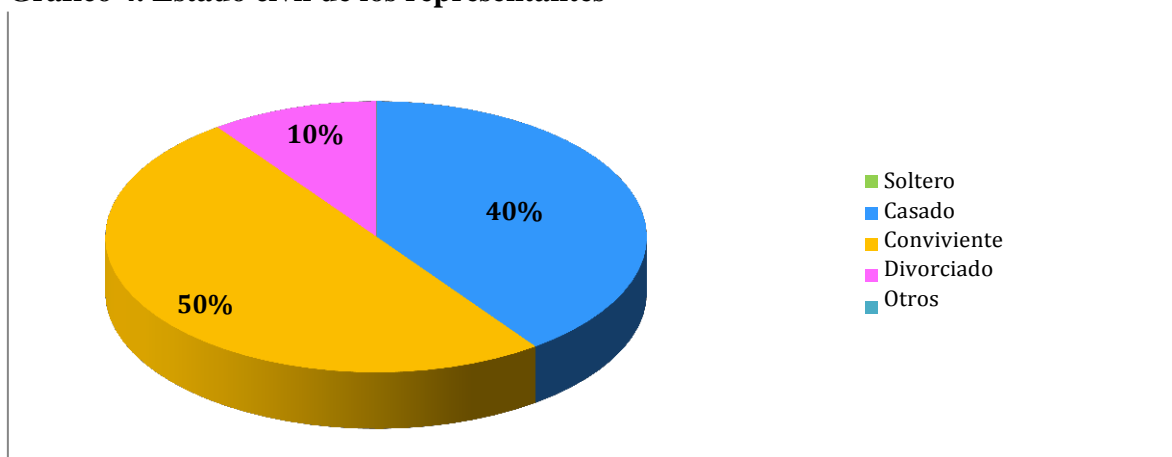
En la tabla 5 y gráfico 3, se observa que el 50% de los propietarios tienen una instrucción de secundaria y en un 20% de educación universitaria, siendo un 20% en primaria y una formación en un instituto al 10%.

Tabla 6. Estado civil de los representantes

Estado	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	0	0.0
Casado	4	40.0
Conviviente	5	50.0
Divorciado	1	10.0
Otros	0	0.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 4. Estado civil de los representantes



Fuente: Tabla 6.

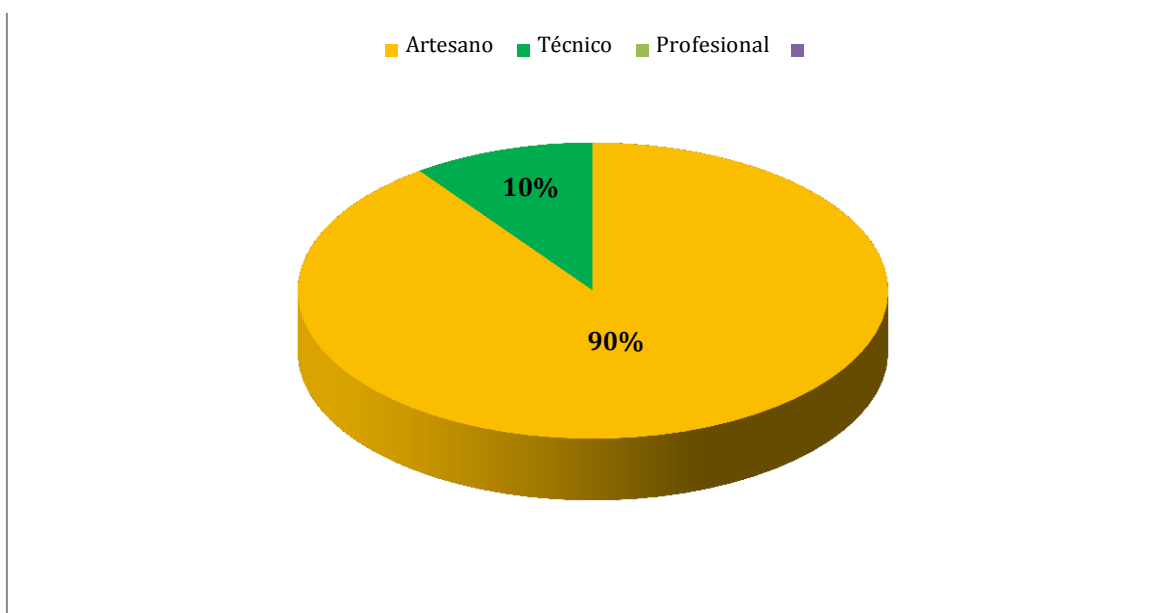
En la tabla 6 y gráfico 4, se observa que el 50% de los propietarios o representantes de las MYPE del sector Panaderías son convivientes y un 40% son casados y el 10% son divorciados.

Tabla 7. Profesión de los representantes de las MYPES

Profesión	Frecuencia	Porcentaje
Artesano	9	90.0
Técnico	1	10.0
Profesional	0	0.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 5. Profesión de los representantes de las MYPES



Fuente: Tabla 7.

En la tabla 7 y gráfico 5, se muestra que el 90% son artesanos y un 10% son de condición técnico.

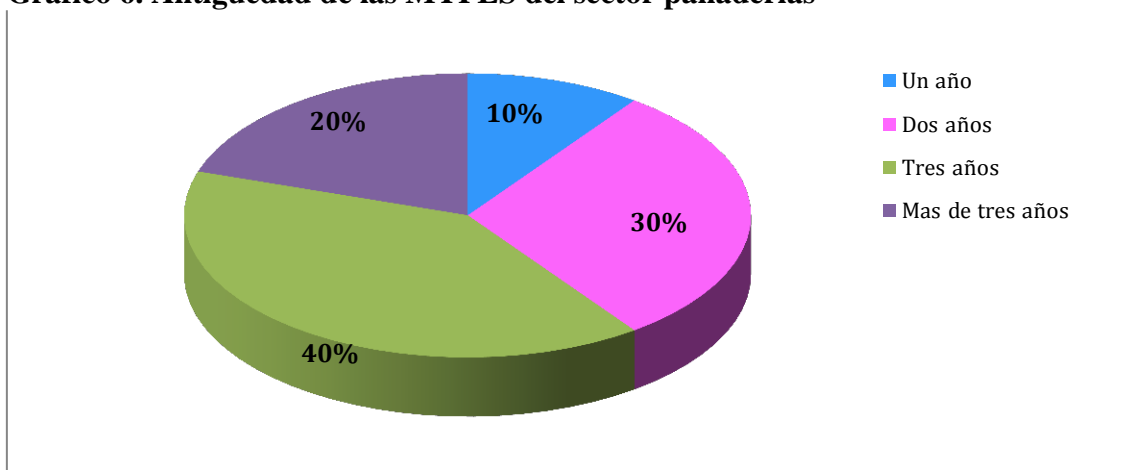
4.1.2. Respecto a las características de las MYPES

Tabla 8. Antigüedad de las MYPE del sector Panaderías

Antigüedad	Frecuencia	Porcentaje
Un año	1	10.0
Dos años	3	30.0
Tres años	4	40.0
Más de tres años	2	20.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 6. Antigüedad de las MYPES del sector panaderías



Fuente: Tabla 8.

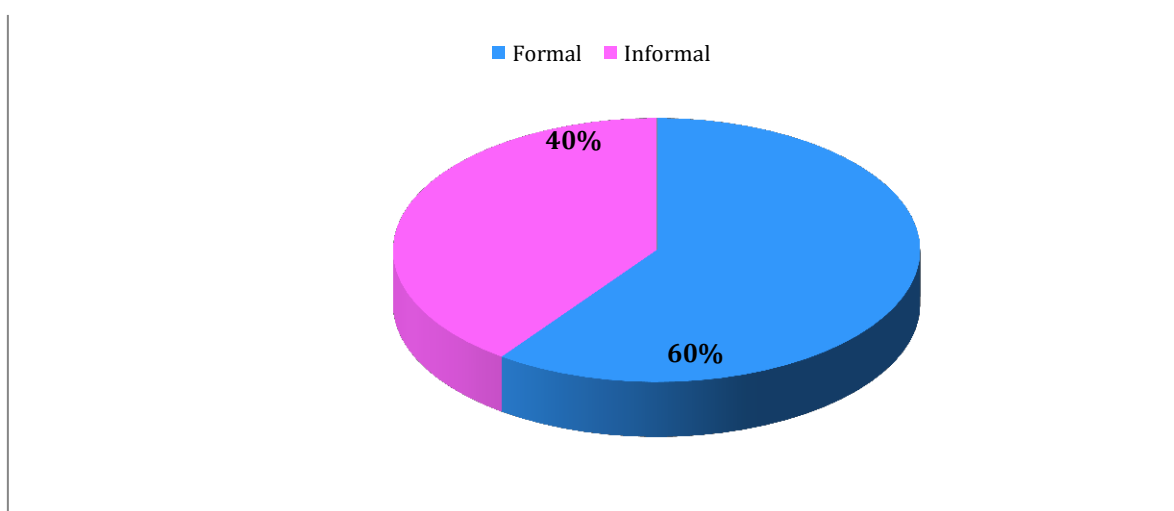
En la tabla 8 y gráfico 6, se observa que de los 10 propietarios o representantes tienen una antigüedad del 40 % de 3 años y en un 30% en dos años, y en 20% a más de tres años y el 10% en un año.

Tabla 9. Formalidad de las MYPES

Formalidad	Frecuencia	Porcentaje
Formal	6	60.0
Informal	4	40.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 7. Formalidad de las MYPES



Fuente: Tabla 9.

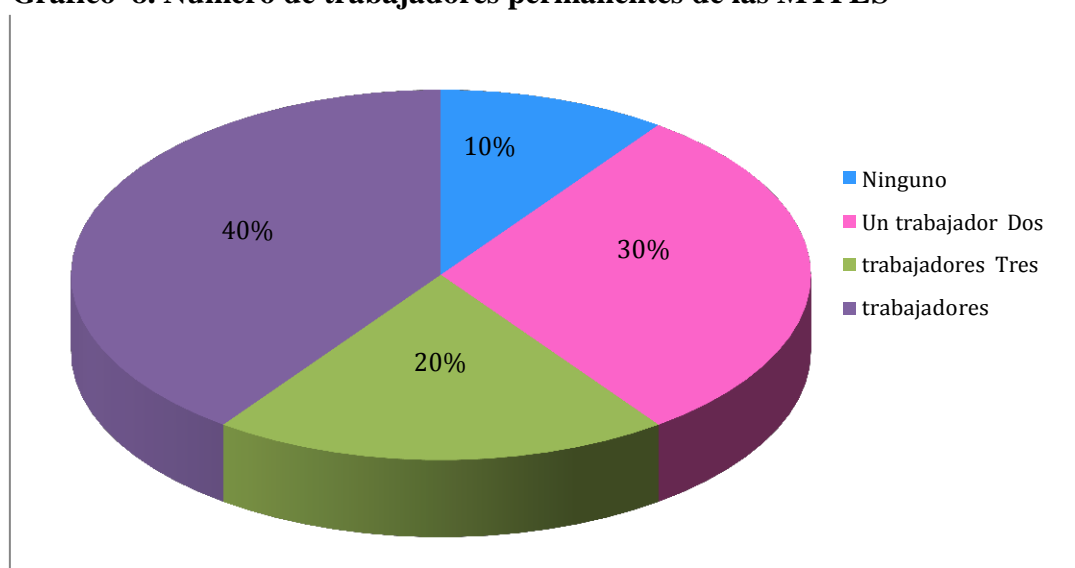
En la tabla 9 y gráfico 7, se demuestra que de los 10 propietarios o representantes el 60% son formales y el 40% son informales.

Tabla 10. Número de trabajadores permanentes de las MYPES

Trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	1	10.0
Un trabajador	3	30.0
Dos trabajadores	2	20.0
Tres trabajadores	4	40.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 8. Número de trabajadores permanentes de las MYPES



Fuente: Tabla 10.

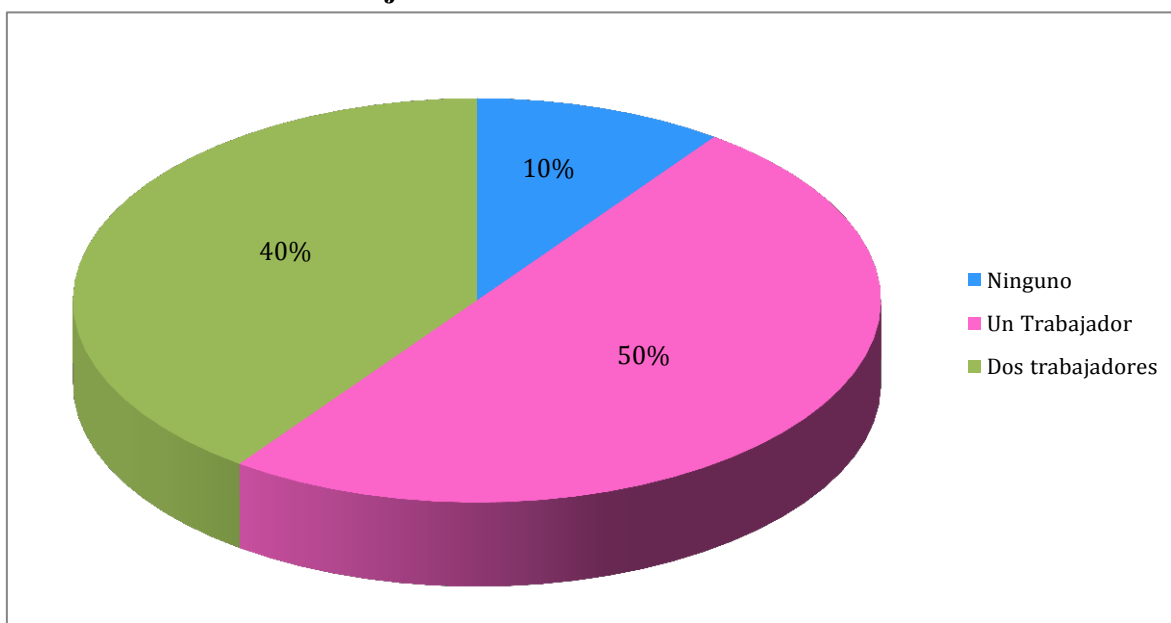
En la tabla 10 y gráfico 8, se observa que el 40% tres trabajadores son permanentes que equivale a 4 trabajadores y el 30% un trabajador es permanente que equivale a 3 trabajadores y en 20% tiene 02 trabajadores permanentes y el 10% ninguno.

Tabla 11. Número de trabajadores eventuales de las MYPES

Trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	1	10.0
Un Trabajador	5	50.0
Dos trabajadores	4	40.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 9. Número de trabajadores eventuales de las MYPES



Fuente: Tabla 11.

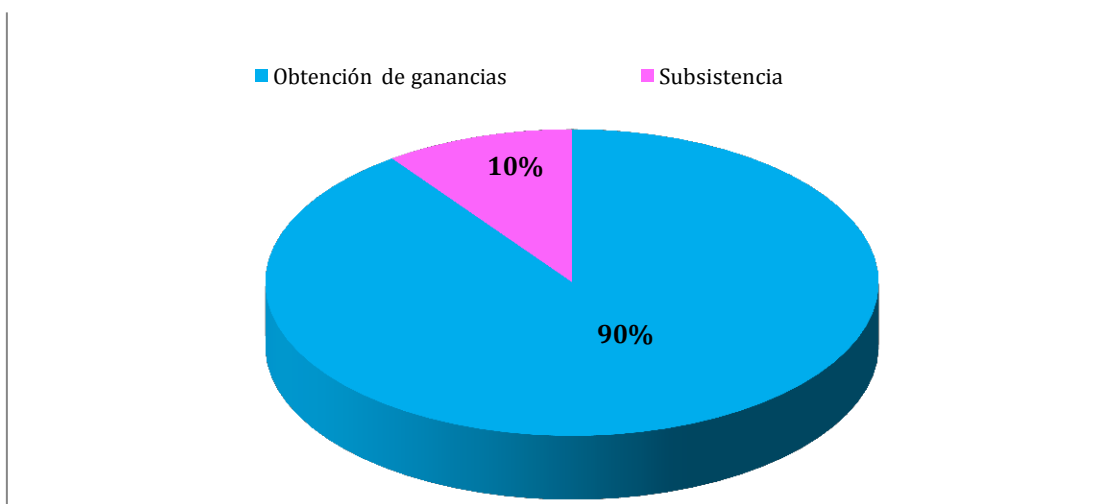
En la tabla 11 y gráfico 9, se muestra del 100% de los encuestados, el 50% entre un trabajador son eventuales, y el 40% tiene entre dos trabajadores, y en 10% ninguno

Tabla 12. Motivos de formación de las MYPES

Motivos	Frecuencia	Porcentaje
Obtención de ganancias	9	90.0
Subsistencia	1	10.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 10. Motivos de formación de las MYPES



Fuente: Tabla 12.

En la tabla 12 y gráfico 10, se observa del 100% de los encuestados el 90% se formó por obtención de ganancias y el 10% por subsistencia.

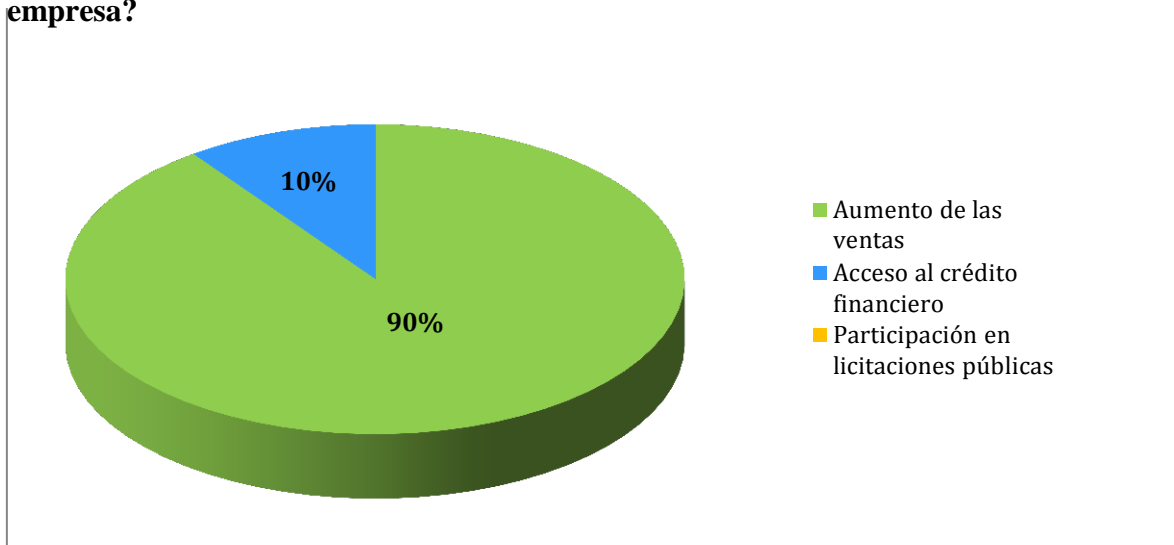
4.1.3. Respecto a la formalización

Tabla 13: ¿Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa?

Beneficios	Frecuencia	Porcentaje
Aumento de las ventas	9	90.0
Acceso al crédito financiero	1	10.0
Participación en licitaciones públicas	0	0.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016

Gráfico 11: ¿Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa?



Fuente: Tabla 13

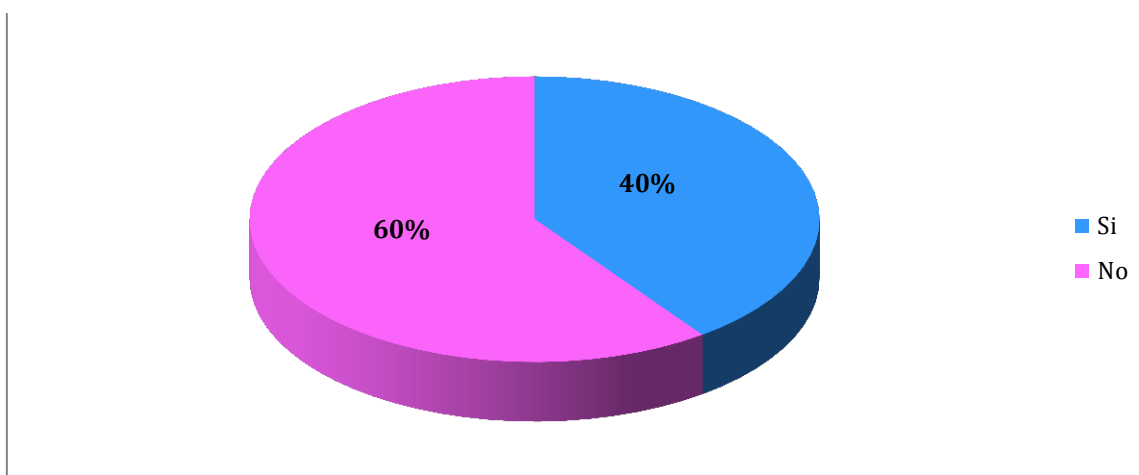
En la tabla 13 y gráfico 11, se observa que el 100% de los encuestados manifiesta que el 90% aumenta de las ventas y solo en un 10% para el acceso al crédito financiero.

Tabla 14: ¿Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial?

Recibió	Frecuencia	Porcentaje
Sí	4	40.0
No	6	60.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016

Gráfico 12: ¿Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial?



Fuente: Tabla 14

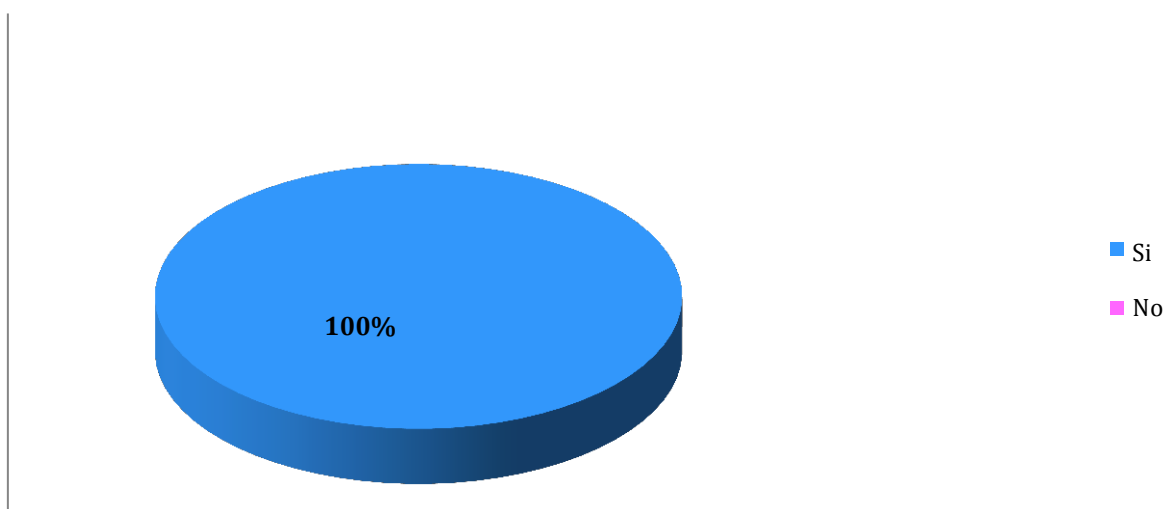
En la tabla 14 y gráfico 12, se observa que el 60% de los encuestados no recibió asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial y el 40% sí recibió asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial.

Tabla 15: ¿Considera que la formalización aumenta los costos laborales?

Aumento	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	100.0
No	0	0.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016

Gráfico 13: ¿Considera que la formalización aumenta los costos laborales?



Fuente: Tabla 15

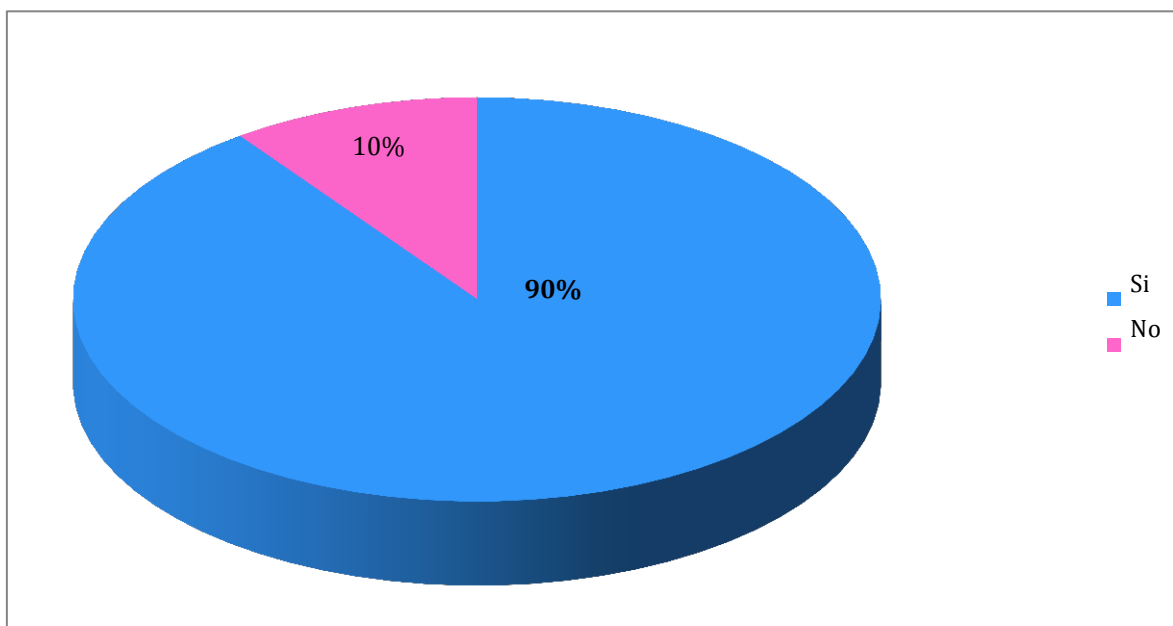
En la tabla 15 y gráfico 13, se observa que 100% de los encuestados indica que la formalización aumenta los costos laborales.

Tabla 16: ¿Si el Estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES, formalizaría su empresa?

Formalización de empresa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	9	90.0
No	1	10.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016

Gráfico 14: ¿Si el Estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES, formalizaría su empresa?



Fuente: Tabla 16

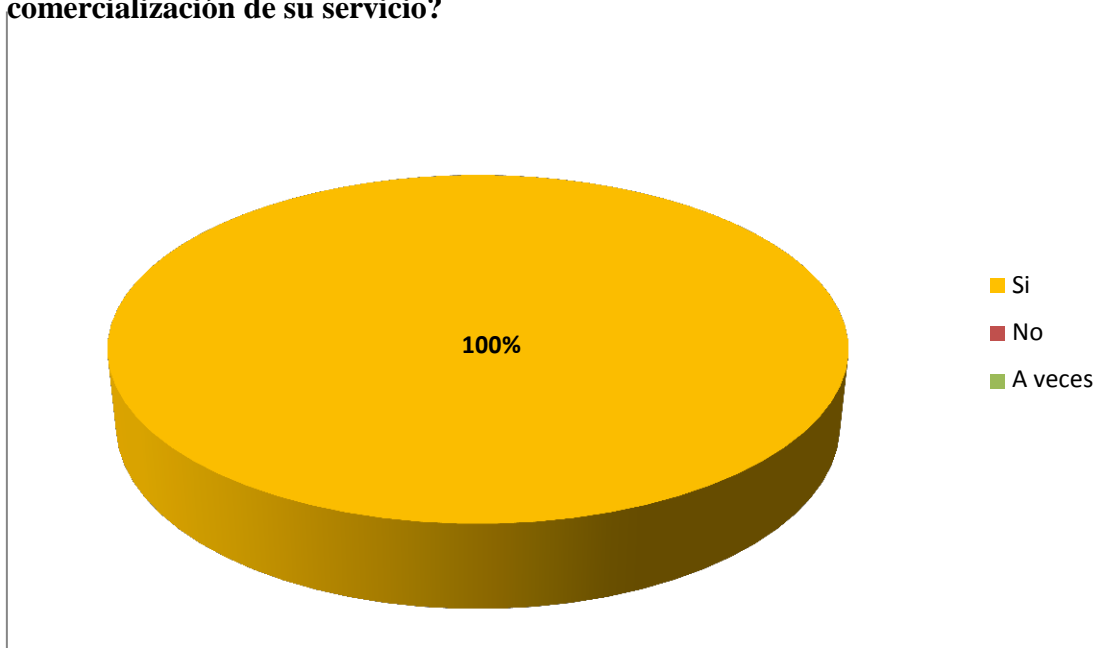
En la tabla 16 y gráfico 14, se observa que el 90% de los encuestados indica que formalizarían su empresa si el Estado concedería beneficios y un 10% no formalizarían.

Tabla 17: ¿Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio?

Contribuye	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100.0
No	0	0.0
A veces	0	0.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016

Gráfico 15: ¿Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio?



Fuente: Tabla 17

En la tabla 17 y gráfico 15, se observa que el 100% de los encuestados indica que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio.

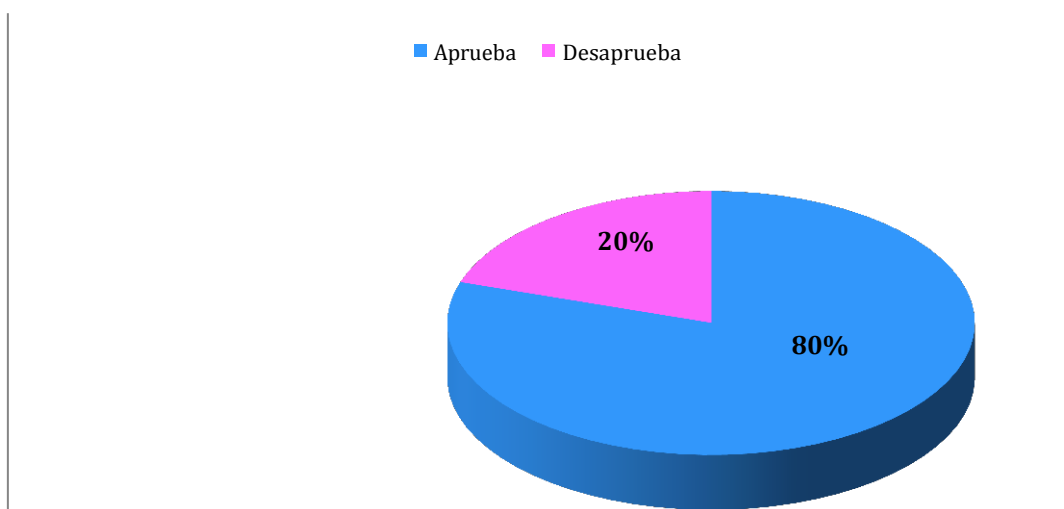
4.1.3. Respecto a las características de la competitividad

Tabla 18. Competitividad para el buen desempeño de las MYPES.

Competitividad	Frecuencia	Porcentaje
Aprueba	8	80.0
Desaprueba	2	20.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 16. Competitividad para el buen desempeño de las MYPES



Fuente: Tabla 18.

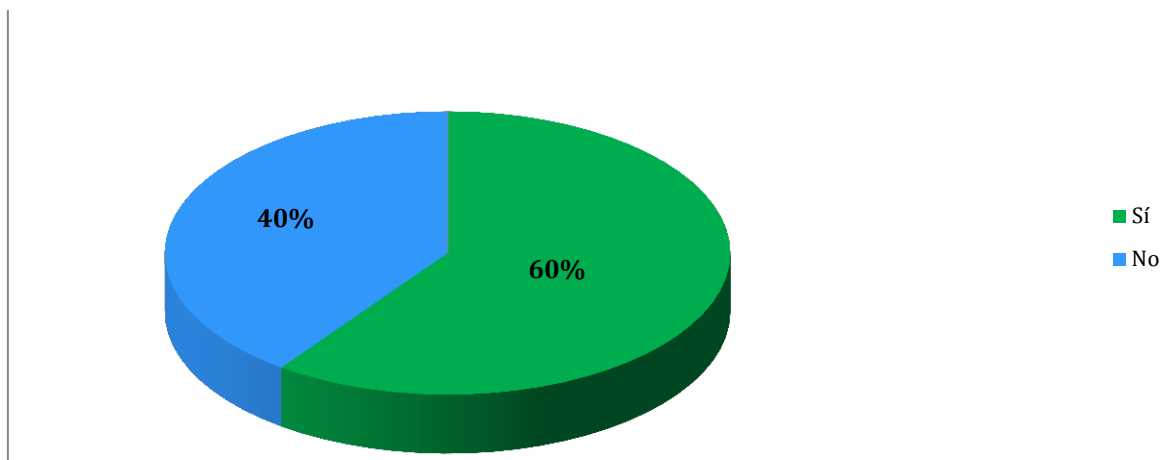
En la tabla 18 y gráfico 16, el 80% aprueba la competitividad para el buen desempeño de las MYPES y solo el 20% lo desaprueban.

Tabla 19. El vendedor asesora al comprador en las MYPES

Asesora	Frecuencia	Porcentaje
Sí	6	60.0
No	4	40.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 17. El vendedor asesora al comprador en las MYPES



Fuente: Tabla 19.

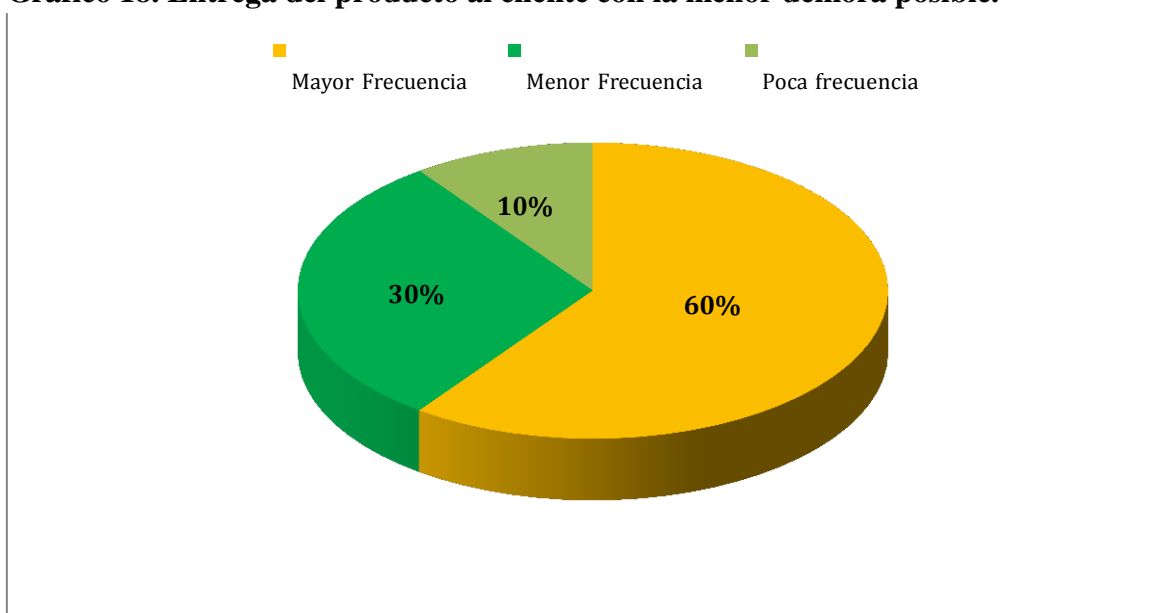
En la tabla 19 y gráfico 17, se demuestra que el 60% de los encuestados sí asesoran a los compradores, y solo el 40% no asesoran al comprador del rubro panaderías.

Tabla 20. Entrega del producto al cliente con la menor demora posible.

Entrega	Frecuencia	Porcentaje
Mayor Frecuencia	6	60.0
Menor Frecuencia	3	30.0
Poca frecuencia	1	10.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 18. Entrega del producto al cliente con la menor demora posible.



Fuente: Tabla 20.

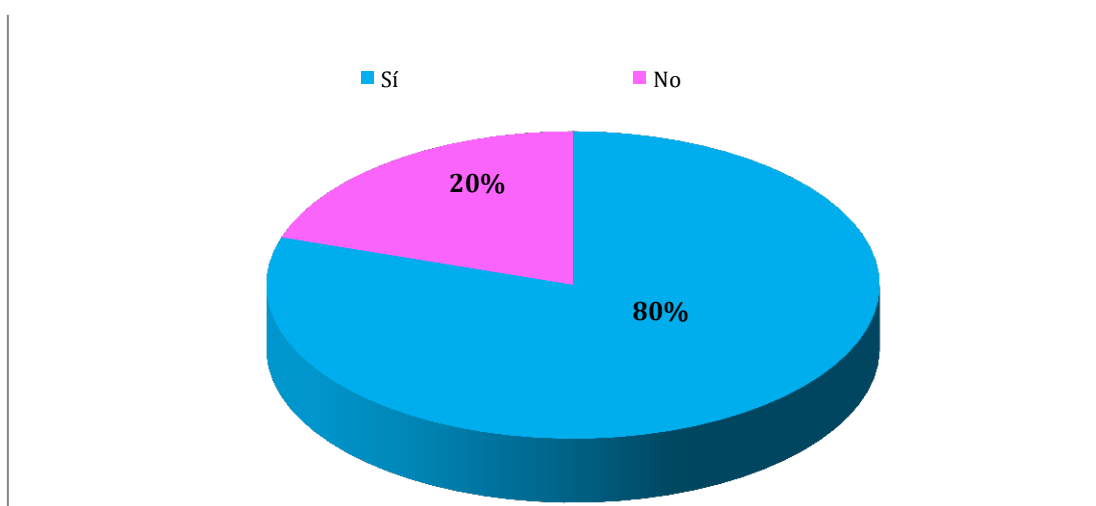
En la tabla 20 y gráfico 18, se observa que el 60% de las MYPES entregan el producto al cliente con mayor frecuencia, mientras que el 30 % lo hace con menor frecuencia y en un 10% lo hace con poca frecuencia.

Tabla 21. Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores.

Pago	Frecuencia	Porcentaje
Sí	8	80.0
No	2	20.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 19. Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores.



Fuente: Tabla 21.

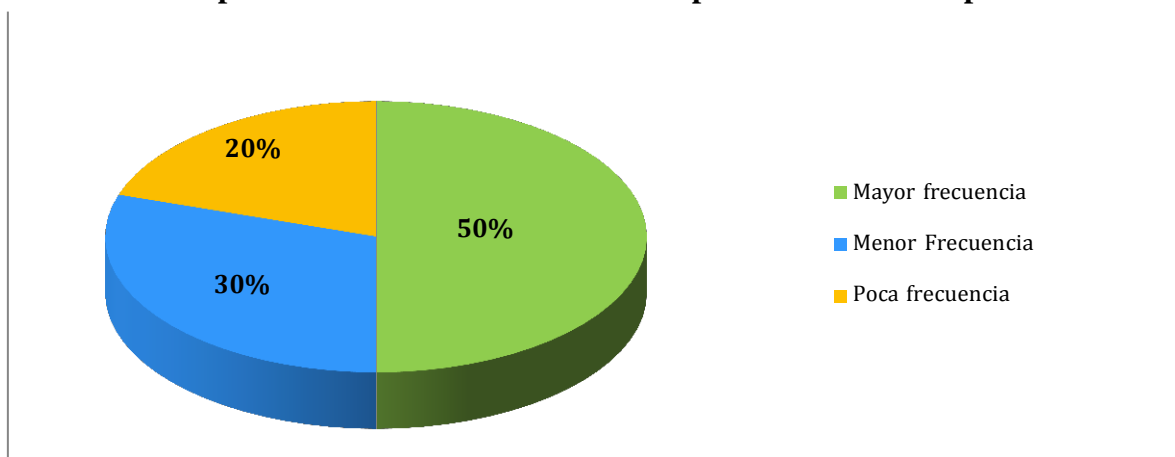
En la tabla 21 y gráfico 19, se observa que el 80% de las MYPES sí procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores, y en el 20% no lo procesan como debería ser.

Tabla 22. Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra.

Responden	Frecuencia	Porcentaje
Mayor frecuencia	5	50.0
Menor Frecuencia	3	30.0
Poca frecuencia	2	20.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 20. Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra.



Fuente: Tabla 22.

En la tabla 22 y gráfico 20, el 50% de las MYPES con mayor frecuencia responden a sus consultas y/o reclamos posteriores a la compra y en un 30% lo hacen con menor frecuencia y en 20% lo hacen con poca frecuencia.

4.2 Análisis de resultados

4.2.1 Respecto al perfil del empresario

La mayor parte de los representantes de las MYPES tienen instrucción secundaria en un 50% , se puede apreciar en menor cantidad que existen representantes que tengan estudios universitarios (tabla 5), sin embargo el 10 % de las MYPES aún tienen representantes con educación primaria, lo que estaría indicando que las MYPES que tienen representantes instruidos en estos tiempos donde los mercados son cada vez más competitivos, tienen las posibilidades de que su empresa sea exitosa debido a la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos por los representantes que han recibido instrucción.

El 50 % de los empresarios encuestados tiene entre 36 y 50 años (ver tabla 3).

4.2.2 Respecto a las características de las MYPES

El 40 % de las MYPES encuestadas (ver tabla 8) tienen tres años en el mercado, lo que indica que aquellas que tienen mayor tiempo en el mercado tienen más experiencia que las que solo tienen un año, lo que significa una ventaja en contra de la competencia, debido a que estas conocen los momentos fructíferos del negocio los cuales saben cómo aprovecharlos, mientras que las que aún están iniciando aún están aprendiendo sobre esto.

Los representantes de las MYPES encuestadas muestran que el 40% sí cuentan con trabajadores permanentes solo con el 30% que equivale a un trabajador tienen un trabajador permanente (ver tabla 10).

4.2.3. Respecto a la formalización

Del 100%, el 90% de empresarios encuestados, consideran que los beneficios de formalización de su empresa aumentar en sus venta y el 10% con la formalización tendrán el acceso al crédito financiero, (Ver tabla 13), esto demuestra que actualmente que la mayoría de los empresarios encuestados del rubro panaderías de la provincia de Tocache, consideran a los beneficios de formalización para poder generar utilidades para la empresa.

El 90% de empresarios encuestados, manifestaron si el Estado concedería no haber recibido asesorías de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial (Ver tabla 14), esto quiere decir que las empresas no son asesoradas por las empresas publicas ni las privadas.

El 100% de empresarios encuestados, considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio de las cuales si contribuyeran para las mejores ventas del producto (ver tabla 17), esto quiere decir que si daría el Estado estas facilidades o beneficios si se acogieran a la formalización y deben acudir para legalizar la empresa.

4.2.4 Respecto a la característica de la competitividad

Las MYPES que han sido encuestadas se dedican al rubro panaderías en (tabla 18) la mayoría aprueba la competitividad en un 80%. El 60% sí asesoran al comprador de las MYPES, por lo que se puede decir que los clientes se sienten satisfechos, ya que con los resultados de la encuesta podemos afirmar que el servicio no es brindado en buena calidad, lo que indica que no supera las expectativas.

En la entrega del producto al cliente con la menor demora posible (tabla 20) indica según las encuestas realizadas el 60% de las MYPES lo hace con mayor frecuencia, lo que se indica que los trabajadores son hábiles para proporcionar el producto, pero no

garantiza la compra del mismo ya que no brindan el asesoramiento que muchos clientes desearían obtener, sin tomar en cuenta el factor dinero.

Los representantes de las MYPES perciben que el trato al cliente mejora la competitividad de las empresas, lo que indica que procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores, manifestando que si hubiera algún descuido del trabajador sería descontado por el empleador. En lo que corresponde a sus consultas o reclamos posteriores a la compra el 50% se manifiesta con mayor frecuencia en la atención al cliente, tomando en consideración que para evitar estos inconvenientes se debe mejorar según (tabla 22) el asesoramiento para de esta manera involucrarnos más con la MYPES y con los requerimientos de nuestros clientes que son la base de la economía y progreso constante de la MYPES.

V. CONCLUSIONES.

5.1. Respecto al perfil del empresario

Del 100% de los representantes legales de las MYPES encuestados se puede afirmar que el 50 % de los representantes tienen entre 36 y 50 años, y el 90% son de género masculino, el 50 % solo tienen estudios secundarios, el 90% de los representantes legales de las MYPES encuestados son artesanos.

5.2. Respecto a las características de las MYPES

Las principales características de las MYPE del ámbito de estudio son: El 40 % se dedica al negocio por 03 años respectivamente, mientras tanto que el 60% son empresas formales solo el 40% tiene 4 trabajadores permanentes.

5.3. Respecto a la formalización

Los beneficios con la formalización asume los encuestados en un 90% el aumento de las ventas, que quiere decir aumentar la rentabilidad de la empresa, en cuanto a la asesoría en la formalización de las empresas públicas y privadas el 60% de los encuestados no asesoran las cuales es la primordial en hacer de su conocimiento a las MYPES. En cuanto la formalización aumenta los costos laborales al 100%.

5.4. Respecto a las características de la competitividad

Los empresarios encuestados manifestaron que respecto a la competitividad, el 80% aprueban el buen desempeño de las MYPES, mientras que el 60% el vendedor sí asesora al comprador en las MYPES. El 60% entrega el producto al cliente con la mayor frecuencia posible, el 80% procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores y el 50% responden con mayor frecuencia a sus consultas o reclamos posteriores a la compra.

Referencias Bibliográficas

- Arruñada B. (2007). El imperativo de eficacia en la formalización de empresas. Globalización, competitividad y gobernabilidad. Universia.net. [Extraída el 27 de enero de 2016.], Disponible en: http://gcg.universia.net/pdfs_revistas/articulo_67_1195588177385.pdf.
- Bernilla, M. (2009), Mype Oportunidad de Crecimiento [En línea] 2016 [Extraído el 20 de enero del 2016], disponible en: <http://www.slideshare.net/Lordkoky/formalizacion-de-mypes>.
- Bejarano , Jesús Antonio,(1995), "La estrategia de competitividad el caso del sector agropecuario", mimeo, Santafé de Bogotá, 1995. [extraído el 30 de enero del 2016], disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/266.htm>.
- Cárdenas, N. (2010). Influencia de la informalidad en la Competitividad de la Micro y Pequeña Empresa en la Región Arequipa 2010. Tesis para optar el Grado Académico de Magíster en Derecho, Facultad de Derecho, Universidad Católica Santa María, Arequipa, Perú.
- Cohen, S.,(1994), "Speaking Freely", *Foreign Affairs*, Vol 73, No. 4, 1994. [extraído el 30 de enero del 2016], disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/266.htm>.
- Coriat, Benjamín,(1997), Los desafíos de la competitividad, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 1997.[extraído el 30 de enero del 2016], disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/266.htm>
- Chimoy, M(2011). La Formalización de una MYPE. [Extraído el 23 de enero del 2016], disponible en :URL disponible en:
- Dane, (1996),"Productividad, competitividad e internacionalización de la economía", Santafé de Bogotá, 1996. [extraído el 30 de enero del 2016], disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/266.htm>

- Ferraz, J.C., Kupfer, O y L. Haguenuer,(1996), *Made in Brazil Desafío competitivo para la industrialización*, Editora Campos, Rio de Janeiro, 1996.1994. [extraído el 30 de enero del 2016], disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrialatina/266.htm>
- Krugman, P,(1994), "The Fight over Competitiveness A Zero-Sum Debate?", *Foreign Affairs*, march-april, 1994.[Extraído el 30 de enero del 2015], disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrialatina/266.htm>.
- Krugman. P.,(1996), *Pop internationalism*, The MIT Press, London, 1996. [extraído el 30 de enero del 2016], disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrialatina/266.htm>.
- Napavnick, Z. (2013). *Financiamiento y competitividad de las micro y pequeñas empresas sector Textil- Rubro confecciones del Mercado Modelo de Piura. Piura.*
- Navarrete, G.(2011), *Caracterización de la formalización y la competitividad de las MYPE del sector industria - rubro panificadoras del distrito de nuevo Chimbote, período 2010-2011.*[Extraído el 22 de enero del 2016], disponible en <http://www.buenastareas.com/materias/tesis-sobre-formalizacion-de-microempresas/0>.
- Nolasco, M.(2011),en su tesis “caracterización de la formalización y la competitividad de las MYPE sector producción rubro panaderías en el distrito de Chimbote periodo 2010 – 2011,[Extraído el 20 de enero del 2016], disponible en erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/.../16285520140702071545.pdf
- Perú, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2002). *Programas e Instituciones Estatales que apoyan a las MYPES en el Perú.* Lima: Autores.
- Prestowitz, C.V., (1994), "Playing to Win", *Foreign Affairs*, vol 3, No 4, 1994. [extraído el 30 de enero del 2016], disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrialatina/266.htm>

- Rivera, J. (2012). Formalización tributaria de los comerciantes informales en la zona central del canton milagro. Ecuador: Universidad Estatal de Milagro .[Extraído el 21 de enero del 2016], disponible en <http://repositorio.unemi.edu.ec/.../Formalización%20tributaria%20de%20los%20>.
- Soto, H. (2007). La competitividad de la Industria del calzado en el Perú y sus proyecciones en el mediano plazo (Caso Pyme Tobbex International y el Papel de Citeccal). Tesis para optar el Grado Académico de Magister en Contabilidad, Facultad de Ciencias Contables, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Spencer, Michael y Hazard, Heather,(1988), *Intrnational competiveness*, Cambridge, Mass, 1988. .[extraído el 30 de enero del 2016], disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/266.htm>.
- Tantas, L. (2010). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles de oficina del distrito de Chimbote, periodo 2008-2009. Tesis para optar el Título de Contador Público, Escuela de Contabilidad, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.
- Torres, M. (2006). *Microempresa, pobreza y empleo en América Latina y el Caribe. Una propuesta de trabajo. Versión Preliminar para la OEA. Manuscrito no publicado.*
- Thurow, L. C.,(1994). "Microships, note potato chips", *Foreign Affairs*, vol 73, No. 4, 1994. .[extraído el 30 de enero del 2016], disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/266.htm>.
- Uceda, J.(2013), en su tesis “ Financiamiento en las micro y pequeñas empresas, rubro Panadería, de la ciudad de Chimbote, 2013”[Extraído el 22 de enero del 2016], disponible en <http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2014/01/11/125037/20141220114755.pdf>.

Valdivia, A.(2014),en su tesis “caracterización de la formalización y la competitividad de las MYPE del sector servicio - rubro mecánica automotriz del distrito de breña provincia de lima, departamento de lima, periodo 2013-2014,[Extraído el 21 de enero del 2016], disponible en <https://www.google.com.pe/#q=ALFONSO+VALDIVIA+FERR%C3%89+en+su+tesis+%E2%80%9Ccaracterizaci%C3%B3n+de+la+formalizaci%C3%B3n+y+la+competitividad+de+las+mypes+del+sector+servicio+-+rubro+mec%C3%A1nica+automotriz+del+distrito+de+bre%C3%B1a+provincia+de+lima%2C+departamento+de+lima%2C+periodo+2013-2014>.

Vela, L. (2007). Caracterización de las micro y pequeñas empresas (MYPE) en el Perú y desempeño de las microfinanzas. Lambayeque, Perú: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

ANEXO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales de las MYPE del ámbito de estudio.

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado:

CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR INDUSTRIA - RUBRO PANIFICADORAS DE LA PROVINCIA DE TOCACHE, PERIODO - 2016.

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

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

I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPES

1.1 Edad del representante legal de la empresa:

1.2 Género: Masculino..... Femenino.....

1.3 Grado de instrucción:

Sin instrucción.....Primaria.....Secundaria.....

Instituto..... Universitaria.....

1.4 Estado Civil:

Soltero.....Casado.....Conviviente.....Divorciado.....Otros.....

1.5 Profesión:

II. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES

2.1 Antigüedad en años que se encuentra en el sector y rubro:.....

4.4 Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores:

Sí..... No.....

4.5 Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra:

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

Tingo María, Marzo del 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

“AÑO DE LA CONSOLIDACION DEL MAR DE GRAU”

Tingo María, 26 de enero 2016

CARTA N°0029-2016-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 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 formalización y la competitividad de las MYPES del sector industria - rubro panificadoras de la provincia de Tocache, periodo 2015-2016”

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:

PERSI VALDIVIEZO FLORES

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

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN				
	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR
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

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO PARCIAL	COSTO TOTAL
Material de Escritorio					133.50
Papel Bond A4 80 grs.	Ciento	1	0.05	4.00	
Lapicero	Unidad	3	0,50	1.50	
Lápiz	Unidad	1	1.00	1.00	
Corrector	Unidad	1	6.00	6,00	
Engrapador	Unidad	1	10,00	10,00	
Tablero de madera	Unidad	1	7,50	7.50	
Clip	Caja	1	1,50	1,50	
Resaltador de textos	Unidad	3	6,00	18,00	
Fólder Manila	Unidad	4	4,00	4,00	
USB - 2Gb	Unidad	2	80,00	80,00	
Costos Por Servicio					117.00
Impresión	Unidad	50	0,30	15.00	
Fotostática	Unidad	20	0.10	2.00	
Anillado	Unidad	2	30.00	30.00	
Internet	Horas	70	1,00	70,00	
Alimentación					144.00
Desayuno	Días	8	5.00	40.00	
Almuerzo	Días	8	8.00	64.00	
Cena	Días	8	5.00	40.00	
Movilidades					340.00
Pasajes Internos	Días	8	5,00	40,00	
Pasajes Externos	Días	3	100.00	300.00	
				TOTAL	734.50

Financiamiento: El presente trabajo de investigación será autofinanciado.