



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

TESIS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

**FORMALIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES - RUBRO
PANADERIAS DE TINGO MARIA - LEONCIO
PRADO – HUÁNUCO – 2019.**

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN.**

AUTOR:

Bach. WAGNER ESPINOZA CHÁVEZ

ASESOR:

Dr. EDUARDO ANATOLIO MELGAREJO LEANDRO

HUÁNUCO – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Bach. WAGNER ESPINOZA CHÁVEZ

COD. ORCID. 0000-0003-2037-6892

ASESOR

Dr. EDUARDO ANATOLIO, MELGAREJO LEANDRO

COD. ORCID. 0000 – 0001 – 5453 – 9234

JURADO

Dr. BARRUETA SALAZAR, LUIS HENRRY

COD. ORCID. 0000 – 0002 – 9540 – 263X

MIEMBRO

DÁVILA SANCHEZ, EDDIE JERRY

COD. ORCID. 0000 – 0003 – 4893 – 3283

MIEMBRO

Mg. YESICA MIRAVAL ROJAS

COD. ORCID. 0000 – 0001 – 5126 – 9868

Hoja de firma del jurado y asesor

AUTOR

Bach. WAGNER ESPINOZA CHÁVEZ

COD. ORCID. 0000-0003-2037-6892

ASESOR

Dr. EDUARDO ANATOLIO, MELGAREJO LEANDRO

COD. ORCID. 0000 – 0001 – 5453 – 9234

JURADO

Dr. BARRUETA SALAZAR, LUIS HENRRY

COD. ORCID. 0000 – 0002 – 9540 – 263X

MIEMBRO

DÁVILA SANCHEZ, EDDIE JERRY

COD. ORCID. 0000 – 0003 – 4893 – 3283

MIEMBRO

Mg. YESICA MIRAVAL ROJAS

COD. ORCID. 0000 – 0001 – 5126 – 9868

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi Padre Juan Espinoza, mi Madre Ventura Chávez,

A mis hermanos y a todos mis tíos; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora. Por último a mis compañeros de tesis porque en esta armonía grupal lo hemos logrado y a mi director de tesis Lic. Adm. Angulo Cachique Nilson quién nos ayudó en todo y a los docentes por su confianza y el apoyo que me brindaron

DEDICATORIA

Mi tesis lo dedico con todo mi amor y cariño. A ti DIOS que me diste la oportunidad de vivir y de regalarme una familia maravillosa. Con mucho cariño principalmente a mis padres que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento. Gracias por todo papá y mamá por darme una carrera para mi futuro y por creer en mí, siempre han estado apoyándome y brindándome con todo su amor, por todo esto les agradezco de todo corazón

Los quiero con todo mi corazón y este trabajo que me llevó un año hacerlo es para ustedes, aquí está lo que ustedes me brindaron, solamente les estoy devolviendo lo que ustedes me dieron en un principio.

A mis hermanos Juan, Roselinda, Eladio, Nancy, Juver, Jamilton, Alfonsín, Flor Elisa, Flor Ventura gracias por estar conmigo y apoyarme siempre, los quiero mucho. Y a mis cuñados por estar siempre conmigo y consentirme tanto, los quiero.

RESUMEN

La investigación tuvo como propósito analizar la incidencia de la formalización en la competitividad de las MYPES rubro panaderías de Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco – 2019. Se planteó como problema de investigación ¿en qué medida incide la formalización en la competitividad de las MYPES rubro panaderías de Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco – 2019. La investigación fue tipo cuantitativo, de nivel Correlacional y de diseño No experimental/ transversal, y de una población de 98 Micro y Pequeñas Empresas Industriales que son las que generan la mayor fuerza laboral y contribución al PBI. Los establecimientos se encuentran registrados en la Provincia de Leoncio Prado. Determinó una muestra de 20 Mypes que representa el 5% de la población, a la cual se aplicó un cuestionario estructurado de 20 preguntas a través de la técnica de la encuesta

El de los encuestados respondieron que si utilizan la tecnología, competitividad ayuda a lograr objetivos, con la formalización el 100% clientes satisfechos Productos de mayor y mejor calidad, las MYPES de Tingo María Leoncio Prado Huánuco 2019, consideran que aplicar la formalización ha traído beneficios.

El 100% de las MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, se encuentran formalizadas esto nos da a entender que son conscientes de las sanciones por la inobservancia de las normas vigentes, incluyendo las de carácter tributario del grado de conciencia tributaria los lineamientos de competitividad, que tienen que desarrollar las empresas para tener mayores oportunidades de negocio. El 70% de las MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, tienen conocimiento del término competitividad para el buen desempeño de la MYPES del rubro

PALABRAS CLAVES: Formalización, Competitividad y MYPE

ABSTRACT

The purpose of the research was to analyze the impact of the formalization on the competitiveness of the MYPES heading bakeries of Tingo Maria - Leoncio Prado - Huánuco - 2019. It was raised as a research problem to what extent does the formalization affect the competitiveness of the MYPES heading Tingo Maria bakeries - Leoncio Prado - Huánuco - 2019. The research was quantitative, correlational and non-experimental / cross-sectional, and a population of 98 Micro and Small Industrial Enterprises that generate the greatest workforce and contribution to GDP. The establishments are registered in the Province of Leoncio Prado. He determined a sample of 20 MYPES representing 5% of the population, to which a structured questionnaire of 20 questions was applied through the survey technique. The respondents responded that if they use technology, competitiveness helps to achieve objectives, with the formalization of 100% satisfied customers. Products of greater and better quality, the MYPES of Tingo Maria Leoncio Prado Huánuco 2019, consider that applying formalization has brought benefits. 100% of the MYPES surveyed in the bakery category of Tingo Maria Leoncio Prado Huánuco, are formalized. This implies that they are aware of the sanctions for non-compliance with current regulations, including those of a tax nature of the degree of tax awareness Competitiveness guidelines, which companies have to develop in order to have greater business opportunities. 70% of the MYPES surveyed in the bakery category of Tingo Maria Leoncio Prado Huánuco, have knowledge of the term competitiveness for the good performance of the MYPES of the item

KEY WORDS: Formalization, Competitiveness and MYP

CONTENIDO

	Pág.
Equipo de trabajo.....	ii
Hoja de firmas de jurado.....	iii
Hoja de agradecimiento.....	iv
Hoja de dedicatoria.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Contenido.....	viii
Índice de tablas.....	x
Cuadros y gráficos.....	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISION DE LITERATURA.....	16
2.1. Antecedentes.....	16
2.2.1. Formalización.....	36
2.2.2. Instrumentos de la Formalización.....	38
2.2.3. Importancia de la Formalización.....	39
2.2.4. La Informalidad.....	43
2.2.5. Competitividad.....	47
2.2.6. Calidad.....	56
2.2.3. MYPES.....	59
2.2.4. Industria Panificadora.....	61
III. Hipótesis.....	65

IV. METODOLOGIA.....	66
4.1. Diseño de la Investigación.....	66
4.2. Población y Muestra.....	67
4.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	70
4.4. Técnicas e Instrumentos.....	71
4.5 Plan de análisis.....	71
4.6. Matriz de consistencia.....	72
4.7. Principios éticos.....	74
V. RESULTADOS.....	76
5.1. Resultados.....	76
5.2. Análisis de resultados.....	97
VI. CONCLUSIONES.....	99
Referencias Bibliográficas.....	102
Anexos.....	108

Índice de Tabla

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	70
Tabla 2. Matriz de consistencia de la formalización y su incidencia en la competitividad de las MYPES.....	72
Tabla 3. Edad de los representantes de las MYPES.....	76
Tabla 4. El Género de los representantes de las MYPES.....	77
Tabla 5. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.....	78
Tabla 6. Estado Civil.....	78
Tabla 7. Profesión de los representantes de las MYPES.....	79
Tabla 8. Antigüedad en años que se encuentra en el sector y rubro.....	79
Tabla 9. Formalidad de las MYPES.....	
Tabla 10. Número de trabajadores permanentes de las MYPES.....	79
Tabla 11. Número de trabajadores eventuales de las MYPES.....	80
Tabla 12. Motivos de formación de las MYPES para subsistencia.....	80
Tabla 13. Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa....	81
Tabla 14. Crecimiento en el mercado debido a la formalización.....	82
Tabla 15. Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización.....	83
Tabla 16. Considera que la formalización aumenta los costos laborales.....	84
Tabla 17. Si el Estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES formalizaría su empresa.....	85
Tabla 18. Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio.....	86
Tabla 19. Competitividad para el buen desempeño de la MYPES.....	86
Tabla 20. Conoce usted el término de competitividad.....	87

Tabla 21. De qué manera es competitiva su empresa.....	87
Tabla 22. Cree que la tecnología ayudaría en el crecimiento de su empresa.....	88
Tabla 23. Cuál considera que es la ventaja competitiva más reciente de empresa.....	89
Tabla 24. Entrega del producto al cliente con la menor demora posible.....	90
Tabla 25. Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores.....	91
Tabla 26. Responde a sus consultas o reclamos posteriores a la compra.....	92

Indicé de tablas, cuadros y gráficos	Pág.
Cuadro y gráfico N° 01 Edad de los Representantes de las Mypes	73
Cuadro y gráfico N° 02 Genero del Representante de las Mypes	73
Cuadro y gráfico N° 03 Grado de Instrucción del Representante de las Mypes	74
Cuadro y gráfico N° 04 Estado civil de los representantes de las Mypes	75
Cuadro y gráfico N° 05 Profesión de los representantes de las Mypes	76
Cuadro y gráfico N° 06 Antigüedad de las MYPES del rubro panaderías	77
Cuadro y gráfico N° 07 Formalidad de las MYPES.	78
Cuadro y gráfico N° 08 Número de trabajadores permanentes de las Mypes 2019	79
Cuadro y gráfico N° 09 Número de trabajadores eventuales de las MYPES	80
Cuadro y gráfico N° 10 Motivos de formación de las MYPES	81
Cuadro y gráfico N° 11 Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa	82
Cuadro y gráfico N° 12 Crecimiento en el mercado debido a la formalización.....	83
Cuadro y gráfico N° 13 Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización	84
Cuadro y gráfico N° 14 Considera que la formalización aumenta los costos laborales	85
Cuadro y gráfico N° 15 Si el Estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES formalizaría su empresa	86
Cuadro y gráfico N° 16 Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio	87
Cuadro y gráfico N° 17 Competitividad para el buen desempeño de las MYPES	88
Cuadro y gráfico N° 18 Conoce usted el término de competitividad	89
Cuadro y gráfico N° 19 De qué manera es competitiva su empresa	80
Cuadro y gráfico N° 20 Cree qué la tecnología ayudaría en el crecimiento de su empresa	81
Cuadro y gráfico N° 21Cuál considera que es la ventaja competitiva más reciente de empresa	82

Cuadro y gráfico N° 22 Entrega del producto al cliente con la menor demora posible	83
Cuadro y gráfico N° 23 Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores	84
Cuadro y gráfico N° 24 Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra	85

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado estudio de la FORMALIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES - RUBRO PANADERIAS DE TINGO MARIA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO – HUÁNUCO – 2019 se orientó a dilucidar en los principales factores que influyen en la formalización y competitividad de las MYPES en la provincia de Leoncio Prado. Para tal efecto, se puso a prueba la siguiente hipótesis "El incremento persistente de MYPES formales y la competitividad

El mundo de hoy, caracterizado por la competitividad, la globalización de la economía, la innovación científica y tecnológica y el permanente cambio, ha obligado a que las organizaciones (cualquiera que sea su naturaleza), desarrollen todas sus potencialidades si quieren sobrevivir, y más aún, si pretenden incidir y modificar ese medio ambiente cambiante y complejo. El proceso de modernización del País a comienzos de la década del 90 originó que las empresas operen cambios en su estructura y en sus procesos con diferentes grados de rapidez e intensidad, orientados a mejorar su eficiencia en la prestación de servicios y elaboración de sus productos; sin embargo esta etapa de modernización aplicado en la mayoría de empresas ha consistido básicamente en reestructurar su organización, reducir personal e implementar sistemas informáticos, careciendo de una concepción integral. Con una visión de desarrollo de mediano y largo plazo.

El desarrollo de productos va hoy de la mano con la globalización, por lo que ahora vemos que los panes tienen componentes nutricionales, sensoriales, económicos y ambientales. Formalización de las MYPES y su influencia en la competitividad, de las panaderías en la Provincia de Leoncio Prado año 2019 pretendemos resaltar el valor estratégico de la Formalización de las MYPES y su influencia en la competitividad de las panaderías, donde

el servicio de calidad del producto, es una filosofía empresarial que tiene como objetivo único; la satisfacción del cliente.

Lo único que podría lograr que la MYPE tenga un futuro crecimiento sería lograr que los micro y pequeños empresarios informales tomen conciencia de los beneficios que le traería la formalidad y además que se estimule a las empresas a tomar retos de competitividad, productividad y ampliación del mercado, se sabe que es un riesgo, pero si no se intenta nunca se va a lograr al desarrollo esperado por todos. El estado debe tomar un rol protagónico en la búsqueda del crecimiento, se debe buscar la modernización tecnológica al alcance de la MYPE para aumentar la productividad, competitividad, rentabilidad y la integración comercial (Bernilla, 2009).

La formalización a nivel mundial causó el desarrollo de la producción, considerándolo como una ventaja competitiva, y lo opuesto cuando se asume un criterio de negociación reactiva, que favorece únicamente al estado y ahoga al microempresario, con impuestos altísimos, y sucede que es considerado perjudicial y hace que prefieran la informalidad en el mundo entero, lo mismo sucede en el Perú, que ha sido asumida de manera normal, donde el subempleo se convierte en la mejor alternativa de ventaja competitiva de mercado. Este panorama se dibuja en muchas microempresas peruanas, así lo asume también un sector que es considerado una potencia productiva en el Perú, que es la pesca como riqueza natural peruana, dentro del estado peruano el ente.

La formalización de las MYPES representa el uso de normas en una organización. La codificación de los cargos en una medida de la cantidad de normas que definen las funciones la formalización aparece naturalmente cuando las organizaciones crecen, sea por el estilo de gestión. En la actualidad las Micro y Pequeñas empresas en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción

del Empleo, tienen una gran significación por que aportan con un 40% al PBI, y con un 80% de la oferta laboral, sin contar con el autoempleo que genera; sin embargo, el desarrollo de dichas empresas se encuentra estancado, principalmente por la falta de financiamiento según lo menciona (Sánchez, s/f).

En la ciudad de Tingo María existe una cantidad considerable de MYPES que desarrollan diversas actividades empresariales y entre ellas la de generar empleo en nuestra comunidad, siendo estas a su vez la fuente principal de la economía. Pero son muchas de estas empresas que actúan al margen de la ley haciendo uso de la infraestructura pública sin contribuir con los ingresos tributarios necesarios, evadiendo impuestos, utilizando canales irregulares para adquirir y distribuir bienes y servicios y muchas veces utilizan recursos para encubrir sus actividades o sobornan a funcionarios públicos y esto puede ser por: El desconocimiento de los tramites de formalización y los sobre costos son factores que propician la informalidad de las MYPES comerciales en la ciudad de Tingo María siendo estos casos motivo para un proyecto de investigación y plantear posibles soluciones y de cierta forma contribuir con la sociedad.

En relación con la competitividad, Iván Vásquez la define como la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas, es decir, sus habilidades, recursos, conocimientos y atributos que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico. Pero también es importante tener en cuenta que en el contexto de competitividad tanto nacional como internacional, las Mypes no solo tienen la necesidad de ser competitivas internamente, sino que la globalización exige buscar la competitividad externa y consolidarse haciendo alianzas estratégicas, subcontratación y utilizar otros mecanismos

para lograr permanecer en los mercados. Así, en Latinoamérica las Mypes representan el 97,56% del total de empresas, y frente a esto, sus Estados buscan mejorar su competitividad y gestión, promoviendo leyes favorables para su capacitación, asistencia técnica, facilidad de mercados, innovación y acceso a tecnología (Hernández, 2008).

Las MYPES (micro y pequeñas empresas) se forman fundamentalmente por motivos de subsistencia familiar; allí está la pobreza urbana y rural. En ellas, los costos laborales y los requerimientos de la subsistencia familiar prácticamente se identifican. Mientras que las Pymes (pequeñas y medianas empresas), se forman por racionalidad empresarial y son más empresa que familia; por lo tanto, las MYPES son más familia que empresas y las Pymes, son más empresas que familia

Las micro y pequeñas empresas surgen por la falta de puestos de trabajo ya que estas personas (que generalmente han perdido su trabajo o no pueden encontrarlo) guiadas por esa necesidad tratan de ver la manera de poder generar sus propias fuente de ingresos, ya que esta necesidad no ha podido ser satisfecha por el Estado, por las grandes empresas nacionales, tampoco por las inversiones de las grandes empresas internacionales

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

como una estrategia para crear empleos. Ahora estos países le deben su desarrollo y crecimiento a las pequeñas empresas. En este caso, crearon un Sistema de Empresas Incubadoras (utilizado aún en la actualidad), que brindaban espacios físicos y asesorías, lo cual permitió una rápida expansión. En esta tarea se involucraron un creciente número de Estados y Municipios para apoyar el establecimiento de Incubadoras Empresariales. El crecimiento de empresas locales incubadas, se había convirtió en una efectiva estrategia de desarrollo del país, porque estas empresas locales eran más aptas para permanecer en el lugar y crear empleos de manera sostenida. Las incubadoras o viveros empresariales, asimismo, reducían el alto nivel de fracaso empresarial que existía y revitalizaron las economías locales. Los países asiáticos tampoco han sido la excepción. Países como Japón, Taiwán, Corea y ahora China han implementado desde el Estado, políticas de apoyo a las pequeñas empresas. El auge de este sector empresarial está permitiendo consolidar el desarrollo de dichos países, resolviendo los problemas de empleo. África es otro continente donde se viene inaugurando políticas de apoyo a las pequeñas empresas. Nigeria y Sudáfrica son ejemplos claros de cómo, aún de manera incipiente, están funcionando las incubadoras de negocios, donde instituciones públicas y privadas comprometen su accionar para fomentar el desarrollo de las empresas

En América Latina hay algunas experiencias interesantes sobre políticas que nacen de los gobiernos a favor de las MYPES. Por ejemplo, en México el gobierno desde el 2001 a la fecha ha invertido 800 millones de dólares en fortalecer programas a favor de las MYPES. Por otro lado, en Argentina el fondo nacional para la creación y consolidación de micro emprendimientos, se encarga de que organizaciones sociales brinden capacitación, asistencia técnica y aprobación de proyectos de quienes quieran financiamiento para sus

empresas. Otra oferta es la del Centro de Apoyo a la Microempresa (CAM) que ofrecen en Buenos Aires asistencia técnica y capacitación, pero quizás más relevante es el programa financiero:” Créditos a tasa cero” que se otorgan a nuevos y pequeños emprendimientos.

En el Perú, a pesar de la importancia que tienen las MYPES y el peso que representan en la economía del país, aún no se implementan políticas orientadas al fomento y desarrollo de este importante sector empresarial; no obstante que conforman el grueso del tejido empresarial; es por ello que, el fortalecimiento de este sector es crítico, ya que el acceso de las MYPES a los mercados de crédito es un factor crucial para el crecimiento de éstas empresas, como también del país

En el Perú las micro, pequeñas y medianas empresas consideran que la falta de acceso al crédito es uno de los obstáculos más importantes para desarrollar sus negocios, pues las altas tasas de interés, las exigencias para constituir garantías, y la falta de acceso a los mercados de capital y el financiamiento de largo plazo constituyen los principales problemas identificados por parte de las PYMES este problema afecta especialmente a las pequeñas empresas Sin embargo, en los últimos tiempos, las MYPES en nuestro país han cobrado relevancia, ya que son las principales fuentes generadoras de empleo y posibles motores de crecimiento económico.

Según el ranking mundial elaborado por el World Economic Forum (2007), el Perú ocupa el décimo primer lugar en competitividad en América Latina, ubicándose en el puesto 86 del ranking mundial en el año 2007. Estas cifras reflejan la necesidad de promover el fortalecimiento de la capacidad competitiva de las empresas e incrementar su tamaño, para que los micros se conviertan en pequeñas y éstas a su vez en medianas. A pesar de esta

necesidad, en nuestro país las acciones referidas a la adopción de estrategias que mejoren el desarrollo y competitividad de las MYPES, aún se encuentran en la etapa de implementación. Hasta el momento, las acciones del gobierno no reflejan resultados positivos respecto al desarrollo de la competitividad de las MYPES

Esta posibilidad y las políticas de distribución equitativa de la riqueza, sentarán las bases para una nueva perspectiva nacional, permitiendo que las MYPES jueguen un papel fundamental en el desarrollo nacional, regional y sobre todo local, promoviendo su competitividad y productividad en la perspectiva de mejorar su participación en los mercados internacionales

Por otro lado, el Perú tiene muchas oportunidades para ser exitoso, pero no se pueden aprovechar simplemente por los obstáculos para acceder al financiamiento, ya que desde el punto de vista de la demanda, se encuentran: los altos costos del crédito, la falta de confianza de las entidades financieras respecto a los proyectos, la petición de excesivas garantías, los plazos muy cortos y la falta de información para llegar a éste. Dadas estas dificultades, nuestros micros y pequeños empresarios tienen que recurrir a prestamistas (usureros) y asociaciones de crédito. El primero se da en el corto plazo y con altas tasas de interés, mientras el segundo consiste en la confianza entre los socios que puede fallar en contra de quien lo propuso. Sin embargo, hay que destacar que a un micro empresario en sus comienzos, cuando casi no se ven las ganancias, al mismo tiempo tienen la responsabilidad del sustento de una o más familias, por lo tanto, es muy difícil comenzar a pagar los créditos a las entidades financieras, y más aún, sujetos a tan altos costos del crédito. Otro punto muy relevante es la falta de información de los micro y pequeños empresarios respecto al financiamiento, es por ello que muchos piensan de la siguiente

manera: "un préstamo no porque cobran muy caro", "no porque luego me quitan mi casa", o no porque no saben los beneficios que también pueden traer dichas entidades, todo ello hace que recurran a las entidades financieras informales , aun teniendo una gran variedad de instituciones financieras formales como: Las Cajas Municipales, las Cajas Rurales, Mi Banco, ONGS, cooperativas de ahorro y de crédito, el banco del trabajo, entre otros.

Los microempresarios no pueden triunfar en los negocios aun siendo personas tan ingeniosas, creativas y con inmensa capacidad para solucionar problemas, no pueden triunfar en una MYPES por el desconocimiento de técnicas y procesos de gestión, falta de información del mercado, de la economía, y sobre todo, por la falta de capacitación. Hay muchas personas con ganas de emprender un negocio y no puedan porque no cuentan

con los conocimientos necesarios del negocio, muchas veces se lanzan como se dice, a una piscina sin fondo, no saben muy bien o nada del negocio, lo inician, hacen malas administraciones de su dinero, disminuye su capital hasta que llegan a quebrar; pero en otros casos, las personas pueden conocer el tipo de negocio, pero no conocen de finanzas ni de contabilidad, es por ello que, se dejan estafar con grandes pérdidas, o en el peor de los casos, con pérdida de todo su capital. Esto les pasa por lo general, porque trabajan con familiares que de alguna forma la confianza hace que se dejen estafar (piensan que los lazos familiares son suficientes y que no hace falta papeles ni formalización)

Así mismo, los actores involucrados en el desarrollo y competitividad de la Mypes trabajan de manera aislada, sin concertación ni articulación de las partes, y tampoco consideran la importancia de la capacitación, puesto que en el Perú no existe un sistema nacional de capacitación para la MYPES; dicha ausencia conlleva a que no exista un organismo

regulador que establezca las bases, marque la pauta y fije las normas para que la oferta de capacitación llegue adecuadamente a la demanda

Por otro lado, se puede decir que no sólo el financiamiento es la variable que incide o tiene relación con la rentabilidad de las MYPES, sino también la capacitación, ya que todo empresario de las micro y pequeña empresa debe ser capacitado para enfrentar con mejores posibilidades de éxito los retos de la competitividad y la globalización. Actualmente las MYPES de la región Huánuco presentan una deficiente organización a nivel empresarial que involucra aspectos económicos, financieros y administrativos, que impide el desarrollo de experiencias asociativas de tipo gremial y empresarial. Así mismo, la escasa capacitación de la MYPES, no les permite tener capacidad competitiva frente a sus competidores, estas limitantes en la mayoría de los casos es porque los mismos microempresarios tienen poca valoración a la capacitación y desarrollo empresarial. Las MYPES contribuyen en el desarrollo económico y mejora de la calidad de vida de un país y de sus habitantes. Como sector, muestran una gran complejidad, una de ellas es su estratificación, cuyas variables están relacionadas a la capacidad de autofinanciamiento, lo cual sirve para su crecimiento y generación de valor económico, productividad y capacidad de innovación y diferenciación. Por los roles que juegan las MYPES en un país es importante su formalización. En el Perú el MTPE y CODEMYPE establecen los siguientes pasos generales para la formalización de una MYPE: constitución de la MYPE (SUNARP), obtención de RUC (SUNAT) y licencia de funcionamiento (MUNICIPALIDAD correspondiente)

Como sabemos la micro y pequeña empresa

MYPES, juegan un papel predominante en el desarrollo social y económico de Nuestro país, al ser la mayor fuente generadora de empleo así como agente dinamizador del mercado

Cently, D. (2003), menciona que las MYPES vienen tomando mayor posición a nivel mundial, ya que muchas de las pequeñas y microempresas que surgieron de la necesidad de ofrecer productos accesibles para todas las personas (clientes) cuentan con mayor eficiencia que las grandes empresas.

Según la edición del Microscopio Global (2012), el Perú es uno de los países que promueve el desarrollo de micro y pequeñas empresas, manteniéndose líder entre países con mejor entorno para micro finanzas, siendo las entidades micro financieras las que generan mayor sustento a las MYPES.

Comex (2013), En el Perú, el 83.2% de las MYPES es informal y un 47.7% del total de sus trabajadores no recibe ningún tipo de remuneración, lo que se sustenta en que alrededor del 69.1% utiliza mano de obra familiar.

Navarrete, G. (2011), Caracterización de la formalización y la competitividad de las MYPES de sector industria – panificadoras del distrito de nuevo Chimbote, año 2011. Un 56% de las MYPES se encuentran formalizadas. Un 34% señala que una de las ventajas que se puede obtener con la formalización es la obtención a créditos

Luciano, (2012). Tesis. Caracterización del financiamiento y la formalización de las MYPES del sector comercio –rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote. El 100% de las MYPES son formales. El 100% de las MYPES percibe que las ventajas que brinda la formalización son el aumento de ventas, acceso a crédito y el incremento de clientes.

Daga (2015) establece que las MYPES del Perú en su mayoría son: Informales, utilizan tecnología de nivel artesanal o intermedio, no cuentan con mano de obra calificada y desconocen métodos o estrategias de gestión empresarial. Lo que concuerda con Barros (2010) quien determina que las debilidades que presentan en cuanto a su competitividad las MYPES es, el de no contar con mano de obra calificada, utilizar tecnología antigua, poseer una estructura organizacional tradicional, lo que impide un óptimo incremento en la producción y productividad

El *Económico Mundial* (2014) determina que las MYPES del Perú no tienen capacidad competitiva basada en la innovación, que consiste en el desarrollo de nuevos productos, la aplicación de nuevos procesos productivos o la introducción de nuevas formas de operar en los mercados. Esto concuerda con la teoría de Kaplan y Norton (2004), quienes establecen que la innovación es un medio para lograr obtener ventajas competitivas, creando productos, servicios y procesos, para lograr la productividad, principal motor de la competitividad. Por su parte, Cifuentes (2011), Gálvez (2011), Pinedo (2011), Navarrete (2013) & Coello (2011) establecen que las MYPES peruanas han mejorado sus procesos de compra-venta, calidad de los productos que venden, se preocupan por dar un mejor servicio a sus clientes, y, además, cuentan con bajos precios de sus productos. En ello concuerdan con Zamora (2010), quien determina que la atención y el servicio que la empresa ha brindado al cliente, ha sido buena.

Silva, A. (2011), menciona, que las MYPES representan el 98,3% del total de empresas existentes en el país (94,4% micro y 3,9% pequeñas). Sin embargo, el 74% de ellas opera en la informalidad. Actualmente los micro y pequeños empresarios peruanos se sienten mucho más seguros, ya que su nivel de confianza para hacer negocios alcanzó su nivel más alto en los últimos seis años (Comercio, 2012). Según SUNAT, del millón de empresas

inscritas, 95% son MYPES, el 4% medianas y el 1% grandes. Por lo que se considera que las MYPES son de vital importancia para el crecimiento del Perú, estimándose un aporte al PBI del 42,1% y del 77% a la generación de empleo, según ESÁN. A todo ello, se alude que el nacimiento de los micros y pequeñas empresas parte de un capital propio o ajeno al emprendedor que decida hacer empresa, las que a su vez necesitan cubrir sus principales necesidades económicas y/o expandir sus recursos, para seguir manteniéndose y/o creciendo en el mercado. Es aquí donde las fuentes de financiamiento se presentan como un contribuyente al crecimiento de las MYPES y en un largo plazo a su desarrollo. En el Distrito de San José, provincia de Lambayeque, se vive una realidad de constante crecimiento y desarrollo que no solo se ha visto generado por sus actividades principales como son la pesca y la construcción naval, sino también por el sector micro empresarial que día a día viene consolidándose. Hoy en día se cuenta con microempresarios que con su ímpetu emprendedor han sabido administrar sus recursos con el fin de generar empresa, y es que hasta hoy el Distrito de San José cuenta con más de 100 micro y pequeñas empresas de diferentes actividades, en las que destaca el sector comercio, el sector servicio y la pesca artesanal; que día a día van en aumento. El sector micro empresarial del Distrito de San José está constituido en su mayoría por unidades económicas de pequeña escala, conocidas como microempresas, las cuales son de carácter familiar, participando tanto en el sector formal como en el informal, pero que no se mantienen a modo de subsistencia sino que éstas han logrado surgir en el tiempo. Según el entorno que se presenta, se decidió investigar y analizar el surgimiento y sostenimiento de pequeños negocios (micro y pequeñas empresas) las mismas que a pesar de ser negocios familiares y emprendieron con conocimientos recursos limitados, han logrado tener mayor participación en el mercado y mostrar cierto crecimiento. Del mismo modo se estudió la problemática de negocios que en

su mayoría son familiares y emprenden con conocimientos y recursos limitados. Frente a esta realidad problemática que se evidencia en las MYPES del distrito de San José, surgieron las siguientes interrogantes: ¿Las MYPES han logrado sobrevivir y crecer en el tiempo debido a su financiamiento?, ¿El desempeño de las fuentes de financiamiento es el adecuado frente a las MYPES?, ¿Cómo influyen las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPES?

Las MYPE que nos compete estudiar se encuentran ubicadas en la Ciudad de Tingo María, por lo tanto, se presentan las características de la siguiente investigación de la situación problemática y nos lleva a enunciar el problema general:

Problema General

En qué medida la formalización incide en la competitividad de las micro y pequeñas empresa - rubro panaderías de Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco – 2019

Problema Específico

1.- Como el nivel de formalización incide en la competitividadde las MYPES - rubro panaderías de Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco – 2019

2.- De que manara los incentivos tributarios incide en la competitividad de las MYPES - rubro panaderías de Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco – 2019

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Determinar en qué medida la formalización incide en la competitividad de las MYPES - rubro panaderías de Tingo María - Leoncio Prado - 2019.

Objetivos Específicos

- 1.- Determinar como el nivel de la formalización incide en la competitividad de las MYPES - rubro panaderías de Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco – 2019
- 2.-Establecer de que manera los incentivos tributarios incide en la competitividad de las MYPES - rubro panaderías de Tingo María – Leoncio Prado - Huánuco - 2019

Justificación de la investigación

Justificación metodológica

En este trabajo se aplicó la metodología científica; que consistió en identificar el problema, para después de analizar las teorías, formular soluciones a través de la hipótesis; así como identificar los objetivos que orientan la investigación. Todo esto mediante la aplicación de todos los elementos metodológicos correspondientes.

Justificación teórica

Este trabajo aportó ampliación de conocimiento de los empresarios para un manejo de la gestión empresarial, lo cual le brindó un plus que permita ampliar su capacidad de competitividad, con la finalidad que las MYPES lleguen a aprovechar los beneficios que esta ley les ofrece en los diferentes aspectos; de la misma manera poder identificar las dificultades por la cual pueda estar pasando la empresa. Asimismo, permitió identificar los distintos problemas planteados, cuyos resultados serán útiles para los empresarios ya que les ayudara a tener un desarrollo competitivo mostrando su capacidad de formalización

Justificación práctica

En esta investigación se mostrara el beneficio que obtendrán las panaderías de Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco - 2019 al dar a conocer que la formalización empresarial es un factor importante para la Competitividad.

Es por ello, que resulta necesario presentar el Informe Final de Tesis, para lo cual se ha presentado la siguiente distribución.

En la parte **I Introducción**, se detalla la caracterización, el problema, el enunciado, los objetivos, la justificación y la distribución del informe de tesis. En la parte **II Revisión de Literatura**, se detallan los antecedentes, las bases teóricas y el marco conceptual. En la parte **III Hipótesis**, así como identificar los objetivos que orientan la investigación **IV Metodología**, se detalla la Metodología utilizada en el Proyecto de Investigación, en la primera sección de esta parte se especifica el Diseño de Investigación, en la segunda sección la Población y Muestra y en la tercera sección las técnicas e instrumentos utilizados en el presente informe. En la parte **IV Resultados**, se detallan los Resultados de la Investigación y el Análisis de los mismos. Y finalmente, en la parte **V Conclusiones**, se detallan las Conclusiones arribadas de nuestro Informe de Tesis, las referencias bibliográficas y los anexos

II. REVISION DE LITERATURA

Antecedentes

Rivera y Silvera (2012). En su investigación formalización tributaria de los comerciantes informales en la zona central del Cantón Milagro tuvo como objetivo reconocer que el proceso de formalización tributaria influye en el desarrollo socioeconómico de los comerciantes informales. Para ello se trabajó con una población de 1325 comerciantes informales, de los cuales se obtuvo una muestra de 298 comerciantes, con lo cual se pretendió probar la hipótesis alterna: la capacitación fiscal de los comerciantes informales de la zona central del Cantón Milagro, mejorara su cultura tributaria, logrando un adecuado desarrollo sociocultural y económico de la población. Se llegó a la conclusión: la falta de capacitación y formación en los comerciantes informales genera un alto desconocimiento de las obligaciones tributarias.

Estrada B. Roberto García, Pérez de Lema, Domingo, Sánchez Trejo, Víctor Gabriel. México (2009). Realizaron una investigación titulada “Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme”, la importancia de las Pequeñas y Medianas Empresas ha originado una serie de investigaciones para identificar los factores que determinan su competitividad. Este artículo tiene por objeto analizar la relación que existe entre el éxito competitivo y cuatro factores relacionados con el ambiente interno de las Pequeñas y Medianas Empresas (recursos humanos, planeación estratégica, innovación, tecnología y certificación de calidad), a través de una muestra de 405 empresas mexicanas. La metodología utilizada se basó en la revisión de estudios previos y planteamiento de hipótesis; trabajo de campo y análisis de datos. Los resultados muestran valores positivos y significativos en las variables de innovación, tecnología y planeación estratégica. La

contribución del estudio es la comprobación empírica en el contexto de México, respecto de los factores determinantes de la competitividad. Concluimos que las Pequeñas y Medianas Empresas altamente competitivas son aquellas que innovan en sus productos, procesos y gestión, que tienen un nivel tecnológico superior y poseen un plan estratégico.

Ibarra C. Manuel, González T. Lourdes, Demuner F. María del Rosario, México (2017). Realizaron una investigación titulada “Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California”. El objetivo de esta investigación es determinar el nivel de competitividad empresarial de las pymes manufactureras de Baja California e identificar las áreas que dentro de ellas, influyen en dicha competitividad. La metodología es de carácter descriptivo, correlacional y de corte transversal; se desarrolló el modelo de competitividad sistémica a escala micro y se aplicó un instrumento de medición de 64 preguntas a 195 empresas del estado; además, se hizo uso de regresiones lineales múltiples de tipo tradicional para la comprobación de hipótesis. Entre los resultados tenemos que las pymes en el estado presentan un nivel de competitividad medio-bajo, sin mostrar relación entre el tamaño de las empresas y su competitividad, mientras que el área de producción-operaciones resultó ser más significativa para su nivel de competitividad. Si bien el instrumento de medición que se aplicó no tiene proporcionalidad a nivel de municipios y subsector, sí nos permite acercarnos al funcionamiento interno de las pymes

Aballay (2013). Situación actual de las MIPYMES pertenecientes a la Cámara de Turismo y Comercio de Penco, (tesis de pregrado). Universidad del Bio-Bio de Chile, que tiene como objetivo principal determinar las causas de las medianas y pequeñas empresas los cuales están afiliados a cámara de comercio que tiene el fin elevar y ser más eficiente y competitivo en mercado, la población en la presente investigación estuvo conformada por

112 MIPYMES, tomando como muestra 62 MIPYMES, empleando la metodología descriptivo – cuantitativo, los resultados que se obtenidos fueron que el 81% de las comerciantes realizan las comunicaciones a través de las vías de internet para contactarse con los clientes y un 19% 12 usan otros medios de comunicación para contactarse con los clientes estas vías de comunicación facilitan y dan beneficios que las empresas sean más competitivo. Llegando a la conclusión que las entidades que pertenecen a la cámara de comercio no aprovechan que otorgan el uso de internet para ser más eficientes. Comentario: Esta tesis guarda relación con la variable de formalización de MYPES que tiene como objetivo principal determinar las causas de las medianas y pequeñas empresas los cuales están afiliados a cámara de comercio que tiene el fin elevar y ser más eficiente y competitivo en el actual mercado.

Arraut C. Luis Carlos, Bogotá (2010). Realizó una investigación titulada “Gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa”. El presente artículo desarrolla un tema de interés para académicos y empresarios como es el de la innovación. El tema central es la innovación de tipo organizacional a partir de los sistemas de calidad y su efecto en la productividad y competitividad de las empresas. La metodología utilizada es de múltiples casos explicativos tomando como unidad de análisis el sector petroquímico-plástico de la ciudad de Cartagena de Indias. Las principales conclusiones que aquí se presentan, demuestran primero la importancia de un fenómeno organizacional como es la innovación organizacional y cómo un grupo de empresas manufactureras de la ciudad de Cartagena de Indias, desarrollan este tipo de innovación a partir de sus sistemas de calidad ISO con un efecto positivo en la productividad de las

mismas. Este artículo es producto del trabajo doctoral del autor sobre la innovación de tipo organizacional en el sector petroquímico-plástico de la ciudad de Cartagena de Indias.

Albeiro Hernández, Carlos E. Marulanda y Marcelo López Colombia (2014).

Realizaron un trabajo de investigación titulado “Análisis de capacidades de gestión del conocimiento para la competitividad de pymes en Colombia”. Se analiza las capacidades de gestión del conocimiento para la competitividad de Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de Colombia. Se evaluaron trescientas veintiuna empresas en relación al análisis organizacional, los procesos y las herramientas de tecnología de información y las comunicaciones, para gestionar conocimiento. Se evidencian avances en los procesos para la gestión del conocimiento, pero existe un lento avance en el desarrollo organizacional y en el uso de tecnologías de la información y las comunicaciones. Este estudio aporta a la comunidad académica y a las pequeñas y medianas empresas del país con una línea base del estado en gestión del conocimiento, de manera que se puedan formular acciones para potenciar su competitividad. Para el desarrollo, se utilizó una investigación exploratoria, para analizar e identificar las principales variables del modelo de evaluación, una investigación descriptiva, para conocer las situaciones predominantes con la representación exacta de los procesos, una investigación de tipo correlacional para encontrar la correlación entre las variables. Se aplicó la encuesta a través de internet a una muestra de la población, 321 PYMES de diversas regiones de Colombia. Previa la valoración, se desarrolló una prueba piloto de la encuesta con expertos sobre el tema, además de una revisión con algunos de los actores académicos y del ámbito productivo. Para la estructuración del cuestionario se formularon preguntas en escala Likert, las 33 cuales se calificaron de 1 a 5, donde, 1 no realizado, 2 realizado parcialmente, 3 realizado en intervalos de tiempo, 4

realizado con regularidad y 5 realizado completamente. Se concluyo que: El sector competitivo más afectado por el débil desarrollo de la gestión del conocimiento, es el del medio ambiente, situación que refleja lo que actualmente sucede en el país, pese a los esfuerzos, iniciativas, planes, programas y proyectos en este sector, Se nota un avance importante en lo relacionado con el sector de ciencia y tecnología, que viene reconociendo la importancia de la gestión del conocimiento en su desarrollo, pero igualmente como otros sectores, tiene mucho por mejorar, en especial con estímulos y apropiación de conocimiento.

Távora Chávez, R. N. (2014). En su trabajo de investigación planteó como problema general ¿en qué medida la falta de un programa de incentivos tributarios, limita el acceso a la formalización de las MYPE del sector comercio de los mercados del distrito de Piura? Como objetivo general planteó proponer un programa de incentivos tributarios, que le permita a las MYPE del sector comercio, de los mercados del distrito de Piura, acceder a la formalización. Además, planteó como objetivos específicos: identificar las causas principales, que caracterizan el alto índice de informalidad de las MYPE del sector comercio, de los mercados del distrito de Piura; realizar un análisis de las ventajas de la formalización y dar a conocer 22 ejemplos de microempresarios prósperos como alternativas existentes; determinar el aporte de la MYPE del sector comercio del distrito de Piura a la economía. Como hipótesis general el autor planteó que, si se propone un programa de incentivos tributarios para las MYPE comerciales, de los mercados del distrito de Piura, entonces permitirá el acceso a la formalización de las mismas. El tipo de investigación fue aplicada proyectiva con diseño no experimental de nivel descriptiva-explicativa con enfoque mixto. La población estuvo conformada por las MYPE informales

del sector comercio del mercado zonal San José, del distrito de Piura, siendo un total de 32 microempresarios. Las técnicas que utilizó para la recolección de los datos fue: la encuesta, la observación y el análisis documentario; y como instrumentos: el cuestionario, la ficha de observación y las fichas bibliográficas. Para el procesamiento de los datos recopilados utilizó gráficos y cuadros de resúmenes, para explicar el comportamiento de las MYPE. Los resultados de la investigación fueron que, aunque la informalidad y evasión tributaria son una problemática aún por superar al interior de este sector, es sin duda la ausencia de cultura tributaria lo suficientemente enraizada en los conductores de estos negocios lo que ha caracterizado dicho comportamiento, influyendo notablemente en la eficiencia de la tributación de las MYPE, en razón de cuan afianzada se encuentre en los responsables de la conducción de las MYPE. Además, los microempresarios no es que no puedan formalizarse, sino que no quieren hacerlo porque no les conviene, considerando que dichos costos de la formalidad les reduce sus ingresos. El proyecto para formalizar a las MYPE es una solución parcial y de corto plazo, los informales difícilmente renuncian a su rentabilidad, por eso se les debe ofrecer incentivos tributarios que les ofrezcan un régimen especial para promover la formalización.

El aporte de este trabajo de investigación resalta en sus recomendaciones, donde recalca que la administración tributaria realice campañas de orientación ya que los microempresarios del mencionado sector no se encuentran informados; que eviten el peso de las obligaciones tributarias, pensando que estos les van a reducir ingresos. Además, recomienda que el Estado deba revisar la política que emplea para lograr que las MYPE se formalicen, logrando con ello que se desarrolle un mecanismo que realmente funcione y finalmente motive a las MYPE a formalizarse. Así mismo proponer mecanismos más

eficientes para que los múltiples negocios o centros de trabajos informales, se formalicen y que ya no se encuentren bajo el margen de la ley y haya mayor ingreso para la administración tributaria.

CintyaKristel Santander Cjuno. (2013). Desarrollo una tesis doctoral sobre: “Estrategias para inducir la formalidad de la MYPE de la Industria gráfica- offset por medio de gestión competitiva”. El estudio tiene como objetivo demostrar que tanto la iniciativa pública como la privada coinciden en el enfoque competitivo que le brindan a su propuesta. La hipótesis que pretende probar es, que el uso de estrategias relacionadas a la gestión competitiva inducirá la formalidad de la MYPE de la industria gráfica. La metodología buscó analizar las diferentes alternativas provenientes del sector público, privado y las aplicadas en otros países; así se determinó que por medio de capacitación y acompañamiento, se puede alejar al empresario de comportamientos informales. Entre sus conclusiones que arribo fueron:

Se puede concluir que implementar un programa de gestión que busque mejorar la competitividad de la MYPE formal de la industria gráfica implica el desarrollo de una estrategia específica, pues trabajar con grupos pequeños tiene mejores resultados, como se advierte de las experiencias analizadas. b. La industria gráfica enfrenta problemas particulares, como la escasez de personal calificado, la utilización de maquinaria que otros llamarían obsoleta, la contaminación auditiva y ambiental que se debe contrarrestar, la falta de proveedores que brinden un largo plazo para el cumplimiento de obligaciones y diferentes situaciones que se desarrollarán en la siguiente sección.

Tumilan (2015). Señalo en su Investigación titulada la formalización de las MYPES y los beneficios en la naturaleza laboral del sector Industrial de villa el salvador, en el ejercicio

2014. Tesis para optar el grado académico de magister en Gestión Pública en la Universidad Cesar Vallejo. La investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la formalización de las microempresas y de los beneficios de naturaleza laboral en Villa el Salvador, a fin contribuir con el cumplimiento de los derechos empresariales. Esta investigación se enmarca dentro de la investigación correlacional descriptiva de tipo básico con enfoque cuantitativo, ya que por medio del análisis y comparación de variables se ha establecido que hay una relación entre ella. En conclusión el autor nos da a conocer la importancia que tiene la formalización de las MYPES y como ha ido desarrollando su aporte a una buena planificación y control de sus recursos en Villa Salvador y a la vez su aporte en cumplir en los beneficios laborales para los empleados de las Microempresas.

Patiño (2010), en su investigación titulada El Modelo MIFE como instrumento para la formalización del empresario. Una aplicación para las Microempresas de Bogotá D.C .Tesis para obtener el Doctorado en Ciencias Empresariales en la Universidad Nebrija, España. Esta investigación tuvo como objetivo general determinar el impacto que ha tenido el microcrédito sobre el proceso de formalización del empresario en Colombia y proponer alternativas para mejorar su eficiencia en la incorporación del empresario informal a la economía formal. Para el logro de los objetivos se utilizó una metodología que combina la recopilación de información existente (Revisión de literatura relacionada al tema , la normatividad interna colombiana y los proyectos gubernamentales que han planteado sobre el asunto a lo largo de los últimos años), complementada con una exploraciones exhaustiva en la búsqueda de la información estadística proveniente de distintas fuentes de carácter gubernamental de otros organismos especializados, las tareas que se realizan dentro de la investigación suministran información de carácter carácter cualitativo y cuantitativo. En

conclusión nos da a conocer que hay mucha informalidad por parte de los empresarios al dar esos beneficios de microcréditos para sus usuarios ya que no les da una seguridad fiable de cuál es el proceso formal del dinero adquirido por ello es que de esta manera se elaboró este trabajo de investigación para poder dar confiabilidad tanto para los usuarios como para los empresarios en el país de Colombia.

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 llevo 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 M Y P ES 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 M Y P E S 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 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.

Kano (2016). En su trabajo de investigación titulado: “Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el distrito de Nuevo Chimbote – 2016”, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para optar el título de Licenciada en Administración; cuyo diseño de investigación fue de tipo no experimental transaccional, con una muestra de 60 clientes (12 por cada panadería). Entre sus conclusiones tenemos que la mayoría de MYPE presenta un alto nivel de competitividad, la misma que está caracterizada por la buena atención al cliente, la misma que se refleja en la satisfacción y fidelización del cliente.

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.

La mayoría de las MYPES encuetadas 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 MYPE son competitivas por las ventajas competitivas por las

Respecto a los datos generales de la empresa La mayoría de las MYPES encuetadas 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 MYPE 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.

Quispe Fabián (2016). En su trabajo de investigación “Caracterización de la formalización y competitividad de las MYPES del sector comercio, rubro artículos ópticos del distrito, provincia y región de Arequipa, periodo 2014-2015”. Concluye lo siguiente: La mayor parte de las MYPES tienen más de 3 años en la realización de sus actividades y, tienen en promedio 4 a 6 trabajadores. Los empresarios son mayores de edad, con grado de instrucción superior y el cargo que desempeñan como dueños y administración. El total de MYPES son de condición formal, lograron como ventajas un incremento de ventas, crecimiento en el mercado y acceso a créditos financieros debido a su condición de formal. El total de MYPES se consideran competitivas, un 87% mejoraron su competitividad y calidad debido a su formalización, así también en su mayoría capacitan a su personal debido a que lo consideran una inversión.

García, Hernández, & López, (2015). En su investigación titulada: “Competitividad de las empresas panificadoras legalmente constituidas de la Ciudad de Estelí”. Cuyo objetivo principal fue: determinar los factores que influyen en la competitividad de las empresas panaderas de Estelí para el diseño de una estrategia que fortalezca al sector panificador, período 2015, donde concluyen que: Con el presente documento de investigación aplicada se llegó a la conclusión de que la hipótesis planteada se cumple con el 76% ya que al tener mayor calidad en los productos que se elaboran en las empresas panificadoras incide en que

haya un aumento gradual en la aceptación y por consiguiente en la demanda de ese tipo de productos.

Guerrero, (2015). En su investigación titulada: “Caracterización de la competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria – rubro panificadora casco urbano, Chimbote, 2013”, tuvo como objetivo general, describir las principales características de la competitividad en las MYPE del sector industria rubro - panificadora casco urbano, Chimbote, 2013, obtuvo los siguientes resultados: - El 78% de los representantes tienen una edad promedio entre 30 a 50 años, siendo el 89% masculino y el 44% con estudio superior. En cuanto a la antigüedad de las MYPE el 67% tienen de 6 a más años, siendo el 56% quien se inició para ser independiente y el 100% son formales.

Así mismo, el 89% conoce a su competencia por lo que, el 44% señala que su precio es menor frente al de sus 23 competidores y el 67% considera que su factor competente es la planificación de sus actividades.

Concluyendo que la mayoría de los representantes legales tienen un promedio de 30 a 50 años, cuentan con estudio superior y sus empresas son formales. Así mismo, tienen conocimiento de sus competidores, teniendo precios menores frente a ellos y considerando que su factor competente es la planificación de sus actividades.

Arana (2016), en su trabajo de tesis denominado: “La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector producción – rubro panaderías, de la Urbanización Previ, distrito del Callao, Provincia Constitucional del Callao, Departamento Lima, período 2015”, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para optar el título de Licenciada en Administración. Su trabajo fue de tipo no experimental, transversal y descriptivo y su

muestra estuvo formada con un total de 15 MYPE, es decir el 100% de las Micro y Pequeñas Empresas del sector producción – rubro panaderías, de la Urbanización en mención. Entre sus conclusiones tenemos que tienen conocimiento del término competitividad y la mayoría son competitivas en aspectos tales como la calidad, tecnología, precio e innovación de sus productos; además que la totalidad de las MYPE encuestadas, se encuentran formalizadas y la mayoría se encuentran registradas como persona natural, cuentan con trabajadores permanentes, la mayoría se encuentra en la actividad empresarial de 3 a 6 años y las cuales fueron creadas para obtener ganancias.

Nizama (2015). En su trabajo de investigación titulado “Factores que inciden en la competitividad de las MYPES de la región Callao”. Concluyó que los factores estratégicos de la empresa como la gestión son los que inciden en la competitividad de las MYPES de la región Callao, el 80% sostienen que son los factores externos, el 79% sostienen que las capacidades comerciales y de ventas, 23 un 75% de los encuestados mencionó que la gestión de los recursos humanos y gestión financiera respectivamente y el 70% sostienen que es la innovación, el 66% mencionan que es la calidad, la que inciden en la competitividad de las MYPES. Una correcta y adecuada gestión de su capital humano es una fortaleza interna que requiere mayores esfuerzos de control y administración. Además de una adecuada orientación al mercado y al cliente junto con buenas capacidades de marketing se convierte en elementos diferenciadores para las empresas, ayudándolas a adquirir una mayor agilidad y capacidad de respuesta a los cambios del entorno. Disponer de un departamento de ventas (marketing), contar con información actualizada de mercado y de los clientes, controlar los canales de venta, promociones, publicidad, atención al cliente, etc. son elementos que

permiten a la empresa alcanzar importantes ventajas competitivas en el mercado frente a los competidores.

Gonzales (2010), en su tesis doctoral investigó, El impacto que producen los Beneficios Tributarios en la Formalización de las Microempresas, el caso de Lima Cercado, Perú. Concluye que, los microempresarios, atribuyen cierto nivel de importancia a los beneficios tributarios, con lo cual se puede inferir que hay factores que obstaculizan que dichos beneficios sean considerados dentro del proceso de decisión. Entre estos están la desconfianza y la percepción de falta de simplificación administrativa o complejidad del sistema. Esto nos permite sostener que los beneficios tributarios, como instrumento de promoción de la formalidad, son viables y pueden resultar efectivos y, por tanto, no deberían ser descartados como tales, sin embargo, para que su efectividad sea en algo concreta, deben estar acompañados de políticas que incentiven la confianza del microempresario en el Estado y que eliminen o al menos reduzcan las trabas burocráticas, además de contar con un mecanismo eficiente y sostenido de difusión de estas bondades para que la información llegue al microempresario. Ser formal en el Perú puede ser complicado debido a que los procedimientos son largos y costosos, lo que limita ser formal. Ahí es donde se requiere la intervención del Estado para simplificar, abaratar y agilizar los procedimientos para ser formales, por tanto al Estado le debe importar que se formalicen todos ya que con eso conlleva a lograr una economía más sólida y el país se vuelve más competitivo (Pro inversión, N.D.). Sin embargo a pesar de las dificultades de la formalización, también tienen sus ventajas como conocer a los derechos de su tienda, producto, equipo y sobre sus marcas, tener financiamiento que con ello podrá tener acceso a otros mercados y así tener un mejor desarrollo de su negocio, e incluso al ser formal podría tener nuevos contactos como

contactarse con un gran establecimiento sirviendo como un canal de distribución de sus productos la formalización permite también competir con otras empresas, hoy en día en un mundo globalizado en lo cual podría asociarse o independientemente aprovechar una de las oportunidades que es las exportaciones

Santander (2013), en su tesis “Estrategias para inducir la formalidad de la MYPE de la industria gráfica OFFSET por medio de gestión competitiva”, se propuso determinar estrategias de mejoras competitivas para la MYPE y buscó analizar alternativas a través del análisis de hechos provenientes del sector privado, público y las que se han venido aplicando en otros países. Se llegó a las siguientes conclusiones: la relación entre el crecimiento de la MYPE y el progreso económico del Perú aún se mantiene, sin embargo hay herramientas que promueve el Estado que no están siendo aprovechadas por el desconocimiento. Hace falta una herramienta integral para que las MYPES a través de ellas puedan tener acceso a la formalidad y acercando la norma a los microempresarios. El acceso a la formalidad tiene un costo lo que se refleja por el precio de la licencia municipal determinando que ésta es una barrera para que no se logre la formalidad. Indica que la competitividad empresarial para conseguir un posicionamiento en el mercado, es una herramienta principal para que la relación entre el microempresario y la formalidad vayan de la mano, lo que permite conducirlo a conductas formales y ayudarlo en sus estrategias competitivas

Reyna (2012). En un estudio sobre la incidencia del financiamiento y la capacitación en el micro y pequeñas empresas del sector Comercio estaciones de servicio de combustible en la provincia de Leoncio Prado, llega a las siguientes conclusiones: a) La edad promedio de los conductores del micro y pequeñas empresas fue de 50 años. b) En cuanto al sexo del

representante legal, el 100% está representado por el sexo masculino. c) En cuanto al grado de instrucción, el 66.7% tienen estudios secundarios, y el 33.3% tienen estudios superiores. d) En cuanto al financiamiento el monto promedio del microcrédito fue de s/ 24,111. Las entidades financieras más solicitadas fueron el sector comercial con el 100%. Puntualizando, el Banco de Crédito fue solicitado 5 veces (55.6%) y el Banco Continental 4 veces (44.4%). En relación al destino del crédito financiero, el 66.7% respondieron que era para capital de trabajo y el 33.3% para activos fijos. En lo que respecta al crédito y la rentabilidad, el 100% de MYPES que utilizaron crédito financiero tuvieron mejores utilidades. e) En lo que se refiere a la capacitación, el 66.7% sí recibió capacitación y el 33.3% no. Los tipos de cursos más solicitados sobre capacitación fueron: Sobre recursos humanos 66.7%, marketing 55.6%, seguridad 55.6%, manejo empresarial 44.4% e inversiones 11.1%.

Esta realidad, también viene afectando a las empresas del sector panadero, ya que según el experto Da Silva, V. (2007) las panaderías son un tipo de empresas que se encuentran dentro del sector manufacturero; es por ello, que generalmente las cuentas de control de costos reflejan el ciclo de producción, permitiendo el movimiento de los insumos y materia prima, desde la compra hasta que el proceso productivo genera productos terminados.

Este tipo de empresa, se encargan de la fabricación y distribución de pan y sus variedades. Las mismas cuentan con un número reducido de trabajadores, los cuales laboran en el área de producción y se encargan de las tareas relacionadas con la atención al público (ventas).

Analizando el valor agregado de las industrias manufactureras y en especial en aquellas relacionadas con el sector de alimentos y bebidas, específicamente panaderías que según datos estadísticos revela el potencial que posee en este grupo de empresas como impulsor del crecimiento económico y como factor importante del desarrollo industrial venezolano

medido en términos de bienestar, ya que estas absorben la mayor cantidad de mano de obra generando mayor fuente de empleo

las empresas relacionadas con el sector alimentos es considerada el eslabón dinamizador fundamental de la economía, constituido en su mayoría como micro, pequeñas y medianas empresas, específicamente panaderías que fabrican variedad de bienes de consumo (panes, tortas, dulces, pizzas, confiterías, jugos, entre otros) y prestan servicios de vital importancia en la comunidad

Este municipio de acuerdo con el inventario de los establecimientos industriales del estado de tingo maría, llevado por el Instituto Nacional de Estadística

Mendoza, A. (2005). Tesis: "Gestión financiera estratégica para la competitividad de las MYPES del sector comercio". En este trabajo, la autora presenta a la gestión efectiva de las inversiones y el financiamiento como la solución para que las empresas del sector comercio obtengan eficiencia, eficacia, economía; productividad, mejoramiento continuo y competitividad en los sub-sectores en los cuales llevan a cabo sus actividades empresariales; las capacidades que tiene una de lograr y mantener 13 ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve. Según este estudio se determina que un alto porcentaje de empresarios no se encuentra acogido a ningún régimen tributario, siendo la causa principal la falta de orientación para la formalización. Existe poca coordinación entre los sectores privado y público, con la finalidad de promover la competencia, productividad, competitividad y buscar consensos sobre los procesos de integración. La informalidad es una gran limitante para el empresario, no solo en la obtención de créditos financieros, sino en la búsqueda de

nuevos mercados y el desarrollo de la microempresa afectando directamente en su competitividad y productividad.

Conclusiones:

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

Recomendaciones:

- Mientras más competitivo sea un país, mejor nivel de vida para todos los ciudadanos. Por eso el gran reto es como mejorar permanentemente en la carrera por la competitividad. En este momento las circunstancias macroeconómicas, políticas jurídicas y sociales que sostienen a una economía como es en este caso del Perú, contribuyen a una economía saludable.
- Generar riqueza a través de la continua mejora de la competitividad, en los ámbitos de la vida nacional, empresarial e individual logrando así un desarrollo económico que se traduzca en bienestar y calidad de vida para los ciudadanos.

Llamoca, M. (1999), en su tesis denominada, La calidad del servicio como factor de competitividad, caso: las empresas de servicio de la ciudad de Tingo María, el diseño de su investigación fue del método descriptivo (transversal), y método inductivo, deductivo. La técnica utilizada fue: Análisis documental y bibliográfico, la encuesta y entrevista, Las observaciones directas, las fichas bibliográficas, y procesamiento y análisis estadístico.

El diseño muestral fue: Población compuesto de 203 empresas de servicio, agrupadas en diferentes estratos o tipos de servicios y ubicados en la ciudad de Tingo María, Provincia de Leoncio Prado, Huánuco. La Muestra, empleo la técnica no probabilística de muestreo aleatorio simple en dos etapas y con distribución proporcional al tamaño y llegó a la siguiente Conclusión:

Las empresas de servicio de Tingo María no logran afrontar con éxito el desafío del servicio porque carecen de un liderazgo suficientemente fuerte, a pesar de que es de trascendental importancia, situación que conlleva a que estas no tengan suficiente capacidad competitiva en el mercado local y nacional.

Los gerentes de servicio de la ciudad de Tingo María consideran que la calidad de servicio no constituye como una estrategia en sus negocios, existentes el 59% de las empresas que reflejan el desconocimiento total del valor estratégico competitivo.

En las empresas de servicio de la ciudad de Tingo María, existe un alto abandono del potencial humano y poca experiencia de la gerencia de servicios, los cuales dan lugar a que la presentación del servicio sea pobre en calidad.

Los servicios defectuosos ofertados por las empresas crean comentarios negativos, eliminando perspectivas de nuevos clientes y dificultan las ventas a los que ya existen, restringiendo la rentabilidad de los mismos.

Las carencias de programas y acciones internos de mejoramiento continuo de la calidad del servicio son acentuadas en las empresas locales.

La orientación de los objetivos, los sistemas de supervisión y evaluación del recurso humano es inadecuada ya que estos miden la actuación de su personal en unidades atendidas por hora, ventas netas por día; es decir, se mide por resultados monetarios, descuidando de esta manera la calidad de los servicios.

2.2.1. Formalización

Sánchez, (2010). La formalización representa una de las mejores tarjetas de presentación para el acceso financiero, proveedores, capacitaciones, inversiones y confianza a los clientes y los trabajadores.

En nuestro país de los 31 millones de habitantes, 17.5 millones conforman la población económicamente activa (PEA), son los tienen más de 14 años de edad y conforman una de las tres categorías siguientes; empleados, subempleados o desempleados: Los empleados son 8.9 millones. Mientras que 7.6 millones son el segundo grupo y 900.000 conforman el tercer grupo (cifras a marzo de 2018). Subempleados es decir que tiene un empleo, pero que sus ingresos son menos que un ingreso mínimo vital, contexto que los mantiene en una condición de pobreza o alta vulnerabilidad.

Desempleado es aquel que anda en pos de trabajo, pero no lo halla. Por consiguiente, de los 17.5 millones que constituyen la PEA, 8.5 millones son subempleados o desempleados.

Si observamos la conformación de la PEA en situación de la formalidad/informalidad, resulta que el 67% es informal y solo el 33% está formalmente empleado. Además; el 72% de aquellos que laboran, lo hacen en organizaciones de menos de 10 empleados. Es decir, la mayoría de empleados son subempleados informales trabajando en pequeñas empresas. Además, entre marzo 2017 y marzo 2018, el subempleo aumento en 6.4% y el número de informales creció en 418.000 individuos. (Carlos, 2018)

Arruñada, B. (2007). En los últimos años han proliferado iniciativas que pretenden simplificar los trámites necesarios para formalizar empresas, siguientes 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.

Formalización. Esta se puede definir como la serie de registros que se realizan para establecer un negocio y que pueda operar en legalidad ante el Gobierno y los terceros. También se puede establecer como el proceso de administrarse, gestionarse, planearse y dirigirse de una manera organizada, responsable y acorde con las exigencias del sector productivo al que pertenece el producto o servicio que brinda. Comúnmente, cuando se habla sobre este término solamente se refiere al mero cumplimiento de los requisitos legales para la creación y constitución legal de la empresa y ciertamente, a través de la formalización la empresa inicia un proceso donde cumple con las leyes del Estado, contribuye al empleo formal, protege a sus trabajadores y por consiguiente, genera desarrollo en el país. No obstante, la formalización también debe entenderse como el proceso que debe agotar toda empresa que desee crecer y desarrollarse, ya que a través de la misma puede acceder a servicios exclusivos para empresas formales que generan competitividad, así como también a clientes de grandes empresas, con los que será posible asegurar la sostenibilidad y rentabilidad necesaria para insertarse en nuevos mercados; esto a su vez de forma directa o indirecta, incide en la organización interna de la empresa y en la toma de decisiones estratégicas de ella.

2.2.2. 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 MYPES que impedían su incorporación al sector formal; por lo que surgió la necesidad de generar regímenes especiales que se adecuaran a la naturaleza de la realidad, tal como determina nuestra constitución.

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

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

La formalización no es un concepto neutro. En realidad, el grado hasta el cual una empresa 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.

"Establecer objetivos e ir por ellos"; "organizar racionalmente, claramente y eficientemente"; Especificar cada detalle para que cada uno esté seguro de la tarea que debe realizar"; "planear, organizar y controlar". Estas y otras ideas similares se engranan normalmente en nuestra forma de pensar sobre una organización o del modo que valoramos y comprendemos la práctica organizacional. Para mucha gente es casi una segunda naturaleza el organizar, estableciendo una estructura de actitudes claramente definidas enlazadas por las líneas de órdenes, comunicaciones, coordinación y control.

Las políticas, programas, planes y procedimientos normalizados ayudan de nuevo a simplificar la organización real. Estas ayudas explican el por qué organizaciones en diferentes situaciones varían el énfasis sobre las normas, programas, jerarquías, metas y objetivos como una forma de actividad controlada e interesada.

La formalización es un proceso que hoy en día subsiste en muchas organizaciones, por lo que se hace necesario estudiar su naturaleza, propiedades, variables y su acción con el individuo, para entender el funcionamiento de gran parte de las organizaciones variando en ellas según el grado de formalización que emplean. **(Arbaiza 2011)**

2.2.3. Importancia de la Formalización

Dice que las investigaciones realizadas indican que para la efectividad organizacional es importante una combinación oportuna entre el grado de formalización y factores como la realización de las tareas y la naturaleza del personal.

No puede considerarse a la formalización como mala o buena, sino como un elemento que varía de una situación a otra.

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

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

Proporcionan abundantes puestos de trabajo.

Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso.

Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.

Son la principal fuente de desarrollo del sector privado. **(Zamora 2011)**

¿Por qué debo formalizar mi empresa?

- ❖ No estarás respondiendo con tus bienes frente a terceros, como en caso de que surjan posibles demandas legales. Esto ocurre porque si no estás formalizado y recibes cualquier tipo de demanda tendrás que pagarla con tus fondos y bienes personales, ya que la empresa no ha sido constituida y no tiene fondos propios.
- ❖ Proteger a tus trabajadores y con ello proteger el negocio mismo. Mantener a los empleados sin acceso a sus derechos laborales del sistema de salud, solo te generará incertidumbre de que en cualquier momento un empleado puede denunciarte ante la Tesorería de la Seguridad Social y/o demandarte por la violación de sus derechos laborales o de la seguridad social. Igualmente, serás

responsable de manera personal por cualquier accidente laboral que pueda tener un empleado.

Ventajas de la formalización

- ❖ Comercializar productos a través de los servicios de comercio electrónico.
- ❖ Obtener créditos y otros beneficios con proveedores.
- ❖ Participar en licitaciones públicas.
- ❖ Recibir formación y capacitación en gestión formal de MIMYPES
- ❖ Proteger la marca del producto para evitar su uso por parte de terceros.
- ❖ Podrás acceder a préstamos y créditos de diferentes instituciones financieras tanto estatales como privadas con mejores tasas que las que ofrecen los préstamos informales. Varias entidades financieras ofrecen productos específicamente diseñados para Mi MYPES, teniendo en cuenta sus necesidades.
- ❖ Podrás comprar tus insumos con factura con comprobante fiscal y generar crédito fiscal que posteriormente se te abonarán al momento del pago de impuestos.
- ❖ Tendrás mayores posibilidades de acceder a nuevos mercados y expandirte hacia mercados internacionales por medio de la exportación.
- ❖ Participar de ruedas de servicios y negocios, donde tendrás la oportunidad conocer otros empresarios, tanto compradores como proveedores para la presentación de tus productos al mercado y que puedan surgir nuevas contrataciones.
- ❖ Tendrás mayores posibilidades de acceder a nuevos mercados y expandirte hacia mercados internacionales por medio de la exportación.

- ❖ Participar de ruedas de servicios y negocios, donde tendrás la oportunidad conocer otros empresarios, tanto compradores como proveedores para la presentación de tus productos al mercado y que puedan surgir nuevas contrataciones.

La formalización es el proceso que llevan a cabo las empresas para incorporarse a la economía formal. Presenta diversas dimensiones:

- Registro y concesión de licencias por parte de las autoridades nacionales, provinciales y municipales;
- Acceso a la seguridad social para el propietario de la empresa y sus empleados;

Cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, entre otras cosas en materia de impuestos, cotizaciones a la seguridad social y legislación laboral.

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

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

La formalización es un proceso gradual. Un empresario podrá, por ejemplo, contar con una licencia municipal de funcionamiento para llevar a cabo sus actividades desde su ubicación sin haberse registrado en la agencia tributaria, la oficina de empleo y la seguridad social.

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

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

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

2.2.4. La Informalidad

Daniel Ramírez García, (2016). “El comercio informal y la baja recaudación fiscal en la ciudad de Tingo María. Universidad: De Huánuco Conclusiones: Uno de los motivos de la existencia de un sector informal son los elevados costos de formalidad, tanto para el acceso como para la permanencia, por ende, hace que la recaudación fiscal disminuya por lo tanto el estado dejara de hacer muchas obras públicas. La falta de capacitación y formalización en los comerciantes informales sobre la cultura empresarial genera un alto desconocimiento de los beneficios que uno puede obtener con ser formal. (García, 2016)

Rueda N. & Tacuri E. (2006). En su tesis titulada: “Informalidad de las pequeñas y medianas empresas (pymes) del sector comercial de la ciudad de Loja 2006”, planteó como objetivo determinar el nivel de informalidad en las Pequeñas y Medianas Empresas del sector comercial de la ciudad de Loja y al finalizar su estudio concluyó que Las Pequeñas y Medianas Empresas no tienen incentivos, debido a que se encuentran restringidas al no tener acceso a créditos en instituciones bancarias, presentan baja productividad, por lo que se les dificulta operar en el sector formal y que las Pymes se han convertido en fuentes generadoras de empleo, la falta de trabajo obliga a crear sus propios negocios dentro del entorno familiar, constituyéndose así en su principal fuente de ingresos; por tal razón la informalidad dentro del sector laboral se ha incrementado, debido a que en los negocios

familiares no necesitan ningún tipo de contrato laboral, este antecedente se relaciona con el tema de estudio que es la informalidad en las Micro, Pequeñas y Medianas empresas.

El sector informal está constituido por el conjunto de empresas, trabajadores y actividades que operan fuera de los marcos legales y normativos que rige la actividad económica. Por lo tanto, pertenecer al sector informal supone estar al margen de las cargas tributarias y normas legales, pero también implica no contar con la protección y los servicios que el estado puede ofrecer. Esta definición, ha alcanzado gran popularidad ya que su fortaleza conceptual permite concentrar el análisis en las causas de la informalidad antes que meramente en los síntomas de esta. **(Soto, 1989).**

La informalidad comprende a las actividades ilícitas y a los ingresos declarados procedentes de la producción de bienes y servicios lícitos, de tal modo que incluiría toda actividad económica que, en general, estaría sujeta a tributación si fuera declarada a las autoridades tributarias **(Duran, L, 2007)**. Por informalidad se debe entender aquellas actividades económicas en las que no se respetan las formas establecidas en la legislación vigente como, por ejemplo, no inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, no obtener Licencia Municipal de Funcionamiento o no presentar declaraciones juradas de impuestos cuando corresponde **(Moreno, C, 2012)**.

La informalidad en el Perú no es un tema indiferente para nuestra sociedad, es más ha sido y es uno de los temas principales de debate en nuestro país, debido a que desde hace años se está viendo la forma de reducir la gran repercusión que tiene en el sistema empresarial peruano. Se sabe, que el sistema empresarial peruano está compuesto por micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, siendo las micro y pequeñas empresas las que tienen mayor

representatividad en dicho sistema con un 99.4% según el informe emitido por el Ministerio de Producción en el año 2014. Habiéndose identificado la importancia de las MYPE por la gran representatividad que tienen en nuestra economía con aportes del 40% al PBI peruano en el año 2014 según el Presidente del Comité de la Pequeña Industria (COPEI) de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), Jorge Sánchez Milla, habría que mencionar también otro tema importante que es el alto porcentaje de informalidad que representan.

Según el informe MIMYPES en Cifras 2014 del Ministerio de Producción el 56% de las MYPES del Perú son informales, siendo esta una desventaja trascendental para las mismas por todas las restricciones que representa ser una empresa informal. Este escenario se da a pesar del esfuerzo del estado por contrarrestar los diferentes aspectos de informalidad a través de diferentes medidas como el Decreto Legislativo N° 1086/2016 que busca la promoción, formalización, competitividad y desarrollo de la MYPE o así como la Resolución de Superintendencia N° 195-2012/SUNAT que busca aliviar las infracciones en las que han incurrido los micro y pequeños empresarios. 4 Por todo lo mencionado, nuestro estudio parte en conocer cuál es la incidencia que tienen los determinantes de informalidad de este estrato empresarial en el acceso al financiamiento. Cabe mencionar que los principales problemas que se han ido suscitando en las empresas para lograr ser formales guardan relación principalmente con barreras burocráticas, políticas tributarias, costos laborales y la política empresarial que enfrentan los micro y pequeños empresarios. Por ello, se analizará la repercusión que tienen los determinantes de informalidad anteriormente mencionados en el financiamiento otorgado por los intermediarios financieros.

Otro factor importante a tomar en cuenta es que a medida que el tamaño de la empresa aumenta el acceso a protección social en los trabajadores es mayor, ya que cuenta con

mejores niveles de educación y condición de vida, donde se puede llegar a una conclusión que estas variables afectan directamente en la informalidad laboral de los trabajadores **(Rodríguez 2004)**.

Plantea que la informalidad no tiene una causa, sino que es producto de la combinación de servicios públicos deficientes, de un régimen normativo opresivo y de la débil capacidad de supervisión y ejecución del estado. Subraya que dicha combinación resulta especialmente explosiva cuando el país se caracteriza por presentar bajos niveles educativos, fuertes presiones demográficas y estructuras productivas primarias. Utiliza la definición de informalidad de Hernando de Soto (1986)⁴ y reconoce la dificultad para obtener una medida exacta y completa de su tamaño. Loayza afirma que el grado de informalidad en el Perú es alarmantemente elevado, y considera que en el Perú el 60% de la producción se realiza informalmente; el 40% de la fuerza laboral este auto empleado en microempresas informales y solamente el 20% de la fuerza laboral está afiliado a algún plan de pensiones formal. **Norman Loayza (2008)**

Sostiene que la informalidad es la forma distorsionada con la que una economía excesivamente reglamentada responde tanto a los choques que enfrenta como a su potencial de crecimiento. Declara que las empresas, por tratar de eludir el control del estado, siguen siendo empresas pequeñas con un tamaño inferior al óptimo; utilizan canales irregulares para adquirir y distribuir bienes y servicios, y tienen que utilizar recursos constantemente para encubrir actividades o sobornar a funcionarios públicos. Las empresas formales tienen un uso menos intensivo de mano de obra. Además, las actividades informales utilizan y congestionan la infraestructura pública sin contribuir con los ingresos tributarios necesarios para abastecerla. **(Loayza 2008)**

2.2.5. Competitividad

La competitividad es lo que permite a una empresa ser exitosa en el mundo en que se desenvuelve. Una empresa es competitiva cuando logra desarrollar productos y servicios cuyos costos y calidades son comparables o superiores a los de sus competidores en el resto del mundo. De aquí que la competitividad sea una característica de las empresas y que en un sector industrial o país puedan coexistir distintos grados de competitividad. A partir de esto, uno podría llegar a concluir que la competitividad es un asunto que sólo interesa y debe interesar a las empresas. Sin embargo, la realidad difícilmente podría ser más contrastante.

La competitividad de cada empresa depende de sus propias estructuras internas, es decir, de su organización y capacidad para producir de una manera tal que pueda elevar sus ventas y ganarle a sus competidores en distintos ámbitos. Sin embargo, hay una infinidad de factores externos que determinan su capacidad de competir. Una empresa puede ser la más productiva y tecnológicamente exitosa en su ámbito interno, pero si las condiciones externas le imponen diversos costos, su competitividad acaba siendo limitada. Para competir, las empresas tienen que contar con un entorno físico, legal y regulatorio que contribuya a reducir costos y elevar su productividad. Justamente son éstas las consideraciones que animan el texto que el lector tiene en sus manos. En un mundo globalizado, la capacidad de competir lo es todo, pues de esa capacidad se deriva la creación de riqueza, el crecimiento económico y, por lo tanto, la creación de empleos y la mejoría en los niveles de vida de una población. En la medida en que una sociedad es más productiva, la capacidad de competir será mayor; es por eso que hablar de competitividad implica necesariamente hablar de productividad.

Michael Porter (1990), la teoría de la competitividad no tuvo la intención de estudiar los condicionantes internos del subdesarrollo, la misma permite analizar esos condicionantes y proponer estrategias para su superación. Un ejemplo de tal elaboración se encuentra en la teoría de la competitividad desarrollada por los teóricos de la CEPAL, utilizando un enfoque de carácter estructural. Cuando se explican los determinantes de la competitividad y se habla de la necesidad de crear factores productivos, se está apuntando a un problema largamente discutido en la literatura del desarrollo, pero que había sido reconocido sólo por algunas corrientes. La teoría de la competitividad convierte en generalmente aceptada la idea de que hay la necesidad de crear factores productivos y competencias en economías de escaso desarrollo. Además, tal tarea deber ser asumida tanto por gobiernos como por todos los sectores interesados en el desarrollo nacional

Se trata de un término que, con carácter comparativo, indica la capacidad que tiene una empresa, un conjunto de empresas o un territorio de producir determinados bienes y/o servicios para uno o unos determinados mercados

Porter (1991), sostiene que la competitividad de una nación se debe a que sus empresas son altamente productivas gracias al uso eficiente de sus recursos humanos, naturales y de capital. Para lo cual diseñó el modelo diamante de competitividad que permite visualizar las ventajas competitivas de un país en relación con otros; aunque también se puede llevar a cabo a escala industria o empresa, por medio del análisis de las condiciones de los factores, de la demanda, estrategia, estructura y rivalidad empresarial, así como las industrias relacionadas y de apoyo. La conjugación de estos factores da como resultado el nivel de competitividad que se presenta en una economía, así es posible determinar qué elementos dentro de cada factor, son más relevantes al momento de impulsar la productividad de las

empresas que a largo plazo las llevan a un mayor nivel de competitividad. Por su parte, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

Cordero et al., 2003). Por otra parte y en el mismo sentido de competitividad regional, Silva (2005) menciona que la competitividad territorial se da en función al desarrollo del territorio a través de la transformación del sistema productivo local, incremento de la producción a través de la productividad, creación de empleos locales y la mejora de la calidad de vida de la población. Además de la capacidad para mantener, ampliar y mejorar de manera continua y sostenida, su participación en el mercado tanto doméstico como extranjero, por medio de la producción, distribución y venta de bienes y servicios en un momento, lugar y forma y sin olvidar que el fin último de la actividad es buscar el beneficio de la sociedad

Las ventajas competitivas

Se crean a partir de la diferenciación del producto y de la reducción de costos; aquí la tecnología, la capacidad de innovación y los factores especializados son vitales. Los factores especializados no son heredados (como sí lo es la base de recursos naturales), son creados y surgen de habilidades específicas derivadas del sistema educativo, del legado exclusivo del “saber-cómo” tecnológico, de la infraestructura especializada, de la investigación, de la capacitación que se le ofrezca al recurso humano, de mercados de capitales desarrollados y de una alta cobertura de servicios públicos de apoyo, entre otros. Las ventajas competitivas son únicas y es difícil que competidores de otras regiones puedan replicarlas o acceder a ellas, ya que además de responder a las necesidades particulares de

una industria concreta, requieren de inversiones considerables y continuas para mantenerlas y mejorarlas⁶.

La mencionada evolución del concepto de ‘ventajas comparativas’ a ‘ventajas competitivas’ permite reducir la función de los recursos naturales en cuya explotación se basaron principalmente y en general, las fuentes tradicionales de crecimiento en el sector agropecuario se requieren un tiempo y un esfuerzo mayor para crear ventajas competitivas

Ventajas en materia de costos: la competencia basada en el costo predomina en productos básicos que son no diferenciados, por lo tanto las empresas son competitivas si tienen el costo unitario más bajo y el mayor volumen de producto, y a la vez controlan el acceso a insumos y a sistemas logísticos eficientes lo que permite reducir costos de los insumos y de distribución.

- Diferenciación de producto: importante en el sector de bienes durables, las empresas concentran sus capacidades en las funciones de diseño y comercialización. La movilización y supervisión de proveedores es una fuente fundamental de ventajas competitivas.
- Capacidad de respuesta: es una prioridad en el sector de actividad tradicional. Las empresas apuntan a nichos de mercado para llegar a consumidores específicos, estratificados según el ingreso, la educación u otros criterios. Las exigencias de calificación empresarial son menos estrictas que en otros grupos industriales, pero la habilidad de gestión y supervisión son vitales para obtener buenos resultados.
- Las empresas difusoras de progreso técnico: funcionan en segmentos de mercado específico. Deben contar con capacidades tecnológicas sólidas y tener acceso a laboratorios científicos y tecnológicos actualizados.

Macías (2000) menciona que un elemento básico de la competitividad es la presencia de ventajas comparativas, que son estáticas y se basan principalmente en la riqueza del territorio; pero para que se sea aún más competitivo las ventajas comparativas se deben de transformar en ventajas competitivas las cuales son dinámicas y permiten innovaciones en los procesos y los productos.

Para lograr ser competitivos se necesitó trabajar una serie de estrategias que nos permitieron diferenciarnos de nuestros competidores, desde el talento humano hasta las marcas que ofrecemos. La idea es convencer a nuestros clientes que son nuestra prioridad y sobre todo que son la razón de ser del negocio. Rojas, P., Sepúlveda, S. (2015) afirma “la competitividad se constituye como el objetivo global de la dimensión 28 económica, cuya interacción con las dimensiones social, ambiental y político-institucional, conforman el proceso de desarrollo sostenible. Existen palabras que tienen el don de ser excepcionalmente precisas, específicas y, al mismo tiempo, extremadamente genéricas, ilimitadas; altamente operacionales y medibles, y, al mismo tiempo, considerablemente abstractas y extensas. Sin embargo, cualquiera que sea el caso, estas palabras tienen el privilegio de moldear conductas y perspectivas, así como, pareciéndose más a herramientas de evaluación, ejercer influencia en la vida práctica. Una de estas palabras mágicas es competitividad.

La empresa gana competitividad en la medida en que aumente su grado de aceptación en el mercado, ya sea como empresa o a través de sus productos o servicios. Esto redundará en variaciones positivas de su estructura financiera, lo que le permitirá ser cada vez más agresiva en la conquista de nuevos espacios en el escenario del mercado. (Porter, Michael. La ventaja competitiva de las naciones, 1990)

Propósito de cada uno de los diez principios de competitividad

Del equipo directivo: Tomar el control de todo lo que pasa dentro de la organización.

Del avance: Medir los principales indicadores de desempeño de la organización, para saber si está avanzando o retrocediendo.

De la posición competitiva: Evaluar sus ventajas y desventajas competitivas frente a sus principales competidores.

De las funciones: Definir las funciones y actividades del cien por ciento del personal, para que cada cual sepa lo que tiene que hacer..

De la capacitación: Capacitar y adiestrar a todo el personal para actualizar sus conocimientos, a las nuevas necesidades de la organización

De las políticas y de los procedimientos: Definir las políticas y procedimientos que documentan la tecnología directiva y operativa de la organización.

De la calidad: Asegurar la calidad del producto o servicio ofrecido a través de la implantación de un Sistema de Calidad.

De la dirección: Implantar dentro de la organización la MISIÓN y los Objetivos e Indicadores de Negocio y los Factores Clave de Éxito.

De las mejoras: Implantar proyectos de mejora que fortalezcan la competitividad de la organización.

De la cultura: Redefinir y homogeneizar la forma de pensar y sentir de todo el personal hacia el progreso de la organización.

La competitividad de una organización o empresa está asociada a la productividad, a la optimización de recursos y al liderazgo que tiene la empresa u organización en el medio. Según este autor por productividad se entiende la forma en que un país genera prosperidad utilizando sus recursos humanos, económicos y naturales (Porter, 2004).

Para efectos de esta investigación se entiende como competitividad a la capacidad que tiene la empresa para competir, en su sector, midiéndose a través de la posición relativa que detenta la organización en relación con sus competidores, su productividad, la rentabilidad de la inversión dada, para que una empresa sea competitiva es necesaria la asociatividad como estrategia para la generación de ventajas competitivas (Villarreal & Villarreal, 2002; Albuquerque, 2012; Porter 1979; Hernández Laos, 2000).

Dentro de las transformaciones que las micro, pequeñas y medianas empresas han tenido en el contexto de la globalización, una de las sobresalientes ha sido la reconfiguración organizacional, en donde las empresas han adoptado estrategias del tipo asociativas para hacer frente a la competencia en el ámbito en el cual se desempeñan, permitiendo llevar a cabo procesos de cooperación que les permiten crear ventajas competitivas, y que inciden en la competitividad de las mismas.

La competitividad tiene incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que está provocando obviamente una evolución en el modelo de empresa y empresario.

La ventaja comparativa de una empresa estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos, etc., de los que dispone dicha empresa, los mismos de los que carecen sus

competidores o que estos tienen en menor medida que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos.

El uso de estos conceptos supone una continua orientación hacia el entorno y una actitud estratégica por parte de las empresas grandes como en las pequeñas, en las de reciente creación o en las maduras y en general en cualquier clase de organización. Por otra parte, el concepto de competitividad nos hace pensar en la idea "excelencia", o sea, con características de eficiencia y eficacia de la organización.

La competitividad y la estrategia empresarial

La competitividad no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente; se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica de conducta organizativa, como los accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado, y por último, el gobierno y la sociedad en general.

Una organización, cualquiera que sea la actividad que realiza, si desea mantener un nivel adecuado de competitividad a largo plazo, debe utilizar antes o después, unos procedimientos de análisis y decisiones formales, encuadrados en el marco del proceso de "planificación estratégica". La función de dicho proceso es sistematizar y coordinar todos los esfuerzos de las unidades que integran la organización encaminados a maximizar la eficiencia global.

Para explicar mejor dicha eficiencia, consideremos los niveles de competitividad, la competitividad interna y la competitividad externa. La competitividad interna se refiere a la capacidad de organización para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles,

como personal, capital, materiales, ideas, etc., y los procesos de transformación. Al hablar de la competitividad interna nos viene la idea de que la empresa ha de competir contra sí misma, con expresión de su continuo esfuerzo de superación.

La competitividad externa está orientada a la elaboración de los logros de la organización en el contexto del mercado, o el sector a que pertenece. Como el sistema de referencia o modelo es ajeno a la empresa, ésta debe considerar variables exógenas, como el grado de innovación, el dinamismo de la industria, la estabilidad económica, para estimar su competitividad a largo plazo. La empresa, una vez ha alcanzado un nivel de competitividad externa, deberá disponerse a mantener su competitividad futura, basado en generar nuevas ideas y productos y de buscar nuevas oportunidades de mercado.

C. Canales (1991): “La organización es la disposición de recursos humanos y materiales de una entidad para permitir el cumplimiento de sus objetivos, mediante la delimitación de funciones, responsabilidades, normas, procedimientos y mecanismos de coordinación y comunicación”. En este caso, la organización se configura como un medio para la consecución de objetivos, y, por tanto, está íntimamente ligada al concepto de dirección estratégica para la mejora de su posición competitiva diseñando nuevas estructuras organizativas. La descripción de la organización empresarial que brinda la teoría de los sistemas sociales -a saber, un sistema que se auto organiza, auto conduce y auto determina proporciona una base inmejorable para fundamentar su responsabilidad penal. Por ello, a continuación, el autor establece, de la mano del método de la equivalencia funcional, los tres pilares sobre los que se asienta el concepto de culpabilidad empresarial que se deriva de dicho planteamiento: él denomina-do concepto constructivista de culpabilidad empresarial

La organización es parte fundamental del estudio de la administración. Todas las organizaciones se ven afectadas por factores internos y externos que influyen directamente en su funcionamiento. Actualmente se necesitan organizaciones eficientes y eficaces para hacer frente a un mercado competitivo y globalizado.

Define la organización como la identificación, clasificación de actividades requeridas, conjunto de actividades necesarias para alcanzar objetivos, asignación a un grupo de actividades a un administrador con poder de autoridad, delegación, coordinación, y estructura organizacional. El concepto organización es un término de usos múltiples, para unas personas, incluye todas las tareas de todos los participantes. La identifican con el sistema total de relaciones sociales y culturales. Sin embargo, para muchos administradores el término organización implica una estructura de funciones o puestos formalizados

Consiste en definir la tarea que va a desarrollarse, dividir y distribuir el trabajo entre las personas que lo van realizar, determinar las relaciones que deben existir entre ellas y fijar sus responsabilidades con la intención de obtener los objetivos previstos de ||la forma más eficaz

2.2.6. Calidad

La calidad de servicio es una de los grandes pilares más importantes en una entidad u organización que requiere aferrar clientes leales y a la vez satisfechos. Hoy en día nos encontramos en un mundo globalizado donde las organizaciones se preocupan por mejorar la calidad al servicio que brindamos, asimismo se investigan constantemente al mercado para establecer y determinar las necesidades de los clientes y poder dar solución a las insatisfacciones presentadas, dándoles un valor agregado y ofreciendo una atención placentera, porque los cliente cada vez son más exigentes y la competencia es mayor.es por

ello que deben brindar productos de buena calidad a precios accesibles, cumpliendo con todas las necesidades de los clientes, para que se sientan satisfechos al adquirir un producto o servicio, además de todo ello las organizaciones deben usar estrategias para tener clientes fidelizados, ya que esto conlleva a tener mayor rentabilidad se tiene aplicar a través de tangibles, confiabilidad y empatía para la satisfacción de los clientes.

Deming (1989). Quien considera que la calidad debe incorporarse al producto en todas las etapas, a fin de alcanzar un alto nivel de excelencia. Define la calidad como cero defectos o menos variaciones y se basa en el control estadístico del proceso como la técnica esencial para la resolución de problemas, con el fin de distinguir entre las causas sistemáticas y las causas especiales. La búsqueda de la calidad se traduce en costos más bajos, mayor productividad y el éxito en el plano competitivo.

Griffin, R (2011). Hoy en día pasan por un proceso de cambio (culturas, valores y comportamientos, etc.) a favor de los clientes. Las dimensiones son la eficacia y eficiencia, esto se basa en mejorar las expectativas del cliente cumpliendo los requerimientos expuestos por ellos.

Vásquez, G, (2002). Guatemala, en su tesis, Medición de la calidad en el servicio al cliente: Metodología del Cliente Misterioso, Una alternativa, Universidad Francisco Marroquin. Llegó a las siguientes conclusiones: El ofrecerle un buen servicio al cliente puede hacer la diferencia entre captar un cliente pasajero o un cliente duradero y para toda la vida. Para que la calidad en el servicio pueda ser percibida por el cliente, es necesario desarrollar una cultura de servicio en todos los niveles de organigrama organizacional, vertical y horizontalmente. En la medida en que los empleados de la empresa estén

conscientes y reconozcan los ciclos de servicio que involucra a cada cliente, en esa medida poder colaborar de mejor forma satisfacer las necesidades del cliente y tendrán una visión completa de lo que el cliente necesita y espera. Hoy en día la calidad ya no se refiere únicamente a la calidad de un producto, sino involucra otros ámbitos como sistemas, servicio, procesos, etc.

Thompson, I, (2008). Argentina, en un estudio realizado por la Universidad de Comahue (Buenos Aires- Neuquen); afirma sobre la calidad y servicio que son: “Uno de los medios alternativos con las cuales cuenta una organización o empresa para alcanzar una ventaja competitiva, posicionarse como la mejor. Adoptar una estrategia de 6 calidad, significa definir el nivel de excelencia esperado para el tipo de servicio que brinda una empresa. Este nivel de calidad no necesariamente establece que el servicio, sea lujoso sino simplemente que el mismo responda las expectativas de un grupo de compradores objetivos.

Morales (2014), presento una investigación denominada “Control de Calidad en las Panaderías del Municipio de el Progreso, Jutiapa”, en la Universidad Rafael Landívar-Guatemala. Con un objetivo de Establecer el control de calidad que se aplica en las panaderías del municipio de El Progreso, Jutiapa, empleo una metodología de tipo descriptiva, llegando a la conclusión de Las empresas no cuentan con algún tipo de control y supervisión de la calidad de la materia prima, como también de la manipulación de los productos dentro del área de elaboración, necesitando lineamientos necesarios para disminuir, en la mayor medida posible, los problemas de la panadería y que el almacenamiento de materia prima y producto terminado se encuentra en espacios muy reducidos, ya que la mayor parte de panaderías cuentan con plantas pequeñas por considerarse negocios de tipo familiar, donde el pan que se elabora en esa empresa no se

transporta a otras panaderías por la cantidad de producción diaria que se realiza, únicamente se traslada al área de ventas.

2.2.3. MYPES

Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (TEXTO UNICO ORDENADO), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Dec. Leg. N° 1086)

IMPORTANCIA

Las MYPE son un segmento importante en la generación de empleo, es así que más del 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI). En resumidas cuentas la importancia de las MYPE como la principal fuente de generación de empleo y alivio de la pobreza se debe a:

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

En la actualidad las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, tienen una gran significación por que aportan con un 40% al PBI, y con un 80% de la oferta laboral, sin contar con el autoempleo que genera; sin embargo, el desarrollo de dichas empresas se encuentra estancado, principalmente por la falta de un sistema tributario estable y simplificado que permita superar problemas de formalidad de estas empresas y que motiven el crecimiento sostenido

Cently, D. (2003), menciona que las MYPES vienen tomando mayor posición a nivel mundial, ya que muchas de las pequeñas y microempresas que surgieron de la necesidad de ofrecer productos accesibles para todas las personas (clientes) cuentan con mayor eficiencia que las grandes empresas.

Según la edición del Microscopio Global (2012), el Perú es uno de los países que promueve el desarrollo de micro y pequeñas empresas, manteniéndose líder entre países con mejor entorno para micro finanzas, siendo las entidades micro financieras las que generan mayor sustento a las MYPES.

Daga (2015) establece que las MYPES del Perú en su mayoría son: Informales, utilizan tecnología de nivel artesanal o intermedio, no cuentan con mano de obra calificada y desconocen métodos o estrategias de gestión empresarial. Lo que concuerda con Barros (2010) quien determina que las debilidades que presentan en cuanto a su competitividad las MYPES es, el de no contar con mano de obra calificada, utilizar tecnología antigua, poseer una estructura organizacional tradicional, lo que impide un óptimo incremento en la producción y productividad

Salazar Editor (2007), Las micro y pequeñas empresas MYPES son considerados como las principales generadoras de empleo. Ellas constituyen el 98.69% del total de las empresas que hay en Perú y dan trabajo al 75% de la población económicamente activa, además aportan el 45% del Producto Bruto Interno (PBI), por eso los especialistas la consideran muy importante en el desarrollo del país. Las MYPES empiezan a germinar en la década de los 80, pero es recién por los años 90 que se hacen notar. Después de la caída y el cierre de grandes empresas, las micro y pequeñas empresas empiezan a generar puestos de trabajo para la población, si bien desde el 2000 en adelante, ya se nota el movimiento económico que manejan y la posición que tienen en la sociedad, uno de los defectos que hasta ahora no han podido corregir es su informalidad. Según el Ministerio de la Producción, casi tres cuartas partes (el 72.62 %) trabajan de manera informal. No están constituidas, no tienen trabajadores en planilla, no tienen póliza, seguros, no tributan, no están en la facultad de asociarse, no tienen acceso al sistema financiero, están limitados a realizar negocios al mercado nacional e internacional, no participan de concursos públicos y no conocen con exactitud sus ganancias y pérdidas.

2.2.4. Industria Panificadora

La panadería es un oficio muy antiguo, durante la Edad Media era muy común la existencia de hornos públicos donde los panaderos podían hornear el pan. Hoy en día es un oficio que se ha popularizado y también especializado.

Actualmente los panaderos trabajan en diversos entornos, ya sea como empleados o como dueños de sus propias panaderías. Los panaderos ejercen en (**Chavarría, L. 2010**)

JOSÉ A. R. U (QUITO, 2009), en su tesis de investigación “PLAN DE MARKETING PARA LA PANADERÍA Y PASTELERÍA ANA MARÍA EN LA PARROQUIA DE

CALDERÓN”, concluyó en que el negocio carece de planificación en el área de marketing y ventas, todos los esfuerzos que se realizan en éstas áreas son de forma empírica.

En la investigación se determinó que las personas prefieren adquirir el pan en las panaderías, ya que su percepción es la de un pan más fresco y de mejor calidad que el que se vende en las tiendas.

Debido a la falta de planificación y un incremento irrisorio en los precios de las materias primas la Panadería y Pastelería Ana María estuvo a punto de suspender sus actividades.

RODRIGUEZ Q. H.A (1996), en su tesis de investigación titulada, “COMPETITIVIDAD EN LA INDUSTRIA PANIFICADORA GUATEMALTECA”, concluyo; "Los factores más importante para alcanzar ventaja competitiva sustentable a largo plazo son aquellos que se crean. Evidencia de esto es el hecho de que a pesar de que el medio industrial panificadora adolece de las principales determinantes de competitividad, existe un fabricante local que ha logrado crear factores que le han llevado a mantener el liderazgo en participación de mercado".

Las pequeñas industrias panaderas para que incrementen su participación en el mercado deben elaborar una estrategia de desarrollo, para que puedan desplazar a sus competidores, estas estrategias sirven como líneas de acción con resultados positivos diseñados como un plan de mercadeo

Tzul (2008), en su tesis titulada “Cultura organizacional para lograr competitividad en las pequeñas empresas productoras de pan en la cabecera de Totonicapán”, establece como objetivo general determinar una adecuada cultura organizacional que permita a las pequeñas empresas productoras de pan en la cabecera de Totonicapán alcanzar mayores

niveles de competitividad. El trabajo de campo se realizó en 12 panaderías del municipio de El Progreso, Jutiapa del caso urbano del municipio de En esta investigación se tomó el total del universo de panaderías del municipio de El Progreso, Jutiapa. Muestra, ya que se investigó la totalidad del universo conocido que son 12 panaderías **Concluye** que la cultura organizacional que predomina en las pequeñas empresas productoras de pan en Totonicapán es conservador, ya que existe una notoria resistencia al cambio, en el mantenimiento de ideas y costumbres de generaciones anteriores, lo que provoca que no respondan a los cambios del mercado y la mayoría de ellas no tienen una idea clara de hacia dónde quieren llegar. Entre sus recomendaciones mencionan que es necesario que el personal de las pequeñas empresas productoras de pan reconozca que el mercado cambia constantemente en la actualidad, y debe iniciar dejando atrás ideologías que frenan su competitividad, así también los propietarios deben tomar el rol de empresarios y líderes de la empresa, proyectando hacia donde quieren llegar.

Wendy C.C.R (2004), en su tesis de investigación titulado; Financiamiento para una Microempresa Panadería Iztapalapa – México, concluyo; "Los financiamientos no son la única parte importante para iniciar una empresa, sino se requiere de otros aspectos que dados en integración conforma lo que conocemos como una empresa. Es decir estamos hablando de los aspectos como son la capacitación y la tecnología".

Las industrias panaderas actualmente deben de estar preparados para los cambios producidos por la globalización, tener preparados sus recursos humanos, materiales en el cual se desarrollan de manera continua, por el cual los financiamientos obtenidos son recursos secundarios que sirven en la organización

Comenta “El pan ha sido tan importante en la alimentación humana que se considera como sinónimo de alimento en muchas culturas, no obstante participa en muchos rituales religiosos y sociales, además no cabe duda que este oficio es un profesión fundamental en nuestra sociedad y que constituye para quienes la ejercen, una nutritiva y alegre opción de vida, heredada a través de una tradición ancestral”. **(Heinrich 2007)**

El pan va de la mano con los cereales por parte de la humanidad, el pan, el aceite y el vino pudo haber sido uno de los alimentos de primera mano que fueron procesados por la humanidad, se sabe que introducción de los cereales en la humanidad en la dieta alimenticia de las primeros nómadas para ser sedentarios si se mira la historia, podemos analizar que en la antigüedad y por todas la épocas de la vida humana, el pan ha estado en cada uno de ellos, por ejemplo: el la prehistoria, el antiguo Egipto, Grecia clásica, imperio romano, edad media de Europa, en el renacimiento, y en la revolución industrial, en la época moderna y aún más en la actualidad, aunque hoy en día ha disminuido el consumo, sigue siendo muy importantes para las familias, ya que en los desayuno nunca falta y en las comidas siempre está, aunque que las causas de disminución son variable, podemos decir que una de las variables que ha influido mayormente en esta disminución es el uso de adictivos en la producción industrial. **(Jiménez Prada, 2004)**

Expresa que la visión popular que existía acerca de lo que es el pan ha ido cambiando poco a poco. Algunos autores culpan de la disminución del consumo a la poca calidad del pan moderno, debida en parte al empleo de aditivos y en parte a la elaboración del alimento de forma industrial, lo cual causa un aumento del número de consumidores descontentos. **(Kaplan, 2006).**

III. HIPÓTESIS

a) Hipótesis General:

La formalización incide significativamente en la competitividad de las MYPES - rubro panaderías de Tingo María – Huánuco - 2019

(Hernández, 2006).En el caso del presente trabajo se está buscando determinar la formalización y competitividad de las MYPES - rubro panaderías de

Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco – 2019 Existe un alto grado de incidencia de la formalización en la competitividad de las MYPES rubro panaderías de Tingo María – Huánuco 2019

b) Hipótesis Específico:

1. El nivel de formalización incide en la competitividad de las MYPES – rubro panaderías Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco – 2019
2. Los incentivos tributarios incide en la competitividad de las MYPES – rubro panaderías Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco - 2019
- 3.- Los beneficios tributarios inciden significativamente en la mayor formalización de las MYPES – rubro panaderías de Tingo María – Huánuco 2019
- 4.- Los beneficios tributarios inciden significativamente en la mayor competitividad de las MYPES – rubro panaderías de Tingo María – Huánuco - 2019

IV. METODOLOGÍA

Describe dos acepciones del termino Metodología. Una primera de uso limitado que se refiere a los procedimientos que se utilizan para lograr los objetivos propuestos. Y una segunda que la considera como el estudio crítico del conjunto de operaciones y procedimientos racionales y sistemáticos que se utilizan para dar soluciones al problema de carácter teóricos y prácticos planteados. Se le considera la ciencia de los métodos, entendiéndose este último término como el conjunto de actividades físicas e intelectuales, ordenadas, sistemáticas y racionales para lo cual se requieren de técnicas, medios o instrumentos materiales específicos para cada caso en particular. Kaplan citado por Morlés señala que la metodología implica un proceso de descripción, explicación y justificación de los métodos **Morlés, Victor (2002)**.

Define el Método Científico como: "El procedimiento o conjunto de procedimientos que se utilizan para obtener conocimientos científicos, el modelo de trabajo o pauta general que orienta la investigación".

Según esta definición, en el método científico se debe asumir un modelo lógico y coherente que ayude a la comprensión de un objetivo a lo largo de la investigación.

(Sabino, 1992)

El diseño de investigación es de carácter descriptivo porque se evalúa y recolecta datos sobre los diversos aspectos o dimensiones del fenómeno que se está investigando

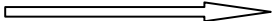
(Sánchez, 2006)

4.1 Diseño de la investigación.

Expresan que el diseño de la investigación “se refiere a la estrategia que adopta el investigador para responder al problema, dificultad o inconveniente planteado en el estudio”. De acuerdo a esto, esta investigación se basó en un diseño no experimental, ya que trabaja sobre las realidades del hecho, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. **Palella y Martins (2004)**

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.

M  O

Dónde:

M = Muestra conformada por las MYPES encuestadas.

O = Observación de las variables: Formalización y competitividad

4.2 Población y muestra

Para esta investigación se tomó como criterio para definir la población “es el conjunto de todos los elementos que se estudian y acerca de los cuales se intenta sacar conclusiones”. El concepto de población en estadística, se precisa como un conjunto finito o infinito de personas u objetos que presentan características comunes. Para esta investigación se tomó como criterio para definir la población **Levin & Rubin (1999)**

Muestra

Una muestra “es una colección de mediciones seleccionadas de la población de interés. Puede estar conformada por personas; y el interés por la muestra se basa en la posibilidad de describir con ella a la población de la cual fue extraída. Para la selección de la muestra en esta investigación, se utilizó el método de “muestreo aleatorio estratificado para proporciones” con afijación proporcional para la asignación de los tamaños de muestra en cada estrato. (Mendenhall y Reinmuth, 1978)

Área geográfica del estudio

La provincia de Leoncio Prado, es una provincia del centro-norte del Perú situada en el norte del departamento de Huánuco, bajo la administración del Gobierno de Huánuco. Limita por el norte con el departamento de San Martín; por el este con el departamento de Ucayali; por el sur con la provincia de Puerto Inca y la provincia de Huánuco; y, al oeste con las provincias de Marañón, Huacaybamba, Huamalíes y Dos de Mayo. La provincia fue creada mediante Ley del 27 de mayo de 1952, en el gobierno del Presidente Manuel A. Odría. La provincia se divide en nueve distritos incluyendo el distrito de Castillo Grande, Pucayacu y Pueblo Nuevo (recientemente distritalizado), Rupa Rupa, José Crespo y Castillo, Mariano Dámaso Beraún, Daniel Alomía Robles, Padre Felipe Luyando y Hermilio Valdizán Medrano. (Enciclopedia Wikipedia, 2016). La ciudad de Tingo María es la capital de la provincia de Leoncio Prado, ubicada en el departamento de Huánuco; a 600 msnm; su clima es cálido y húmedo (tropical), su temperatura promedio es de 24°C. Sus principales ríos son el Huallaga y el Monzón.

La capital de la provincia de Leoncio Prado cuenta aproximadamente con 50, 000 habitantes. Es la ciudad más joven de la selva peruana, conocida también como puerta de

entrada a la Amazonía Peruana. (Municipalidad provincial de Leoncio Prado, 2019). Con 78 años de creación política, es una ciudad moderna con todos los servicios necesarios para convertirla en un lugar acogedor y seguro para el turista nacional y extranjero.

Población y muestra:

La población en estudio está conformada por los propietarios de las MYPES rubro panaderías Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco – 2019 que suman un total de 20 MYPES.

Cámara de comercio de Tingo María - Leoncio Prado –Huánuco

MYPES	Cantidad (2019)
Panaderías	20

Muestra: Se tomo la muestra a los 20 MYPES rubro panaderías que representan el 100 % de la población en estudio y a los representantes de las MYPES que proporcionaron la información rubro panaderías Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco – 2019

Cámara de comercio Tingo María – Leoncio Prado –Huánuco

MYPES	Cantidad (2019)
Panaderías	20

Criterios de inclusión

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

Criterio de exclusión

No se consideró propietarios de las zonas rurales.

4.3 Definición y Operacionalización de las Variables y los Indicadores

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS	
Formalización de las MYPES	Nivel de formalización	Acceso al financiamiento	Mejora nivel de productividad	Cuestionario	
			Agilidad en procesos		Cuestionario
	Tributario	Mejor poder de negociación	Capacitación permanente	Cuestionario	
			Incremento de productividad		
			Innovación en procesos Productivos		
			Mejoras en productos		
Nivel de conocimiento sobre los incentivos tributarios, municipales y laborales a favor de las MYPES	RUC municipalidad				
	RUS Préstamos obligaciones tributarias Cámara de comercio				
Competitividad de las MYPES	Mayor Competitividad	Satisfacción del cliente Frescura del producto precio	Tecnologías	Cuestionario	
			Innovación en productos		
			Disminución de desperdicios	Cuestionario	
	Calidad			Eficiencia en procesos	Cuestionario
	Producto	Variedad de producto	Incremento de productividad		
			Incremento en ventas		
	Eficiencia	Cantidad de producto	Productos de calidad		
Eficacia					

4.4. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos

El cuestionario..

La ayuda del INEI. (El Instituto Nacional de Estadística e Informática), Otros.

Procedimientos para la Recolección de la Información

Para las encuestas:

Solicitaremos autorización a los propietarios o dueños de las MYPES formales e informales dedicadas al comercio para encuestar al personal de la MYPE ya mencionada. Para las encuestas:

Entrevistaremos a las autoridades y/o propietarios de las MYPES formales e informales dedicadas al comercio, previa cita para coordinar la fecha y hora de las entrevista

4.5. Plan de análisis

Los datos que se recolectarán en la investigación se analizarán haciendo usos de la estadísticas descriptiva, para la tabulación de los datos utilizando como soporte el programa Excel. El análisis de la información cuantitativa se realizará a través del cuestionario aplicado al representante de la Micro y pequeña empresa; para el procesamiento de los datos se empleará el programa Excel, para el análisis de los datos se aplicarán medidas estadísticas de acuerdo a la naturaleza de las variables en estudio y los resultados se presentarán en cuadros y gráficos estadísticos.

7.8. Matriz de consistencia. Formalización y su incidencia en la competitividad de las MYPES – rubro panaderías Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco - 2019

Título de tesis	Enunciado del problema	Objetivos	Hipótesis	Tipo y nivel de la investigación	Universo o Población	Variables – operacionalización	Dimensiones	Indicadores
<p>Formalización y su incidencia en la competitividad de las MYPES rubro panaderías Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco – 2019?</p>	<p>Problema General ¿En que medida la formalización inciden en la competitividad de las MYPES rubro panaderías Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco – 2019? Problema Específico</p> <p>1. Como el nivel de formalización incide en la competitividad de las MYPES – rubro panaderías Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco - 2019</p> <p>2. De qué manera los incentivos tributarios incide en la competitividad de las MYPES – rubro panaderías Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco - 2019</p>	<p>Objetivo General: Determinar en qué medida la formalización inciden en la competitividad de las MYPES sector panaderías de Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco - 2019</p> <p>Objetivos Específico:</p> <p>1. Determinar Como el nivel de formalización incide en la competitividad de las MYPES – rubro panaderías Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco – 2019</p> <p>2. Establecer De qué manera los incentivos tributarios incide en la competitividad de las MYPES – rubro panaderías Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco – 2019</p>	<p>Hipótesis General: Las formalización incide significativamente en la competitividad de las MYPES en el rubro panaderías de Tingo María – Leoncio pardo – Huánuco - 2019</p> <p>Hipótesis Específico</p> <p>1. El nivel de formalización incide en la competitividad de las MYPES – rubro panaderías Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco – 2019</p> <p>2. Los incentivos tributarios incide en la competitividad de las MYPES – rubro panaderías de Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco - 2019</p>	<p>Cuantitativa, no experimental</p> <p>La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto</p> <p>Descriptiva:</p> <p>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 en estudio está conformada por los propietarios de las MYPES del , rubro panaderías Tingo María – Leoncio Prado - Huánuco suma un total de 12 personas</p>	<p>Variable Independiente</p> <p>X : Formalización</p> <p>Variables Dependientes</p> <p>Y : Competitividad</p>	<p>Nivel de formalización tributario</p> <p>Los incentivos tributarios, de las MYPES</p> <p>Mayor Competitividad</p> <p>Calidad</p> <p>Productividad</p> <p>Eficiencia</p> <p>Eficacia</p>	<p>X2. Beneficios tributarios</p> <p>X3. Créditos por gastos de capacitación</p> <p>Mejor poder de negociación</p> <p>Inserción en el mercado</p> <p>RUS Préstamos obligaciones tributarias Cámara de comercio</p> <p>Y1. Acceso al financiamiento</p> <p>Y2. Mayor competitividad</p> <p>Y3. Mejor poder negociación</p> <p>Satisfacción de los Miembros de las MYPES por la</p>

								generación de alta calidad de preparación de los trabajadores a través de la competitividad
--	--	--	--	--	--	--	--	--

4.7. Principios Éticos

Principios que rigen la actividad investigadora

Protección a las personas.- La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinara de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad que obtengan un beneficio.

En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad, y la privacidad. Este principio no solamente implicara que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrara el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentra en situación de especial vulnerabilidad.

Beneficencia y no maleficencia.- Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en la investigación. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales; no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia.- El investigador debe ejercer razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y de las limitaciones de sus capacidades y conocimientos, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador esta también obligado a tratar equitativamente quienes participa en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación

Integridad científica.- La integridad o rectitud deben regir no solo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y se declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

Consentimiento de informado y expreso.- En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto .

V. Resultados

5.1. Resultados

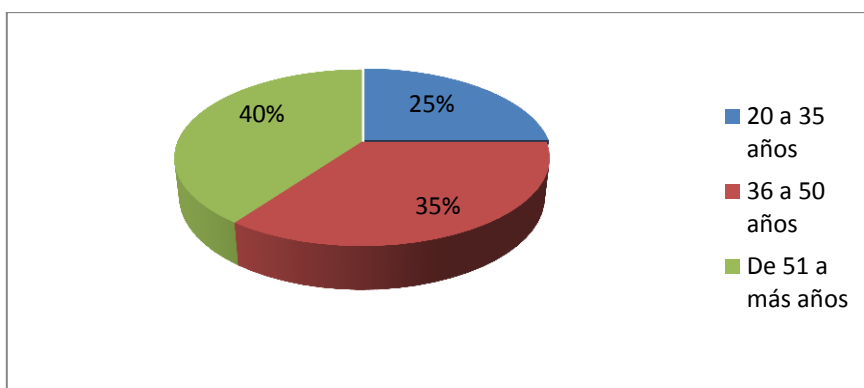
Respecto a los datos generales del encuestado

Tabla 3. Edad de los representantes de las MYPES

Edad de los representantes de las MYPES		
Edad	Frecuencia	Porcentaje
20 a 35 años	5	25.0
36 a 50 años	7	35.0
De 51 a más años	8	40.0
Total	20	100.0

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio

Gráfico N° 1: Edad de los representantes de las MYPES



Fuente: Tabla 3. Edad de los representantes de las MYPES

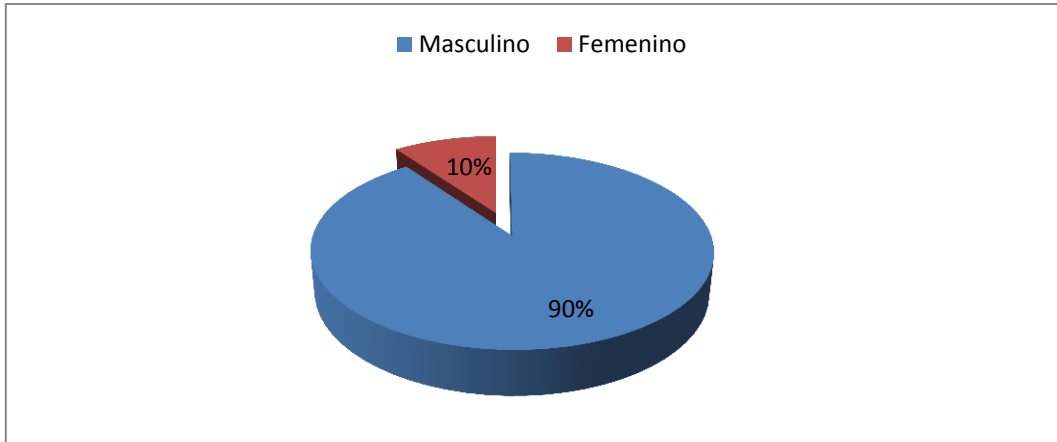
En la tabla 3 y gráfico 1, se observa que el 50% de los encuestados están en edad de 36 a 50 años, y el 29% están en edad de 51 años a más y solo el 21% están en edad de 20 a 35 años

Tabla 4. El Género de los representantes de las MYPES

Genero de los representantes de las MYPES		
Genero	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	18	90.0
Femenino	2	10.0
Total	20	100.0

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio

Gráfico N° 2: De Genero de los representantes de las MYPES



Fuente: Tabla 4. De Género de los representantes de las MYPES

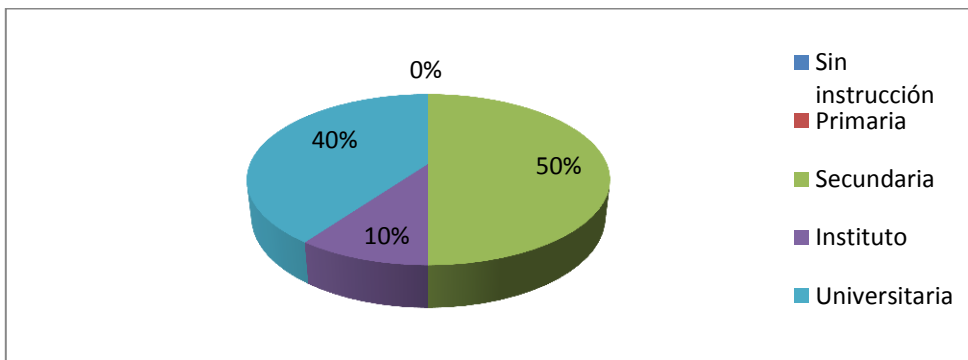
En la tabla 4 y gráfico 2 se observa que el 90% de empresarios encuestados del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco manifiestan ser masculinos y el 10% son femeninos

Tabla 5 Grado de instrucción

Grado de instrucción de los representantes de las MYPES		
Instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Sin instrucción	0	0.0
Primaria	0	0.0
Secundaria	10	50.0
Instituto	2	10.0
Universitaria	8	40.0
Total	20	100.0

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio

Gráfico N° 3: Gráfico 3. Grado de instrucción



Fuentes: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio

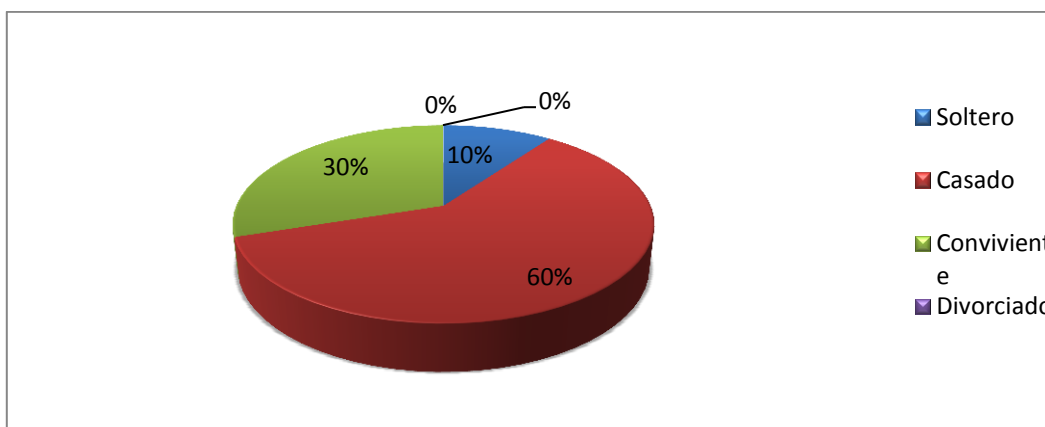
Tabla 5 y gráfico 3, acerca del grado de instrucción se observa el 10% de empresarios encuestados del rubro panadería de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, cuentan con Primaria y el 50% cuentan con nivel Secundaria el 40% cuentan con nivel Universitario e Instituto.

Tabla 6. Estado Civil.

Estado	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	2	10.0
Casado	12	60.0
Conviviente	6	30.0
Divorciado	0	0.0
Otros	0	0.0
Total	20	100.0

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio

Gráfico N° 4: Estado Civil.



Fuente: Tabla 6 Estado Civil

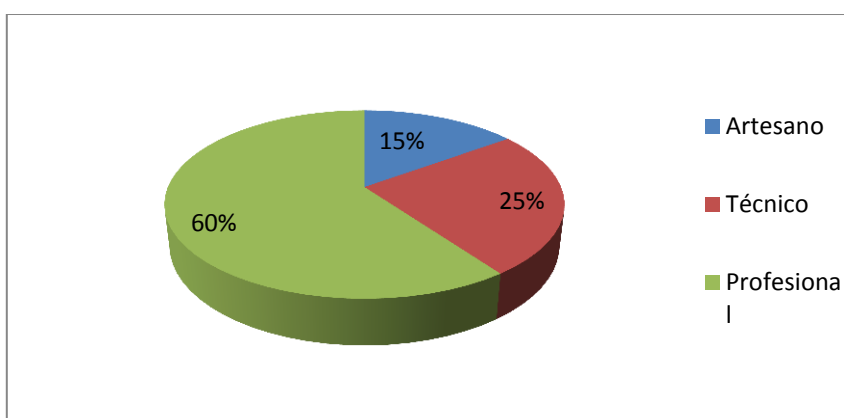
Tabla 6 y gráfico 4, se observa el 50% de empresarios encuestados del rubro panadería de Tingo María Leoncio Prado Huánuco manifiestan ser casados.

Tabla 7. Profesión de los representantes de las MYPES

Profesión de los representantes de las MYPES		
Profesión	Frecuencia	Porcentaje
Artesano	3	15.0
Técnico	5	25.0
Profesional	12	60.0
Total	20	100.0

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio

Gráfico N° 5: Profesión de los representantes de la MYPES.



Fuente: Tabla 7. Profesión de los representantes de la MYPES

Tabla 7 y gráfico 5, se observa el 15% de MYPES encuestadas del rubro panadería de Tingo Leoncio Prado Huánuco, se encuentran artesanos y el 25% técnicos 60% profesionales

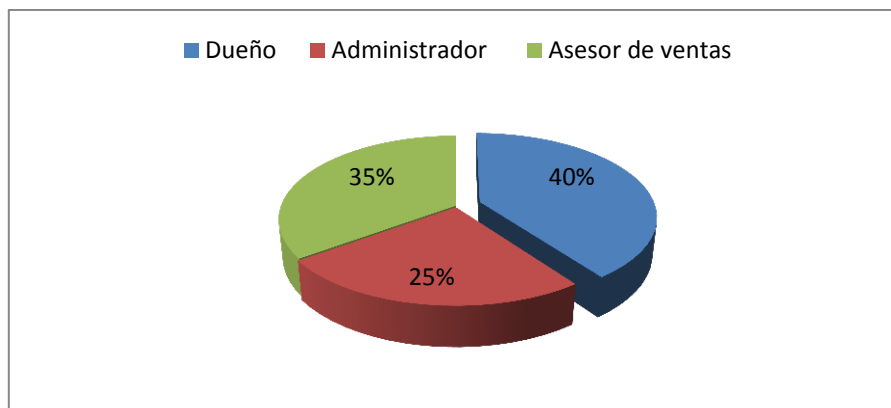
QUE CARGO DESEMPEÑA

Tabla. 8 .Cargos que desempeña de las MYPES

Desempeña	Frecuencia	Porcentaje
Dueño	8	40
Administrador	5	25
Asesor de ventas	7	35
Total	20	100

Fuentes: encuestas aplicada cargos que desempeña de las MYPES

Gráfico. 6 cargos que desempeña de las MYPES



Fuentes: Cargo que desempeña de las MYPES

Tabla 8 y grafico 6, se observa el 40% de las MYPES encuestadas del rubro panadería de Tingo María Leoncio Prado Huánuco son dueños y el 35% son asesores de ventas 25% administradores

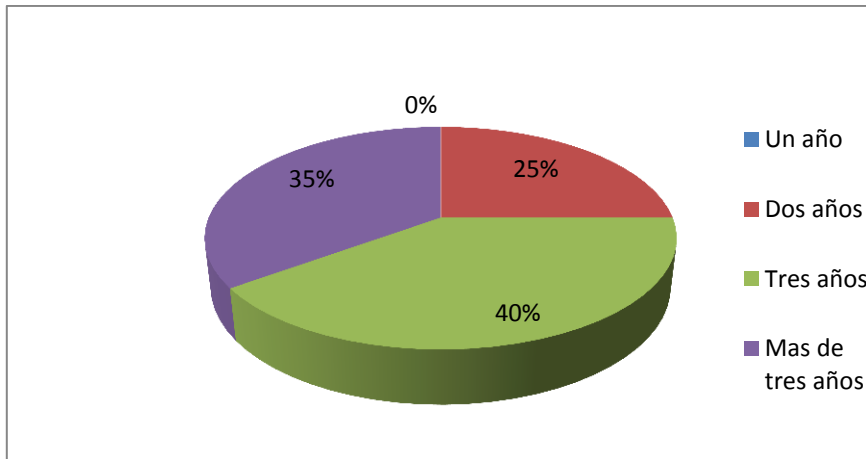
DE LA EMPRESA

Tabla 9. Cuantos años de permanencia tiene en la actividad y en el rubro

Cuantos años de permanencia tiene en la actividad y en el rubro		
Permanencia	Frecuencia	Porcentaje
Un año	0	0.0
Dos años	5	25.0
Tres años	8	40.0
Mas de tres años	7	35.0
Total	20	100.0

Fuente: encuesta aplicada que tienen permanencia en la actividad y en el rubro

Grafico. 7 de la empresa



Fuentes: años de permanencia tiene en la actividad y en el rubro

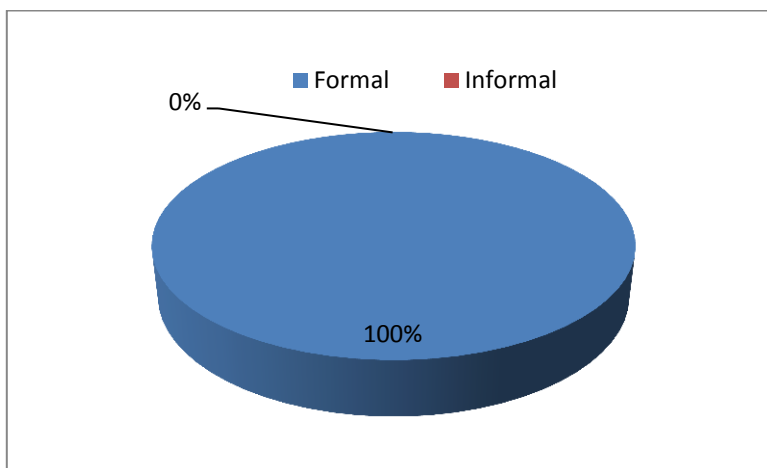
Tabla 9 y gráfico 7, se observa el 40% de las MYPES encuestadas del rubro panadería de Tingo María Leoncio Prado en el rubro 25% dos años de permanencia, tiene tres años de permanencia en el rubro y el 35% más de tres años de permanencia

Tabla 10. Las MYPES formales

Las MYPES formales		
Formalidad	Frecuencia	Porcentaje
Formal	20	100.0
Informal	0	0.0
Total	20	100.0

Fuente: encuesta aplicada a las MYPES formales

Gráfico 7. Las MYPES formales



Fuente: Tabla 10. Las MYPES formales

Tabla 10, y grafico 8 se observa el 100% de las MYPES encuestadas del rubro panadería de Tingo María Leoncio Prado Huánuco se encuentran formalizadas y el 0% son informales

Tabla 11. Numero de trabajadores permanentes de las MYPES

Numero de trabajadores permanentes de las MYPES		
Trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
Permanentes	12	60.0
Eventuales	8	40.0
Total	20	100.0

Fuente: encuesta aplicada Número de trabajadores permanentes de las MYPES

Grafico 9.Numero de trabajadores permanentes de las MYPES



Fuente: Tabla 11. Número de trabajadores permanentes de las MYPES

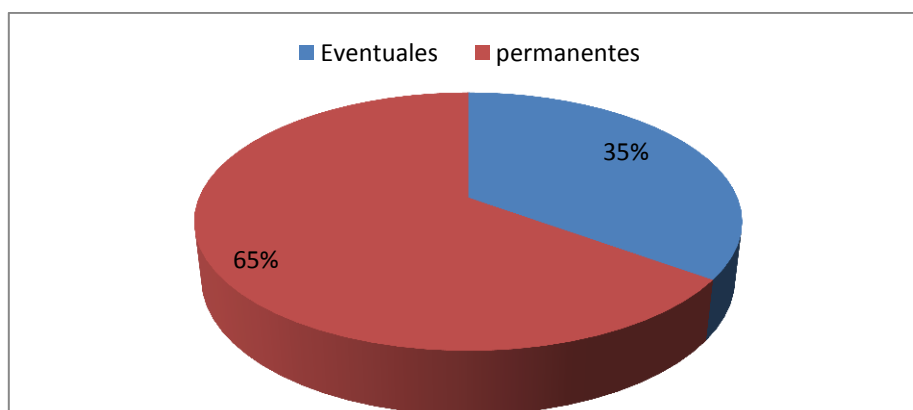
Tabla 11 y grafico 9 se observa el 60% de MYPES encuestadas del rubro panadería de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, tienen permanentes trabajadores y el 40% tienen eventuales trabajadores

Tabla 12. Numero de trabajadores eventuales de las MYPES

Numero de trabajadores eventuales de las MYPES		
Trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
Eventuales	7	35.0
permanentes	13	65.0
Total	20	100.0

Fuente: encuesta aplicada número de trabajadores eventuales de las MYPES

Grafico 10 Número de trabajadores eventuales de las MYPES



Fuente: Tabla 12. Número de trabajadores eventuales de las MYPES

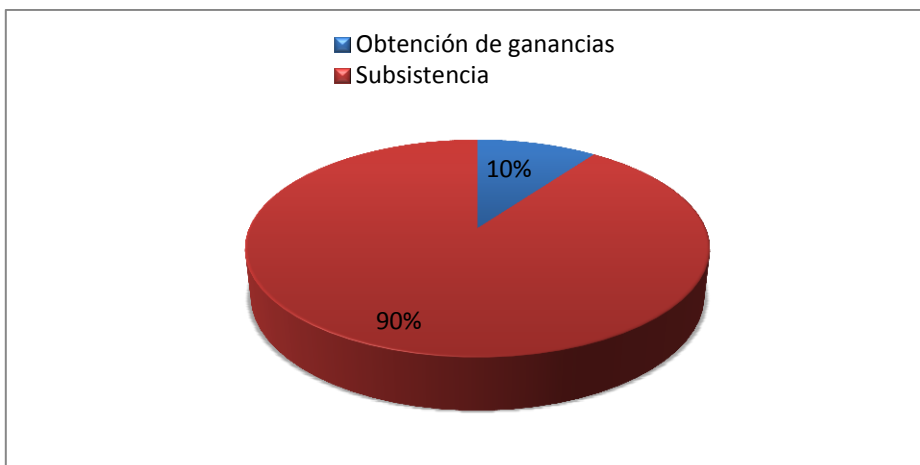
Tabla 12 y gráfico 10 se observa el 35% de las MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, tienen eventuales trabajadores y el 65% tienen permanentes trabajadores

Tabla 13. Las MYPES se formo para subsistencia

Las MYPES se formo para subsistencia		
Motivos	Frecuencia	Porcentaje
Obtención de ganancias	2	10.0
Subsistencia	18	90.0
Total	20	100.0

Fuente: encuesta aplicada a las MYPES que se formo para subsistencia

Grafico 11 .Las MYPES se formo para subsistencia



Fuentes: Tabla 13. Las MYPES se formo para subsistencia

Tabla 13 grafico 11 se observa el 90% de MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco opinan respecto a los motivos de la subsistencia de la empresa, puesto que estas si se encuentran formalizadas y el 10% opinan respecto a los motivos de la obtención de ganancias.

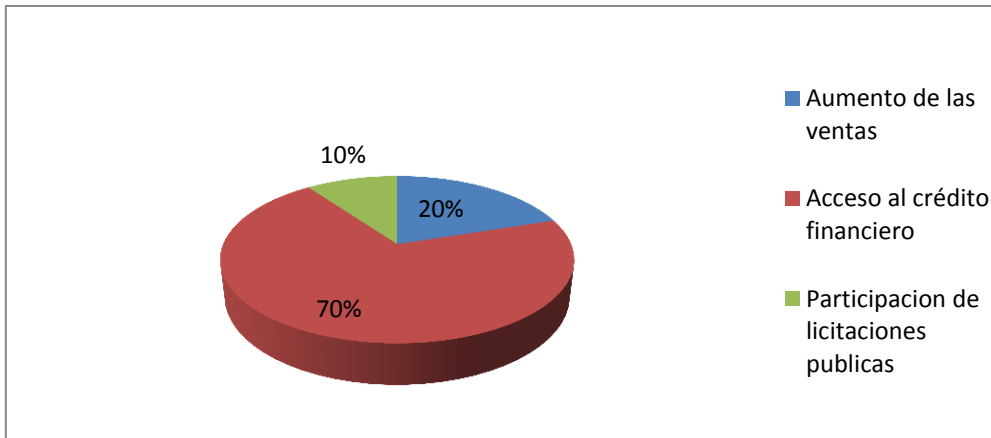
FORMALIZACION DE LAS MYPES

Tabla 14. Que beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa

Que beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa		
Beneficios	Frecuencia	Porcentaje
Aumento de las ventas	4	20
Acceso al crédito financiero	14	70
Participación de licitaciones publicas	2	10
Total	20	100

Fuentes: encuesta aplicada Que beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa

Grafico 12. Que beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa



Fuente: Tabla 14 Que beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa

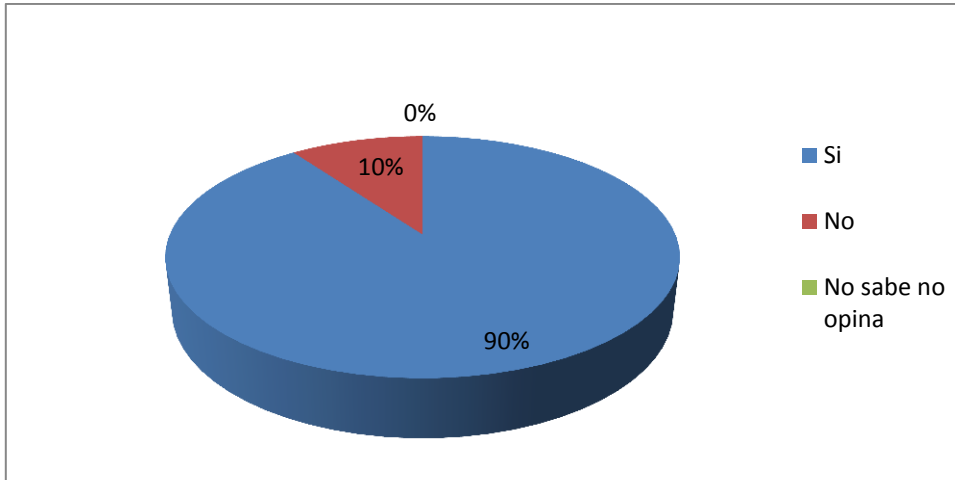
Tabla 14. Gráfico 12 se observa el 70% de las MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco tienen acceso al financiero y el 20% tienen aumento de las ventas 10% participación de licitaciones públicas

Tabla 15. Crecimiento en el mercado debido a la formalización

Crecimiento en el mercado debido a la formalización		
Crecimiento	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	90
No	2	10
No sabe no opina	0	0
Total	20	100

Fuente: encuesta aplicada crecimiento en el mercado debido a la formalización de las MYPES

Gráfico. 13 .Crecimiento en el mercado debido a la formalización



Fuente: Tabla 15. Crecimiento en el mercado debido a la formalización

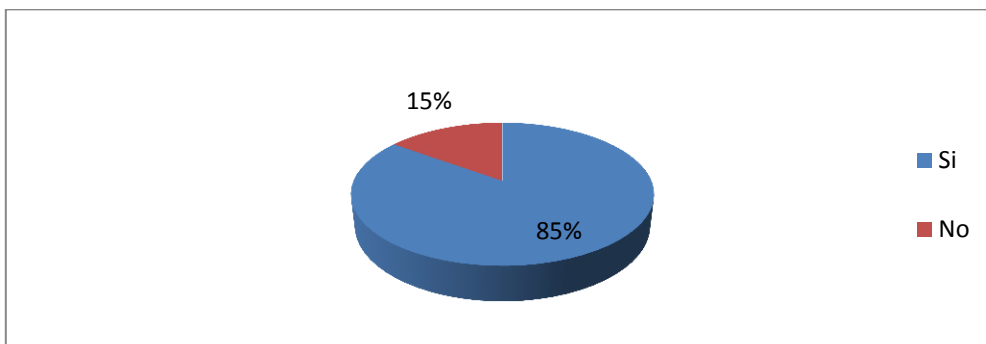
Tabla 15. Grafico 13 se observa el 90% de las MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco tiene el crecimiento en el mercado debido a la formalización y el 10% no tiene el crecimiento en el mercado debido a la formalización

Tabla 16 Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización

Asesoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	85
No	3	15
Total	20	100

Fuente: encuesta aplicada

Grafico. 14 Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización



Fuente: Tabla 16 Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización

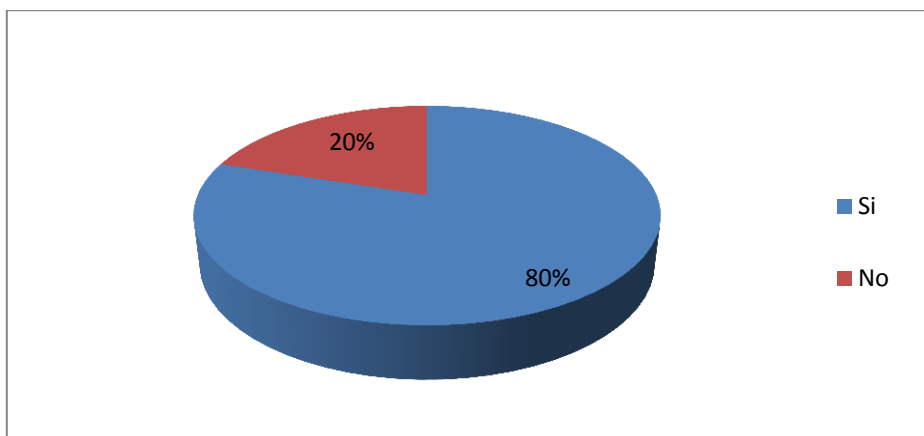
Tabla. 16 Grafico 14 se observa el 85% de las MYPES del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco que ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización y el 15% sostiene que no ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas

Tabla 17 Considera que la formalización aumenta los costos laborales

Considera que la formalización aumenta los costos laborales		
Aumenta los costos laborales	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	80
No	4	20
Total	20	100

Fuente:

Grafico 15 Considera que la formalización aumenta los costos laborales



Fuente: Tabla Considera que la formalización aumenta los costos laborales

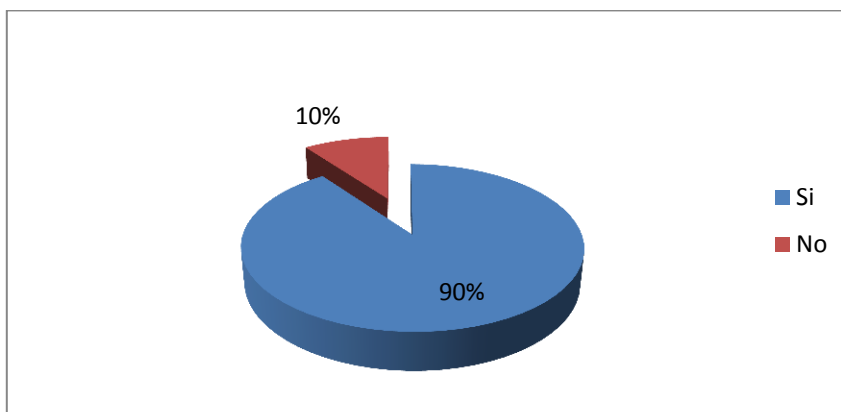
Tabla 17 Grafico 15 se observa el 80% de las MYPES del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, considera que la formalización aumenta los costos laborales y el 20% sostiene que no concederá que la formalización aumenta los costos laborales

Tabla. 18 Si el estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES formalizaría su empresa

Si el estado concedería beneficios en la formalización de las Mypes , formalizaría su empresa		
Formalizaría su empresa	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	90
No	2	10
Total	20	100

Fuente: encuesta aplicada Si el estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES, formalizaría su empresa

Grafico. 16 Si el estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES formalizaría su empresa



Fuente: Tabla 18 Si el estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES formalizaría su empresa

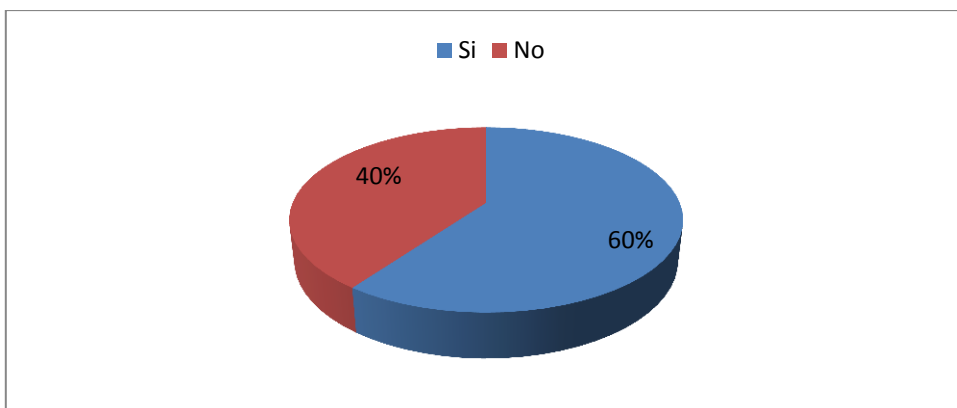
Tabla 18 Grafico 16 se observa el 90% de las MYPES del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado si el estado concederá beneficios en la formalización y el 10% no concederá beneficios en la formalización de las MYPES

Tabla. 19 Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio

Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio		
Contribuye en la comercialización de su servicio	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	60
No	8	40
Total	20	100

Fuente: Tabla 19 Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio

Grafico. 17 Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio



Fuente: Tabla 19 Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio

Tabla. 19 Grafico 17 se observa el 60% de las MYPES del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Huánuco, considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio y el 40% no consideran que la formalización contribuye a la expansión

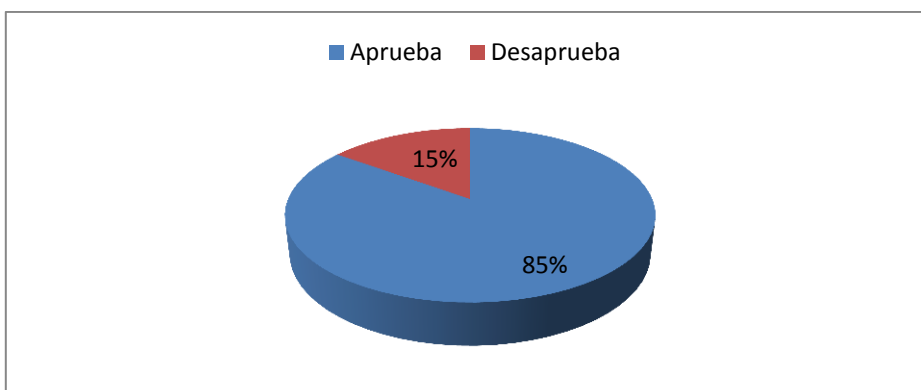
DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES

Tabla. 20 Competitividad para el buen desempeño de la MYPES

Competitividad para el buen desempeño de la MYPES		
Competitividad	Frecuencia	Porcentaje
Aprueba	17	85.0
Desaprueba	3	15.0
Total	20	100.0

Fuente: encuesta aplicada Competitividad para el buen desempeño de la MYPES

Grafico. 18 Competitividad para el buen desempeño de la MYPES



Fuente: Tabla 20 Competitividad para el buen desempeño de la MYPES

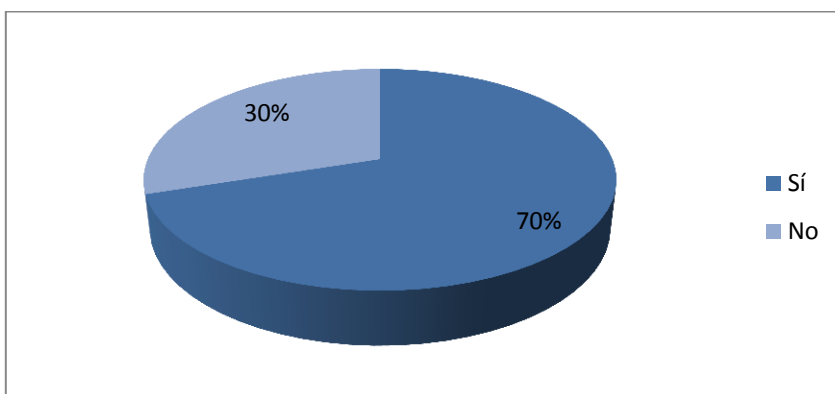
Tabla. 20 Grafico 19 se observa el 85% de las MYPES del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, competitividad aprueban para el buen desempeño de las MYPES y el 15% desaprueba que el desempeño de la competitividad de las MYPES

Tabla. 21 Conoce el término de competitividad

Conoce el término de competitividad		
Competitividad	Frecuencia	Porcentaje
Sí	14	70.0
No	6	30.0
Total	20	100.0

Fuente: encuesta aplicada conoce el término de competitividad

Grafico. 19 Conoce el término de competitividad



Fuente: Tabla 21 Conoce el término de competitividad

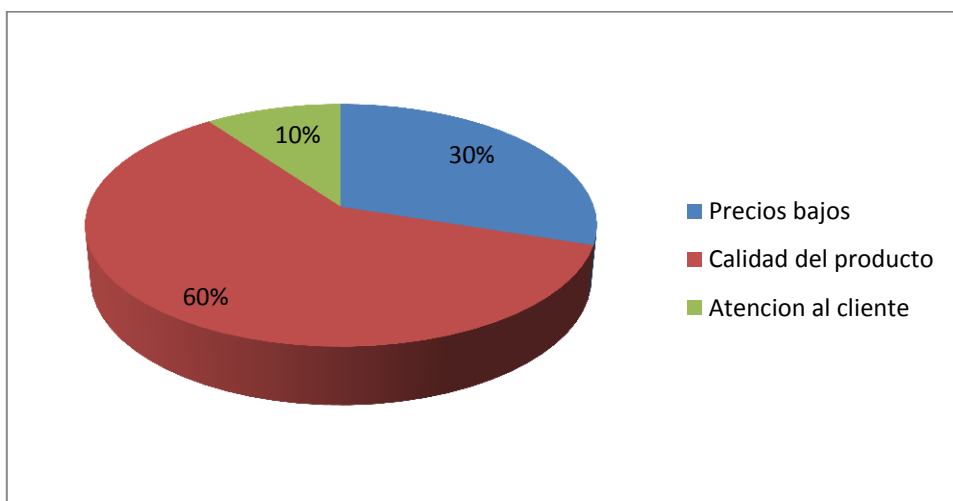
Tabla. 21 Grafico 19 se observa que el 70% de las MYPES del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco conocen el término de competitividad y el 30% sostienen que desconocen

Tabla. 22 De que manera es competitiva su empresa

De que manera es competitiva su empresa		
Competitiva	Frecuencia	Porcentaje
Precios bajos	6	30.0
Calidad del producto	12	60.0
Atención al cliente	2	10.0
Total	20	100.0

Fuente: encuesta aplicada de que manera es competitiva su empresa

Grafico. 20 De que manera es competitiva su empresa



Fuente: Tabla 22 De que manera es competitiva su empresa

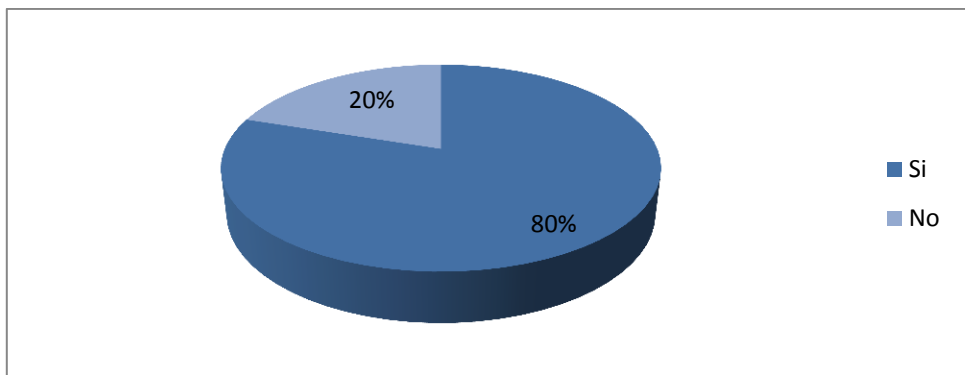
Tabla. 22 Grafico 20 se observa el 60% de las MYPES del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco de forma eficiente decrecientes y calidad del producto de tal manera que puedan competir y lograr mayor cuotas de mercado y el 30% en precios bajos del producto 10% atención al cliente

Tabla. 23 Cree que la tecnología ayudaría en el crecimiento de su empresa

Cree que la tecnología ayudaría en el crecimiento de su empresa		
Tecnología	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	80.0
No	4	20.0
Total	20	100.0

Fuente: encuesta aplicada Cree que la tecnología ayudaría en el crecimiento de su empresa

Grafico. 21 Cree que la tecnología ayudaría en el crecimiento de su empresa



Fuente: Tabla 23 Cree que la tecnología ayudaría en el crecimiento de su empresa

Tabla. 23 Grafico 21 se observa el 80% de las MYPES del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco La tecnología es un recurso fundamental con la que puede lograrse la optimización y mejora de los procesos de producción y el 20% sostiene que no

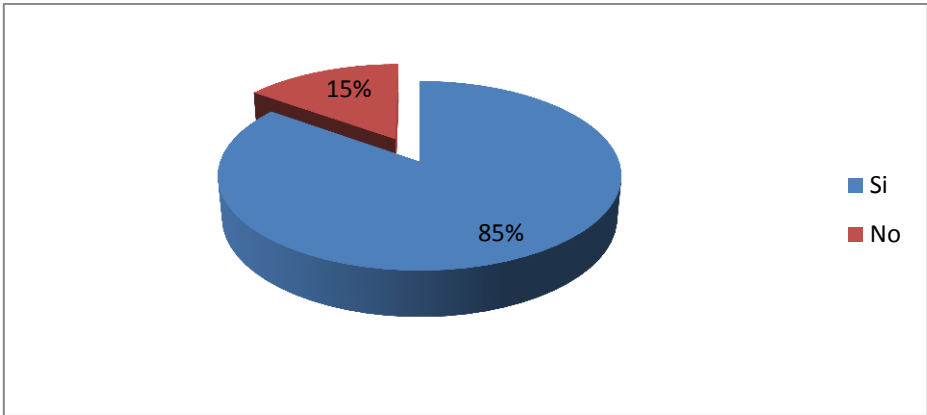
CALIDAD DEL PRODUCTO

Tabla. 24 Cree Ud. que la calidad y la buena atención hacen a las panaderías más competitivas.

Cree Ud. que la calidad y la buena atención hacen a las panaderías más competitivas.		
Calidad	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	85
No	3	15
Total	20	100

Fuente: encuesta aplicada Cree Ud. que la calidad y la buena atención hacen a las panaderías más competitivas.

Grafico. 22 Cree Ud. que la calidad y la buena atención hacen a las panaderías más competitivas.



Fuente: Cree Ud. que la calidad y la buena atención hacen a las panaderías más competitivas.

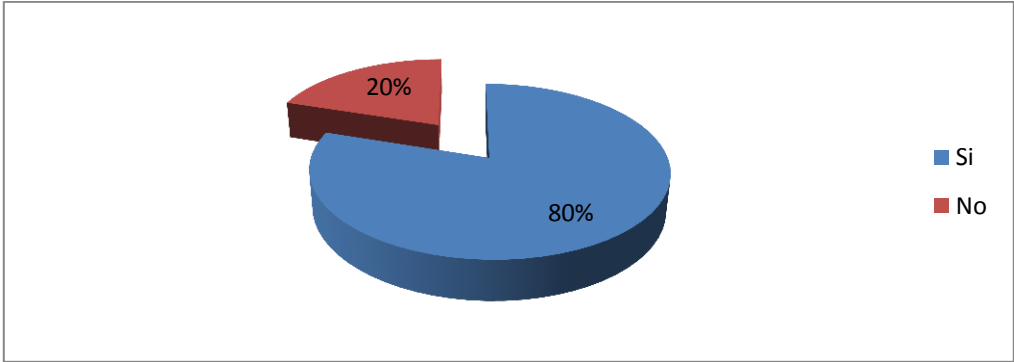
Tabla. 24 Grafico 22 se observa el 85% de las MYPES del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco dice que sí, que la calidad y la buena atención son factores determinantes para lograr ser competentes; mientras que un 15% sostiene que no

Tabla. 25 Cree Ud. que a mayor productividad mayor competitividad

Cree Ud. que a mayor productividad mayor competitividad		
Productividad	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	80
No	4	20
Total	20	100

Fuente: encuesta aplicada cree Ud. que a mayor productividad mayor competitividad

Grafico. 23 Cree Ud. que a mayor productividad mayor competitividad



Fuente: Tabla 25 Cree Ud. que a mayor productividad mayor competitividad

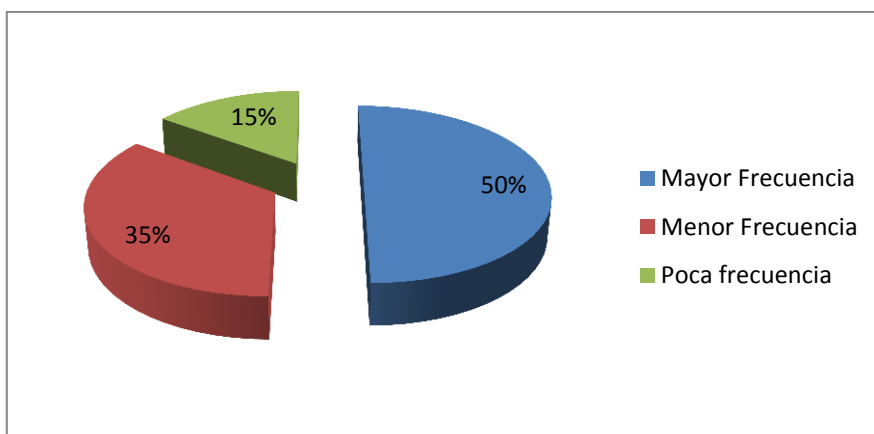
Tabla 25 Grafico 23 se observa el 80% de las MYPES del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco denominada a mayor productividad mayor competitividad, el 20% afirma que sí, es decir en su mayoría los clientes relacionan la productividad con la competitividad

Tabla. 26 Entrega del producto al cliente con la menor demora posible

Entrega del producto al cliente con la menor demora posible		
Entrega	Frecuencia	Porcentaje
Mayor Frecuencia	10	50.0
Menor Frecuencia	7	35.0
Poca frecuencia	3	15.0
Total	20	100.0

Fuente: encuesta aplicada Entrega del producto al cliente con la menor demora posible

Grafico.24 Entrega del producto al cliente con la menor demora posible



Fuente: Tabla 26 Entrega del producto al cliente con la menor demora posible

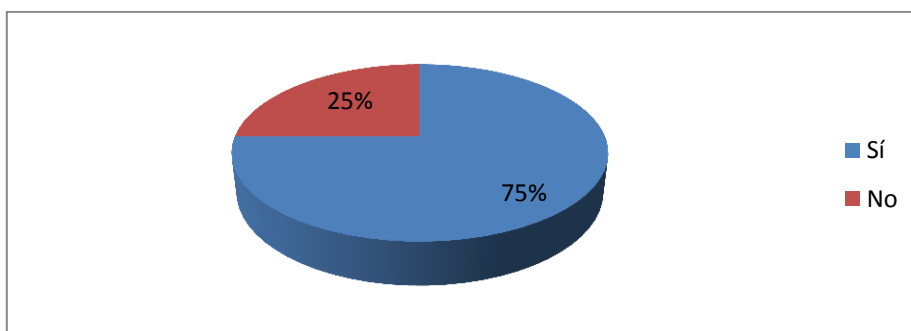
Tabla. 26 Grafico se observa el 50% de MYPES encuestadas del rubro panadería de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, entrega de sus productos con mayor frecuencia y el 35% con menor frecuencia mientras el 15% con poca frecuencia.

Tabla. 27 Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores

Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores		
Pago	Frecuencia	Porcentaje
Sí	15	75.0
No	5	25.0
Total	20	100.0

Fuente: Tabla 27 encuesta aplicada procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores

Grafico. 25 procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores



Fuente: Tabla. 27 Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores

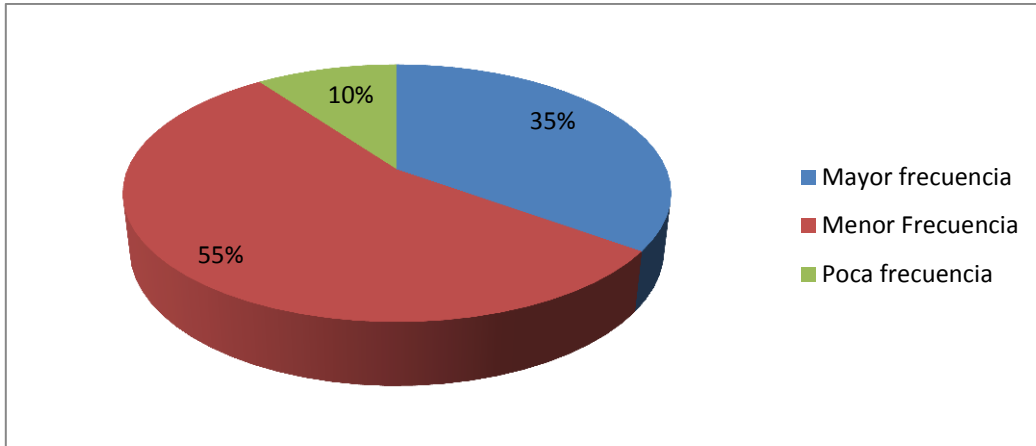
Tabla. 27 Grafico 25 se observa el 75% de las MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores y el 25% no procesan el pago de los clientes de manera rápida tiene errores

Tabla. 28 Responde a sus consultas o reclamos posteriores a la compra

Responde a sus consultas o reclamos posteriores a la compra		
Responden	Frecuencia	Porcentaje
Mayor frecuencia	7	35.0
Menor Frecuencia	11	55.0
Poca frecuencia	2	10.0
Total	20	100.0

Fuente: Tabla 28 encuesta aplicada Responde a sus consultas o reclamos posteriores a la compra

Grafico. 26 Responde a sus consultas o reclamos posteriores a la compra



Fuente: Tabla Responde a sus consultas o reclamos posteriores a la compra

Tabla. 28 Grafico 26 se observa el 55% de las MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco. Responde a sus consultas o reclamos posteriores a la compra menor frecuencia y el 35% responde a sus consultas o reclamos posteriores a la compra mayor frecuencia 10% responde a sus consultas o reclamos posteriores a la compra con poca frecuencia

5.2. Análisis de resultados

5.2.1 Respecto Datos generales de la MYPES.

El 40% de los encuestados resultan entre los 51 años de edad a más y el otro 35% se encuentran entre los 36 a 50 años de edad, y solamente el 25% están en edad de Propietarios y/o representantes legales de las MYPES son de 20 a 35 años de edad. Acerca del género de los empresarios MYPES, el 90% son mayormente varones y el 10% son mujeres. Con respecto al grado académico alcanzado el 50% cuentan con nivel Secundaria el 40% cuentan con nivel Universitario e Instituto 10% de encuestados cuentan con estudio solamente tienen la primaria completa. Acerca de estado civil 60% de empresarios encuestados del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, manifiestan ser casados y el 30% conviviente el 10% soltero. Respecto a Profesión de los representantes de las MYPES el 60% de MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, se encuentran profesionales y el 36% técnicos 15% artesanos

5.2.2 Respecto a la Formalización de las MYPES

La formalización les proporciona ventajas como aumento de sus ventas y obtención de créditos, ayudándoles a posesionarse en el mercado. En la competitividad, la mayoría de las MYPES no cuenta con un plan estratégico, conoce a sus competidores y percibe que es competitivo. El 100% de las MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, se encuentran formalizadas esto nos da a entender que son conscientes de las sanciones por la inobservancia de las normas vigentes, incluyendo las de carácter tributario del grado de conciencia tributaria, como también y el 0% son informales Nos afirma la existencia de un cero índice de informalidad productiva y de informalidad

sin cobertura. El 60% de MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, tienen de trabajadores permanentes y el 40% tiene trabajadores. El 90% de las MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, opinan respecto a los motivos de la subsistencia de la empresa, puesto que estas si se encuentran formalizadas y el 10% opinan respecto a los motivos de la obtención de ganancias.

5.2.3 Respecto a la competitividad

Indudablemente el mayor compromiso de las organizaciones empresariales es como lograr la competitividad, derivado de los procesos dinámicos y de cambio que han surgido con base en el movimiento de interdependencia e interrelación entre países como es la globalización, de la cual surgen los lineamientos de competitividad, que tienen que desarrollar las empresas para tener mayores oportunidades de negocio. El 70% de las MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, tienen conocimiento del término competitividad para el buen desempeño de la MYPES del rubro panaderías y el 30% desaprueba la competitividad. El 80% de MYPES encuestadas del rubro panadería de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, tienen conocimiento sobre la tecnología y el 20% no tienen conocimiento sobre la tecnología. El 50% de MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, entrega de sus productos con mayor frecuencia y el 35% con menor frecuencia mientras el 15% con poca frecuencia. El 75% de MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores mientras y el 25% no procesan el pago de los clientes de manera rápida tiene errores.

V CONCLUSIONES

Respecto al perfil del empresario

La investigación respecto a la formalización y su incidencia en la competitividad de las MYPES rubro panaderías se concluye Los representantes legales de las MYPES encuestados se puede afirmar que el 40 % de los representantes tienen entre 36 y 50 años, esto da entender, que las empresas optan a contratar a adultos mayor mente por su experiencia de trabajo para aprovechar su potencial de fuerza de trabajo, personal con actitud innovadora, capaz de dar alternativas, solucionar problemas para poder cumplir los objetivo de la empresa, el 60% de los representantes legales de las MYPES encuestados son profesionales y el 90 % tiene como Objetivo primordial la subsistencia. El 90% de empresarios encuestados del rubro panadería de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, manifiestan ser masculinos y el 10% son femeninos. El 50% de empresarios encuestados del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, cuentan con nivel secundaria y el 40% con nivel universitaria e instituto el 10% cuentan con estudios primaria, con nivel secundaria demuestra la limitada visión empresarial, ellos se conforman con subsistir en el mercado en base a la experiencia adquirida empíricamente y poder mantener a la familia, si bien es cierto que la preparación educativa es tan vinculante para realizarse como empresario exitoso, pero a estos empresarios según manifiestan le falta el tiempo para capacitarse en gestión de negocios y competitividad de las MYPES

Respecto a la Formalización de las MYPES

A través de la formalización el empresario puede acceder a los diferentes servicios que promueven su competitividad, sostenibilidad y rentabilidad, acceso al crédito financiero 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 dándole la oportunidad de surgir y llegar a ser competitivas. El 100% de MYPES encuestadas del rubro panadería de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, se encuentran formalizadas. Por lo tanto generaría más empleo, lo cual sería una ventaja para la sociedad su crecimiento y desarrollo socio económico. Las empresas formalizadas tienen acceso a financiación, servicios y tecnologías de desarrollo empresarial. Es especialmente importante para las ciudades en donde existen un gran número de negocios formales. Un aspecto de ésta problemática es el análisis de la formalidad de las MYPES. (Micro y Pequeñas Empresas) en la zona urbana y la rural éstas son importantes porque contribuyen a mejorar el aspecto económico de las familias a través de sus efectos directos e indirectos.

Respecto a la competitividad

Actualmente, las herramientas más eficaz y usadas por las organizaciones para lograr la tan preciada diferenciación y así separarse de su competencia y desarrollar ventaja competitiva sostenible en el tiempo es el servicio al cliente. El 70% de MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, tienen conocimiento del término competitividad para el buen desempeño de la MYPES del rubro panadería y el 30% desaprueba la competitividad. El 80% de MYPES encuestadas del rubro panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, tienen conocimiento del término de la globalización, tecnología y el 20% no tienen conocimiento del término de la globalización y tecnología. El 50% de MYPES encuestadas del rubro panadería de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, entrega de sus productos con mayor frecuencia y el 35% con menor frecuencia mientras el 15% con poca frecuencia. El 75% de las MYPES encuestadas del rubro

panaderías de Tingo María Leoncio Prado Huánuco, procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores mientras y el 25% no procesan el pago de los clientes de manera rápida tiene errores.

Referencias bibliográficas

C. Canales (1991): La organización

Chavarría, L. (2010). Panadería y galletas. Unión Europea: GTZ - Programa Desarrollo Económico Sostenible en Centroamérica (DESCA).

Disponible en <http://xxxxturismoxxx.blogspot.com/2010/03/conceptos-de-calidad-segun-diversos.html>

Disponibile en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/zll/metodologia-investigacion.html>

Estelí. Guerrero, P. (2015). Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panificadora casco urbano, Chimbote, 2013. Chimbote.

García, F., Hernández, K., & López, C. (2015). Competitividad de las empresas panificadoras legalmente constituidas de la ciudad de Estelí, 2015.

<http://bdigital.unal.edu.co/27013/1/24712-86693-1-PB.pdf>

[http://emprendimiento-cemm.wikispaces.com/file/view/Definicion de Empresas.pdf](http://emprendimiento-cemm.wikispaces.com/file/view/Definicion+de+Empresas.pdf)

Ricardo Romero, autor del libro "Marketing", define la empresa

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1084/COMPETITIVIDAD_](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1084/COMPETITIVIDAD_MYPE_ARANA_CRUZADO_HERMELINDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[MYPE_ARANA_CRUZADO_HERMELINDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1084/COMPETITIVIDAD_MYPE_ARANA_CRUZADO_HERMELINDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7405/COMPETITIVIDAD_FORMALIZACION_OLAYA_NOLE_MILAGROS_HAYDE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/2164/T033_47065594_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

<http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/296/1/Huanacuni-Mamani-Rosa-Lily.pdf>

<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan038655.pdf>

http://www.c4tourism.com/files/noticias/3_pdf_es.pdf

http://www.cidac.org/esp/uploads/1/Competitividad_FINAL-Agosto_2004.pdf

<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/eea/Competitividad.htm>

<http://www.luismiguelmanene.com/2011/05/06/la-organizacion-empresarial-definiciones-evolucion-y-escuelas-organizativa>

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>

<http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>

<https://www.grupoalbe.com/estrategias-empresariales-principios-de-la-competitividad/>

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/--ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf

<https://www.micm.gob.do/images/pdf/mypimes/manual-basico-de-formalizacion.pdf>

<https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>

Kano (2016), “Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el distrito de Nuevo Chimbote – 2016”, Universidad Los Ángeles de Chimbote.

Mendoza Torres, Ana María (2005) “Gestión financiera estratégica para la competitividad de las MYPES del sector comercio”. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Morales. (2014). Control de calidad en las panaderías del municipio de el progreso Jutiapa. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.

Morlés, Víctor (2002). Ciencia y Tecnología y sus Métodos: Técnicas de la Ciencia y Ciencia de la Técnica. Caracas.

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-demicroempresas/0>.

Nizama, J. (2015). Factores que inciden en la competitividad de las MYPES de la región Callao. Recuperado de: [dehttp://repositorio.unac.edu.pe/handle/UNAC/1038](http://repositorio.unac.edu.pe/handle/UNAC/1038)

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 206], disponible en erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/.../16285520140702071545.pdf

Pérez Figueroa E. (2000) Organización y Administración de la pequeña empresa. Lima-Perú. Edición a cargo del autor. Tercera Edición. Pág. 39

Perú, Nathan Associates Inc. (2009). COMPETITIVIDAD: El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las MYPES. Lima: Autor.

<http://es.scribd.com/doc/6801393/panaderia>

Rueda N. & Tacuri E. (2006). Informalidad de las pequeñas y medianas empresas (pymes) del sector comercial de la ciudad de Loja 2006, Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Távora Chávez, R. N. (2014). Propuesta de un programa de incentivos tributarios para la formalización de las Micro y Pequeñas empresas comerciales de los mercados del distrito de Piura, año 2012. Tesis para obtener título profesional, Piura. Obtenido de <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/593/CON-ROS-NOE14.pdf?sequence=1>

Thompson, I (2008). En un estudio realizado por la Universidad de Comahue (Buenos Aires- Neuquen), Argentina.

Tumilan, M. (2015). La Formalización de las MYPES y los beneficios en la naturaleza laboral del sector Industrial de villa el salvador, en el ejercicio 2014 (Tesis de Maestría).

Vásquez, G, (2002). “Medición de la calidad en el servicio al cliente: Metodología del Cliente Misterioso, Una alternativa”. Guatemala: Universidad Francisco Marroquin

W. Edwards Deming(1989). Calidad, productividad y competitividad

Estrada, B. García, R. Pérez de Lema, Domingo, S. Trejo, Víctor G.(2009) Realizaron una investigación titulada. Factores determinantes del éxito competitivo en la PYME. México. Disponible en: Revista Venezolana de Gerencia v.14 n.46 Maracaibo jun. 2009, versión impresa ISSN 1315-9984

Arraut C. Luis Carlos. (2010) .La gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa. Bogotá. Revista: EAN No. 69, Pp. 20-41. AENOR. (2000). Asociación Española de Normalización y Certificación UNE-EN ISO 9000.2000.Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario. Madrid. Disponible en: <https://qualitasbiblo.files.wordpress.com/2013/01/libro-directricesaenor.pdf>

Albeiro Hernández, Carlos E. Marulanda y Marcelo López Colombia (2014)”Análisis de capacidades de gestión del conocimiento para la competitividad de pymes en Colombia. ”ISSN 0718-0764Inf.tecnol. vol.25 no.2 La Serena 2014<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642014000200013>

Ibarra C. Manuel, González T. Lourdes, Demuner F. María del rosario, México (2017). Realizaron un trabajo de investigación titulado” Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California”. ISSN 2395-

9134versión impresa ISSN 0187-6961-Estud. front vol.18 no.35 Mexicali ene./abr.
2017, <http://dx.doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>

Aballay A. (2013). Situación actual de las MIPYMES pertenecientes a la Cámara de Turismo y comercio de Penco. (Tesis de pregrado para optar el grado de Magister en Dirección de Empresas). Universidad de BIO – BIO, Chile.

ANEXO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información del micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominada

FORMALIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES - RUBRO PANADERÍAS DE TINGO MARIA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO – HUÁNUCO 2019”

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):.ESPINOZA CHAVEZ, Wagner Fecha:.14/11/2019

Distinguido señor:

Marque con una X la respuesta que usted considera adecuada una sola por pregunta.

Sus respuestas son muy importantes para alcanzar nuestro objetivo.

Gracias por su colaboración.

I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPES

a) Nombre.....

b) Razón Social.....

c) Dirección.....

d) Ruc.....

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. QUÉ CARGO DESEMPEÑAS

a) Dueño

b) Administrador

c) Asesor de venta

III. DE LA EMPRESA

2.1. ¿Cuántos años de permanencia tiene en la actividad y el rubro?

a) De 1 a 2 años

b) De 3 a 4

c) De 5 a más

2.2 La MYPE formal: Sí..... No.....

2.3 Número de trabajadores permanentes.....Número de trabajadores eventuales.....

2.4 La MYPE se formó para subsistencia: Sí..... .No.....

IV. FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES

3.1 ¿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

3.2. **¿Crecimiento en el Mercado debido a la formalización?**

a) Si

b) No

c) No sabe, no opina

3.3. **¿Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial?**

Sí

No

3.4. **¿Considera que la formalización aumenta los costos laborales?**

Sí

No

3.5. **¿Si el estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES, Formalizaría su empresa?**

Sí

No

3.6. **Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio?**

Sí

No

A veces

V. DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES:

4.1 **Competitividad para el buen desempeño de las MYPE:**

Aprueba: Sí..... No.....

4.2 **¿Conoce usted el término de competitividad?**

a) Si.....

b) No.....

4.3 **¿De qué manera es competitiva su empresa?**

a) Precios bajos

b) Calidad del producto

c) Atención al cliente

4.4 **¿Cree que la tecnología ayudaría en el crecimiento de su empresa?**

a) Si

b) No

VI. CALIDAD DEL PRODUCTO

5.1 ¿Cree Ud. que la calidad y la buena atención hacen a las panaderías más competitivas? Sí..... No.....

**5.2 ¿Cree Ud. que a mayor productividad mayor competitividad?
Sí..... No.....**

5.3 ¿Cuál considera que es la ventaja competitiva más reciente de su empresa?

a) Calidad del producto

b) Precio

c) Servicio y/o atención

d) Variedad de productos

e) Imagen o prestigio

5.4 Entrega del producto al cliente con la menos demora posible:

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

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

Sí..... No.....

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

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

Tingo María, Marzo del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

“Año de la lucha contra la corrupción e impunidad”

Tingo María, 15 de noviembre 2019

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:

Formalización de las MYPES y su incidencia en la Competitividad – rubro panaderías de Tingo María - Leoncio Prado – Huánuco 2019.


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:

WAGNER ESPINOZA CHÁVEZ

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,

 UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES CHIMBOTE			
Formato de Validación por expertos			
Codificación ULADECH -	Versión 001	Vigencia 2019	Páginas 02


INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *ANGULO CACHIQUÉ, Nilson*
- 1.2. Grado Académico: *Magister*
- 1.3. Profesión: *Administración*
- 1.4. Institución donde labora: *Universidad de Huánuco*
- 1.5. Cargo que desempeña: *Docente de Investigación*
- 1.6. Denominación del Instrumento: *Cuestionario de recojo de información de MYPES.*
- 1.7. Autor del instrumento: *ESPINOZA CHAVEZ Wagner*

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados			X		
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL				3	16	5
SUMATORIA TOTAL		24				

 UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES CUSCO Formato de Validación por expertos			
Codificación ULADECH -	Versión 001	Vigencia 2019	Páginas 02

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN


- 3.1. Valoración total cuantitativa: **24**
- 3.2. Opinión: FAVORABLE X DEBE MEJORAR _____
 NO FAVORABLE _____
- 3.3. Observaciones: *Mejorar en el aspecto literal y preguntas con coherencia al título de su tema de investigación.*

Huánuco, 19 de Noviembre del 2019



Mgtr. Nilson Angulo Cachique
CLAD. 0402-CPPe-0460422

Firma

 UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANDES CUZCO			
Formato de Validación por expertos			
Codificación ULADECH -	Versión 001	Vigencia 2019	Páginas 02


INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *ANGULO CACHIQUE, Nilson*
- 1.2. Grado Académico: *Magister*
- 1.3. Profesión: *Administración*
- 1.4. Institución donde labora: *Universidad de Huánuco*
- 1.5. Cargo que desempeña: *Docente de Investigación*
- 1.6. Denominación del Instrumento: *Cuestionario de recojo de información de MYPES.*
- 1.7. Autor del instrumento: *ESPINOZA CHAVEZ Wagner*

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados			X		
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL				3	16	5
SUMATORIA TOTAL		24				

 UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES CHIMBOTE			
Formato de Validación por expertos			
Codificación ULADECH -	Versión 001	Vigencia 2019	Páginas 02

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- 3.1. Valoración total cuantitativa: **24**
- 3.2. Opinión: FAVORABLE X DEBE MEJORAR _____
 NO FAVORABLE _____
- 3.3. Observaciones: *Mejorar en el aspecto literal y preguntas con coherencia al título de su tema de investigación.*

Huánuco, 19 de Noviembre del 2019



 Mgtr. Nilson Angulo Cachique
 CLAD. 0402-CPPe-0460422

 Firma