



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLÓS MARIÁTEGUI
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, EMPRESARIALES Y
PEDAGÓGICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TESIS
BENEFICIOS DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO Y SU
INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPES DEL RUBRO HOSPEDAJES
DE LA CIUDAD DE TACNA, 2023

PRESENTADA POR
BACH. REGINA LAURA VELETO

ASESOR
DR. CPC JUAN GUILLERMO ARANIBAR OCOLA

PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO

MOQUEGUA – PERÚ

2024



Universidad José Carlos Mariátegui

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, en calidad de Jefe de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias, certifica que el trabajo de investigación (___) / Tesis (x_) / Trabajo de suficiencia profesional (___) / Trabajo académico (___), titulado “**BENEFICIOS DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL RUBRO HOSPEDAJES DE LA CIUDAD DE TACNA, 2023**” presentado por el(la) Bachiller **REGINA LAURA VELETO** para obtener el grado académico (___) o Título profesional (x_) o Título de segunda especialidad (___) de: **CONTADOR PÚBLICO**, y asesorado por el(la) **DR. JUAN GUILLERMO ARANIBAR OCOLA**, designado como asesor con RESOLUCIÓN DE DECANATO N°0444- 2024-FCJEP-UJCM, fue sometido a revisión de similitud textual con el software TURNITIN, conforme a lo dispuesto en la normativa interna aplicable en la UJCM.

En tal sentido, se emite el presente certificado de originalidad, de acuerdo al siguiente detalle:

Programa académico	Aspirante(s)	Tesis	Porcentaje de similitud
Contabilidad	Regina Laura Veleto	“BENEFICIOS DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL RUBRO HOSPEDAJES DE LA CIUDAD DE TACNA, 2023”	19 % (22 de noviembre de 2024)

El porcentaje de similitud del Trabajo de investigación es del **19 %**, que está por debajo del límite **PERMITIDO** por la UJCM, por lo que se considera apto para su publicación en el Repositorio Institucional de la UJCM.

Se emite el presente certificado de similitud con fines de continuar con los trámites respectivos para la obtención de grado académico o título profesional o título de segunda especialidad.

Moquegua, 22 de noviembre de 2024



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI
FACULTAD DE CIENCIAS

Dr. JAVIER PEDRO FLORES AROCUTIPA
Jefe de la Unidad de Investigación

ÍNDICE DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO I El problema de la investigación	16
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	16
1.2. Definición del problema	18
1.2.1. Problema general.....	18
1.2.2. Problemas específicos	18
1.3. Objetivo de la investigación	19
1.3.1. Objetivo general	19
1.3.2. Objetivos específicos.....	19
1.4. Justificación y limitaciones de la investigación.....	19
1.5. Variables.....	22
1.5.1. Operacionalización de variables.....	22
1.6. Hipótesis de la investigación	24
1.6.1. Hipótesis general	24
1.6.2. Hipótesis específicas	24

CAPÍTULO II Marco teórico.....	25
2.1. Antecedentes de la investigación.....	25
2.2. Bases teóricas.	31
2.2.1 Beneficios del régimen tributario.....	31
2.2.2 Competitividad de las Mypes.....	41
2.3. Marco conceptual	68
CAPÍTULO III Metodología.....	71
3.1. Tipo de investigación.....	71
3.2. Diseño de investigación.....	71
3.3. Población y muestra.....	71
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	73
3.4.1. Técnicas.....	73
3.4.2. Instrumentos	73
3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	73
CAPÍTULO IV Presentación y análisis de los resultados.....	75
4.1. Presentación de resultados por variables	75
4.1.1. Fiabilidad del Instrumento a través del alfa de Cronbach.....	75
4.2. RESULTADOS	76
4.2.1. Variable Independiente: Beneficios del Régimen Tributario.....	76
4.2.2. Variable dependiente: Competitividad de las Mypes	92
4.3. Contrastación de hipótesis	112
4.3.1. Prueba de normalidad.....	112
4.3.2. Comprobación de hipótesis general	114
4.3.3. Comprobación de la primera hipótesis específicas.....	115
4.3.4. Comprobación de la segunda hipótesis específicas.....	117
4.3.5. Comprobación de la tercera hipótesis específicas	118

4.4. Discusión de resultados.	119
CAPÍTULO V Conclusiones y recomendaciones	122
5.1. Conclusiones.....	122
5.2. Recomendaciones	124
BIBLIOGRAFÍA.....	126
ANEXOS.....	134
ANEXO N°1 - MATRIZ DE CONSISTENCIA	135
ANEXO N°2 - OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	136
ANEXO N°3 - CUESTIONARIO	137
ANEXO N°3 – BASE DE DATOS	139

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	22
Tabla 2 Población	71
Tabla 3 <i>Resumen de procesamiento de casos</i>	75
Tabla 4 <i>Estadísticas de fiabilidad</i>	75
Tabla 5 <i>Considera que la empresa tiene cierta presión tributaria.</i>	76
Tabla 6 <i>Se cuenta con los ingresos necesarios para el cumplimiento</i>	77
Tabla 7 <i>Se socializa con los trabajadores los beneficios que otorga el estado.</i>	78
Tabla 8 <i>Se cumple con llevar los libros contables de acuerdo a normatividad.</i>	79
Tabla 9 <i>Cumple con presentar las declaraciones juradas de manera oportuna</i>	80
Tabla 10 <i>Se tiene conocimiento de la ley de promoción y formalización</i>	81
Tabla 11 <i>El régimen contributivo permite disfrutar de la seguridad social</i>	82
Tabla 12 <i>En el régimen se incluye las exigencias previstas en la ley</i>	83
Tabla 13 <i>Considera que las pequeñas empresas reducen los costos laborales.</i>	84
Tabla 14 <i>Considera que las cargas tributarias no paralizan su formalidad</i>	85
Tabla 15 <i>Considera que la formalidad le permite acceder al sistema financiero</i>	87
Tabla 16 <i>Considera que accede al sistema financiero formal</i>	88
Tabla 17 <i>Participa en programas de apoyo a las Mypes por parte del estado</i>	89
Tabla 18 <i>Considera que el estado brinda tranquilidad dentro del marco legal</i>	90
Tabla 19 <i>Se participa de contratos con empresas formales</i>	91
Tabla 20 <i>Se brinda servicios adecuados para lograr la excelencia</i>	92
Tabla 21 <i>Se satisfacen las necesidades de los clientes.</i>	93
Tabla 22 <i>Se cuenta con adecuados procesos administrativos.</i>	94
Tabla 23 <i>Se optimiza la calidad de servicio o producto.</i>	95
Tabla 24 <i>Genera políticas para generar bienes y servicios de manera eficiente.</i> ...	96
Tabla 25 <i>Se evalúa el efecto experiencia, para disminuir los costos unitarios</i>	97
Tabla 26 <i>Se tiene un control de costos de las actividades de la empresa</i>	98
Tabla 27 <i>Se difunde los procesos normativos de reducción de impuesto</i>	99
Tabla 28 <i>Se cuenta con los recursos necesarios para el cumplimiento</i>	100
Tabla 29 <i>Efectúa inversiones que permite un adecuado rendimiento económico.</i> 101	101

Tabla 30 <i>Cumple con el logro de la satisfacción y complacencia de los clientes..</i>	102
Tabla 31 <i>Se tiene en cuenta la innovación permanente de productos.....</i>	103
Tabla 32 <i>Efectúa cambios de acuerdo a las necesidades y deseos del mercado ...</i>	104
Tabla 33 <i>Se cuenta con empatía del equipo comercial hacia los intereses.....</i>	105
Tabla 34 <i>Se cuenta con un ambiente motivador que todo equipo necesita</i>	106
Tabla 35 <i>Pruebas de normalidad – variable independiente y dependiente.....</i>	113
Tabla 36 <i>Correlación de la hipótesis general</i>	115
Tabla 37 <i>Correlación de la primera hipótesis específica.....</i>	116
Tabla 38 <i>Correlación de la segunda hipótesis específica</i>	117
Tabla 39 <i>Correlación de la tercera hipótesis específica</i>	118

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Representación del modelo SERVPERF	50
Figura 2 Representación del modelo SERVQUAL.....	51
Figura 3 Pirámide de la estrategia financiera	55
Figura 4 Estrategia financiera.....	59
Figura 5 Proceso de planificación financiera	63
Figura 6 <i>Considera que la empresa tiene cierta presión tributaria.</i>	77
Figura 7 <i>Se cuenta con los ingresos necesarios para el cumplimiento</i>	78
Figura 8 <i>Se socializa con los trabajadores los beneficios que otorga el estado.</i>	79
Figura 9 <i>Se cumple con llevar los libros contables de acuerdo a normatividad.</i>	80
Figura 10 <i>Cumple con presentar las declaraciones juradas de manera oportuna.</i> ..	81
Figura 11 <i>Se tiene conocimiento de la ley de promoción y formalización</i>	82
Figura 12 <i>El régimen contributivo permite disfrutar de la seguridad social</i>	83
Figura 13 <i>En el régimen se incluye las exigencias previstas en la ley</i>	84
Figura 14 <i>Considera que las pequeñas empresas reducen los costos laborales.</i>	85
Figura 15 <i>Considera que las cargas tributarias no paralizan su formalidad</i>	86
Figura 16 <i>Considera que la formalidad le permite acceder al sistema financiero.</i> ..	87
Figura 17 <i>Considera que accede al sistema financiero formal</i>	88
Figura 18 <i>Participa en programas de apoyo a las Mypes por parte del estado</i>	89
Figura 19 <i>Considera que el estado brinda tranquilidad dentro del marco legal</i>	90
Figura 20 <i>Se participa de contratos con empresas formales</i>	91
Figura 21 <i>Se brinda servicios adecuados para lograr la excelencia</i>	92
Figura 22 <i>Se satisfacen las necesidades de los clientes.</i>	93
Figura 23 <i>Se cuenta con adecuados procesos administrativos.</i>	94
Figura 24 <i>Se optimiza la calidad de servicio o producto.</i>	95
Figura 25 <i>Genera políticas para generar bienes y servicios de manera eficiente.</i> ..	96
Figura 26 <i>Se evalúa el efecto experiencia, para disminuir los costos unitarios</i>	97
Figura 27 <i>Se tiene un control de costos de las actividades de la empresa</i>	98
Figura 28 <i>Se difunde los procesos normativos de reducción de impuesto</i>	99
Figura 29 <i>Se cuenta con los recursos necesarios para el cumplimiento</i>	100
Figura 30 <i>Efectúa inversiones que permite un adecuado rendimiento económico</i>	101

Figura 31	<i>Cumple con el logro de la satisfacción y complacencia de los clientes.</i>	102
Figura 32	<i>Se tiene en cuenta la innovación permanente de productos.</i>	103
Figura 33	<i>Efectúa cambios de acuerdo a las necesidades y deseos del mercado..</i>	104
Figura 34	<i>Se cuenta con empatía del equipo comercial hacia los intereses</i>	105
Figura 35	<i>Se cuenta con un ambiente motivador que todo equipo necesita</i>	106

RESUMEN

La presente tesis se enfoca en investigar la relación entre los beneficios del régimen tributario y la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna, 2023. Al comprender cómo los beneficios del régimen tributario afectan la competitividad de las Mypes de hospedajes, se podrán identificar oportunidades de mejora y recomendaciones para fortalecer la posición de estas empresas en el mercado. Esto puede tener un impacto significativo en el crecimiento económico local, la generación de empleo y el desarrollo sostenible de la ciudad de Tacna. El objetivo principal de esta investigación es determinar si los beneficios del régimen tributario influyen en la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna, 2023. Para alcanzar este objetivo, se empleará un enfoque de método cuantitativo.

En la fase cuantitativa, se recopilarán datos a través de cuestionarios estandarizados que evalúen tanto los beneficios del régimen tributario influyen en la competitividad de las Mypes. Estos datos serán analizados estadísticamente para identificar posibles correlaciones o patrones significativos entre las variables. Asimismo, se llevarán a cabo entrevistas en profundidad a los dueños de los hospedajes seleccionados como población para esta investigación. Esto permitirá obtener una comprensión más profunda y detallada de los factores que influyen en la relación entre los beneficios del régimen tributario y la competitividad de estas empresas. Se espera que los resultados de esta investigación aporten información valiosa para comprender cómo los beneficios tributarios influyen en la competitividad de las Mypes. Además, los hallazgos podrían tener implicaciones prácticas para ajustar sus estrategias y políticas internas para maximizar su eficiencia operativa, mejorar la calidad del servicio y fortalecer su posición en el mercado. En última instancia, esta tesis busca contribuir al conocimiento académico sobre la importancia de los beneficios tributarios y su relación con la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna, 2023.

Palabras Clave: Régimen tributario, carga laboral, Mypes, Calidad de servicio, Competitividad.

ABSTRACT

This thesis focuses on investigating the relationship between the benefits of the tax regime and the competitiveness of the Mypes in the lodging sector in the city of Tacna, 2023. By understanding how the benefits of the tax regime affect the competitiveness of the lodging Mypes, it is They will be able to identify opportunities for improvement and recommendations to strengthen the position of these companies in the market. This can have a significant impact on local economic growth, employment generation and sustainable development of the city of Tacna. The main objective of this research is to determine if the benefits of the tax regime influence the competitiveness of Mypes in the lodging sector in the city of Tacna, 2023. To achieve this objective, a quantitative method approach will be used.

In the quantitative phase, data will be collected through standardized questionnaires that evaluate both the benefits of the tax regime and the competitiveness of Mses. These data will be analyzed statistically to identify possible correlations or significant patterns between the variables. Likewise, in-depth interviews will be carried out with the owners of the accommodations selected as the population for this research. This will allow for a deeper and more detailed understanding of the factors that influence the relationship between the benefits of the tax regime and the competitiveness of these companies. It is expected that the results of this research will provide valuable information to understand how tax benefits influence the competitiveness of Mypes. Furthermore, the findings could have practical implications for adjusting your internal strategies and policies to maximize your operational efficiency, improve service quality, and strengthen your market position. Ultimately, this thesis seeks to contribute to academic knowledge about the importance of tax benefits and their relationship with the competitiveness of Mypes in the lodging sector in the city of Tacna, 2023.

Keywords: Tax regime, workload, Mypes, Quality of service, Competitiveness.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere principalmente En el contexto de beneficios tributarios y la competitividad, al comprender cómo los beneficios del régimen tributario afectan la competitividad de las Mypes de hospedajes, la investigación puede contribuir a diseñar políticas y estrategias que fomenten el crecimiento económico en la ciudad de Tacna. Esto puede incluir la promoción de políticas tributarias favorables, el establecimiento de programas de apoyo y la creación de un entorno propicio para el desarrollo de estas empresas.

La presente investigación se propone explorar la relación entre los beneficios del régimen tributario y la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna, 2023. A través de un análisis profundo de esta relación, se busca comprender cómo los beneficios del régimen tributario impactan la competitividad de las Mypes del rubro de hospedajes. Esto permitirá identificar las ventajas y desafíos que enfrentan estas empresas en el contexto tributario y brindar recomendaciones para mejorar su competitividad en el mercado.

En el capítulo I; En este capítulo, se introducirán los conceptos fundamentales que sustentan la investigación. Se abordará en detalle qué son los beneficios del régimen tributario, explorando sus componentes esenciales y cómo se manifiesta en las Mypes. Además, se examinará el concepto la competitividad de las Mypes, identificando las debilidades que está afectando la competitividad de las Mypes. Este capítulo sentará las bases conceptuales necesarias para comprender los beneficios del régimen tributario y la competitividad de las Mypes.

En el capítulo II, En este capítulo se describirá la metodología utilizada para llevar a cabo la investigación. Se detallarán los métodos de recopilación de datos, que incluirán encuestas y posiblemente entrevistas, así como la selección de la muestra de 20 hospedajes en el periodo 2023. Además, se explicará cómo se medirá los beneficios del régimen tributaria y se evaluarán la competitividad de las Mypes. La rigurosidad y la ética en la recopilación y análisis de datos serán aspectos clave a

considerar.

En el capítulo III, En este capítulo se presentarán y analizarán los resultados obtenidos a través de las encuestas y entrevistas. Se explorará la relación entre los beneficios del régimen tributario influyen en la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes. Se buscarán patrones, tendencias y posibles correlaciones que permitan comprender mejor cómo esas variables.

En el capítulo IV, En este capítulo se discutirán los hallazgos de la investigación a la luz de la literatura revisada en el Capítulo 1. Se analizará en qué medida los resultados respaldan o contradicen las teorías existentes sobre los beneficios del régimen tributario y la competitividad de las Mypes. Se destacará la relevancia de los resultados en el contexto empresarial y se propondrán posibles implicaciones para la práctica del beneficio tributario y la competitividad de las Mypes. Además, se resumirán las conclusiones generales del estudio y se identificarán áreas para futuras investigaciones.

CAPÍTULO I

El problema de la investigación

1.1. Descripción de la realidad problemática

A nivel internacional las MYPES son unos de los pilares de la economía en términos de empleabilidad dado que representan el 99% del número de empresas totales y concentran el 77% del empleo; sin embargo, su participación respecto al PBI se reduce a 51% y de las exportaciones es de sólo 11%, lo cual se debería al bajo nivel de su productividad, efectivamente, se evidencia que las MYPES son menos de la mitad (41%) de productivas que las grandes empresas, sobre todo en países latinoamericanos. (Centro de investigación de economía y negocios globales, 2019)

Perú impulsará la competitividad y la reactivación económica para mejorar el entorno de negocios para la inversión y la innovación en las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) con un crédito de US\$400 millones aprobado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). El programa espera promover la formalización y digitalización de las MYPES y mejorar el acceso al financiamiento para la continuidad de la producción y la inversión privada. También se alinearán programas públicos para la innovación con desafíos productivos nacionales y el desarrollo de una industria privada de capital emprendedor. Esta operación es la primera de dos operaciones bajo la modalidad de Préstamo Programático de Apoyo a Reformas de Políticas. Con esta operación se espera apuntar al cierre de brechas en el uso de tecnologías digitales y de género. Estas brechas no muestran grandes diferencias por región geográfica o por edad

de las personas, la misma se reduce con la educación y aumenta entre trabajadores informales. En este sentido, estrategias de formación flexibles, de fácil acceso y con resultados a corto plazo, tales como los bootcamps resultan ser instrumentos adecuados para apoyar al país. La economía peruana posee una alta dualidad productiva. Las microempresas tienen una productividad del 3 por ciento de las grandes, mientras que en el caso de las pequeñas y medianas la productividad relativa es de 59,1 por ciento. Estas brechas se reflejan en la mayor vulnerabilidad que han tenido las MYPES durante la pandemia. Además, el país tiene una elevada informalidad empresarial que alcanza a 1,5 millones de empresas, el 40 por ciento del total de empresas, y que representa el 18 por ciento del PIB. Este alto nivel de informalidad impide a las MYPES el acceso a mercados e insumos públicos necesarios para desarrollarse. Los beneficiarios serán las MYPES formales que participarán de los programas de reactivación económica, los fondos de inversión temprana en capital de riesgo y los emprendedores que obtengan inversiones de estos fondos. Además, se beneficiarán las empresas formales de programas públicos para I+D orientada por misión y las MYPES que participen del programa de digitalización empresarial. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020)

El sector de hospedajes en el Perú se encuentra mayormente conformado por micro y pequeñas empresas (Mypes), las cuales desempeñan un papel fundamental en la economía del país. Lamentablemente, muchas de estas empresas operan en la informalidad y no cumplen con las obligaciones tributarias establecidas por la ley. Esta situación tiene múltiples consecuencias negativas tanto para las propias empresas como para el Estado y la sociedad en su conjunto. Las empresas informales del sector de hospedajes no contribuyen al desarrollo económico del país, ya que no generan empleo formal ni pagan impuestos. Además, al no cumplir con las normas de seguridad y calidad establecidas por la ley, pueden poner en riesgo la seguridad y satisfacción de los turistas. Además, la competencia desleal que generan al operar en la informalidad afecta negativamente a las empresas formales, que sí cumplen con todas las regulaciones y obligaciones legales. La informalidad en el sector de hospedajes también tiene un impacto en la imagen del país como destino turístico. Los turistas buscan confianza y seguridad al elegir un

lugar para hospedarse, y la presencia de empresas informales puede generar desconfianza y afectar la reputación del país.

En este contexto, es fundamental analizar los beneficios que puede tener un régimen tributario adecuado en la formalización de las Mypes del sector de alojamiento. Se debe evaluar si el régimen tributario actual es efectivo para incentivar la formalización de estas empresas y si se requieren medidas adicionales para mejorar la situación. El objetivo de este trabajo de investigación es precisamente analizar los beneficios del régimen tributario en la formalización de las Mypes del rubro de hospedaje en la ciudad de Tacna. Se busca determinar si el régimen tributario existente es suficiente para fomentar la competitividad de estas empresas y si es necesario implementar medidas adicionales que promuevan la formalidad y mejoren la competitividad del sector en dicha localidad.

1.2. Definición del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo los beneficios del régimen tributario influyen en la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna, 2023?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cómo los beneficios del régimen tributario influyen en la calidad de servicio de los hospedajes de la ciudad de Tacna?
- b) ¿Cómo los beneficios del régimen tributario influyen en las estrategias de los hospedajes de la ciudad de Tacna?
- c) ¿Cómo los beneficios del régimen tributario influyen en los resultados comerciales de los hospedajes de la ciudad de Tacna?

1.3. Objetivo de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar si los beneficios del régimen tributario influyen en la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna, 2023.

1.3.2. Objetivos específicos

- a) Determinar si los beneficios del régimen tributario influyen en la calidad de servicio de los hospedajes de la ciudad de Tacna.
- b) Determinar si los beneficios del régimen tributario influyen en las estrategias de los hospedajes de la ciudad de Tacna.
- c) Determinar si los beneficios del régimen tributario influyen en los resultados comerciales de los hospedajes de la ciudad de Tacna.

1.4. Justificación y limitaciones de la investigación

Justificación práctica

El presente trabajo de investigación se justifica, porque va a permitir mejorar la formalización de las Mypes del sector de hospedaje en la ciudad de Tacna. Al lograr una mayor formalización, estas empresas podrán acceder a nuevos financiamientos, lo cual impulsará su desarrollo y competitividad empresarial. La formalización de las empresas del rubro de hospedaje en Tacna tiene beneficios significativos. Al contar con un estatus legal adecuado, estas empresas podrán acceder a créditos y financiamientos que les permitirán invertir en mejoras y expansiones. Esto, a su vez, generará un mayor desarrollo económico en la ciudad y contribuirá al crecimiento del sector de hospedaje. La formalización brinda seguridad y confianza tanto a los clientes como a los proveedores. Los clientes se sentirán más seguros al elegir un establecimiento formalmente constituido, lo cual impactará positivamente en la imagen de Tacna como destino turístico. Asimismo, los proveedores estarán más dispuestos a establecer relaciones comerciales con empresas formales, lo que aumentará la competitividad y la calidad de los servicios.

Justificación teórica

La justificación teórica de esta investigación se centra en examinar los beneficios del régimen tributario para las Mypes, con el objetivo de comprender cómo estos beneficios pueden generar incentivos económicos, eliminar la competencia desleal y brindar acceso a nuevos servicios, lo que a su vez contribuye al desarrollo económico de estas empresas. El régimen tributario adecuado puede ser una herramienta efectiva para fomentar la formalización de las Mypes. Al ofrecer incentivos económicos, como reducciones fiscales o exenciones, se crea un entorno favorable que motiva a las empresas a cumplir con sus obligaciones tributarias y operar de manera formal. Esto no solo beneficia a las propias empresas, sino que también tiene un impacto positivo en la economía en general.

Justificación metodológica

La justificación metodológica de este estudio se basa en los beneficios directos que se brindarán a las Mypes del rubro de hospedajes al implementar mejoras en la calidad y eficiencia de sus actividades, lo que a su vez promoverá un crecimiento empresarial más sólido. Además, la metodología empleada en esta investigación servirá como base y apoyo para futuros trabajos relacionados con este tema. Al aplicar una metodología sólida y adecuada, se podrán identificar áreas de mejora y proponer soluciones concretas que permitan optimizar los procesos operativos y administrativos de estas empresas. Esto se traduciría en una mayor calidad en la prestación de servicios, satisfacción de los clientes y competitividad en el mercado.

Importancia

El presente trabajo tiene una importancia significativa debido a que brindará un conocimiento profundo sobre los beneficios de los regímenes tributarios en el proceso de formalización y competitividad de las Mypes del rubro de hospedajes. Este conocimiento permitirá a los empresarios comprender cómo aprovechar las disposiciones fiscales para impulsar el crecimiento y desarrollo de sus negocios. Al conocer los incentivos económicos que el Estado otorga a través de los regímenes tributarios, así como las facilidades administrativas y los accesos a servicios y oportunidades financieras que ofrecen, los emprendedores podrán tomar decisiones informadas sobre la formalización de sus empresas. Esto les permitirá establecer

una base sólida para su operación en el mercado formal y cumplir de manera eficiente con sus obligaciones tributarias, evitando sanciones y riesgos legales. Además, este conocimiento les brindará a los empresarios una perspectiva clara sobre cómo la formalización puede beneficiar sus negocios. Podrán comprender cómo la formalidad le brinda acceso a un mercado más amplio, mejora su imagen ante los clientes y proveedores, y les brinda mayor seguridad y estabilidad en sus operaciones. Asimismo, podrán aprovechar los beneficios de la formalización para acceder a financiamiento y recursos adicionales que impulsen su crecimiento y expansión.

Limitaciones de la investigación

A pesar de la relevancia de esta investigación, es importante reconocer algunas limitaciones que podrían influir en la interpretación de los resultados y en la generalización de los hallazgos: Tamaño de la muestra, Contexto específico, medición de variables, factores externos, posibles riesgos. A pesar de estas limitaciones, la investigación se esforzará por minimizar su impacto y proporcionar beneficios del régimen tributario en la competitividad de las Mypes.

1.5. Variables

1.5.1. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	ESCALA DE MEDICION
INDEPENDIENTE Beneficios del Régimen Tributario	Hasta el 2024. El Ejecutivo promulgó ley para aliviar la carga tributaria de las Mypes ligadas a estos rubros, con el fin de dinamizar el empleo y su reactivación. Sin embargo, los gremios discrepan sobre la eficacia de esta iniciativa. Las micro y pequeñas empresas (Mypes) del rubro hoteles, alojamientos y restaurantes pagarán menos en el impuesto general a las ventas (IGV) por más de dos años, luego de que el Poder Ejecutivo promulgara la Ley N° 31556, la cual reduce del 18% al 8% el IGV para potenciar su reactivación económica. Este alivio en la carga tributaria —aprobada en el Congreso— regirá desde el 1 de setiembre de este año hasta el 31 de diciembre del 2024. Actualidad Gubernamental (2022)	La reducción del IGV hará que el rubro de hospedajes sean más competitivos e, incluso, alentará su formalización para bien del sector y la salud fiscal del país “pese a la desinformación del Ministerio de Economía y Finanzas”, según José Silva Martinot. Silva explica que un impedimento para formalizarse es que en el sistema común se debe cargar el 18% del IGV a la venta, ya que los productos y la mano de obra están exonerados de este impuesto. Actualidad Gubernamental (2022).	<p>1. Carga tributaria</p> <p>. Régimen laboral especial</p> <p>. Formalización de las Mypes</p>	Categorica Ordinal

DEPENDIENTE
 “ Competitividad de las Mypes

<p>El sector hotelero actualmente está en crecimiento, a su vez está sumergido en un entorno cambiante de mucha incertidumbre y competencia, estos deben comenzar a crear estrategias para realizar una buena gestión y crear ese factor diferenciador de sus competidores, dando como resultado una ventaja competitiva sostenible en el tiempo por encima de sus competidores. Los administradores deben tener ciertas competencias o habilidades para desempeñar sus funciones, estas se definen, como las capacidades específicas que resultan del conocimiento, la información, la práctica y la aptitud, entre estas podemos encontrar habilidades conceptuales, de diseño y de toma de decisiones; habilidades humanas o interpersonales y de comunicación; y habilidades técnicas. Pamanes (2021).</p>	<p>La noción de competitividad, ha evolucionado, desde un enfoque tradicional, asociado a la consecución de unos buenos resultados comerciales como consecuencia de una buena dotación de recursos, considerados ventaja comparativa, hacia un enfoque estratégico fundamentado en la ventaja competitiva asociado a la capacidad de añadir valor a esos recursos. Pamanes (2021).</p>	<p>Calidad de servicio</p> <p>Estrategia</p> <p>Resultados comerciales</p>
--	--	--

1.6. Hipótesis de la investigación

1.6.1. Hipótesis general

Los beneficios del régimen tributario influyen en la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna, 2023.

1.6.2. Hipótesis específicas

- a) Los beneficios del régimen tributario influyen significativamente en la calidad de servicio de los hospedajes de la ciudad de Tacna.
- b) Los beneficios del régimen tributario influyen significativamente en las estrategias de los hospedajes de la ciudad de Tacna.
- c) Los beneficios del régimen tributario influyen significativamente en los resultados comerciales de los hospedajes de la ciudad de Tacna.

CAPÍTULO II

Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Paz & Serge (2019) en su trabajo de investigación para la especialización en Gerencia Financiera de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de la sede Santa Marta, titulada: Aspectos Tributarios y Financieros de las Pequeñas y Medianas Empresas en Colombia, los autores tuvieron como objetivo analizar los aspectos básicos tributarios y financieros a ser considerados en la formulación de una estrategia que permita a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) colombianas realizar su planeación tributaria. Desde el punto de vista teórico, se fundamenta en autores como Helio y Vanegas (2008). Castellanos, Jiménez y Rincón (2012), Cohen y Baralla (2012), Garcés, Garzón y Castillo (2016), Heredia (2016), entre otros. Se trata de una investigación descriptiva, partiendo de un estudio que permita el diagnóstico de la situación tributaria y financiera de las PYME colombianas. De igual manera, una revisión del marco legal que regula el tema tributario en el país, a objeto de identificar la normativa que rige en este sentido con incidencia directa en el comportamiento actual de las PYMES. Entre los resultados esperados se busca concretar en aquellos elementos tributarios y financieros necesarios para que las PYMES colombianas puedan implementar la Planeación Tributaria como estrategia para el incremento de su competitividad y productividad, siendo una herramienta importante en la toma de decisiones empresariales.

Arias et al. (2022) en su trabajo de investigación para obtener el grado de Magister

en tributación y política fiscal de la Universidad de Medellín UDEM, titulada: Informalidad empresarial y tributaria de pequeñas y medianas empresas en el municipio de Quibdó. Los autores tuvieron como objetivo principal que se busca con la misma es diseñar y establecer alternativas de solución que ayuden a disminuir la informalidad empresarial y tributaria de las diferentes empresas del ente territorial mencionado. En ese sentido, se formuló un interrogante en el documento para identificar cuáles son las causas por las que las empresas no tributan de manera adecuada o ni siquiera se lo plantean, por lo cual se ve afectado el recaudo de recursos necesarios para la inversión social y el desarrollo del municipio y su población. El enfoque metodológico empleado fue de corte cuantitativo, pues por medio de mediciones precisas y datos numéricos, fue posible establecer conclusiones precisas sobre el problema de estudio; para recolectar la información se usó como instrumento una entrevista estructurada y una encuesta, aplicadas a la población constituida las empresas inscritas en Cámara y Comercio, de la cual se tomó como muestra representativa 20 empresas, previo cálculo de la misma. Estos procesos estuvieron respaldados por un acervo teórico que una vez consultado, sirvió de base para la extracción de las principales variables, con las cuales fue posible analizar los resultados obtenidos. Entre los principales se encontró que la informalidad es producto de los altos niveles de carga tributaria que impone el Estado colombiano y de la falta de un profesional contable, debido a lo cual se desconoce cómo realizar el correcto cumplimiento y pago de los impuestos, asimismo existe ignorancia sobre las obligaciones impositivas en general, beneficios y sanciones. Como producto esperado se obtuvo una adecuada socialización del problema descrito para que sirva de insumo a presentes y futuros empresarios, de tal manera que contraten personal idóneo que conozca y lleve un adecuado control de las obligaciones y cumplimientos tributarios. La principal conclusión de la investigación consistió en evidenciar que algunas empresas llegan al mercado sin estar constituidas legalmente por las deficiencias administrativas y contables que estas poseen, estas son en definitiva las responsables de la evasión de impuesto.

Aponte & Soto (2023) en su trabajo de investigación para tener la especialización

en Gerencia Tributaria de la Universidad Piloto de Colombia, titulada: Impacto Económico, Financiero y Tributario al Determinar el Régimen de Tributación para el taller de motos MECHIS. Los autores mencionan que el objetivo principal de este trabajo es analizar las implicaciones económicas de la adopción del Régimen Simple de Tributación en MECHIS, un taller de motos ubicado en la localidad de Mártires, Barrio Santa Fé, durante el año gravable 2023. El contexto empresarial en Colombia enfrenta desafíos relacionados con la informalidad tributaria, especialmente en las micro y pequeñas empresas, lo cual afecta la equidad fiscal y el desarrollo económico del país. El proyecto se desarrolló mediante un enfoque metodológico que combina la recopilación y análisis de datos financieros de MECHIS, así como la revisión de la normativa tributaria vigente. Se compararon la tasa efectiva de tributación bajo el Régimen Ordinario y el Régimen Simple, evaluando los ingresos, costos, deducciones y otros aspectos relevantes para determinar qué régimen es más favorable para la empresa. Se evidenció que la adopción del Régimen Simple de Tributación tiene importantes beneficios para MECHIS, como la reducción de costos de cumplimiento tributario, la simplificación de la gestión contable y financiera, mayor liquidez, reducción del riesgo de sanciones y multas, y mejora de la reputación y credibilidad de la empresa. Los resultados y conclusiones de esta investigación se presentaron en una tesis escrita, que incluye una introducción, un marco teórico, una descripción detallada de la metodología utilizada, el análisis de los datos recopilados, una discusión de los hallazgos y recomendaciones prácticas para MECHIS. Este proyecto de investigación proporcionó conocimientos valiosos sobre la adopción del Régimen Simple de Tributación en el sector de talleres de motos, específicamente en el caso de MECHIS. Los resultados y conclusiones pueden servir como guía para otras empresas del sector que enfrenten situaciones similares, fomentando la formalización y el cumplimiento tributario en beneficio del desarrollo económico y la equidad fiscal en Colombia. Sin embargo, se reconoce que la existencia de altos niveles de informalidad en la economía colombiana representa una barrera para el crecimiento económico y el desarrollo. A pesar de los esfuerzos por generar incentivos para la formalización, aún existen desafíos debido a las condiciones económicas y los sesgos de información. Lograr resultados deseables en la

estructuración de un régimen tributario apropiado y alcanzar la formalización sigue siendo una tarea difícil.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Ramírez (2023), en su trabajo de investigación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, titulada: Política tributaria y formalización de las micro y pequeñas empresas en Lima Metropolitana, la autora menciona que el Objetivo: Determinar la relación entre la política tributaria y la formalización de las micro y pequeñas empresas en Lima Metropolitana. Método: Se utilizó el enfoque cuantitativo; el diseño fue no experimental, transversal, de tipo relacional porque permitió asociar las variables, para ello, se utilizó la prueba chi-cuadrado de Pearson. La muestra fue de 384 Mypes. Resultados: De las 384 Mypes, un 23,44 % (90) respondió que ningún tributo es difícil de pagar y, a pesar de que un 10,42 % (40) contestó que los impuestos que se pagan a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria fueron los tributos más difíciles de pagar, al igual que los tributos municipales con un 27,08 % (104), se halló que el 64,85 % (249) está acogido a un régimen tributario, donde el mayor porcentaje pertenece al nuevo RUS con el 50,3 % (193). Conclusión: La política tributaria tiene una relación significativa con la formalización de las micro y pequeñas empresas en Lima Metropolitana.

Castillo (2022) en su trabajo de investigación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, titulada: Formalización tributaria en Mypes, el autor menciona que es importante que las Micro y Pequeñas Empresas sean tributariamente formales, para permitirles el acceso a un financiamiento, ser confiables para los clientes, mantenerse en el tiempo y evitar problemas con las SUNAT, por otro lado, la formalidad va a asegurar el crecimiento económico del país donde se desarrolla, permitiéndoles mayores ingresos y generar oportunidades de trabajo. Los comerciantes de estas MYPES no formalizan, por desconocimiento, dificultad de los trámites, falta de concientización o no quieren financiar al estado, porque consideran que el dinero no es retribuido o su único interés es ganar dinero diario para satisfacer necesidades a corto plazo, sin reconocer sus deberes

tributarios, ni crecer en el tiempo. Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente y basado en la revisión de literatura, se ha desarrollado el presente artículo de revisión con el objetivo de mostrar la importancia de la formalización de las MYPES, para ayudar a su crecimiento.

Briceño & Vargas (2022) en su tesis para obtener el título de Contador Público de la Universidad San Ignacio de Loyola, titulada: Nivel de conocimiento del régimen MYPE tributario y su impacto en la formalización de empresas del sector textil, La Victoria, 2019, los autores mencionan que el nivel de conocimiento del régimen MYPE tributario es una causante fundamental que siempre está presente en la mente de los contribuyentes y forma parte de la cultura tributaria de estos. Los tributos son uno de los principales ingresos económicos que percibe el Estado, vienen siendo perjudicados por la limitada cultura tributaria que tiene nuestra sociedad, y esto se debe a la nula información que tienen los contribuyentes respecto a la importancia de la tributación, debido a una estructura tributaria muy dificultosa y que siempre está en constantes cambios. Se presenta seguidamente una investigación sobre la relación que existe entre el nivel de conocimiento del régimen MYPE tributario y la formalización de empresas del sector textil, cuyo principal objetivo es demostrar que el conocimiento MYPE tributario impacta en la formalización de las empresas. Esta investigación fue realizada en una muestra de 30 administradores, contadores y gerentes de empresas del sector textil. Los resultados obtenidos probaron que efectivamente el conocimiento de los beneficios financieros impacta en la formalización de las empresas del sector textil del distrito de la Victoria. Por último, se concluyó que existe un elevado porcentaje de empresas con un bajo nivel de conocimiento del régimen MYPE tributario, por lo que es necesario crear estrategias que permitan mejorar la información fiscal por parte del Estado y que estas conlleven a disminuir los altos índices de informalidad que presenta nuestro país.

5.1.3. Antecedentes locales

Chile (2021), en su tesis para optar el título profesional de Contador Público de la Universidad José Carlos Mariátegui, titulada: Efectos del sistema de libros electrónicos en una empresa comercializadora de artículos de ferretería en el distrito

de Moquegua, 2015 – 2019, la autora tuvo como objetivo determinar los efectos de la aplicación del sistema de libros electrónicos en una empresa comercializadora de artículos de ferretería en el distrito de Moquegua, 2015 - 2019.”, considerando como dimensiones las finanzas, tributación y administración. El tipo de investigación es observacional de nivel descriptiva, de corte transversal y univariable; para recoger los datos se utilizaron como instrumentos la guía de revisión documentas y fichas de observación; los datos fueron procesados mediante la estadística descriptiva, reflejándose en tablas de frecuencias y gráficos; así como con la estadística inferencial para comprobar la hipótesis valiéndose de la prueba estadística de t de student para muestras relacionadas. El resultado obtenido evidencias que el sistema de libros electrónicos afecta las finanzas, tributación y administración, teniendo como valor de $p = 0,000$, por ende, confirmamos que existen diferencias significativas entre los datos anteriores y posteriores a su implementación.

Chura & Fernández (2023) en su trabajo de investigación para optar el título de Licenciado en ciencias administrativas y marketing estratégico, de la Universidad José Carlos Mariátegui, titulada: Gestión empresarial y la influencia de la competitividad en los restaurantes turísticos en la región Tacna, 2023, los autores mencionan que en este estudio se analiza la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de los restaurantes de la ciudad de Tacna que pertenecen a la categoría microempresa. Se utiliza la gestión como variable independiente y la competitividad como variable dependiente, y se utiliza el método Chi cuadrado para analizar los datos cualitativos obtenidos a través de cuestionarios y una ficha de observación. Los resultados obtenidos indican que existe una relación significativa entre el nivel de gestión empresarial y la competitividad, y se observan diferencias interesantes entre las cuatro dimensiones de gestión (planeación, organización, dirección y control) en su impacto sobre la competitividad. Estos hallazgos resaltan la importancia de la gestión empresarial efectiva para el éxito y la competitividad de las microempresas, en este caso específico, los restaurantes. Los propietarios y gerentes de estas empresas pueden utilizar esta información para mejorar su gestión empresarial y, por lo tanto, mejorar su competitividad en el mercado. En resumen,

este estudio destaca la importancia de una buena gestión empresarial para la competitividad de las microempresas, y proporciona información valiosa para los propietarios y gerentes de restaurantes y otras microempresas en general.

2.2. Bases teóricas.

2.2.1 Beneficios del régimen tributario

En el Perú existen los regímenes tributarios que se ajustan al tamaño de cada ente productivo, en el caso del estudio, que está diseñado para incentivar la formalización de las empresas, que muchas de ellas carecen de conocimientos tributarios.

Diario Gestión (2018) nos dice que el régimen tributario es el conjunto de categorías bajo las cuales una persona natural o jurídica que tiene un negocio o va a iniciar uno, se registra de manera obligatoria en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT).

La plataforma digital del Estado Peruano (2021), nos dice que los Regímenes tributarios son las categorías bajo las cuales un persona natural o persona jurídica que posee o va a iniciar un negocio debe estar registrada en la SUNAT. El régimen tributario establece la manera en la que se pagan los impuestos y los niveles de pago de los mismos. Puedes optar por uno u otro régimen dependiendo del tipo y el tamaño del negocio. Hay cuatro regímenes tributarios: Nuevo régimen único simplificado (NRUS), Régimen especial de impuesto a la renta (RER), Régimen MYPE tributario (RMT), y Régimen general (RG) puedes conocer el ideal para tu negocio.

Torres (2021), Los regímenes tributarios abarcan categorías que sirven para determinar la manera correcta en que pagara impuestos una empresa. También, las personas naturales o jurídicas pueden optar por alguna categoría. Adicionalmente, un negocio puede decidir cambiar de régimen tributario.

Conexión ESAN (2019), dice que Un régimen tributario abarca las categorías con las que una persona, jurídica o natural, que tiene una empresa o iniciará una, se

registra obligatoriamente a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). Así, el régimen establece la forma en la que se realizan los pagos y los niveles de pagos de los impuestos. Desde enero del 2017, el Gobierno ha establecido cuatro tipos de regímenes tributarios. Estos tienen distintas características y especificaciones.

Ley N°31556

Ley que promueve medidas de reactivación económica de micro y pequeñas empresas de los rubros de restaurantes, hoteles y alojamientos turísticos

Artículo 1. Objeto de la Ley

La presente ley tiene por objeto establecer una tasa especial y temporal de impuesto general a las ventas (IGV), denominado “8% del IGV para Rescatar el Empleo”, para las micro y pequeñas empresas dedicadas a las actividades de restaurantes, hoteles, alojamientos turísticos, servicios de catering y concesionarios de alimentos, con la finalidad de apoyar la reactivación económica de este gran segmento económico empresarial, que ha sufrido un impacto devastador como consecuencia de la pandemia por covid-19, con la finalidad de viabilizar la supervivencia y evitar el cierre de estas actividades. (El peruano, 2022)

Artículo 2. Ámbito de aplicación

2.1. Los alcances de la presente ley son aplicables a las personas naturales o jurídicas receptoras de rentas de la actividad empresarial y que tengan como actividad principal: restaurantes, hoteles, alojamientos turísticos.

2.2. La actividad principal para los fines de la presente ley comprende a los sujetos de las actividades señaladas en el párrafo anterior cuyos ingresos por ventas o prestación de servicios de dichas actividades representan, por lo menos, el setenta por ciento (70 %) de sus ingresos.

2.3. Acceden a los beneficios de la presente ley solo las micro y pequeñas empresas afectas al IGV, de acuerdo con lo establecido en el artículo 5 del Decreto Supremo 013-2013-PRODUCE, que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo al Crecimiento Empresarial. Y que se encuentren afectas al IGV. (El peruano, 2022)

2.4. No están comprendidas en la presente ley las empresas que, no obstante cumplir con las características definidas en el presente artículo, conformen grupo económico que en conjunto no reúnan tales características, tengan vinculación económica con otras empresas o grupos económicos nacionales o extranjeros. (El peruano, 2022)

Artículo 3. Tasa del impuesto

Las operaciones de venta de bienes y servicios que realicen los sujetos señalados en el artículo 2 de la presente ley están gravadas excepcionalmente con la tasa del impuesto general a las ventas (IGV) de ocho por ciento (8 %). (El peruano, 2022)

Artículo 4. Vigencia

La tasa del impuesto general a las ventas (IGV) del ocho por ciento (8 %), establecida en la presente ley, está vigente desde el primer día del mes siguiente al de la publicación de la presente ley hasta el 31 de diciembre del 2024. (El peruano, 2022)

¿A quién está dirigido el beneficio de la Ley N° 31556?

Solo pueden acogerse a esta nueva medida las personas naturales o jurídicas que cumplan con las siguientes características:

- Percibir rentas de la actividad empresarial que tengan como actividad principal: restaurantes, hoteles, alojamientos turísticos. (Wally, 2024)
- Al menos el 70% de sus ingresos vienen dados por la venta o prestación de servicios de actividades vinculadas la hostería, alojamientos turísticos y restaurantes.
- Cuentan con una facturación anual menor a las 1700 UIT (78.200 soles según la tasa de septiembre de 2022), de acuerdo con lo establecido en el artículo 5 del Decreto Supremo 013-2013-PRODUCE. (Wally, 2024)

Quedan fuera del alcance de la Ley N° 31556 aquellas empresas que no reúnan tales características, así como las que tengan vinculación económica con otras empresas

o grupos económicos nacionales o extranjeros. (Wally, 2024)

Importancia de los beneficios tributarios

La importancia de los gastos o beneficios tributarios está relacionada con cuantificar el recurso del Estado, esos recursos que el estado podría utilizar para desarrollar diversas actividades alternas, la autoridad tributaria resalta que la estimación le permite mejorar el grado de transparencia de la política fiscal al hacer más minuciosa la asignación de recursos. (SUNAT, 2018)

Tipos de beneficios tributarios

En el Perú existen al menos 200 beneficios tributarios, figurando entre el más importante las exoneraciones, muchos de estos beneficios están presentes desde los 90 renovándose otros sin mayor detalles ni modificaciones. (Quispe, 2022)

Beneficios tributarios – sustanciales:

Son aquellos beneficios o incentivos que se encuentran exonerados del pago tributario de forma parcial o en su totalidad, también se podría mencionar a las disminuciones de las tasas del impuesto dándose de manera fija la disminución o en porcentajes.

Beneficios tributarios – formales:

En estos beneficios los contribuyentes no se encuentran obligados a cumplir con llevar sus libros contables, enviar sus comunicaciones o sus presentaciones de las declaraciones juradas, dándose están exoneraciones de forma parcial o total.

2.2.1.1. Carga tributaria

Conjunto de impuestos, tasas y exacciones legalmente establecido por el Estado y los municipios. La recaudación, expresada como porcentaje del producto bruto interno, se denomina presión tributaria.

Presión tributaria

Internacionalmente, presión tributaria (en inglés, tax burden) es un indicador

cuantitativo definido como la relación entre los ingresos tributarios y el Producto Bruto Interno (PBI) de un país.

Es un indicador cuantitativo definido como la relación entre los ingresos tributarios y el producto bruto interno de un país, concepto continuamente utilizado por diversos analistas y funcionarios públicos; especialmente cuando coyunturalmente se debate sobre la situación fiscal del país y la necesidad de implementar una reforma tributaria que permita incrementar dicho indicador. La importancia de este indicador radica en que permite medir la intensidad o carga con que un determinado país grava a sus contribuyentes a través de la imposición de tributos. Esto facilita al Estado la toma de decisiones y aplicación de políticas tributarias que deriven en cargas equitativamente distribuidas entre los contribuyentes sobre la base del principio de capacidad contributiva. V tienen las personas y empresas para asumir cargas tributarias.

2.2.1.2. Régimen laboral especial

Instituto Peruano de Economía (2014): Ley N° 28015, llamada Ley de Promoción y Formalización de Micro y Pequeñas Empresas, Según datos del Ministerio de la Producción, el plan fue emitido en 2003 para mejorar la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa. Los micros y pequeñas empresas representaron el 98,6% de las empresas y crearon el 77% de los puestos de trabajo a nivel nacional, la misma que tuvo el siguiente comportamiento:

- a. Ante el limitado impacto inicial de la referida ley, se revisó a mediados de 2008 para promover la formalización de estas empresas y asegurar su competitividad, y asegurar que brinden empleos en condiciones dignas.
- b. Grandes cambios en las pequeñas empresas.
- c. Como resultado, se han incrementado los topes de ventas y trabajadores para la categoría de pequeñas empresas, se han reducido los costos laborales (por ejemplo, vacaciones o reducción salarial por despido injustificado), y se ha simplificado el proceso de formalización de la empresa reduciéndolo a 72 horas.

- d. Estos cambios están diseñados para formalizar las pequeñas empresas sin perder su competitividad a causa de los elevados costes que involucra antes de la contratación formal.
- e. Además, el estado otorga subsidios parciales (50%, con una contribución máxima del 4% del salario mínimo legal) para que los trabajadores y propietarios de microempresas puedan disfrutar de seguridad social y pensiones (la asistencia social es obligatoria).
- f. Al final, se determina que las ventajas de la nueva ley son de aplicación fija (.) y no tienen vigencia. (Instituto Peruano de Economía, 2014, s.p).

Según Gonzales (2021), en el artículo 58 de la Constitución Política del Perú establece que nuestro sistema económico se ejerce en una economía de libre mercado, como lo enfatizó la Corte Constitucional, sentencia emitida en el Documento No. 00034- 2004-PI / TC (FJ 19). Lo integran:

- a. El principio de libertad en la cronología democrática asegurada por el Gobierno y la promoción de la igualdad material.
- b. Ante este alcance, se descubrió el verdadero sentido de inferioridad, y para corregir esta desigualdad y lograr la igualdad material de esta manera, o de hecho, se estableció un sistema laboral especial para las pequeñas y medianas empresas.
- c. Por lo tanto, según el artículo 59 de la Carta Magna, la naturaleza de las cosas debe ser tratada de manera diferente, este artículo establece que el Estado tiene la responsabilidad de promover el manejo de la pequeña empresa. La doctrina constitucional se denomina acción afirmativa, que a su vez se encuentra en el artículo 103 de la Constitución. (Castillo, 2014, par. 3)
- d. De hecho, la legislación laboral es uno de los medios del Estado para promover el empleo y el "Plan Plurianual". Ante esto, en el marco regulatorio que impulsa la MYPE, ha fijado un sistema laboral especial para este sector económico para que los costos laborales no

sobrepasen, los costes transitorios y las cargas tributarias no paralicen su formalidad y desarrollo.

La especulación central de muchos gobiernos y algunos analistas es que la informalidad es una elección voluntaria de los trabajadores, principalmente debido a los costos que implica formar una empresa y los trámites burocráticos requeridos para las transacciones comerciales. Bajo este tipo de pensamiento, la reducción de estos costos conducirá a una reducción de las actividades informales y tendrá importantes implicaciones financieras. Según este estudio, la mayoría de las personas económicamente activas quieren trabajar en el sector formal, pero solo el 18% puede realizarlo. (Loayza, 2021)

2.2.1.3. Formalización de las Mypes

Formalizar al emprendedor, una cuestión que la Directora del Programa de Emprendimiento de la UP en Lima, se ha trazado como parte de su actividad académica, para los emprendedores que estudian en ese centro académico. Ella hace una distinción entre emprendedor y empresario, y considera que no podemos promover solo al emprendedor sino convertirlo en empresario. La formalidad del tipo Legal o Jurídico, que engloba todos los aspectos de forma societaria que elige el emprendedor para incorporarse a la sociedad empresarial. Existe en el Perú la Ley General de Sociedades: Ley No.26887, emitida en 1997 y la también denominada Ley de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada bajo el D.L. No. 1621, del año 1976. Si la empresa cuenta con trabajadores (incluyéndose el propietario), esta debe de registrarse en un libro de planillas y aquí aplica la Formalización laboral de la futura MYPE. Asimismo, las comunas o municipios también participan en el proceso de creación de la empresa primigenia, mediante la denominada formalización municipal, esta permite el uso de licencias de funcionamiento en su jurisdicción, de permisos por publicidad, de control de desechos medioambientales y también de los permisos de defensa civil. (Chambi, 2016)

Beneficios de la formalización

El portal peruano aula más (2012) nos hace conocer los siguientes beneficios de la formalización:

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

La formalización de los micros y pequeñas empresas (Mypes) en el mercado nacional es cada vez mayor. Según informó el Ministro de la Producción, Jorge Villasante, a la Agencia Peruana de Noticias (Andina) a julio del 2011 podríamos alcanzar sin problemas la inscripción. Estas empresas pueden gozar de una serie de beneficios estipulados en la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Mype y del Acceso al Empleo Decente (Ley Mype). Entre los que destacan el acceso a los procesos de compras estatales como proveedores hábiles o autorizados; mayor facilidad para realizar exportaciones y un mejor acceso a los cursos de capacitación y a financiamiento. La posibilidad de entrar a nuevos mercados, de reducir los tributos dependiendo del régimen tributario en el que se ubique y de firmar contratos con el Estado, son también parte de la lista de beneficios. Con el fin de facilitar el acceso a estos beneficios, el Ministerio de la

Producción a través de un decreto supremo dio a conocer la modificación en el reglamento de la Ley Mype, el cual señala que ahora una microempresa puede constituirse como tal sin pagar el capital mínimo suscrito; es decir, sin necesidad de pagar el porcentaje establecido durante su suscripción, el que equivale a una parte del capital autorizado al momento de su constitución. Con esta medida se busca aligerar también el trámite de formalización. (Chambi, 2016)

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) las dimensiones de las Políticas Públicas para la formalización de las MYPES, entre otras, fueron las siguientes:

Políticas de adaptación de Normas, regulaciones o procedimientos.

Para la OIT (2016) Estas políticas han combatido una de las causas de la informalidad de las MYPES que es la complejidad de procedimientos y la regulación inadecuada para las características de las empresas

Para determinar la implementación de esta política, se identificaron los siguientes indicadores:

- Simplificación de procedimientos, tiene que ver con la situación de los requisitos solicitados y los plazos para realizar un trámite administrativo ante el Estado.
- Automatización de procesos, respecto a la situación tecnológica de los procesos administrativos del Estado.
- Tratamiento diferenciado materia laboral, respecto a cuál es la percepción ante las normas laborales aplicables a las MYPES en el Perú.
- Tratamiento diferenciado materia tributaria, tiene que ver con la percepción ante las normas tributarias aplicables a las MYPES en el Perú.

Políticas de incremento de la competitividad.

Para la OIT (2016) Estas políticas han combatido otra de las causas de la informalidad de las MYPES que es la baja productividad de las MYPE, que no les permite afrontar los costos de la formalidad.

Para determinar la implementación de esta política, se identificaron los siguientes indicadores:

- Gestión empresarial, tiene que ver con la planeación, seguimiento y control de los ingresos de las MYPES y del manejo de la empresa.
- Acceso a mercados, respecto a si se conocen y utilizan los programas del Estado para fomentar el acceso a nuevos mercados a través de las exportaciones, compras del Estado, etc.
- Financiamiento, respecto a si se han solicitado medios de financiamiento a entidades del Estado o entidades privadas.
- Innovación y tecnología, referente a si se está implementando esta herramienta, tiene que ver con la forma cómo las empresas pueden crear y modificar sus productos, procedimientos, diseños, etc., agenciándose de nuevas herramientas y que estos cambios sean percibidos como una novedad y contribuyan en su competitividad en el mercado.
- Asociatividad, referente a si se cuenta con un mecanismo de cooperación y esfuerzo conjunto con otras empresas para la búsqueda de un objetivo común.

Políticas de perfeccionamiento de incentivos a la formalización y capacidad administrativa.

Para la OIT (2016) “Las MYPES que es el atractivo de la informalidad como una elección de independencia y flexibilidad ante la idea que en la formalidad se tienen escasos beneficios, así como, un reducido control y escasa sanción social”

Para determinar la implementación de esta política, se identificaron los siguientes indicadores:

- Difusión, referente a la situación de la transmisión de la información con respecto a las políticas que implementa el Estado.
- Capacitación, respecto a la situación de los programas de capacitación que las instituciones del Estado promueven.
- Acceso a beneficios del Estado, referente a la situación de la promoción de diversos programas del Estado con respecto a beneficios de seguridad social, financiamiento, mercados y servicios.

Programas de regularización voluntaria y sustitución de multas, referente a la situación de medidas de regularización voluntaria para el cumplimiento de obligaciones y la flexibilización de las sanciones

2.2.2 Competitividad de las Mypes

Cánovas (2019) señalaron que la competitividad empresarial es la manera de generar estrategias al momento de crear bienes y servicios de forma eficiente, por tal, la gestión de empresas hace lograr que la empresa adquiera ventajas competitivas en su mercado objetivo.

Gordon (2014) la competitividad es la capacidad que posee una entidad lo cual esto lleva a tener ventajas comparativas que le posibiliten lograr, sustentar y optimizar una posición específica dentro del ambiente socioeconómico, tomando en cuenta que las ventajas comparativas de una entidad estarían dadas por su experiencia, recursos, cultura, condiciones, etc.

Collins et al. (2017) señalaron que la competitividad empresarial es importante para la organización, lo cual esto conllevará a implementar estrategias innovadoras para el crecimiento de las empresas.

Fuentes y Veliz (2017) señalaron que la competitividad es la capacidad para alcanzar ventajas comparativas para así tener una mejor posición en el mercado donde se desarrolla.

Ramos y Valle (2020) fundamentan que para que una empresa sea competitiva

deben generar estrategias innovadoras para mejorar la calidad del producto llevando así una buena imagen hacia los clientes potenciales.

Hernández y Pulido (2018) mencionan que es establecer, fomentar y sustentar competencias para así atraer la prioridad de los compradores en los mercados de producción o prestación, asimismo también poder generar resultados financieros como la productividad y desarrollo integral en diversos plazos.

La competitividad empresarial es una técnica empresarial que se utiliza para el crecimiento del negocio teniendo en cuenta que debemos sobresalir de los competidores optimizando una mejor producción, calidad y costos para conseguir una ventaja más rentable frente a cada negocio.

Importancia de la competitividad

Arrieta (2018) expresa que la competitividad tiene relación con la amplitud apoyando las ventajas competitivas y comparativas empresariales que posibilite un posicionamiento en el mercado teniendo en cuenta que el servicio sea óptimo, de bajo costo y así mismo se brinde productos de calidad.

Fonseca (2015) señala que la competencia entre las organizaciones es un tema que nos debe alarmar a la totalidad, es decir si no alcanzamos una competitividad alta en comparación a otras naciones en determinados asuntos, habremos sido controlados por los países más desarrollados, en lo cual la dificultad se tornara de forma seria cuando verifiquemos en que competimos actualmente.

La competencia que dispone un país es su producción, en otros términos, brindar una importancia adicional haría la diferencia y generaría más rentabilidad. Los factores que son sometidos e influidos de manera determinante en la competitividad empresarial son el Estado, estabilidad económica y jurídica de la nación, así mismo la operatividad de las relaciones a nivel internacional, entre otros.

Aspectos de la competitividad

Gordon (2014) indica que la competencia en las empresas tiene dos fases:

- La competencia interna. Es la competencia empresarial para considerar la eficacia en un tiempo determinado y así mismo la eficiencia de la constitución interna.
- La competencia externa. En esta fase se enfrentan las diversas empresas, ya sean en productos, precios, entre otros, en un segmento de mercado similar al que se compara.

Enfoques de análisis de la competitividad

A. Productividad.

Cusolito y Maloney (2018) mencionan que la productividad hace referencia al nivel de eficiencia en la producción ya sea en una empresa generando crecimiento económico, así mismo la productividad total de los factores mencionaba que la mitad de las diferencias en PIB per cápita entre países era positivo.

Respecto a la importancia de la productividad. Bonilla (2012) menciona que el objetivo de priorizar la importancia de la competitividad es que se relaciona con la competitividad reflejando un uso eficiente dentro del desarrollo de la empresa.

- Nivel de producción. Chiavenato (2006) define que, el nivel de producción es el resultado de la integración social ya que el trabajo es la actividad típicamente grupal lo cual será mayor la disposición a producir, si bien es cierto la actitud del empleado en el trabajo son los factores decisivos de la productividad.
- Beneficios. Segura (2022) menciona que cuando la productividad es constante en la empresa puede llegar a mejorar la calidad de vida de un país ya que tiene una relación directa con el incremento de salarios, por ejemplo: Bienestar laboral, ahorro de tiempo, procesos eficientes, mayor inversión nacional y/o extranjera, competitividad, mejor servicio al cliente y resultados en corto tiempo
- Eficiencia en los procesos. Eisner (2021) indica que se debe tener en

cuenta el tiempo y los costos que se efectúen en la ejecución de los procesos empresariales para así alcanzar los objetivos planteados, así mismo se producirá una mayor productividad debido a que se produciría una máxima eficiencia.

B. Diferenciación.

Zazueta (2019) fundamentan que para comercializar productos o servicios estos tienen que ser totalmente exclusivos diferenciándose de la competencia para que así los consumidores estén dispuestos a pagar el precio real del producto o servicio.

Estrategias de diferenciación.

Cuofano (2022) considerando los aportes de Porte indica que las estrategias de diferenciación se pueden dividir de tres formas:

- Sofisticación, precios más altos, mayor percepción
- Purificación, precios más bajos, menor percepción
- Híbrido, precios más bajos, mayor percepción

Imagen de la marca.

Rivero (2019) expresa que la imagen de la marca se enfoca en la identificación del negocio siendo así más que un simple logotipo hacia el cliente por lo cual permite una diferenciación con los competidores ya que de esa forma el público objetivo podrá reconocer los valores directamente.

Diseño del producto.

Zabala et al. (2018) mencionan que el diseño del producto es uno de los factores importantes para satisfacer al cliente debido a que es un rol muy importante en el proceso de la venta.

Atención al cliente.

Echeverry (2016) indica que existe mucha competencia entre las empresas por lo cual la diferenciación entre ellas debe ser una atención personalizada hacia el cliente, teniendo en cuenta sus gustos, preferencias u opiniones para que así el

cliente se sienta satisfecho debido a que su opinión generaría un valor adicional obteniendo así una ventaja frente a sus competidores.

C. Liderazgo en costos.

Zazueta (2019) menciona que una empresa debe ser líder en costos ya que así tendrían una mayor participación en el mercado, lo cual esto reduciría costos en gestión a la cadena de suministros.

Estrategias del liderazgo en costos.

Porter (1982) indica que las ventajas en los costos permitirán la reducción de los precios, las principales estrategias son:

- Efecto experiencia, el costo real del valor añadido disminuye los términos unitarios.
- Economías de escala, el volumen de producción disminuye el costo unitario de cada producto.
- Economías de aprendizaje, se debe mejorar las rutinas organizacionales.
- Técnicas de producción, es el enfoque de la reingeniería y el desarrollo de innovación en los procesos.
- Rediseño del producto, simplifica el proceso a través de la estandarización de diseños y componentes.
- Acceso a los Inputs, condiciones ventajosas
- Localización, permite la reducción de costos salariales y de transporte en comparación a la competencia.
- Poder de negociación, frente a los competidores.
- Controles de costos, en todas las actividades de la empresa.
- Capacidad productiva, se establece ante los cambios de la demanda.
- Ineficiencia, se refiere a que los directivos permiten a sus trabajadores un cierto nivel de relajación para así evitar ineficiencia laboral.

Control de costos.

Pérez (2019) indica que uno de los factores más importantes dentro de las finanzas

de cada negocio es el control de costos fijos y variables debido a que se deben adaptar en los precios de venta del producto o servicio y a su vez a los planes financieros.

Proveedores.

Parra et al. (2019) afirman que en la gestión de la cadena de suministro la mayor relevancia consiste en la selección de proveedores ya que en esta selección de proveedores se tiene que evaluar a una empresa que cumpla con todas las solicitudes que se requiere depende de la compra o servicio.

Volumen de compra.

Rodríguez et al. (2020) mencionan que los consumidores siempre han elegido negociar descuentos por el volumen de compra y esto tiene que ver con los avances del comercio electrónico y las redes en línea, es importante mencionar que por la globalización la tecnología nos ha ayudado en el ámbito comercial lo cual las compras resurgen a través de plataformas en línea dedicadas a la venta de productos de diversos vendedores.

D. Acceso a financiamiento.

Logreira et al. (2018) mencionan que es importante que las microempresas tengan conocimiento en el acceso a financiamiento para no acudir a los prestamistas informales, por ello es recomendable el asesoramiento a las microempresas para dar a conocer las fuentes de financiamiento.

Respecto a la importancia del financiamiento. Chagerben et al. (2017) mencionan que la decisión más importante que debe ejecutar un empresario es la inversión y financiamiento para así obtener bienes tangibles e intangibles para una mayor producción de bienes o servicios generando así beneficios monetarios futuros.

Requisitos de acceso al financiamiento.

Juanas (2019) señala que para obtener un financiamiento deben de cumplir con ciertos requisitos para disponer del dinero requerido, estas serían los siguientes

requisitos:

- No figurar con un informe negativo en una central de riesgo
- Percibir un ingreso mínimo neto puede ser entre S/.700 y S/.1.000, según el banco, el monto puede variar en el monto mínimo o máximo.
- Tener más de 1 año laborando
- Tener una edad de entre 19 y 70 años quizás la edad máxima varía hacia arriba en algunos bancos.

Trabajadores dependientes.

Última boleta de pago / fotocopia de su estado de cuenta de ONP o AFP / si tienen menos de un año laborando en el actual trabajo, presentar última boleta de pago de su último trabajo.

Trabajadores independientes.

Los trabajadores cuyas actividades sean como trabajadores independientes, deberán presentar en la agencia bancaria:

- Contrato por el cual tienen algún servicio.
- Los últimos 24 meses la declaración jurada de la renta.
- El último certificado de retención.
- Formulario de pagos mensuales realizados por el impuesto de renta.
- Recibos por honorarios que sean profesionales.

Beneficio al financiamiento.

Según Chagerben et al. (2017) mencionan que el financiamiento es una parte fundamental ya que proveen el flujo efectivo necesario para la adquisición de capital de trabajo como de activos de capital, en lo cual de esta manera el negocio ira generando renta.

Tipo de financiamiento.

Esan Business (2020) explica que el financiamiento es importante para cualquier empresa que quiera alcanzar sus metas operativas, en lo cual existen varios tipos de

financiamiento que son:

- **Financiamiento de corto plazo.** Se utiliza para conseguir liquidez inmediata y a la vez solventar operaciones, en lo cual se lleva a cabo en un periodo no mayor a 12 meses. Este tipo de financiamiento es ideal para pequeñas y medianas empresas, en lo cual incluye prácticas financieras como el factoring y el descuento de pagarés o el confirming. Sus ventajas son: Sus tasas de intereses no son tan altas porque el período de tiempo no es prolongado, el trámite no es tan complejo y, en algunos casos, no es necesario dar una garantía y son de fácil y rápido acceso.
- **Financiamiento de largo plazo.** Este tipo de financiamiento se extiende por más de un año en lo cual en la mayoría se requiere garantía. Para este financiamiento es necesario cumplir con algunos requisitos, como un buen historial crediticio, además de ello incluye préstamo hipotecario, emisión de acciones, bonos y arrendamiento financiero. Sus ventajas son mejora del historial crediticio/financiero a futuro y permite a la organización dar el paso de una reestructuración de modelo de productividad. Al ser una inversión grande, se optimizan los procesos para mejorar los resultados.

2.2.2.1. Calidad de servicios

Según García (2005) se puede definir la calidad desde estos alcances: Calidad como excelencia: Las empresas que se dedican a los servicios tienen la obligación de conseguir el mejor de los resultados en sentido absoluto. No obstante, en muchos casos, debido a la subjetividad en la valoración de los resultados, es complicado comprender qué se considera como excelente. Calidad como valor: Como precio que hay que satisfacer para disfrutar de un determinado producto o servicio. En este caso, ya no existe el mejor bien de servicio o consumo en sentido absoluto, sino que depende de su valoración económica. En este sentido, las organizaciones deben identificar los costes que sospeche seguir algunos criterios de calidad y, al mismo tiempo, no quedarse fuera de lo que puedan estar preparados a pagar por su producto

o servicio los consumidores o usuarios. Calidad como ajuste a unas definitivas especificaciones (ISO, EFQM, etc.): Como el cumplimiento de unos criterios que se fijan como estándares. Calidad como satisfacción de las expectativas: Que incluye un juicio subjetivo del usuario o consumidor y equivale a la discrepancia entre lo inicialmente esperado de un servicio o producto y lo que al final recibe.

Gestión de calidad de servicio

Amstrong y Kotler (2013) sostiene que una organización que se dedica al servicio, se distingue por brindar una calidad de forma relevante más elevada que a diferencia de su competencia. Al igual que los fabricantes antes de ellos, la mayoría de las industrias de servicio ahora se han juntado al movimiento de calidad orientado al cliente, e igual que los mercadólogos de productos, los proveedores de servicios deben detectar lo que esperan los clientes meta respecto a la calidad de servicio. Sin embargo, la calidad del servicio es más complicado de definir y juzgar la calidad de un producto.

Ventajas competitivas de la calidad

Según Pérez (1994) se obtienen las siguientes ventajas competitivas por medio de: Satisfacer nuevas necesidades de los clientes acomodando las propiedades de servicios y productos. Contestar en un tiempo moderado a todos sus deseos. Innovar, acrecentar el valor que el cliente recibe con el producto o servicio que se le suministra, lo que provocará aumentar el precio de venta. Bajar los costos, inicialmente los asociados a la pésima calidad si para ello fuera necesario modificar los procesos operativos, no se ha de olvidar actualizar el procedimiento correspondiente. Racionalizar la organización, haciéndola más flexible, mejorando los procesos operativos y de gestión; reducir el plazo de entrega o tiempo de ciclo. Optimizar la calidad del servicio o producto si esa es la decisión empresarial para reposicionarlo o acceder a nuevos segmentos de clientes.

Modelos para medir la calidad del servicio

El modelo se origina de los resultados de investigaciones realizadas por Cronin & Taylor (1994) en 8 empresas del sector servicios. La propuesta fue aprobar una

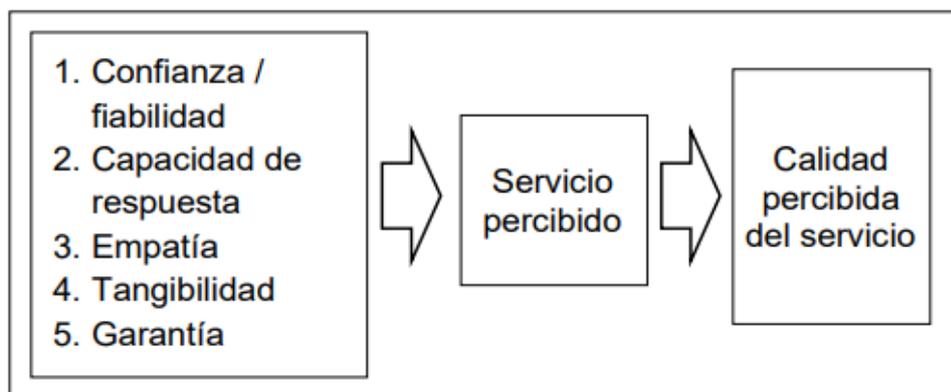
herramienta alternativa para medir la calidad del servicio observada desde el cliente y la consideración de las relaciones entre calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Cronin & Taylor (1994) definen el modelo Servperf al nivel del estado de ánimo de los consumidores que resultan al comparar el rendimiento percibido de un bien o servicio versus expectativas.

Por otro lado, Cronin & Taylor (1994) consideran que el modelo Servqual muestra deficiencias tales como la dificultad para la interpretación que proponen los encuestados y suponen una redundancia dentro de la herramienta de medición, debido que la percepción está influenciada desde la expectativa del cliente con lo cual se crearía un sesgo considerable.

Figura 1

Representación del modelo SERVPERF



Nota: Se visualiza el modelo SERVPERF como herramienta de medición de calidad de servicio que consideran las dimensiones e ítems de SERVQUAL.

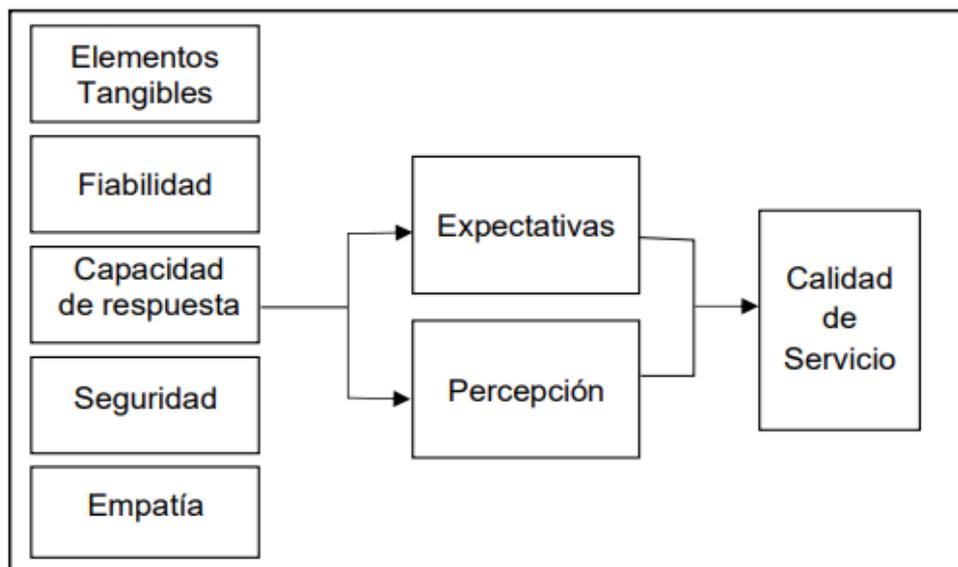
Modelo SERVQUAL (Service Quality)

Para Schiffman & Lazar (2014) esta técnica utilizada en investigaciones de profundidad permite medir la calidad de servicio de las empresas indistinto sea el rubro o servicio que pertenecen, permitiendo conocer las expectativas que los

usuarios tienen y como califican el servicio recibido.

Figura 2

Representación del modelo SERVQUAL



Nota. Se visualiza el modelo SERVQUAL que propone un instrumento de medición para medir la calidad del servicio a partir de las brechas entre las expectativas y percepciones.

Para Israel (2015) el cuestionario SERVQUAL diagnostica los procesos del servicio de la empresa como un objeto de estudio, evalúa las dimensiones que miden la calidad del servicio, diferenciando el servicio esperado entre el servicio recibido se obtendría la actitud del cliente registrado en una evaluación que establece el nivel de satisfacción del cliente.

Israel (2015), manifiesta que el modelo SERVQUAL está comprendido en 2 partes, la primera mide las expectativas de los clientes sobre el servicio prestado en una empresa de un sector en específico y la segunda evalúa la percepción del cliente sobre el servicio prestado de una organización.

Parasuraman et al. (1985) mediante el modelo SERVQUAL presentaron 5 dimensiones que no son directamente observables por el cliente, siendo necesario medir cada una de ellas en diversas preguntas según el grado de acuerdo con desacuerdo que muestran los clientes en función a sus expectativas y percepción.

A continuación, se presentan las dimensiones:

Elementos tangibles, son los aspectos físicos que el cliente percibe como los equipos y materiales que utilizan los trabajadores para atender al cliente, las condiciones de salubridad de las instalaciones, la apariencia física y presentación del personal. Los factores que conforman la dimensión elementos tangibles son:

- Equipos y materiales, considera los equipos móviles que utilizan y le facilitan al personal durante la realización de sus actividades.
- Disponibilidad del personal, muestra la apariencia del personal en la buena presentación que ofrece cuando atiende al cliente.

Confiabilidad, representa la habilidad del trabajador para realizar el servicio con la exactitud que se prometió. Los factores que conforman la dimensión de confiabilidad son:

- Orientación del personal, asegurar el servicio ante cualquier imprevisto por pérdida o robo, evitando la misma ante una situación de monitoreo.
- Entrega de pedido, realizar la entrega del pedido dentro del plazo establecido, entregando en condiciones de salubridad y ante algún problema la empresa se muestre interesado en solucionarlo.

Capacidad de respuesta, Indica la capacidad inmediata para atender a los clientes y abastecer un rápido servicio e implica características de tiempo que se reflejan en los siguientes factores:

- Sinceridad del personal, valor que muestra el trabajo mediante la información acertada que solicita el cliente, en cuanto a precios de los servicios o productos.
- Rapidez de respuesta, involucra el tiempo que toma el trabajador para atender al cliente, procurando mostrar rapidez y eficiente.

Seguridad, habilidad del trabajador para mostrar cortesía durante el tiempo que dura su jornada laboral y la facilidad de comunicarse inspirando confianza al cliente.

- Confianza del personal, modo que muestra el personal para transmitir confianza y amabilidad al cliente.
- Seguridad en los pagos, cuando el cliente siente la seguridad de que las transacciones que realiza son confiables y segura.

Empatía, habilidad tanto cognitiva como emocional del trabajador para ponerse en la situación de la otra persona, teniendo en cuenta:

- Interés en la atención, ofrece una atención personalizada fijando horarios y compromiso para atender su solicitud.
- Atención personalizada, muestra amabilidad al cliente y especifica cada detalle del servicio.

La presente investigación utilizará el modelo SERVQUAL propuesto por Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) para medir la variable Calidad de Servicio, porque evalúa la calidad del servicio a partir de la diferencia entre las expectativas y percepciones del cliente.

2.2.2.2. Estrategias

Paenza (2016) define en su libro que diseñar una estrategia es para enfrentar a sus oponentes, que debería incluir como anticiparse a lo que ellos van hacer, como contrarrestarlos, y cómo hacer para que prevalezca su posición.

Fernández (2012) lo define como la manera en que un negocio u organización, interactúa con su entorno, desplegando los esfuerzos y recursos principales para lograr cumplir cada objetivo.

Trenza (2020), indica que las estrategias financieras son un proceso de planificación que deben seguir las entidades para adquirir los recursos necesarios que subvencionan cada actividad, la cual se realiza con el objetivo de poder lograr sus objetivos planificados.

Según Gaytán (2021) menciona que la estrategia financiera es aquella que se compone de una serie de aspectos clave como son las inversiones, estructura de capital, riesgos financieros, rendimiento económico, la gestión del fondo de maniobra y el manejo del efectivo, todos estos aspectos son fundamental al momento de alcanzar la competitividad y el crecimiento integral de una empresa u organización.

Señala, además, que, en el crecimiento y la inversión, la elección de la mejor alternativa deberá considerar el criterio de incrementar el valor de la empresa, o en otra forma, a la menor reducción del valor vinculado al proceso de desinversión si fuera posible (Gaytán, 2021).

Alva (2018). señala que es la primera pieza de un conjunto de mecanismos que servirá para guiar a las empresas que desean delinear y efectuar una estrategia corporativa, aplicando procesos financieros que permitan cumplir con el objetivo de maximizar el rendimiento en un periodo futuro. Estos procesos deben ser llevados a cabo durante la implementación de la estrategia financiera.

Figura 3*Pirámide de la estrategia financiera*

Nota: Aval (2018).

La estrategia financiera es el elemento fundamental en la aplicación del plan empresarial, el cual integra las decisiones financieras necesarias para lograr un objetivo general, detallando el nivel ideal de inversión y financiamiento.

Asimismo, es el segmento de la política de gestión de empresa que establece las decisiones de inversión y financieras, las circunstancias necesarias para alcanzar el mayor beneficio a los accionistas (Alva, 2018).

De acuerdo a Moreno (2018) la estrategia financiera forma parte de la dirección estratégica de una empresa determinada, cuya tarea es controlar y planificar todo lo referente a los recursos financieros utilizados para las actividades llevadas a cabo y la consecución de los objetivos previamente fijados.

Objetivos de estrategia financiera

Moreno (2018) señala que los objetivos generales de una estrategia financiera consisten en:

- Gestionar de manera eficaz los recursos que utiliza la empresa.
- Realizar sabias inversiones.
- Disponer de los medios para crecer como empresa.
- Seleccionar decisiones adecuadas sobre la manera de financiar las actividades.
- Relacionado al cliente y trabajadores, satisfacer sus necesidades
- Contribuir a los accionistas por el riesgo prestado.

Si bien los objetivos a perseguir son los mismos para todas las empresas, determinar la estrategia financiera es diferente. En este aspecto, existen estrategias de largo y corto plazo, cuyas bases varían en función de las inversiones, el financiamiento y la liquidez.

A largo plazo: la estrategia financiera para el largo plazo abarca los siguientes condicionantes:

- Sobre la inversión: también denominado capital de una empresa, es el soporte financiero, por lo que las estrategias de largo plazo lo consideran desde el punto de vista para el cual se destina la inversión: ya sea para crecer como empresa o terminar la inversión.
- Sobre la estructura financiera: esta determina el riesgo financiero bajo o alto de una empresa, utilizando el financiamiento de deuda más cómodo y eximiéndolo del impuesto sobre la renta. El camino a seguir para lo que es una estrategia financiera es de lograr el mejor retorno de la inversión, ya sea contable o de flujo de caja.
- Sobre la retención y/o reparto de utilidades: se determina la posibilidad de obtener créditos a largo periodo para el financiamiento de las inversiones nuevas; asimismo, lograr una mejor retribución en una

alternativa de inversión.

A corto plazo: esta clase de estrategias se emplean en aquellas empresas pequeñas y abarca los siguientes aspectos:

Sobre el capital de trabajo: existen tres estrategias básicas sobre el capital: agresiva, conservadora e intermedia.

- La primera consiste en que todos los activos corrientes son financiados con pasivos corrientes, conservando el capital de trabajo neto relativamente pequeño.
- La segunda consiste en que la conservación de los activos corrientes es financiada con pasivos corrientes y no corrientes, pero se financian a un costo alto emanado de la presencia de fuentes de financiación fijas.
- Finalmente, la intermedia busca un equilibrio que respalde el funcionamiento habitual de la empresa con índices de liquidez tolerables, excluyendo costos de financiación exageradamente altos.

Sobre el financiamiento corriente: se compone de fuentes abiertas tales como cuentas por pagar, sueldos, salarios, impuestos y otras retenciones emanadas de las actividades normales de la empresa.

Sobre la gestión del efectivo: las actividades básicas respecto al efectivo consisten en: minimizar el inventario tanto sea posible, agilizar el cobro sin utilizar técnicas muy condicionales para evitar la pérdida de futuras ventas, y retrasar los pagos, sin perjudicar el perfil crediticio de la organización.

Importancia de la estrategia financiera

Trenza (2020) hace mención sobre la importancia de formular estrategias financieras, puesto que permite lograr los objetivos de la entidad, además que permite la buena toma de decisiones, cuidar los recursos de manera eficiente; así como ejecutar un control estable sobre los resultados alcanzados.

Según Zanatta (2018) señala que la importancia de una buena estrategia financiera se basa en lograr una empresa sana, que brinde frutos y un crecimiento ecuánime y razonable con el tiempo. Pese a ello, son diversas las empresas, bien grandes o pequeñas, que no tienen definida ninguna clase de estrategia financiera, o de lo contrario, no la ejecutan de la forma correcta.

Específicamente, la estrategia financiera de una empresa debe formar un modelo decisivo sobre información colectada, establecer objetivos y políticas claras, diseñar planes de acción y de evaluación, y emplear los recursos de financiamiento existentes para el logro de las metas definidas, para así alcanzar el éxito esperado. (Zanatta, 2018)

Rodríguez (2021) señala que una de las principales razones de contar con una buena estrategia de financiamiento es que las empresas tienen la posibilidad de mantener restablecida su infraestructura, algo determinante para mantener la competitividad y adaptarse a los requerimientos del mercado.

Asimismo, el correcto diseño y aplicación de una estrategia financiera a corto, mediano y largo plazo, es importante para obtener un crecimiento sostenido y anticiparse de distintos escenarios y lograr que la empresa crezca sostenidamente.

Beneficios de la estrategia financiera

Trenza (2020) señala los beneficios de realizar buenas estrategias financieras en una organización:

- **Liquidez:** Si se tienen proyectados los ingresos y gastos entonces se podrán controlar los cobros y pagos.
- **Planificación y objetivos:** los objetivos planificados se podrán obtener en un mes, un trimestre, o en un año.
- **Rentabilidad:** Se conocerá el monto del dinero que se está ganando y además permite conocer si se está cumpliendo con los objetivos.
- **Crecimiento controlado** que no depende de factores externos.
- **Tranquilidad,** que te hará sentir más relajado y disfrutar el tiempo en familia.

Figura 4

Estrategia financiera



Nota. Trenza (2020).

Según Ruiz (2020) señala que, al disponer de una estrategia financiera, se pueden alcanzar diversos beneficios como, por ejemplo:

- **Planificación de objetivos:** consiste en dar claridad total a los objetivos a corto, mediano y largo plazo, buscando administrar de manera eficiente los activos de la empresa.
- **Liquidez:** disponer de los medios para el crecimiento de la empresa, hallar las fuentes de ingreso y/o financiamiento adecuadas para el logro

de objetivos.

- Crecimiento: realizar inversiones sabias, toma de decisiones de inversión o diversificación.
- Estabilidad: lograr satisfacer las necesidades de los grupos interesados como trabajadores, clientes, proveedor, entidades, comunidad, Estado, accionistas, entre otros.
- Rentabilidad: contribuir a los accionistas por los fondos aportados, entregando un retorno deseado.
- Tranquilidad: al cumplir con los objetivos y resultados previsibles, se obtiene una tranquilidad en la empresa.

Bases de una estrategia financiera

Ruiz (2020) señala que, para llevar a cabo una estrategia financiera, se debe efectuar las siguientes etapas:

- a) Definir el perfil de riesgo de la empresa. Para ello se debe tomar en cuenta lo siguiente:
 - Los recursos actuales de la empresa y las limitaciones en su caso.
 - Índice de liquidez y solvencia
 - Previsiones de flujo de efectivo
 - Rendimiento del capital invertido
 - Apalancamiento corporativo o índice de apalancamiento
 - Riesgo de cobro de préstamos emitido
- b) Establecer el periodo de cada estrategia. Es vital saber que la estrategia financiera no es una, sino que pueden ser muchas, y estribará si son de corto plazo, (1 año), mediano (3-5 años), o de largo plazo (mayor de 5 años).
- c) Medir cada paso de los objetivos plasmados en la estrategia. Para ello, se puede considerar los siguientes medidores:
 - Medidores claves de desempeño (KPI's): solvencia, rentabilidad, y

ciclo de conversión de efectivo.

- Seguimiento a las mejoras de los KPI's, y análisis expeditivo sobre los predictivos que conforman los resultados.

Planificación financiera

Cevallos et al. (2020) Refieren que la planificación financiera como estrategia financiera empresarial apunta a la visión de la alta dirección respecto del paradigma empresarial que se aspira.

Esto conlleva a que, el pensamiento de los miembros de una empresa específica, a pesar de su complejidad, esté unificado en una forma de ser y de pensar, que llevará a la misma a alcanzar los objetivos estratégicos planteados.

Estos objetivos estratégicos, convertidos en la misión, se constituyen en la razón de ser de la organización; no desaparecen en el tiempo, pero si requieren revisión y actualización con periodicidad, adaptándose a los cambios y al devenir de las nuevas realidades.

Por otro lado, Valle (2020) señala que la planificación financiera es uno de los principales factores para alcanzar la óptima gestión de los recursos financieros, lo que permite establecer diferentes estrategias para alcanzar los objetivos y controlar los recursos necesarios para alcanzar las metas establecidas.

El objetivo principal de la planificación financiera es aumentar el capital de los socios o propietarios de fuentes de riqueza.

Es esta razón que las empresas, encaminadas a sus motivos empresariales, elaboran recurrentemente estrategias que permitan garantizar la sustentabilidad de su negocio, incrementando sus utilidades y de esta manera, el bienestar personal y de los diversos grupos de interés.

La planificación financiera juega un papel importante en el crecimiento y desarrollo de una unidad económica no solamente porque anticipa los acontecimientos y prevé lo que se debe preparar a largo plazo, sino que, además, coadyuva a aplicar oportunamente medidas o mecanismos para mejorar errores de gestión.

Modificar los posibles extravíos para que se correspondan plenamente con los objetivos plasmados al principio de cada ejercicio económico (Valle, 2020).

Fases de la planificación financiera

Aragón (2021) manifiesta que el objetivo central de la planificación financiera es que toda organización se encuentre preparada para pronosticar lo que le depara el futuro.

En ese sentido, todo proceso de planificación debe incorporar las siguientes fases básicas:

- Análisis de la situación financiera de la empresa. Los directivos de la empresa deben tener siempre información actualizada y detallada sobre las finanzas de la misma.
- Para ello se realiza a través de estados financieros: Estado de Situación Financiera, Estado de resultados, Estado de cambios en el patrimonio neto, flujo de caja y memoria.
- Cumplir con los objetivos empresariales. Después de analizar y conocer la posición financiera, es preciso establecer objetivos del negocio, los cuales se deben concretar de acuerdo al plazo en el que se espera alcanzarlas: a corto (un año o menos), a mediano (de dos a cinco años), y largo plazo (más de cinco años).
- Definición de la estrategia a aplicar. Una vez decididos los objetivos y considerando la situación financiera, se debe especificar la forma de alcanzarlos (estrategia), qué medidas serán necesarias implementar.
- Evaluación de resultados. La planificación financiera finaliza con una evaluación o control de lo que se ha logrado en el transcurso del plan: su propósito es averiguar si lo planificado ayudó a lograr los objetivos, en

qué medida se lograron y qué falló o ha faltado para lograr dichos objetivos.

Esta información es la base para la elaboración del siguiente plan.

Figura 5

Proceso de planificación financiera



Nota. ASBA Seguros y Fianzas

En base a lo mencionado, para que una planificación financiera sea exitosa hay varios aspectos que deben tenerse en cuenta. El primero, que un plan financiero no es algo inmutable, sino que debe revisarse periódicamente. La clave de la planificación financiera es crear un fondo de emergencia. Se recomienda que este fondo esté dotado con al menos el equivalente a un semestre de ingresos. De forma que si surge un imprevisto (una inversión urgente no prevista, una indemnización por despido de un trabajador, un cierre temporal debido a fuerza mayor, etc.) la empresa pueda seguir operando. Este fondo de reserva debe ser líquido, es decir, el dinero debe estar disponible de manera inmediata en caso de que la compañía lo necesite. En tal sentido, la planificación financiera de una empresa debe ser realizada por un profesional cualificado. (Huamanchumo Viluco & Pasache Morales, 2022)

2.2.2.3. Resultados comerciales

No existe duda que una organización o emprendimiento independiente de su tamaño, actividad o mercado, subsiste y crece gracias a los resultados comerciales. Los resultados comerciales no son más que el logro de la satisfacción y complacencia de los clientes mediante la venta y utilización de nuestros productos

o servicios. Cuando una organización o emprendimiento no está alcanzando los resultados comerciales suficientes, el crecimiento y subsistencia se encuentra en riesgo. Ahora bien, si los resultados comerciales son tan importantes en una organización o emprendimiento, como se pueden alcanzar dichos resultados comerciales. En esta publicación te compartimos 4 claves para mejorar tus resultados comerciales. (Asprilla, 2018)

Como mejorar los resultados comerciales

A. Generación de valor

El primer componente clave para el éxito comercial en cualquier organización es la generación de valor. Entendamos por valor aquellos beneficios que ofreces y otorgas a los clientes, mediante tus productos o servicios, y por los cuales te eligen o deberían elegirte. Toda organización o emprendimiento debe tener una valiosa propuesta de valor, pero sobre todo mejorar esta permanentemente mediante la innovación, con motivo de cambios en la necesidades y deseos del mercado, así como nuevas exigencias competitivas. Ver formas de innovar. Actualmente no basta con tener una propuesta de valor, es necesario tener una propuesta de valor diferenciada o especial, de esta manera tus clientes podrán percibir mayor beneficio en lo que ofreces. Sin una propuesta de valor clara y diferenciada, difícilmente se podrán alcanzar mejores resultados comerciales, por tanto día a día trabaja en tu propuesta de valor, aunque sea encárgate de cumplirla. (Asprilla, 2018) ¿Cuál es tu propuesta de valor? ¿Cómo funciona tu propuesta de valor? ¿Cómo se diferencia tu propuesta de valor de las propuestas de la competencia? ¿Estas cumpliendo tu propuesta de valor?

B. Marketing.

La segunda clave para el éxito en tus resultados comerciales es la realización de marketing, esto son actividades para la identificación, divulgación, atracción y disposición de tu propuesta de valor, productos y servicios en el público o mercado objetivo. De este tipo de esfuerzo deben surgir o se espera surjan oportunidades comerciales, leads, prospectos o clientes potenciales que entiendan, aprecien y se interesen en la oferta de valor de una organización. ¿Qué estas realizando para dar

a conocer tu propuesta de valor? ¿Está tu público conociendo y entendiendo tu propuesta de valor? ¿Si logran tus actividades de comunicación atraer público a tu propuesta de valor? (Asprilla, 2018)

C. Ventas

Las ventas, corresponden a transacciones, cierre de negocios o acuerdo de intercambio con los clientes, con el fin de alcanzar el mutuo beneficio. Muchas organizaciones y emprendimiento centran su búsqueda de resultados comerciales en esta tercera clave, desconsiderando que los resultados exigen de manera previa una gran oferta de valor y una adecuada comunicación de la misma. Es decir para lograr vender debes contar con una atractiva propuesta y lograr dar a conocer esta en tu público objetivo. Una vez dispongas de dichos elementos el trabajo de tu equipo debe centrarse en lograr que los clientes pasen a la acción y reciban la propuesta por el valor de intercambio o precio que tengas dispuesto para ello. ¿Están pasando tus clientes a la acción? ¿Tus clientes reciben la propuesta por el valor de intercambio o precio dispuesto? ¿Qué estás haciendo para lograr que tus clientes pasen a la acción? (Asprilla, 2018)

D. Servicio

La consolidación de nuestros resultados comerciales exige el desarrollo de clientes leales, para esto es importante el desarrollo de gratificantes experiencias de relación, motivo por el cual actualmente es obligatorio el desarrollo de valiosos esfuerzos de atención y fidelización que permitan consolidar y mantener una cartera adecuada de clientes. ¿Es gratificante para el cliente la relación con tu marca, empresa o propuestas de valor? ¿Que estás haciendo para generar gratificantes experiencia de relación con tus clientes? (Asprilla, 2018)

Día tras día cada organización debe trabajar en las anteriores claves de esta manera podrás obtener y mejorar los resultados comerciales. Analiza que acciones están tomando en cada variable, que ha funcionado, que no ha funcionado y encontraras una valiosa explicación de tus resultados comerciales, pero principalmente podrás identificar acciones a desarrollar para la mejora de los mismos. (Asprilla, 2018)

Mejora los resultados comerciales de forma eficiente

Mejorar las ventas y los resultados comerciales se convierte en un objetivo clave para cualquier empresa. Sin embargo, muchos empresarios y directores comerciales pueden sentirse abrumados al momento de identificar por dónde comenzar. Afortunadamente, existe una ruta clara que permite alcanzar una mejora eficiente en los resultados comerciales. En esta ruta, el primer paso consiste en examinar detalladamente el ciclo comercial actual y determinar las áreas que presentan las mayores oportunidades de mejora y beneficios comerciales. No obstante, incluso en ausencia de datos que señalen por dónde iniciar, siempre es posible comenzar por mejorar la tasa de conversión de ventas. La razón detrás de esta estrategia es simple: mejorar la tasa de conversión de potenciales clientes a ventas representa una forma eficiente de incrementar los ingresos sin necesidad de invertir en el aumento del número de prospectos o en un equipo de ventas más grande. En consecuencia, esto impacta directamente los márgenes y la rentabilidad de la empresa. Para iniciar el proceso de optimización de la conversión a ventas actual, resulta fundamental contar con un sistema de gestión de clientes (CRM, por sus siglas en inglés) que organice y estructure el trabajo comercial, así como proporcione los datos necesarios para comprender el funcionamiento del proceso. La implementación adecuada de un sistema CRM nos permitirá establecer un proceso de ventas productivo y eficiente, con capacidad de escalabilidad. Posteriormente, con la información obtenida a través del sistema CRM, será posible identificar oportunidades en el proceso y aplicar mejoras y estrategias para escalar la gestión de manera eficiente, lo cual tendrá un impacto exponencial en los resultados comerciales. En resumen, mejorar la conversión a ventas y adoptar un sistema de gestión de clientes son los dos aspectos clave para lograr una mejora eficiente en los resultados comerciales y la rentabilidad del negocio. (Quintero la cruz, 2023)

Seguimiento de resultados comerciales

Una de las principales barreras que enfrentan los equipos comerciales es la falta de un seguimiento adecuado por parte de los líderes comerciales. Esto no implica crear un ambiente comercial frío y calculador, sino más bien implica tener empatía hacia

los miembros del equipo y comprender el negocio en su totalidad. En cualquier proceso comercial, la evaluación de los resultados es crucial para determinar si el plan comercial, las estrategias y las tácticas están funcionando según lo esperado. El equipo comercial desempeña un papel fundamental en la sustentabilidad de una empresa o negocio, ya que se encarga de motivar y mantener la demanda del producto o servicio ofrecido. Cuando hablamos del equipo comercial, nos referimos a los líderes comerciales y a los recursos tangibles e intangibles que utilizan para atraer, retener, fidelizar y deleitar a sus clientes. (Guevara, 2022)

Métricas que esclarecen el panorama comercial

La captación de nuevos clientes es una tarea que recae en el experto del equipo comercial, quien se encarga de atraer a nuevos clientes hacia el negocio. Para calcular esta métrica, se puede aplicar la conocida fórmula del CCC (Costo de Captación de Clientes), la cual consiste en dividir el total del costo de ventas entre la cantidad de nuevos clientes adquiridos durante un período específico.

Por otro lado, el nivel de retención de clientes está directamente relacionado con la experiencia que ofrece la empresa a sus clientes. Esta métrica indica la capacidad del equipo comercial para mantener a los clientes existentes y evitar que se vayan. (Guevara, 2022)

Para ello aplicamos la siguiente fórmula: cantidad de clientes al final del período menos la cantidad de clientes nuevos adquiridos durante el periodo, esta diferencia dividida por la cantidad de clientes al inicio del período multiplicado por cien.

- Los resultados comerciales por vendedor se refieren a la productividad individual de cada miembro del equipo comercial. Existen diferentes metodologías que se pueden aplicar en esta área, dependiendo de la naturaleza del negocio y las competencias deseadas en el equipo. (Guevara, 2022)
- La velocidad de respuesta es un factor crucial en la generación de ventas

en la actualidad. El tiempo de respuesta se ha vuelto cada vez más importante y los clientes lo demandan, especialmente en épocas de pandemia. Se sabe que la mayoría de nuestros clientes esperan recibir una respuesta a sus consultas sobre un producto o servicio en menos de cinco minutos. (Guevara, 2022)

Para lograrlo aplicamos la siguiente fórmula: sumatoria del tiempo que le lleva a tu equipo enviar una primera respuesta y divídelo por la cantidad de solicitudes de clientes que obtuvieron una primera respuesta.

- El seguimiento al día implica que el agente comercial mantenga un seguimiento constante con un lead desde el primer contacto hasta el cierre de la venta en un tiempo mínimo. Esto demuestra la empatía del equipo comercial hacia los intereses de los clientes y de la empresa. (Guevara, 2022)
- La actitud comercial es de suma importancia para mantener un ambiente motivador que todo equipo necesita para transmitir esa misma energía a sus potenciales clientes. En este aspecto, se pueden realizar actividades cualitativas y exploratorias que involucren el uso de preguntas abiertas, observación y una interpretación hábil de la dinámica empresarial. Estos elementos serán fundamentales para el éxito en esta métrica. (Guevara, 2022)

2.3. Marco conceptual

Régimen tributario

Se refiere al conjunto de leyes, normas y regulaciones que establecen los impuestos y obligaciones fiscales que deben cumplir las personas y empresas en un determinado país o jurisdicción. Este régimen determina cómo se calculan, declaran y pagan los impuestos. (Gob.pe, 2022)

Carga tributario

Es la suma total de impuestos que una persona o entidad está obligada a pagar al gobierno. Incluye impuestos sobre la renta, impuestos al consumo, impuestos sobre

la propiedad, entre otros. La carga tributaria puede ser expresada como un porcentaje del ingreso o valor de las transacciones. (Rinaldi, 2016)

Régimen laboral especial

Hace referencia a un conjunto de leyes y regulaciones específicas que se aplican a ciertos grupos de trabajadores o sectores de la economía. Estos regímenes pueden otorgar beneficios o condiciones laborales diferentes a las establecidas en el régimen laboral general (Chanamé, 2021)

Formalización

Es el proceso mediante el cual una empresa o trabajador independiente cumple con los requisitos legales y administrativos para operar legalmente. Esto implica registrarse ante las autoridades correspondientes, obtener licencias y permisos, cumplir con las obligaciones fiscales y laborales, entre otros. (Totonell, 2018)

Competitividad

Es la capacidad de una empresa, industria o país para competir con éxito en un mercado determinado. Se refiere a la habilidad para ofrecer productos o servicios de calidad, a precios competitivos y de manera eficiente, adaptándose a las demandas del mercado y aprovechando las ventajas comparativas. (Ferraz, Kupfer, & Haguenaer, 1996)

Mypes

Es el acrónimo de "Micro, pequeñas y medianas empresas". Se refiere a empresas de menor tamaño en términos de número de empleados, facturación y activos. Las Mypes desempeñan un papel importante en la economía, contribuyendo al empleo, la generación de ingresos y el desarrollo local. (Rosel, 2011)

Calidad del servicio

Es el grado en que un servicio cumple o supera las expectativas y necesidades del cliente. Se refiere a la excelencia en la entrega del servicio, incluyendo aspectos como la atención al cliente, la eficiencia, la confiabilidad, la personalización y la

satisfacción del cliente. (Paz, Harris, & García, 2015)

Estrategias

Son planes de acción diseñados para alcanzar objetivos o metas específicas. En el contexto empresarial, las estrategias se refieren a las acciones y decisiones tomadas para lograr una ventaja competitiva, mejorar el rendimiento y alcanzar los resultados deseados (Sierra, 2013)

Resultados comerciales

Son los logros o beneficios obtenidos por una empresa en términos de ventas, ingresos, rentabilidad y cuota de mercado. Los resultados comerciales reflejan el desempeño y el éxito de una empresa en su actividad comercial y su capacidad para generar valor económico.

CAPÍTULO III

Metodología

3.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación que se aplicó en este trabajo es básica también llamada investigación pura porque se relacionará al objetivo de incrementar los conocimientos del tema tratado.

3.2. Diseño de investigación

El presente estudio se considerará como una investigación no experimental descriptiva, correlacional, dada la naturaleza de las variables materia del presente trabajo de investigación.

3.3. Población y muestra

Población

La población estuvo compuesta por 20 Hospedajes de la ciudad de Tacna, periodos 2023, Un aspecto importante, es definir con claridad y de modo específico la población objeto de estudio. Para ello se debe tener determinadas las características de los elementos que posibiliten identificar la pertenencia o no de la población objetivo. Hernández (2010).

Table 2*Población*

No.	EMPRESA	RUC	DIRECCION
1	Sumaq Hotel Tacna S.A.C.	20601913446	Mz. C Lote 4 Urb. Viacava
2	Hostal Los Olivos SAC	20519828279	Av. Jorge Basadre N° 21 Urb. Viña
3	Hotel avenida Tacna	20603682808	Av. Bolognesi 699
4	Bth Rebel Tacna SAC	20601769949	Av. Jorge Basadre Grohmann Nro. 1286
5	Royal Inn Hotel SRL	20448661459	Jr. San Román Nro. 158
6	Hostal Encantos Tacna SAC	20605094130	Mz. a Lote 18 A.V. Eduardo Pérez Gamboa
7	Hospedaje Nuevo Paraiso SRL	20532665923	Av. Pinto N° 1130
8	Hostal B&B SAC	20604392021	Calle Junín Nro. 36
9	Hospedaje Roma	10403643535	Quinta Harrison, Cnel. Vidal 65
10	Gran hotel Central SAC	20119206325	AV. SAN MARTIN NRO. 561 CERCADO (CERCADO)
11	Hotel Fontes SAC	20142378443	Av. San Martin N° 957
12	Hotel Premier SA	20119403236	Av. Bolognesi N° 804
13	Hostal Silpay EIRL	20601028566	Mz. B Lote 4 Urb. SilPay
14	Dorado Hotel Boutique SAC.	20449451261	Cal. Arias y Araguez Nro. 151
15	Hotel Frontera SAC	20532819076	Calle Gral. Suarez N° 294
16	La Posada De Tacna	20532892580	Av. Bolognesi N° 629
17	Hostal El Portal SAC	20533080236	Sub Lote N° G Sector Santa Rita – Calana.
18	Hotel Monte real SRL	20533172602	Asoc.Comer. Sudamericano Mz. E Lote 12.
19	Hotel Copacabana SAC	20119223173	Cal. Arias y Araguez Nro. 370 AV. BOLOGNESI NRO. 222 (AMEDIA
20	Munayki Hotel SAC	20601730066	CDRA DE LA GENOVESA. MAS ABAJO)

Nota: Elaboración Propia

Muestra

Como muestra se considerará el 100% de la población por ser pequeña.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas

Encuesta

El presente trabajo de investigación utilizó la técnica de la encuesta dirigida a los dueños de los hospedajes de la ciudad de Tacna, quienes proporcionarán datos sobre la variable independiente: Beneficios del Régimen Tributario y variable dependiente: Competitividad de las Mypes.

3.4.2. Instrumentos

Cuestionario

Se aplicó un cuestionario dirigido a los dueños de los hospedajes de la ciudad de Tacna, para evaluar la variable independiente: Beneficios del Régimen Tributario y variable dependiente: Competitividad de las Mypes.

3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

El procesamiento de datos fue de forma automatizada con la utilización de medios informáticos. Para ello, se utilizarán:

El soporte informático SPSS 26. Para Windows paquete con recursos para el análisis descriptivo de las variables y para el cálculo de medidas inferenciales; Microsoft Office Excel 2019, aplicación de Microsoft Office, que se caracteriza por sus potentes recursos gráficos y funciones específicas que facilitarán el ordenamiento de datos.

En lo que respecta a Microsoft Office Excel 2019:

Registro de información sobre la base de los formatos aplicados. Este procedimiento permitió configurar la matriz de sistematización de datos que se adjuntará al informe.

- Elaboración de tablas de frecuencia absoluta y porcentual, gracias a que Excel cuenta con funciones para el conteo sistemáticos de datos estableciéndose para ello criterios predeterminados.
- Elaboración de figuras que acompañarán los cuadros que se elaborarán para describir las variables. Estas figuras permitirán visualizar la distribución de los datos en las categorías que son objeto de análisis.

Las tablas y Figuras elaborados en Excel, fueron trasladados a Word, para su ordenamiento y presentación final.

CAPÍTULO IV

Presentación y análisis de los resultados

4.1. Presentación de resultados por variables

Luego de la aplicación de los instrumentos que nos permitió medir los beneficios del régimen tributario y su relación con la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna; procedemos a presentar las tablas y figuras que muestran los resultados de los niveles alcanzados por los dueños de los hospedajes, antes y después de la aplicación del cuestionario en relación a las variables de la presente investigación.

4.1.1. Fiabilidad del Instrumento a través del alfa de Cronbach

Tabla 2

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	20	100.0

Nota. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 3*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.991	30

Nota. Mientras & más se acerque a la unidad (1) es más confiable.

4.2. RESULTADOS

4.2.1. Variable Independiente: Beneficios del Régimen Tributario

4.2.1.1. Carga tributaria

Tabla 4

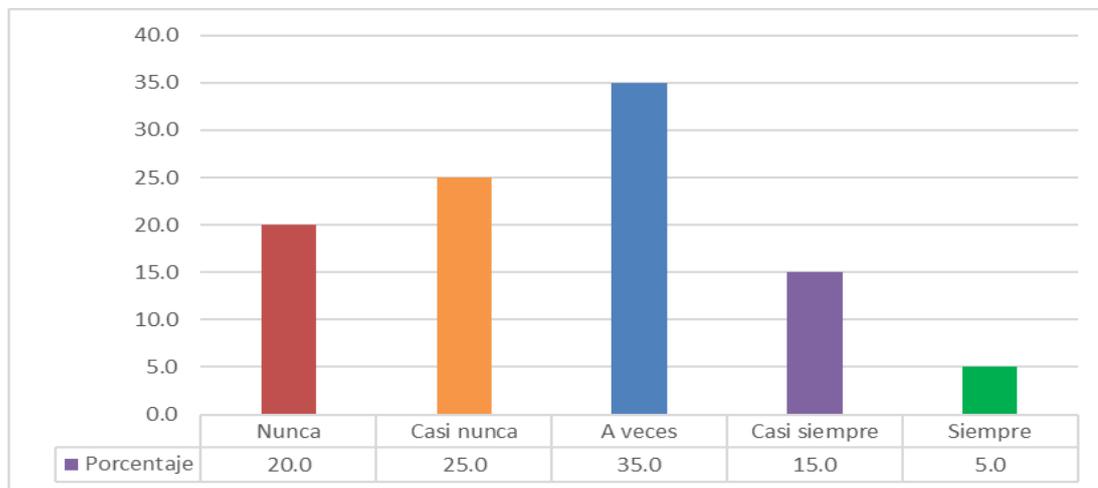
Considera que la empresa tiene cierta presión tributaria.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	20.0
Casi nunca	5	25.0
A veces	7	35.0
Casi siempre	3	15.0
Siempre	1	5.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 6

Considera que la empresa tiene cierta presión tributaria.



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se considera que la empresa tiene cierta presión tributaria. El 35.00% indicó que a veces, el 25.00% contestó que casi nunca, el 20.00% señaló que nunca, el 15.00% indicó casi siempre y el 5.0% manifestó siempre. Se ha llegado a la conclusión de que a veces las empresas tienen cierta presión tributaria.

Tabla 5

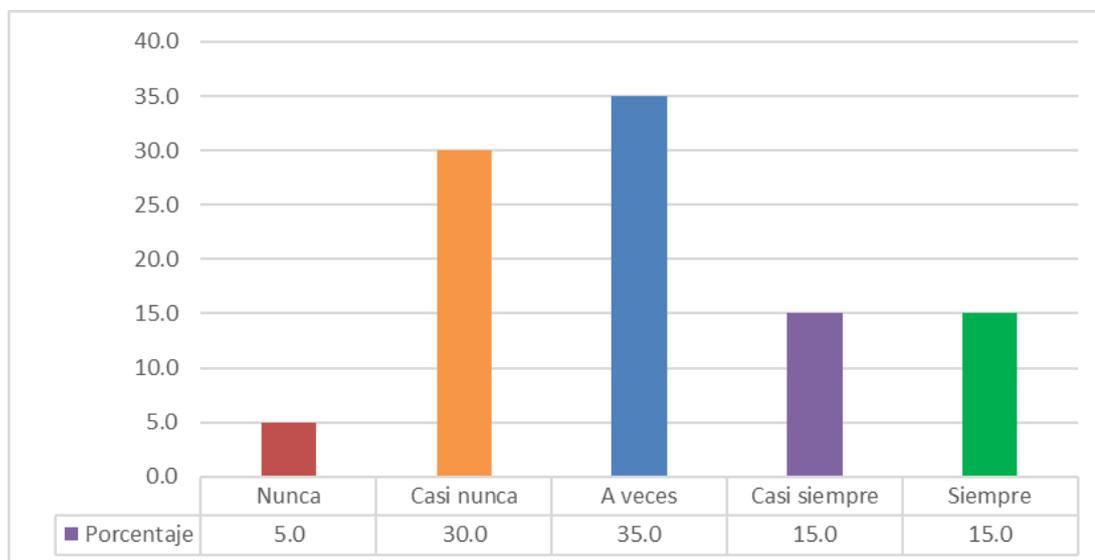
Se cuenta con los ingresos necesarios para el cumplimiento de obligaciones

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	5.0
Casi nunca	6	30.0
A veces	7	35.0
Casi siempre	3	15.0
Siempre	3	15.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 7

Se cuenta con los ingresos necesarios para el cumplimiento de obligaciones



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se cuenta con los ingresos necesarios para el cumplimiento de obligaciones. El 35.00% indicó que a veces, el 30.00% contestó que casi nunca, el 15.00% señaló que casi siempre e siempre y el 5.00% indico nunca. Se ha llegado a la conclusión de las empresas a veces cuentan con los ingresos necesarios para el cumplimiento de sus obligaciones.

Tabla 6

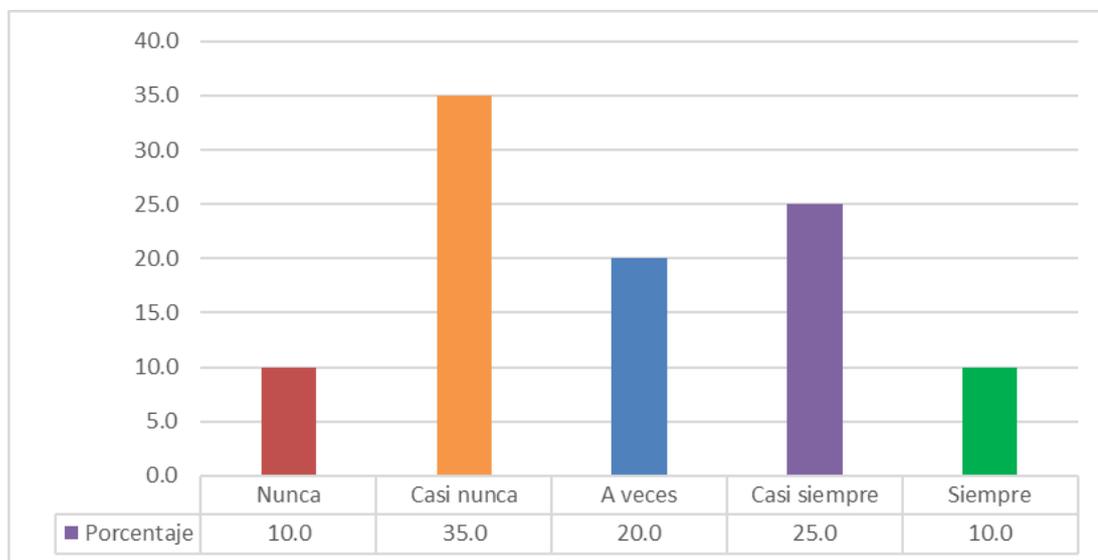
Se socializa con los trabajadores los beneficios que otorga el estado.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	10.0
Casi nunca	7	35.0
A veces	4	20.0
Casi siempre	5	25.0
Siempre	2	10.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 8

Se socializa con los trabajadores los beneficios que otorga el estado.



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se socializa con los trabajadores los beneficios que otorga el estado. El 35.00% indicó que casi nunca, el 25.00% contestó que casi siempre, el 20.00% señaló que a veces, y el 10.00% manifestó que siempre e nunca. Se ha llegado a la conclusión de que casi nunca se socializa con los trabajadores sobre los beneficios que otorga el estado.

Tabla 7

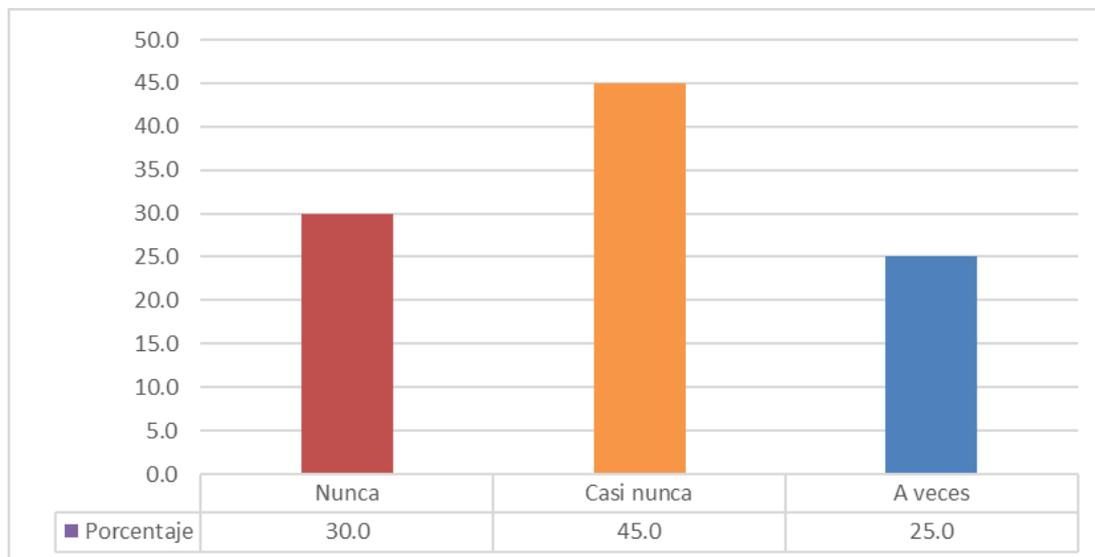
Se cumple con llevar los libros contables de acuerdo a normatividad.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	30.0
Casi nunca	9	45.0
A veces	5	25.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 9

Se cumple con llevar los libros contables de acuerdo a normatividad.



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se cumple con llevar los libros contables de acuerdo a normatividad. El 45.00% indicó casi nunca, el 30.00% contestó que nunca y el 25.00% contestó a veces. Se ha llegado a la conclusión de que no se cumple con llevar los libros contables de acuerdo a la normatividad.

Tabla 8

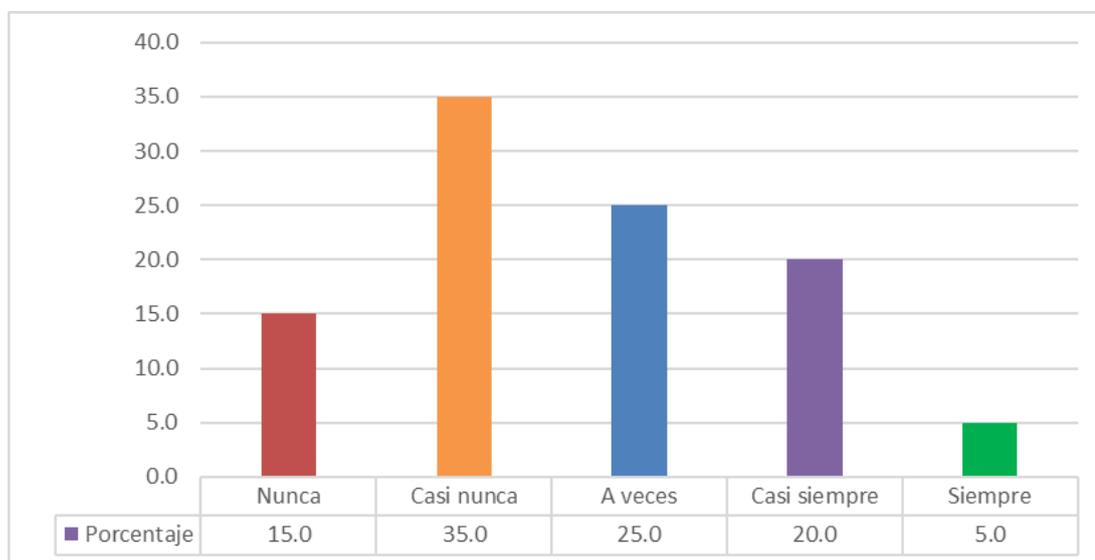
Cumple con presentar las declaraciones juradas de manera oportuna

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	15.0
Casi nunca	7	35.0
A veces	5	25.0
Casi siempre	4	20.0
Siempre	1	5.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 10

Cumple con presentar las declaraciones juradas de manera oportuna



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se cumple con presentar las declaraciones juradas de manera oportuna. El 35.00% indicó que casi nunca, el 25.00% contestó que a veces, el 20.00% señaló que casi siempre, el 15.00% señaló nunca y el 5.00% indicó siempre. Se ha llegado a la conclusión de que casi nunca se cumple con presentar las declaraciones juradas de manera oportuna.

4.2.1.2. Régimen laboral especial

Tabla 9

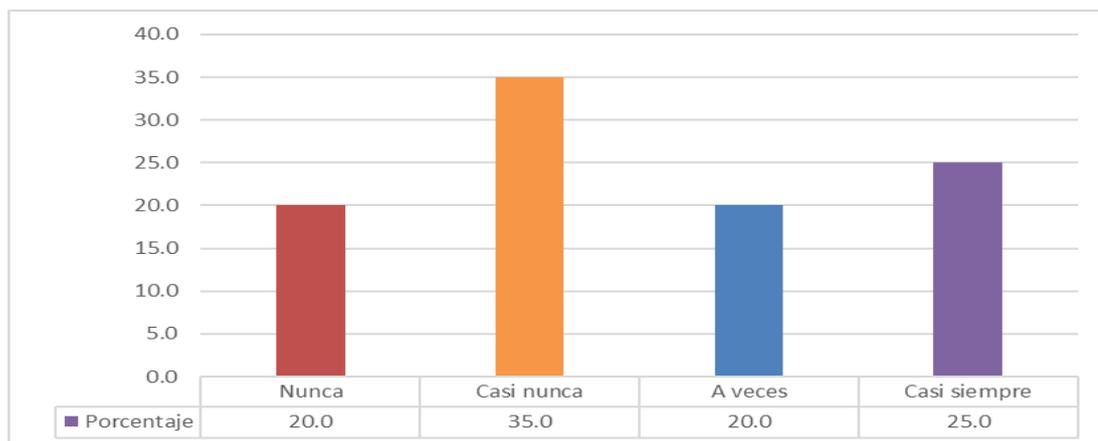
Se tiene conocimiento de la ley de promoción y formalización de micro y pequeñas empresas.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	20.0
Casi nunca	7	35.0
A veces	4	20.0
Casi siempre	5	25.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 11

Se tiene conocimiento de la ley de promoción y formalización de micro y pequeñas empresas.



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se tiene conocimiento de la ley de promoción y formalización de micro y pequeñas empresas. El 35.00% indicó que casi nunca, el 25.00% contestó que casi siempre y el 20.00% señaló que nunca e a veces. Se ha llegado a la conclusión de que casi nunca se tiene conocimiento de la ley de promoción y formalización de micro y pequeñas empresas.

Tabla 10

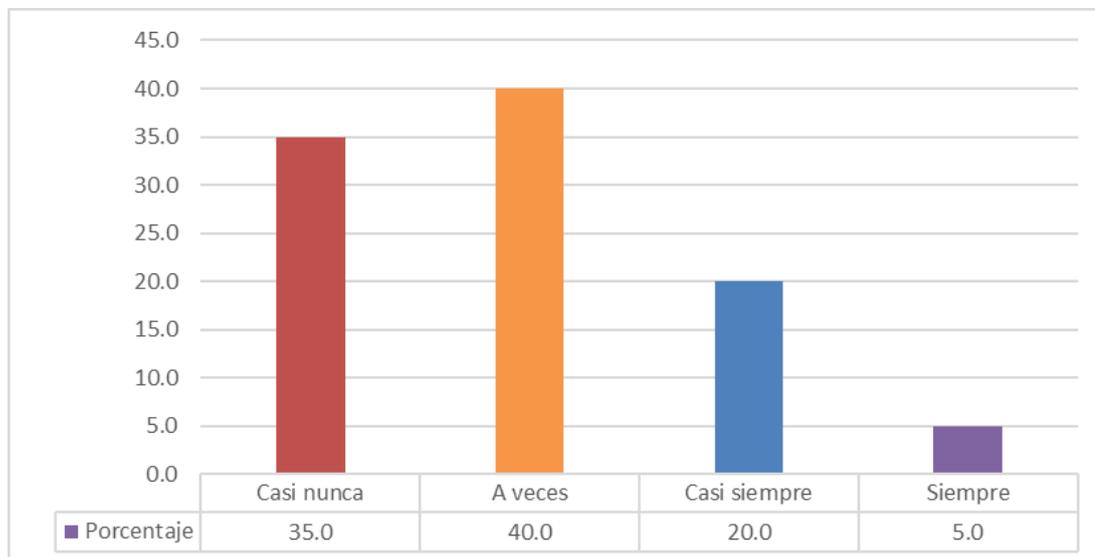
El régimen contributivo permite disfrutar de la seguridad social y pensiones.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	7	35.0
A veces	8	40.0
Casi siempre	4	20.0
Siempre	1	5.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 12

El régimen contributivo permite disfrutar de la seguridad social y pensiones.



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si el régimen contributivo permite disfrutar de la seguridad social y pensiones. El 40.00% indicó que a veces, el 35.00% contestó que casi nunca, el 20.00% manifestó casi siempre y el 5.00% señaló que siempre. Luego de un análisis detallado, se ha llegado a la conclusión de que a veces el régimen contributivo permite disfrutar de la seguridad social y pensiones.

Tabla 11

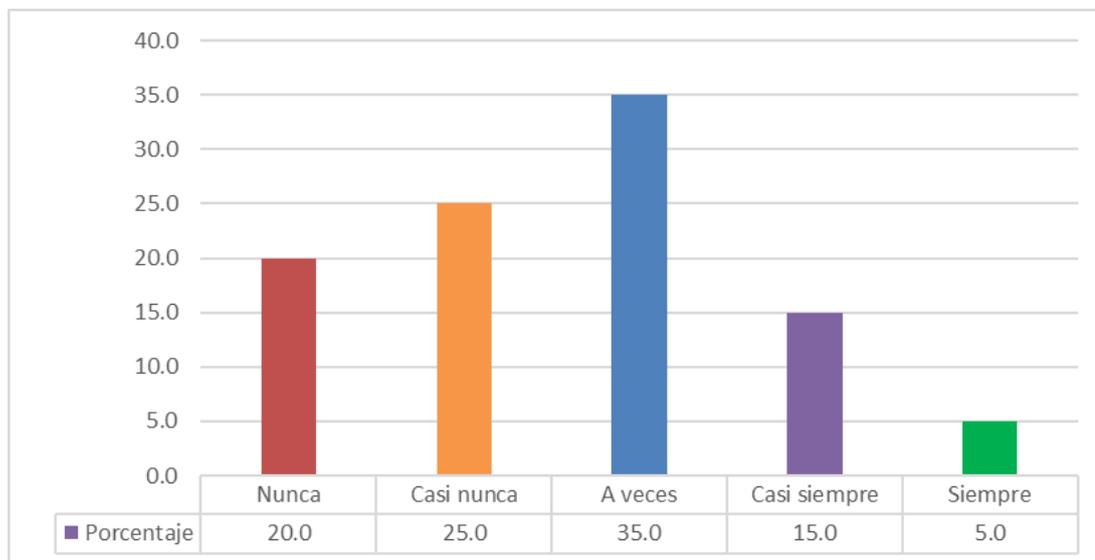
En el régimen se incluye las exigencias previstas en la ley

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	20.0
Casi nunca	5	25.0
A veces	7	35.0
Casi siempre	3	15.0
Siempre	1	5.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 13

En el régimen se incluye las exigencias previstas en la ley



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si en el régimen se incluye las exigencias previstas en la ley. El 35.00% indicó que a veces, el 25.00% contestó que casi nunca, el 20.00% indico nunca, el 15.00% señaló casi siempre y el 5.00% señaló que siempre. Se ha llegado a la conclusión de que a veces en el régimen se incluye las exigencias previstas en la ley.

Tabla 12

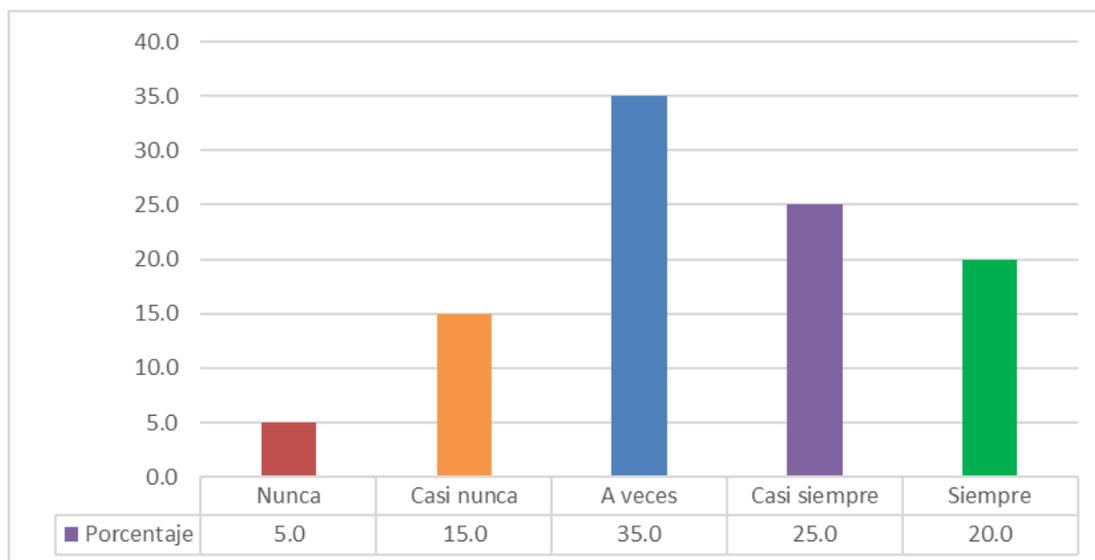
Considera que las pequeñas empresas reducen los costos laborales.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	5.0
Casi nunca	3	15.0
A veces	7	35.0
Casi siempre	5	25.0
Siempre	4	20.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 14

Considera que las pequeñas empresas reducen los costos laborales.



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se considera que las pequeñas empresas reducen los costos laborales. El 35.00% indicó que a veces, el 25.00% contestó que casi siempre, el 20.00% indico siempre, el 15.00% señalo casi nunca y el 5.00% señaló nunca. Se ha llegado a la conclusión de que a veces se considera que las pequeñas empresas reducen los costos laborales.

Tabla 13

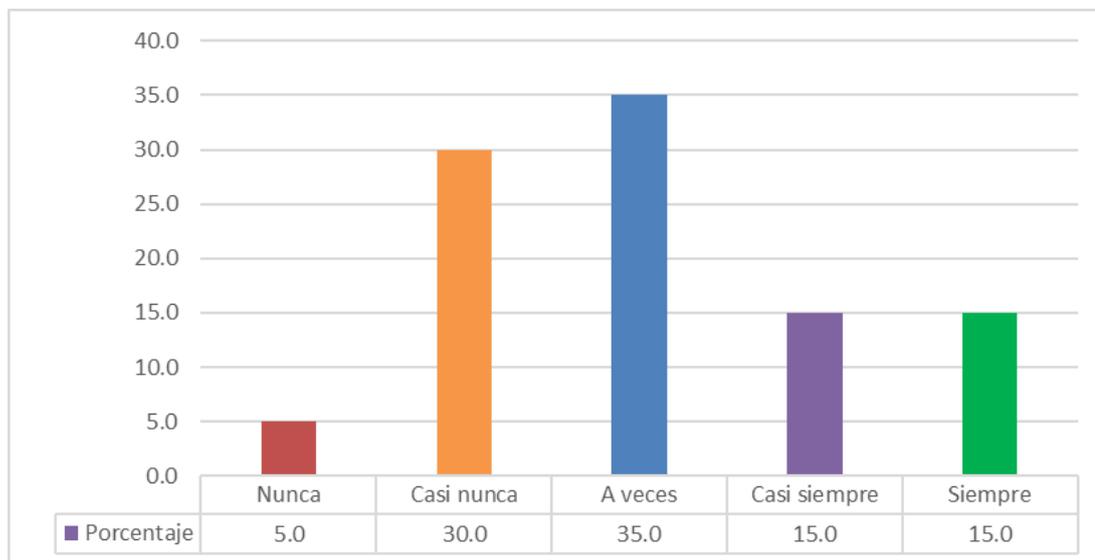
Considera que las cargas tributarias no paralizan su formalidad y desarrollo.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	5.0
Casi nunca	6	30.0
A veces	7	35.0
Casi siempre	3	15.0
Siempre	3	15.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 15

Considera que las cargas tributarias no paralizan su formalidad y desarrollo.



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se considera que las cargas tributarias no paralizan su formalidad y desarrollo. El 35.00% indicó que a veces, el 30.00% contestó que casi nunca, el 15.00% indico casi siempre e siempre y el 5.00% señalo nunca. Se ha llegado a la conclusión de que en no se considera que las cargas tributarias no paralizan su formalidad y desarrollo.

4.2.1.3. Formalización de las Mypes

Tabla 14

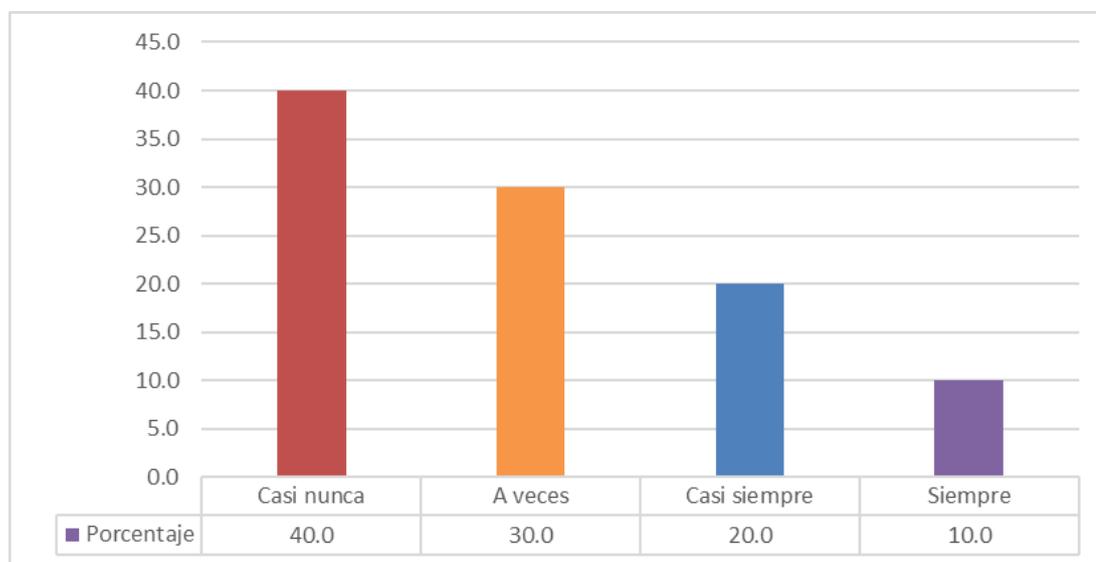
Considera que la formalidad le permite acceder al sistema financiero.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	8	40.0
A veces	6	30.0
Casi siempre	4	20.0
Siempre	2	10.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 16

Considera que la formalidad le permite acceder al sistema financiero.



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se considera que la formalidad le permite acceder al sistema financiero. El 40.00% indicó que casi nunca, el 30.00% contestó que a veces, el 20.00% señaló casi siempre y el 10.00% manifestó siempre. Se ha llegado a la

conclusión de que no se considera que la formalidad le permite acceder al sistema financiero.

Tabla 15

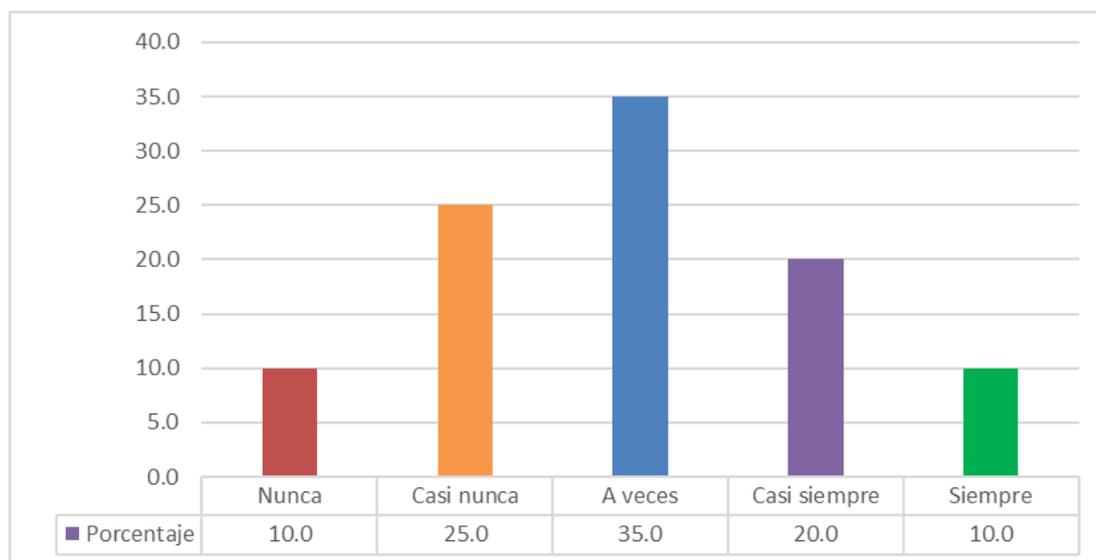
Considera que accede al sistema financiero formal

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	10.0
Casi nunca	5	25.0
A veces	7	35.0
Casi siempre	4	20.0
Siempre	2	10.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 17

Considera que accede al sistema financiero formal



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se considera que accede al sistema financiero formal. El 35.00% indicó que a veces, el 25.00% contestó que casi nunca, el 20.00% señaló casi siempre y el 10.00% señaló que nunca/siempre. Se ha llegado a la conclusión de que no se accede al sistema financiero formal.

Tabla 16

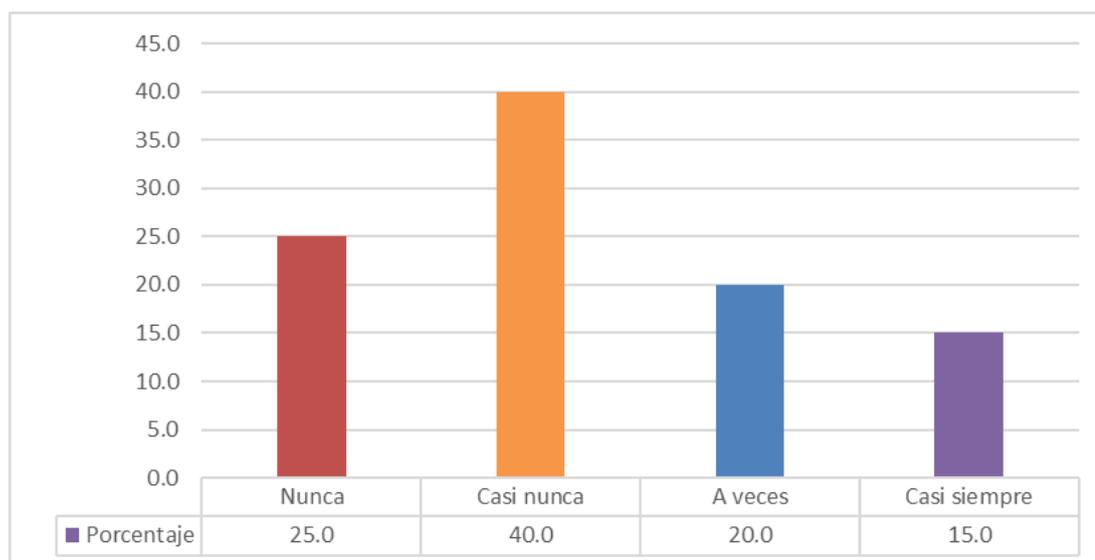
Participa en programas de apoyo a las Mypes por parte del estado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	25.0
Casi nunca	8	40.0
A veces	4	20.0
Casi siempre	3	15.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 18

Participa en programas de apoyo a las Mypes por parte del estado



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si participa en programas de apoyo a las Mypes por parte del estado. El 40.00% indicó que casi nunca, el 25.00% contestó que nunca, el 20.00% contesto a veces y el 15.00% señaló que casi siempre. se ha llegado a la conclusión que no se participa en programas de apoyo a las Mypes por parte del estado.

Tabla 17

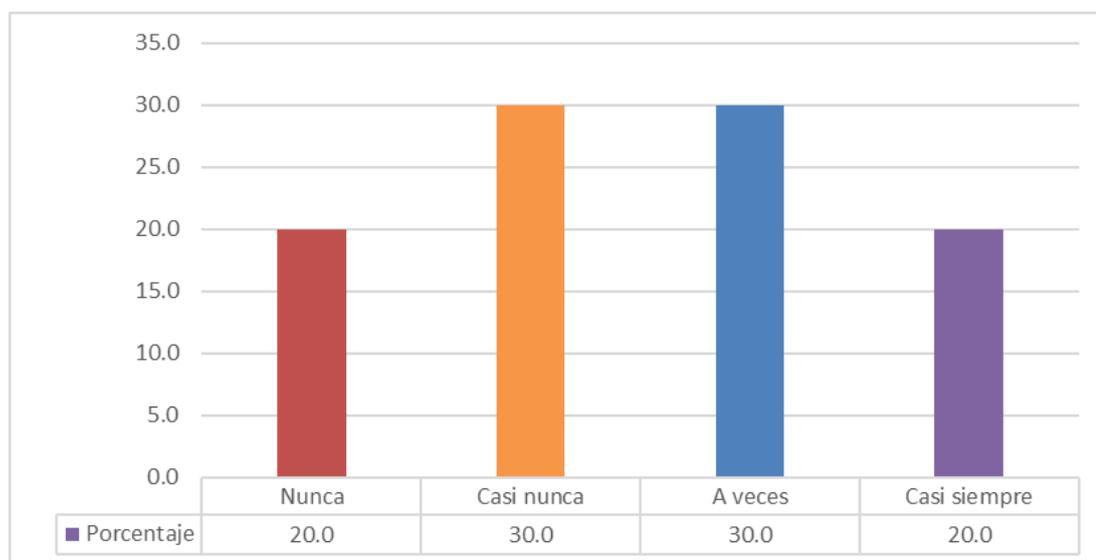
Considera que el estado brinda tranquilidad dentro del marco legal

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	20.0
Casi nunca	6	30.0
A veces	6	30.0
Casi siempre	4	20.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 19

Considera que el estado brinda tranquilidad dentro del marco legal



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si considera que el estado brinda tranquilidad dentro del marco legal. El 30.00% indicó que a veces/casi nunca y el 20.00% contestó que nunca/casi siempre. se ha llegado a la conclusión de que no se considera que el estado brinda tranquilidad dentro del marco legal

Tabla 18

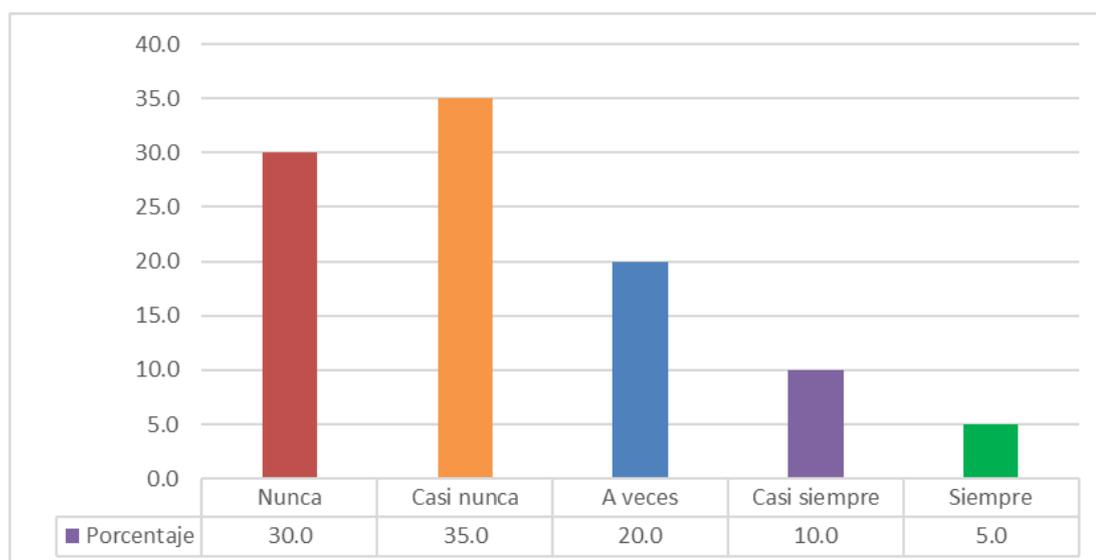
Se participa de contratos con empresas formales

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	30.0
Casi nunca	7	35.0
A veces	4	20.0
Casi siempre	2	10.0
Siempre	1	5.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 20

Se participa de contratos con empresas formales



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se participa de contratos con empresas formales. El 35.00% indicó que casi nunca, el 30.00% contestó que nunca, el 20.00% señaló a veces, el 10.00% señaló que casi siempre y el 5.00% indico siempre. Se ha llegado a la conclusión de que no se participa de contratos con empresas formales.

4.2.2. Variable dependiente: Competitividad de las Mypes

4.2.2.1. Calidad de servicio

Tabla 19

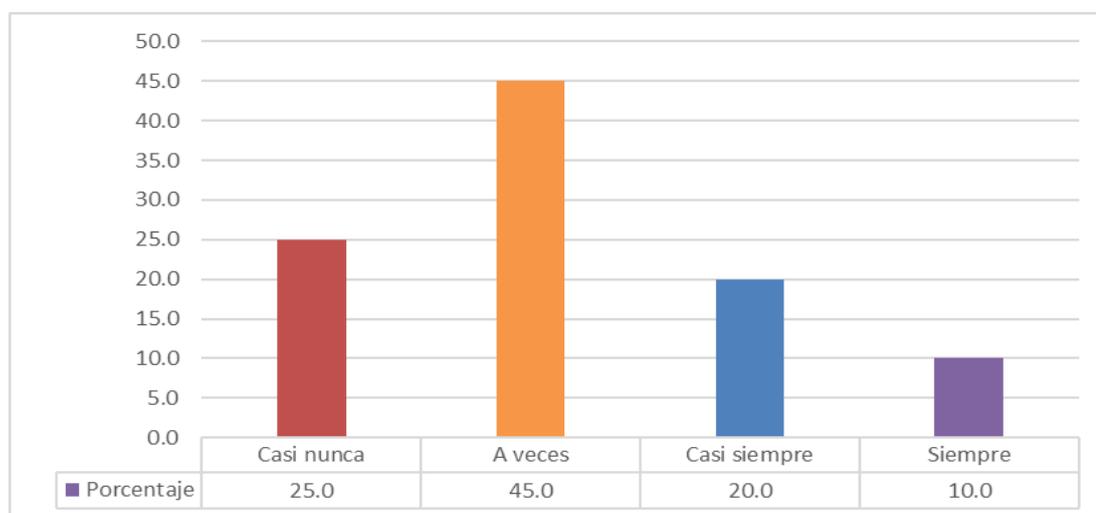
Se brinda servicios adecuados para lograr la excelencia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	5	25.0
A veces	9	45.0
Casi siempre	4	20.0
Siempre	2	10.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 21

Se brinda servicios adecuados para lograr la excelencia



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se brinda servicios adecuados para lograr la excelencia. El 45.00% indicó que a veces, el 25.00% contestó que casi nunca, el 20.00% señaló casi siempre y el 10.00% indico siempre. Se ha llegado a la conclusión de que a veces se brinda servicios adecuados para lograr la excelencia.

Tabla 20

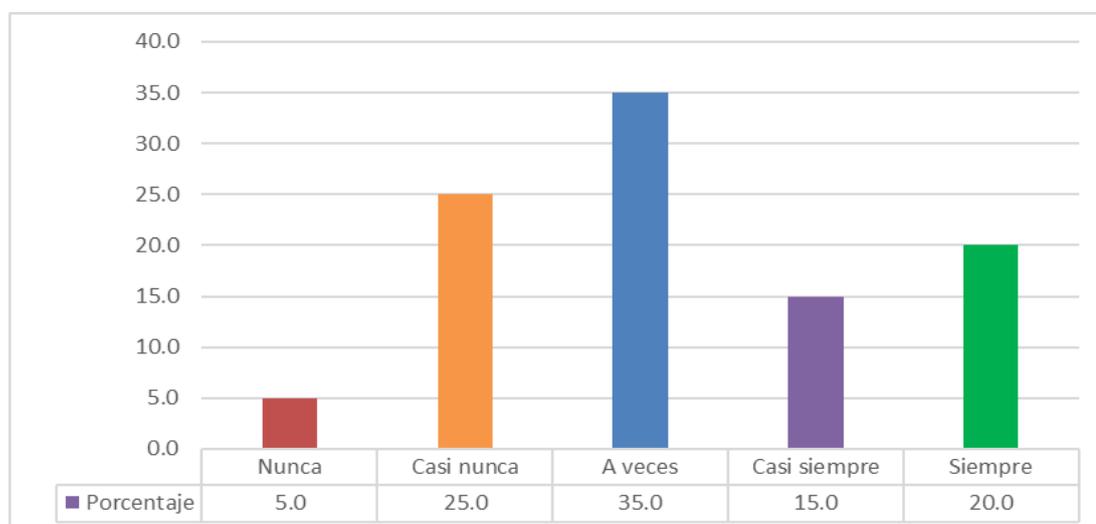
Se satisfacen las necesidades de los clientes.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	5.0
Casi nunca	5	25.0
A veces	7	35.0
Casi siempre	3	15.0
Siempre	4	20.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 22

Se satisfacen las necesidades de los clientes.



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se satisfacen las necesidades de los clientes. El 35.00% indicó que a veces, el 25.00% contestó que casi nunca, el 20.00% señaló que siempre, el 15.00% manifestó casi siempre y el 5.00% señaló que nunca. Se ha llegado a la conclusión de que a veces se satisfacen las necesidades de los clientes.

Tabla 21

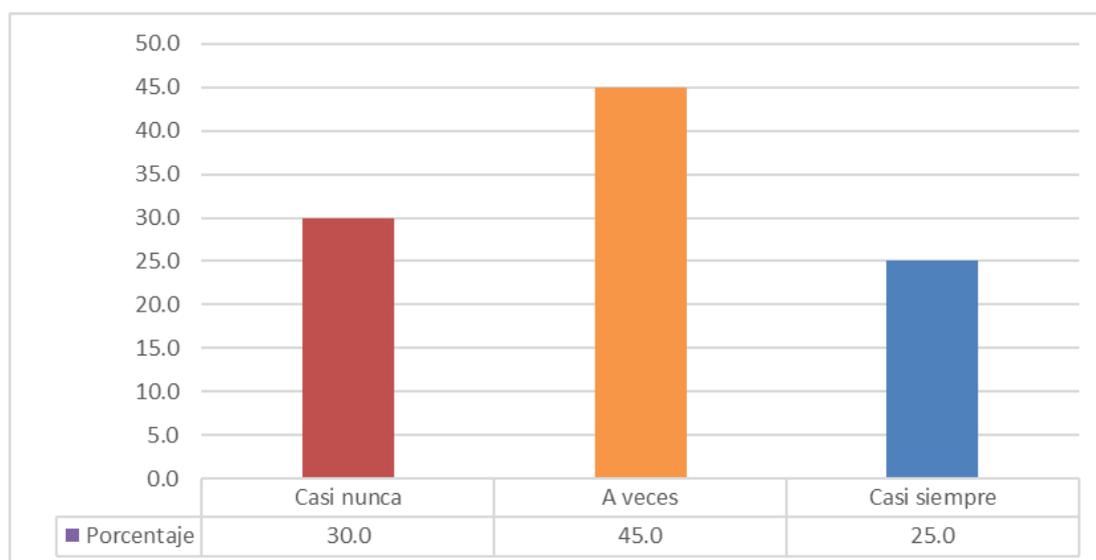
Se cuenta con adecuados procesos administrativos.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	6	30.0
A veces	9	45.0
Casi siempre	5	25.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 23

Se cuenta con adecuados procesos administrativos.



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se cuenta con adecuados procesos administrativos. El 45.00% indicó que a veces, el 30.00% contestó que casi nunca y el 25.00% manifesto que nunca. Se ha llegado a la conclusión de que no se cuenta con adecuados procesos administrativos.

Tabla 22

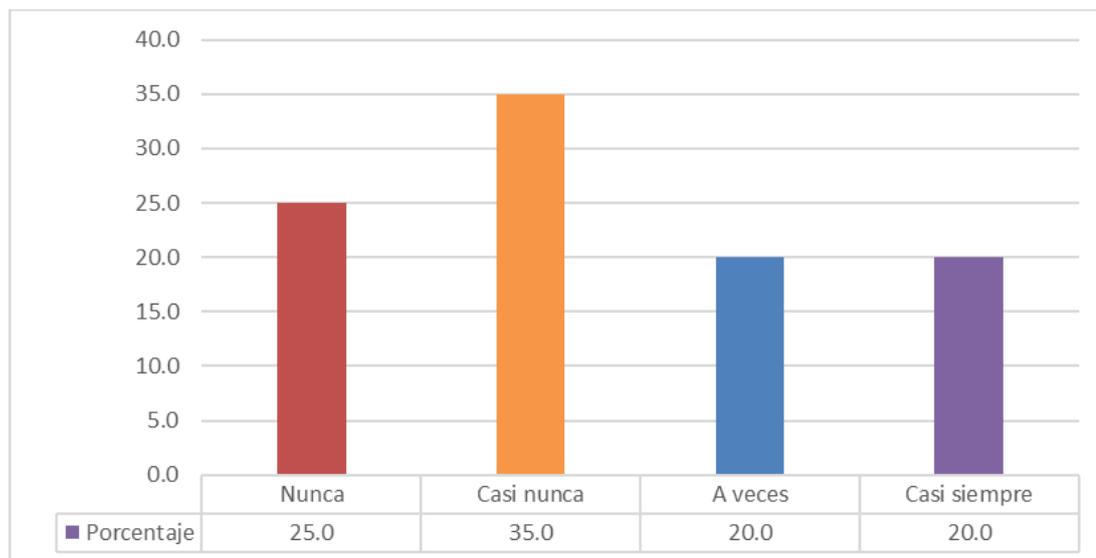
Se optimiza la calidad de servicio o producto.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	25.0
Casi nunca	7	35.0
A veces	4	20.0
Casi siempre	4	20.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 24

Se optimiza la calidad de servicio o producto.



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se optimiza la calidad de servicio o producto. El 35.00% indicó que casi nunca, el 25.00% contestó que nunca y el 20.00% señaló a veces/ casi siempre. se ha llegado a la conclusión de que no se optimiza la calidad de servicio o producto.

Tabla 23

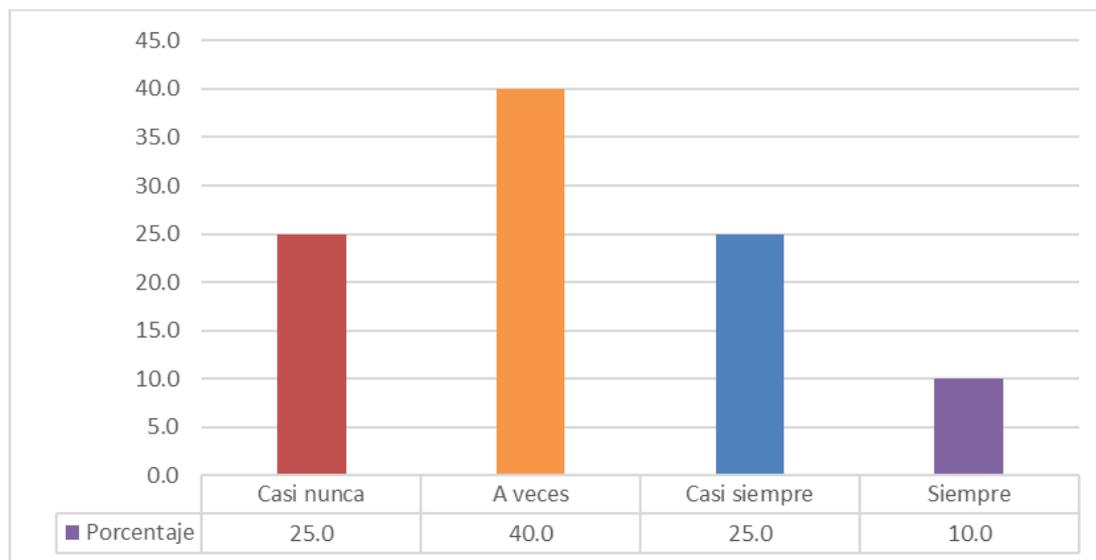
Genera políticas para generar bienes y servicios de manera eficiente.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	5	25.0
A veces	8	40.0
Casi siempre	5	25.0
Siempre	2	10.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 25

Genera políticas para generar bienes y servicios de manera eficiente.



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se genera políticas para generar bienes y servicios de manera eficiente. El 40.00% indicó que a veces, el 25.00% contestó que casi nunca/casi siempre y el 10.00% señaló siempre. se ha llegado a la conclusión de que no se genera políticas para generar bienes y servicios de manera eficiente.

4.2.2.2. Estrategias

Tabla 24

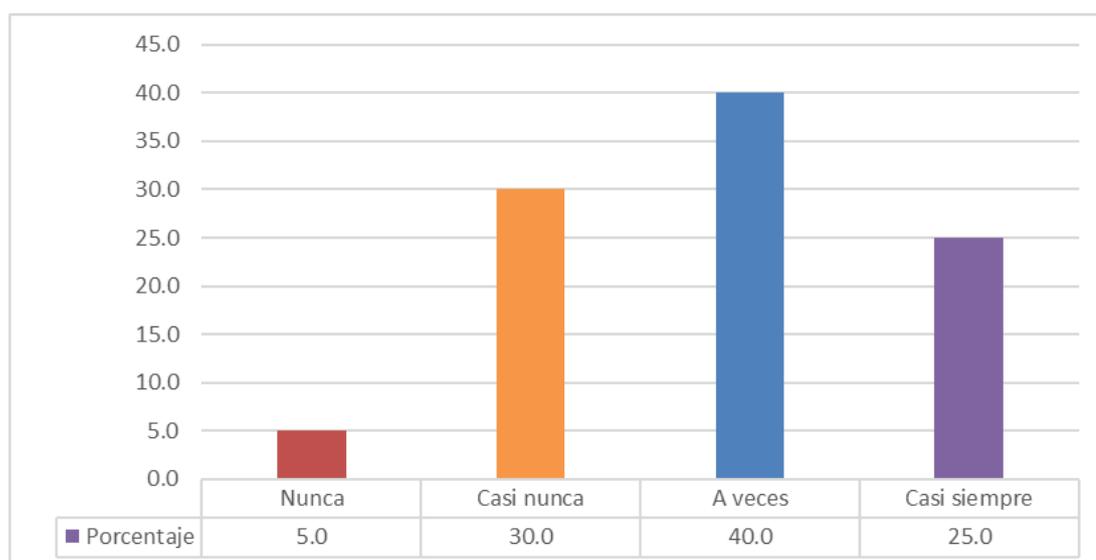
Se evalúa el efecto experiencia, para disminuir los costos unitarios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	5.0
Casi nunca	6	30.0
A veces	8	40.0
Casi siempre	5	25.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 26

Se evalúa el efecto experiencia, para disminuir los costos unitarios



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se evalúa el efecto experiencia, para disminuir los costos unitarios. El 40.00% indicó que a veces, el 30.00% contestó que casi nunca, el 25.00% señaló casi siempre y el 5.00% manifestó que nunca. Se ha llegado a la conclusión de que no se evalúa el efecto experiencia, para disminuir los costos unitarios.

Tabla 25

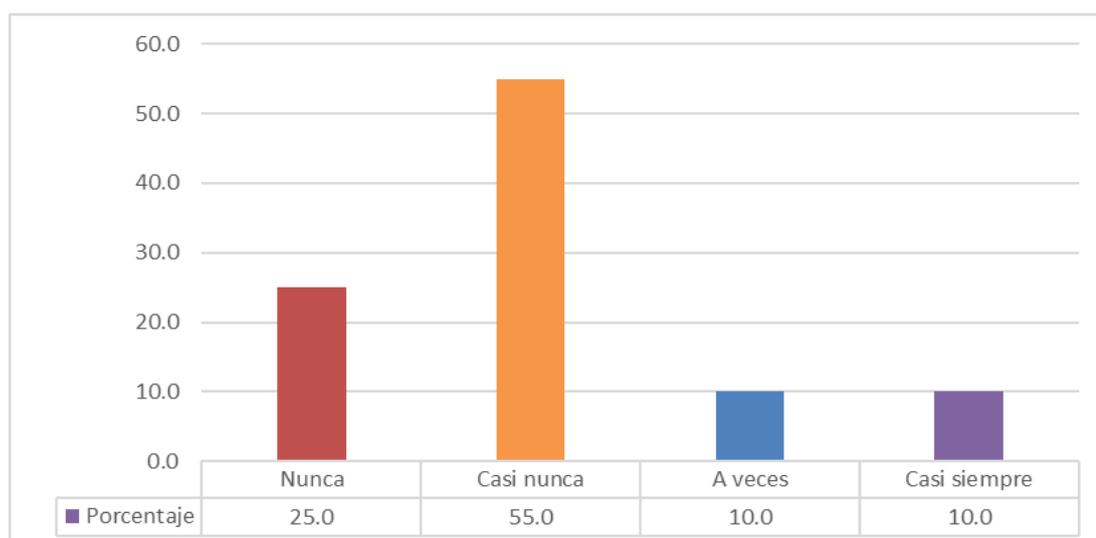
Se tiene un control de costos de las actividades de la empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	25.0
Casi nunca	11	55.0
A veces	2	10.0
Casi siempre	2	10.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 27

Se tiene un control de costos de las actividades de la empresa



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se tiene un control de costos de las actividades de la empresa. El 55.00% indicó que casi nunca, el 25.00% contestó que nunca y el 10.00% menciona a veces/casi siempre. se ha llegado a la conclusión de que no se tiene un control de costos de las actividades de la empresa.

Tabla 26

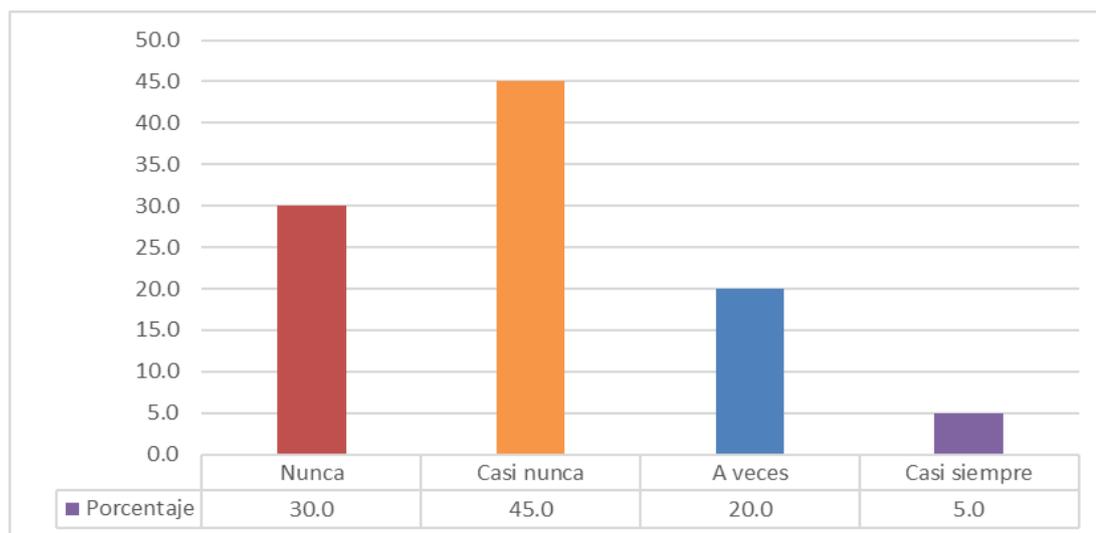
Se difunde los procesos normativos de reducción de impuesto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	30.0
Casi nunca	9	45.0
A veces	4	20.0
Casi siempre	1	5.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 28

Se difunde los procesos normativos de reducción de impuesto



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se difunde los procesos normativos de reducción de impuesto. El 45.00% indicó que casi nunca, el 30.00% contestó que nunca, el 20.00% menciona a veces y el 5.00% señaló casi siempre. se ha llegado a la conclusión de que no se difunde los procesos normativos de reducción de impuesto.

Tabla 27

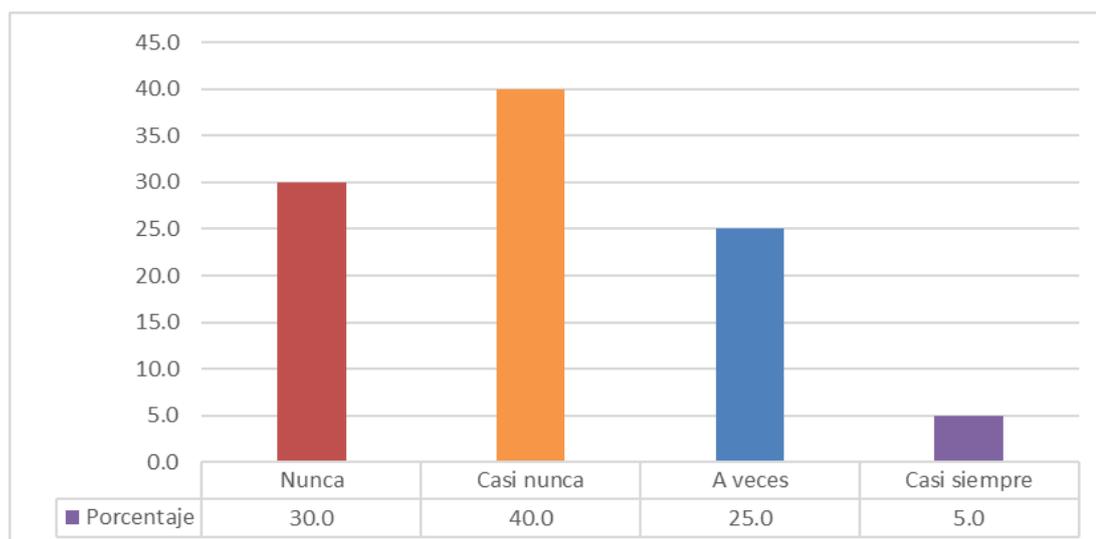
Se cuenta con los recursos necesarios para el cumplimiento de objetivos.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	30.0
Casi nunca	8	40.0
A veces	5	25.0
Casi siempre	1	5.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 29

Se cuenta con los recursos necesarios para el cumplimiento de objetivos.



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se cuenta con los recursos necesarios para el cumplimiento de objetivos. El 40.00% indicó que casi nunca, el 30.00% contestó que nunca, el 25.00% señaló a veces y el 5.00% menciono casi siempre. Se ha llegado a la conclusión de que no se cuenta con los recursos necesarios para el cumplimiento de objetivos.

Tabla 28

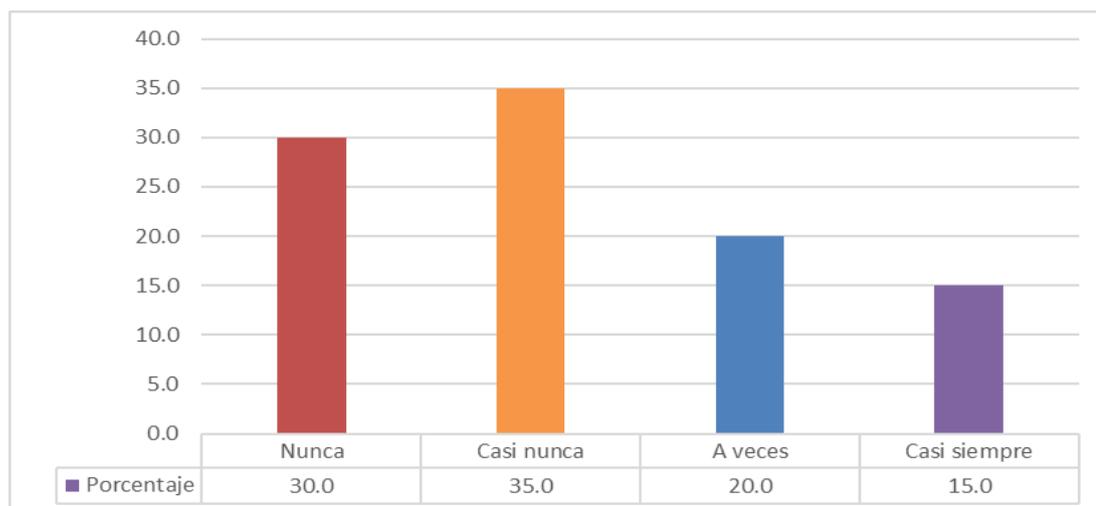
Efectúa inversiones que permite un adecuado rendimiento económico

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	30.0
Casi nunca	7	35.0
A veces	4	20.0
Casi siempre	3	15.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 30

Efectúa inversiones que permite un adecuado rendimiento económico



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se efectúa inversiones que permite un adecuado rendimiento económico. El 35.00% indicó que casi nunca, el 30.00% contestó que nunca, el 20.00% señaló a veces y el 15.00% menciona casi siempre. Se ha llegado a la conclusión de que no se efectúa inversiones que permite un adecuado rendimiento económico.

4.2.2.3. Resultados comerciales

Tabla 29

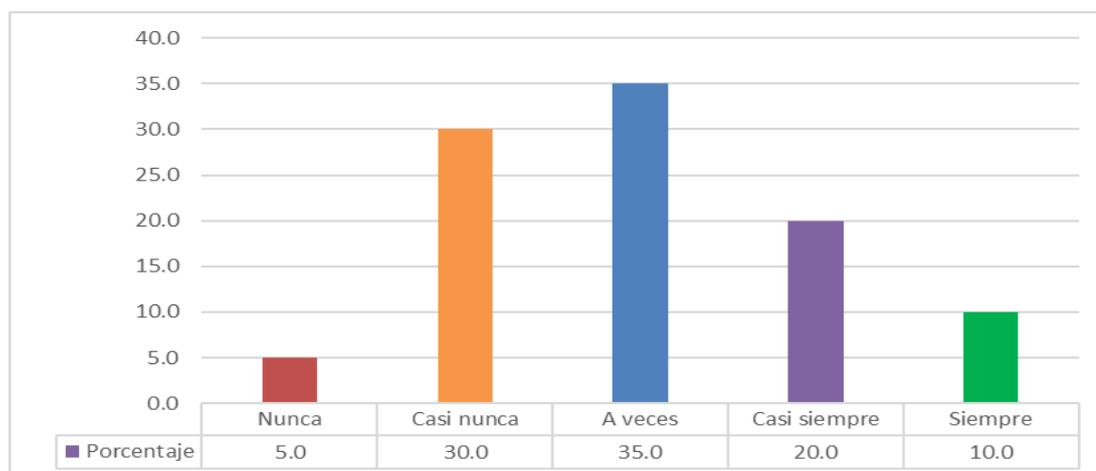
Cumple con el logro de la satisfacción y complacencia de los clientes.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	5.0
Casi nunca	6	30.0
A veces	7	35.0
Casi siempre	4	20.0
Siempre	2	10.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 31

Cumple con el logro de la satisfacción y complacencia de los clientes.



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se cumple con el logro de la satisfacción y complacencia de los clientes. El 35.00% indicó que a veces, el 30.00% contestó que casi nunca, el 20.00% señaló casi siempre, el 10.00% menciono siempre y el 5.00% señaló que nunca. Se ha llegado a la conclusión de que raras veces se cumple con el logro de la satisfacción y complacencia de los clientes.

Tabla 30

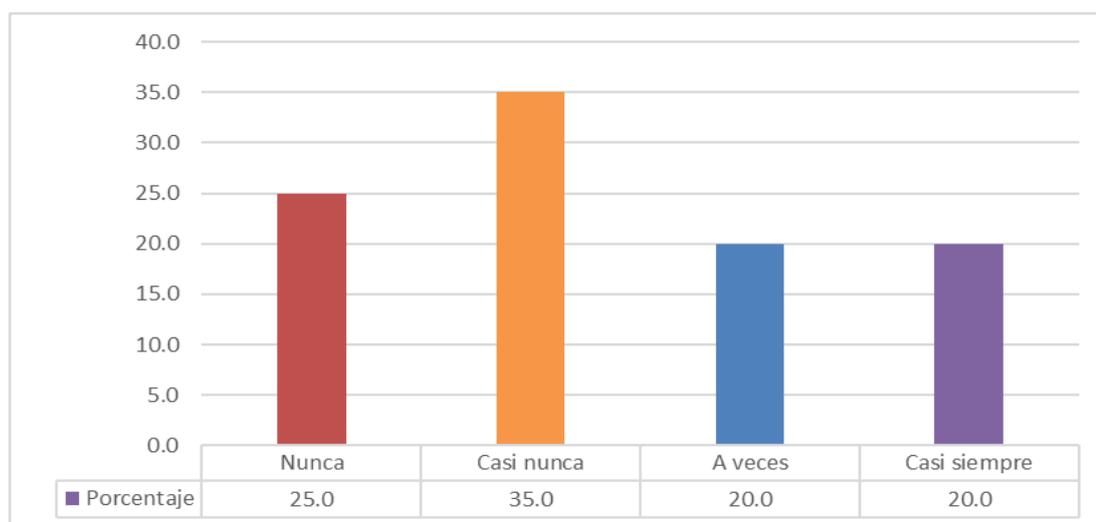
Se tiene en cuenta la innovación permanente de productos.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	25.0
Casi nunca	7	35.0
A veces	4	20.0
Casi siempre	4	20.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 32

Se tiene en cuenta la innovación permanente de productos.



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se tiene en cuenta la innovación permanente de productos. El 35.00% indicó que casi nunca, el 25.00% contestó que nunca, el 20.00% señaló a veces/casi siempre. Se ha llegado a la conclusión de que no se tiene en cuenta la innovación permanente de productos.

Tabla 31

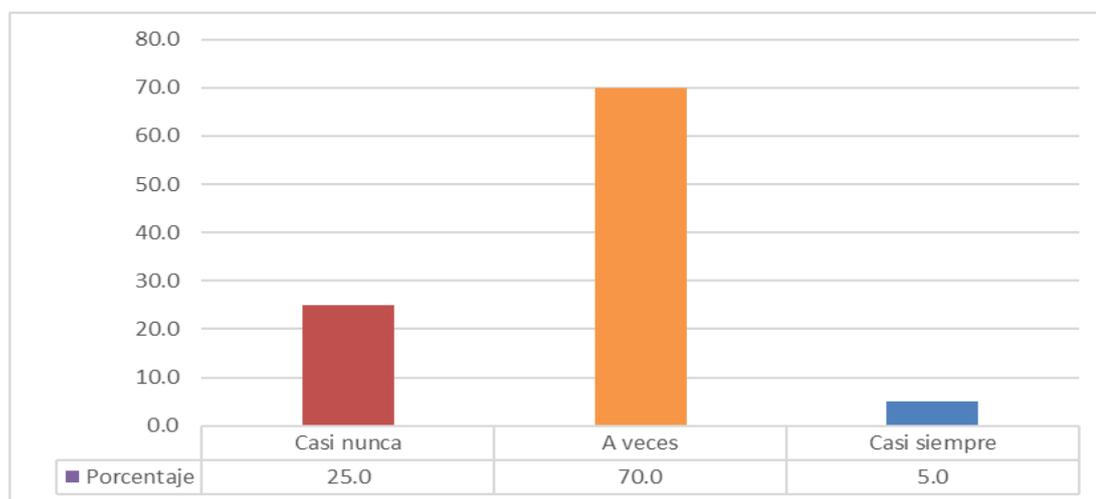
Efectúa cambios de acuerdo a las necesidades y deseos del mercado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	5	25.0
A veces	14	70.0
Casi siempre	1	5.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 33

Efectúa cambios de acuerdo a las necesidades y deseos del mercado



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se efectúa cambios de acuerdo a las necesidades y deseos del mercado. El 70.00% indicó que a veces, el 25.00% contestó que casi nunca y el

5.00% señaló casi siempre. Se ha llegado a la conclusión de que a veces se efectúa cambios de acuerdo a las necesidades y deseos del mercado.

Tabla 32

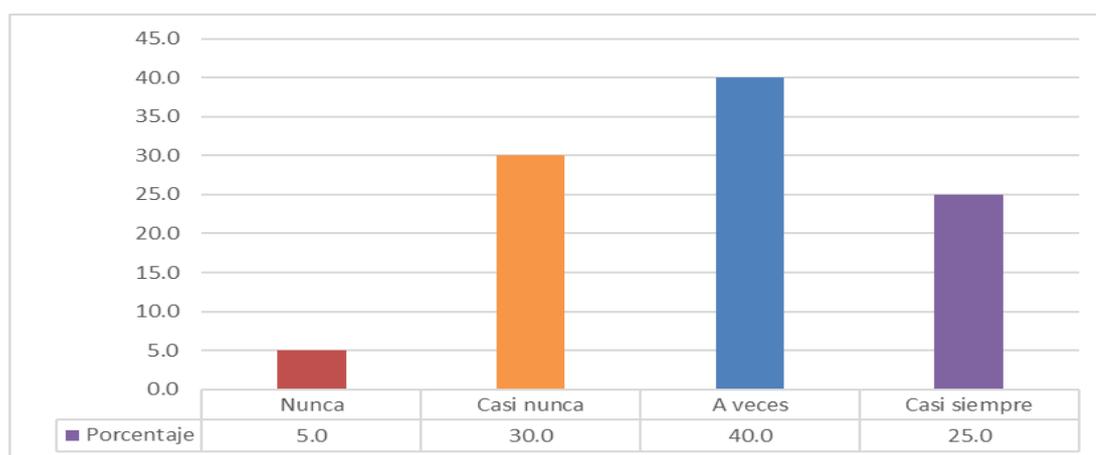
Se cuenta con empatía del equipo comercial hacia los intereses de los clientes y de la empresa.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	5.0
Casi nunca	6	30.0
A veces	8	40.0
Casi siempre	5	25.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 34

Se cuenta con empatía del equipo comercial hacia los intereses de los clientes y de la empresa



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se cuenta con empatía del equipo comercial hacia los intereses de los clientes y de la empresa. El 40.00% indicó que a veces, el 30.00% contestó que casi nunca, el 25.00% señaló casi siempre y el 5.00% menciono nunca. Se ha llegado a la conclusión de que a veces se cuenta con empatía del equipo comercial hacia los intereses de los clientes y de la empresa.

Tabla 33

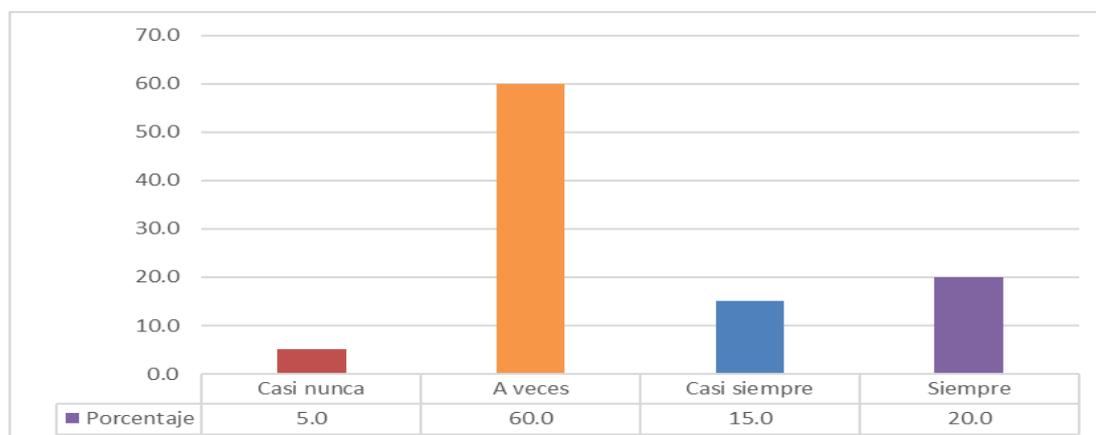
Se cuenta con un ambiente motivador que todo equipo necesita para transmitir energía a sus potenciales clientes.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	1	5.0
A veces	12	60.0
Casi siempre	3	15.0
Siempre	4	20.0
Total	20	100.0

Nota. Elaboración propia.

Figura 35

Se cuenta con un ambiente motivador que todo equipo necesita para transmitir energía a sus potenciales clientes.



Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a si se cuenta con un ambiente motivador que todo equipo necesita para transmitir energía a sus potenciales clientes. El 60.00% indicó que a veces, el 20.00% contestó que siempre, el 15.00% señaló casi siempre y el 5.00% menciono casi nunca. Se ha llegado a la conclusión de que a veces se cuenta con un ambiente motivador que todo equipo necesita para transmitir energía a sus potenciales clientes.

ANÁLISIS DOCUMENTAL

Tabla 35

Ingresos recaudados por la SUNAT - impuesto general a las ventas por Departamento, 2020-2023 (millones de soles).

Departamento	2020	2021	2022	2023
Amazonas	S/ 6,195,556	S/ 6,990,195	S/ 7,001,442	S/ 5,662,545
Ancash	S/ 218,194,057	S/ 195,397,725	S/ 207,539,837	S/ 345,990,801
Apurímac	S/ 40,255,555	S/ 68,393,905	S/ 84,165,929	S/ 81,648,716
Arequipa	S/ 893,745,098	S/ 1,157,610,075	S/ 1,259,863,833	S/ 1,370,185,039
Ayacucho	S/ 45,413,713	S/ 66,480,522	S/ 64,540,141	S/ 67,791,312
Cajamarca	S/ 106,971,803	S/ 169,204,909	S/ 191,690,386	S/ 181,067,604
Callao	S/ 1,562,545,736	S/ 1,909,603,334	S/ 1,980,999,891	S/ 2,007,002,848
Cusco	S/ 184,883,664	S/ 273,732,580	S/ 310,573,121	S/ 313,699,528
Huancavelica	S/ 12,375,047	S/ 18,275,224	S/ 15,609,670	S/ 17,004,265
Huánuco	S/ 19,189,424	S/ 28,711,900	S/ 28,697,304	S/ 25,920,203
Ica	S/ 364,976,181	S/ 414,104,138	S/ 390,076,836	S/ 419,885,082
Junín	S/ 163,558,945	S/ 215,078,834	S/ 217,247,489	S/ 233,278,619
La libertad	S/ 735,522,254	S/ 1,030,855,648	S/ 1,010,971,974	S/ 1,128,949,823
Lambayeque	S/ 254,963,162	S/ 320,726,217	S/ 330,080,601	S/ 314,466,903
Lima	S/ 27,180,251,664	S/ 35,357,557,904	S/ 39,461,034,425	S/ 39,914,054,246
Loreto	S/ 33,710,790	S/ 45,673,718	S/ 44,410,970	S/ 39,013,239
Madre de dios	S/ 11,408,178	S/ 16,336,335	S/ 15,136,124	S/ 9,331,263

Moquegua	S/ 53,826,844	S/ 83,518,667	S/ 98,425,900	S/ 99,174,277
Pasco	S/ 39,630,981	S/ 60,351,835	S/ 72,730,876	S/ 74,398,715
Piura	S/ 476,260,457	S/ 746,964,908	S/ 1,083,726,457	S/ 936,346,824
Puno	S/ 88,748,343	S/ 128,353,803	S/ 146,843,125	S/ 155,298,322
San Martín	S/ 72,740,835	S/ 92,985,405	S/ 112,956,410	S/ 100,409,637
Tacna	S/ 62,488,682	S/ 84,528,518	S/ 98,386,950	S/ 94,525,021
Tumbes	S/ 24,905,193	S/ 30,052,633	S/ 29,828,420	S/ 33,386,207
Ucayali	S/ 55,181,848	S/ 86,632,824	S/ 112,214,566	S/ 83,199,592
Total general	S/ 32,707,944,009	S/ 42,608,121,754	S/ 47,374,752,675	S/ 48,051,690,632

Notas. Ficha de Análisis Documental.

La Tasa especial y temporal del IGV 10% (IGV 8% + IPM 2%)

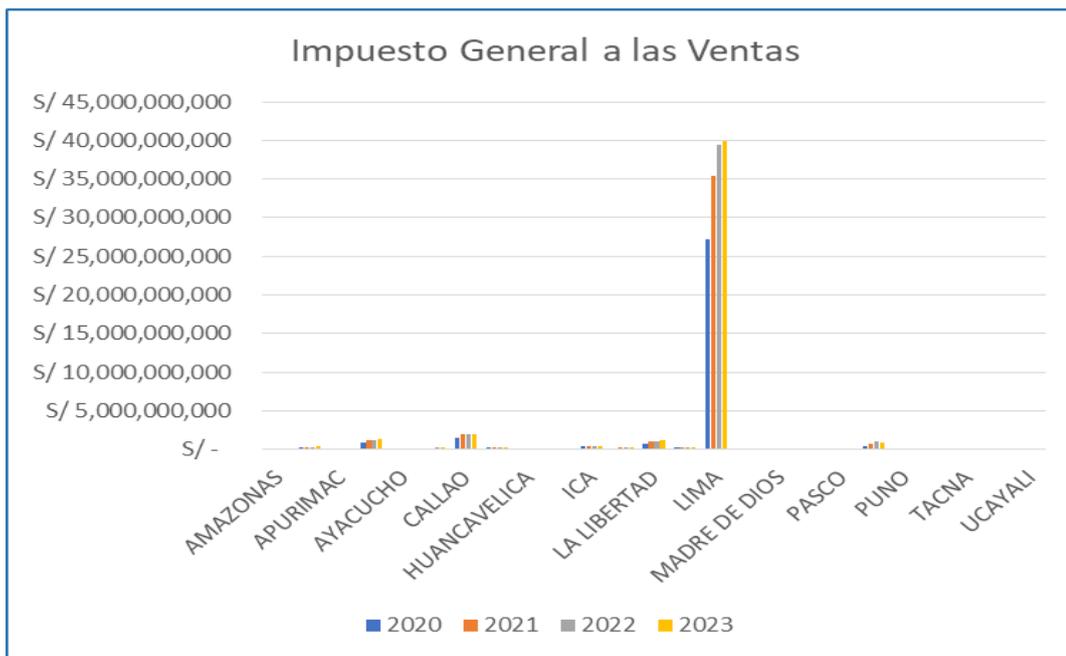
La vigencia de dicho beneficio es desde el 01/09/2022 al 31/12/2024.

El límite mínimo represente el setenta por ciento (70%) del total de los ingresos de la MYPE, provenientes de las actividades de restaurantes, hoteles y alojamientos turísticos. Acceden solo las micro y pequeñas empresas afectas al IGV, de acuerdo con lo establecido en el artículo 5° del Decreto Supremo 013-2013-PRODUCE, que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo al Crecimiento Empresarial.

Figura 36:

Ingresos recaudados por la SUNAT - impuesto general a las ventas por

Departamento, 2020-2023 (millones de soles).



Nota: Ficha de análisis documental

Respecto Ingresos recaudados por la SUNAT - impuesto general a las ventas por Departamento, entre los periodos 2020-2023, al analizar podemos observar 4 Departamentos con mayor recaudacion en el periodo 2023, primero el Departamento de Lima tiene mayor recaudacion con un importe de S/ 39,914,054,246, segundo el Departamento de Callao con un importe de S/ 2,007,002,848, tercero el Departamento de Arequipa con un importe de S/ 1,370,185,039, finalmente el Departamento de la Libertad con un importe de S/ 1,128,949,823, Observándose que en el periodo 2023 se reporta un ingreso mayor que los otros periodos analizados.

Las micro y pequeñas empresas (mypes) del rubro restaurantes, alojamientos y hoteles pagarán menos en el impuesto general a las ventas (IGV) por más de dos años, luego de que el Poder Ejecutivo promulgara la Ley N° 31556, la cual reduce del 18% al 8% el IGV para potenciar su reactivación económica.

Tabla 36

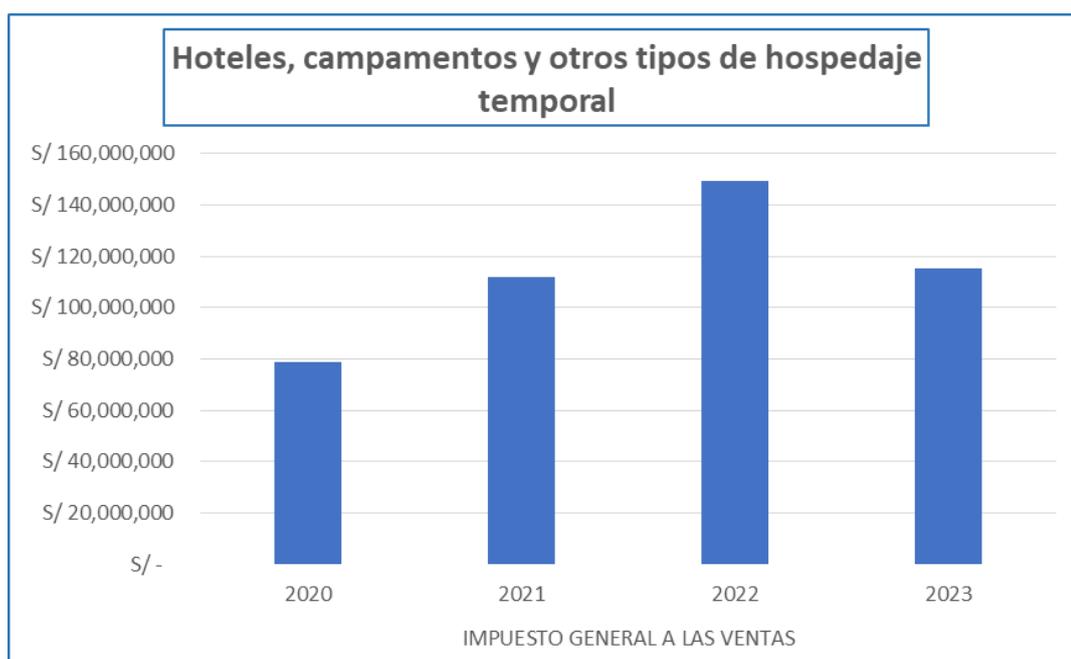
Ingresos recaudados por la SUNAT - impuesto general a las ventas según actividad económica, 2020-2023 (millones de soles).

Impuesto General a las Ventas	2020	2021	2022	2023
	S/	S/	S/	S/
Hoteles, campamentos y otros tipos de hospedaje temporal	78,570,736	111,757,052	149,152,977	115,142,384

Nota. Ficha de Análisis Documental.

Figura 37:

Ingresos recaudados por la SUNAT - impuesto general a las ventas según actividad económica, 2020-2023 (millones de soles).



Nota. Ficha de Análisis Documental

Respecto Ingresos recaudados por la SUNAT - impuesto general a las ventas según actividad económica, análisis de periodos 2020-2023 , se observa que en el periodo 2022 asciende a S/ 149,152,977, seguido por el periodo 2023 con un importe de S/ 115,142,384, en el periodo 2021 se tiene un importe de S/ 111,757,052, finalmente

el periodo 2020 con un importe de S/ 78,570,736. Observándose que en el periodo 2022 se reporta un ingreso mayor, así como también podemos ver que a pesar de la variación del tributo de 18% a 8% en el periodo 2023 la recaudación sigue en crecimiento.

Tabla 37

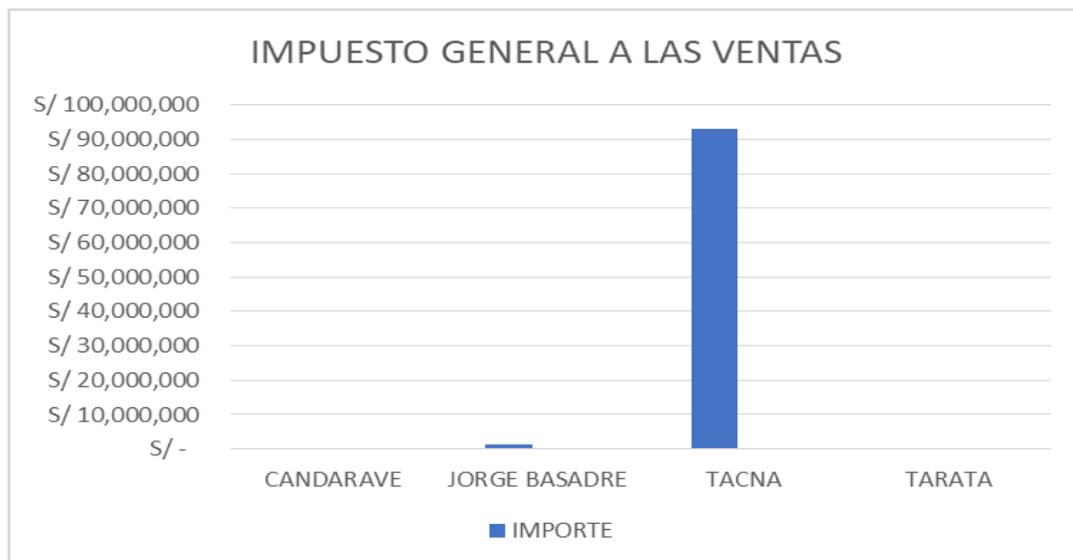
Ingresos recaudados por la SUNAT - tributos internos en el Departamento de Tacna por provincias y tributo: 2023 Impuesto General a las Ventas(millones de soles).

provincia		importe	porcentaje
Candarave	s/	105,002	0.11%
Jorge Basadre	s/	1,142,147	1.21%
Tacna	s/	93,184,975	98.58%
Tarata	s/	92,897	0.10%
Totales	s/	94,525,021	100.00%

Nota. Ficha de Análisis Documental.

Figura 38:

Ingresos recaudados por la SUNAT - tributos internos en el Departamento de Tacna por provincias y tributo: 2023 Impuesto General a las Ventas(millones de soles).



Nota. Ficha de Análisis Documental

Con respecto a los ingresos recaudados por la SUNAT - impuesto general a las ventas según en el Departamento de Tacna en el periodo 2023 , se observa que en la Provincia de Tacna hay una mayor recaudación con un importe de S/ 93,184,975, en segundo lugar en la Provincia de Jorge Basadre con un importe de S/ 1,142,147, en tercer lugar la Provincia de Candarave con un importe de S/ 105,002 y por último la Provincia de Tarata con un importe de S/ 92,897. Entonces podemos verificar que en el Departamento de Tacna el 98.58% de las recaudaciones por el concepto de Impuesto General a las Ventas se da en la Provincia de Tacna.

4.3. Contrastación de hipótesis

Previamente al contraste de nuestras hipótesis de investigación, se hace necesario elegir el estadígrafo el cual va a permitir conocer la validez de nuestras hipótesis; para ello se ha procedido a determinar la normalidad de la distribución de los datos.

4.3.1. Prueba de normalidad

H₀ = Los resultados de la medición tienen una distribución normal.

H₁ = Los resultados de la medición no tienen una medición normal. Situación estadística:

$P > 0,05$ = acepta hipótesis nula (H_0) $P < 0,05$ = rechaza hipótesis nula (H_0) Nivel de significancia: 95% de confianza.

Tabla 38

Pruebas de normalidad – variable independiente y dependiente

	Kolmogorov-Smirnov ^a		Shapiro-Wilk			
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Beneficios del régimen tributario	0.257	20	0.001	0.848	20	0.005
Competitividad de las Mypes	0.264	20	0.001	0.865	20	0.010

La presente tabla nos muestra mediante la prueba de normalidad Shapiro-Wilk que el grado de significancia de la variable “Beneficios del régimen tributario” es de 0.005 y el grado de significancia de la variable “Competitividad de las Mypes” es de 0.010. En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, concluyendo que la muestra no cuenta con distribución normal. Por lo que se utilizara la Prueba del Rho Spearman.

4.3.2. Comprobación de hipótesis general

Al comprobarse que, la distribución de los resultados, cumplen el principio de normalidad; tanto del pre test como del pos test, se ha optado como estadígrafo a utilizarla prueba del Rho Spearman, prueba paramétrica que permitirá conocer la relación entre los beneficios del régimen tributario y la competitividad de las Mypes.

H₀ = Los beneficios del régimen tributario no influyen en la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna, 2023.

H_i = Los beneficios del régimen tributario influyen en la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna, 2023.

Condición estadística:

P > 0,05 = se acepta la hipótesis nula (H₀)

P < 0,05 = se rechaza la hipótesis nula (H_i)

Nivel de significancia: 95% de confianza

Tabla 39*Correlación de la hipótesis general*

		<i>Beneficios del régimen tributario</i>	<i>Competitividad de las Mypes</i>
Rho de Spearman	Beneficios del régimen tributario	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,956**
		N	20
	Competitividad de las Mypes	Coefficiente de correlación	,956**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	20

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: De los resultados obtenidos de la prueba correlación, se observa que las variables cumplen el requisito para poder aplicar el estadístico del Rho de Spearman. El valor del estadístico de Rho Spearman (0.956) se puede interpretar como una correlación positiva muy alta según Hernández et al. (2014) también se nota que el valor del Sig. (0.000) es menor al nivel de significancia (0.05), por lo que podemos concluir que: Los beneficios del régimen tributario influyen en la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna, 2023.

4.3.3. Comprobación de la primera hipótesis específicas

H₀ = Los beneficios del régimen tributario no influyen significativamente en la calidad de servicio de los hospedajes de la ciudad de Tacna.

H_i = Los beneficios del régimen tributario influyen significativamente en la calidad de servicio de los hospedajes de la ciudad de Tacna.

Condición estadística:

$P > 0,05$ = se acepta la hipótesis nula (H_0)

$P < 0,05$ = se rechaza la hipótesis nula (H_1)

Nivel de significancia: 95% de confianza

Tabla 40

Correlación de la primera hipótesis específica

		Beneficios del régimen tributario	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Beneficios del régimen tributario	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,942**
		N	0.000
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	20
		Sig. (bilateral)	20
		N	,942**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	0.000
		20	20

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: De los resultados obtenidos de la prueba correlación, se observa que las variables cumplen el requisito para poder aplicar el estadístico del Rho de Spearman. El valor del estadístico de Rho Spearman (0.942) se puede interpretar como una correlación positiva muy alta según Hernández et al. (2014) también se nota que el valor del Sig. (0.000) es menor al nivel de significancia (0.05), por lo que podemos concluir que: Los beneficios del régimen tributario influyen significativamente en la calidad de servicio de los hospedajes de la ciudad de Tacna.

4.3.4. Comprobación de la segunda hipótesis específicas

H₀ = Los beneficios del régimen tributario no influyen significativamente en las estrategias de los hospedajes de la ciudad de Tacna.

H_i = Los beneficios del régimen tributario influyen significativamente en las estrategias de los hospedajes de la ciudad de Tacna.

Condición estadística:

P > 0,05 = se acepta la hipótesis nula (H₀)

P < 0,05 = se rechaza la hipótesis nula (H_i)

Nivel de significancia: 95% de confianza

Tabla 41

Correlación de la segunda hipótesis específica

			Beneficios del régimen tributario	
			Estrategias	
Rho de Spearman	Beneficios del régimen tributario	Coeficiente de correlación	1.000	,914**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	20	20
	Estrategias	Coeficiente de correlación	,914**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	20	20

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: De los resultados obtenidos de la prueba correlación, se observa que las variables cumplen el requisito para poder aplicar el estadístico del Rho de Spearman. El valor del estadístico de Rho Spearman (0.914) se puede interpretar como una correlación positiva muy alta según Hernández et al. (2014) también se

nota que el valor del Sig. (0.000) es menor al nivel de significancia (0.05), por lo que podemos concluir que: Los beneficios del régimen tributario influyen significativamente en las estrategias de los hospedajes de la ciudad de Tacna.

4.3.5. Comprobación de la tercera hipótesis específicas

H₀ = Los beneficios del régimen tributario no influyen significativamente en los resultados comerciales de los hospedajes de la ciudad de Tacna.

H_i = Los beneficios del régimen tributario influyen significativamente en los resultados comerciales de los hospedajes de la ciudad de Tacna.

Condición estadística:

P > 0,05 = se acepta la hipótesis nula (H₀)

P < 0,05 = se rechaza la hipótesis nula (H_i)

Nivel de significancia: 95% de confianza

Tabla 42

Correlación de la tercera hipótesis específica

		Beneficios del régimen tributario		Resultados comerciales
Rho de Spearman	Beneficios del régimen tributario	Coficiente de correlación	1.000	,899**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	20	20
	Resultados comerciales	Coficiente de correlación	,899**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	20	20

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: De los resultados obtenidos de la prueba correlación, se observa que las variables cumplen el requisito para poder aplicar el estadístico del Rho de Spearman. El valor del estadístico de Rho Spearman (0.899) se puede interpretar como una correlación positiva muy alta según Hernández et al. (2014) también se nota que el valor del Sig. (0.000) es menor al nivel de significancia (0.05), por lo que podemos concluir que: Los beneficios del régimen tributario influyen significativamente en los resultados comerciales de los hospedajes de la ciudad de Tacna.

4.4. Discusión de resultados.

Teniendo en cuenta los objetivos planteados, para nuestra investigación: Determinar si los beneficios del régimen tributario influyen en la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna, 2023; a través de la utilización de los instrumentos para cada variable se obtuvo los siguientes resultados. Para variable independiente, en lo que respecta a si se considera que la empresa tiene cierta presión tributaria. El 35.00% indicó que a veces, el 25.00% contestó que casi nunca, el 20.00% señaló que nunca, el 15.00% indicó casi siempre y el 5.0% manifestó siempre. Se ha llegado a la conclusión de que a veces las empresas tienen cierta presión tributaria. En lo que respecta a si se tiene conocimiento de la ley de promoción y formalización de micro y pequeñas empresas. El 35.00% indicó que casi nunca, el 25.00% contestó que casi siempre y el 20.00% señaló que nunca e a veces. Se ha llegado a la conclusión de que casi nunca se tiene conocimiento de la ley de promoción y formalización de micro y pequeñas empresas. En lo que respecta a si se considera que la formalidad le permite acceder al sistema financiero. El 40.00% indicó que casi nunca, el 30.00% contestó que a veces, el 20.00% señaló casi siempre y el 10.00% manifestó siempre. Se ha llegado a la conclusión de que no se considera que la formalidad le permite acceder al sistema financiero.

Para la variable dependiente se obtuvo los siguientes resultados, En lo que respecta a si se brinda servicios adecuados para lograr la excelencia. El 45.00% indicó que

a veces, el 25.00% contestó que casi nunca, el 20.00% señaló casi siempre y el 10.00% indico siempre. Se ha llegado a la conclusión de que a veces se brinda servicios adecuados para lograr la excelencia. En lo que respecta a si se evalúa el efecto experiencia, para disminuir los costos unitarios. El 40.00% indicó que a veces, el 30.00% contestó que casi nunca, el 25.00% señaló casi siempre y el 5.00% manifesto que nunca. Se ha llegado a la conclusión de que no se evalúa el efecto experiencia, para disminuir los costos unitarios. En lo que respecta a si se cumple con el logro de la satisfacción y complacencia de los clientes. El 35.00% indicó que a veces, el 30.00% contestó que casi nunca, el 20.00% señaló casi siempre, el 10.00% menciono siempre y el 5.00% señaló que nunca. Se ha llegado a la conclusión de que raras veces se cumple con el logro de la satisfacción y complacencia de los clientes.

Además, de acuerdo con los resultados obtenidos de la prueba de correlación, se puede observar que las variables cumplen con el requisito para aplicar el estadístico de Rho de Spearman. El valor del estadístico de Rho de Spearman (0.956) puede interpretarse como una correlación positiva muy alta según Hernández et al. (2014). También se nota que el valor de Sig. (0.000) es menor que el nivel de significancia (0.05), por lo que podemos concluir que los beneficios del régimen tributario influyen en la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna, 2023.

Ramírez (2023) investigó la relación entre la política tributaria y la formalización de las micro y pequeñas empresas en Lima Metropolitana. Utilizó un enfoque cuantitativo y un diseño de estudio no experimental, transversal y relacional. Se empleó la prueba de chi-cuadrado de Pearson para asociar las variables, y la muestra consistió en 384 Mypes. Los resultados revelaron que el 23,44% de las Mypes encuestadas consideraron que ningún tributo era difícil de pagar, mientras que el 10,42% mencionó que los impuestos pagados a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria eran los más difíciles. Además, el 27,08% indicó que los impuestos municipales eran difíciles de pagar. Se encontró que el 64,85% de las Mypes estaban acogidas a un régimen tributario, siendo el RUS el

más común con un 50,3%. En conclusión, se determinó que la política tributaria tiene una relación significativa con la formalización de las micro y pequeñas empresas en Lima Metropolitana.

Por otro lado, en un estudio realizado en Chile (2021), se examinaron los efectos de la implementación del sistema de libros electrónicos en una empresa, considerando las dimensiones de finanzas, tributación y administración. La investigación fue de tipo observacional, descriptiva, transversal y univariable. Se utilizaron la guía de revisión documental y fichas de observación como instrumentos para recopilar los datos. La estadística descriptiva fue utilizada para procesar los datos, presentándolos en tablas de frecuencias y gráficos. Además, se empleó la estadística inferencial, específicamente la prueba estadística t de Student para muestras relacionadas, para verificar la hipótesis. Los resultados obtenidos indicaron que el sistema de libros electrónicos afecta las finanzas, tributación y administración, con un valor de $p = 0.000$, lo cual confirma la existencia de diferencias significativas entre los datos anteriores y posteriores a la implementación del sistema.

CAPÍTULO V

Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

Primera

Los beneficios del régimen tributario influyen en la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna, 2023. Observándose que las empresas enfrentan presiones tributarias en ciertas ocasiones y no siempre cuentan con los ingresos necesarios para cumplir con sus obligaciones. Además, existe una falta de socialización con los trabajadores sobre los beneficios que el estado otorga. Se evidencia un incumplimiento en llevar los libros contables de acuerdo con la normatividad, así como en presentar las declaraciones juradas de manera oportuna. Existe un bajo conocimiento de la ley de promoción y formalización de micro y pequeñas empresas. Las empresas no participan en programas de apoyo a las Mypes por parte del estado y no se involucran en contratos con empresas formales.

Segunda

Los beneficios del régimen tributario influyen en la calidad de servicio de los hospedajes de la ciudad de Tacna. Apreciándose que en ocasiones se brindan servicios adecuados con el objetivo de lograr la excelencia y satisfacer las necesidades de los clientes. Sin embargo, se identifica una falta de adecuados procesos administrativos, lo que impide optimizar la calidad de los servicios o productos ofrecidos. Asimismo, se nota la ausencia de políticas orientadas a generar bienes y servicios de manera eficiente. Es importante reconocer estas áreas de mejora para poder implementar cambios que permitan brindar un servicio de mayor calidad y eficiencia.

Tercera

Los beneficios del régimen tributario influyen en las estrategias de los hospedajes de la ciudad de Tacna. Observándose, la falta de evaluación del efecto de la experiencia para reducir los costos unitarios, lo cual limita la capacidad de mejorar la eficiencia operativa. Asimismo, se identifica una carencia en el control de costos de las actividades de la empresa, lo que dificulta la toma de decisiones fundamentadas en la gestión financiera. La falta de difusión de los procesos normativos de reducción de impuestos impide aprovechar oportunidades para optimizar la carga tributaria. Además, la insuficiencia de recursos necesarios obstaculiza el cumplimiento de los objetivos empresariales y restringe el potencial de crecimiento. Es importante destacar que la ausencia de inversiones adecuadas impide alcanzar un rendimiento económico óptimo.

Cuarta

Los beneficios del régimen tributario influyen en los resultados comerciales de los hospedajes de la ciudad de Tacna. Apreciándose que en raras ocasiones se cumple con el logro de la satisfacción y complacencia de los clientes, lo que representa una oportunidad de mejora en la gestión de la calidad del servicio. Además, no se tiene en cuenta la necesidad de una innovación permanente de productos, lo que limita la capacidad de adaptarse a las demandas cambiantes del mercado. A veces se realizan cambios según las necesidades y deseos del mercado, pero existe margen para una mayor agilidad y anticipación. Asimismo, en ocasiones se cuenta con empatía por parte del equipo comercial hacia los intereses de los clientes y de la empresa, pero esta actitud podría fortalecerse para mejorar las relaciones y generar mayor lealtad. Por último, a veces se cuenta con un ambiente motivador que transmite energía a los potenciales clientes.

5.2. Recomendaciones

Primera

A través de los dueños de los hospedajes educar a los trabajadores sobre los beneficios que el estado otorga, como incentivos fiscales, exenciones y programas de apoyo específicos para las Mypes. Mantener registros financieros precisos y establecer procesos internos sólidos para garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Considerar la posibilidad de participar en contratos con empresas formales, como agencias de viajes, tour operadores u otras organizaciones relacionadas. Estas alianzas pueden generar oportunidades de crecimiento y acceso a nuevos mercados.

Segunda

A través de dirección de los hospedajes, mejorar los procesos administrativos para optimizar la calidad de los servicios ofrecidos. Esto implica establecer protocolos claros, capacitación del personal, seguimiento de estándares de calidad y una gestión eficiente de los recursos. Identificar áreas de mejora, buscar soluciones innovadoras, optimizar los recursos disponibles y promover una cultura de mejora continua en la organización.

Tercera

A través de dirección establecer un control efectivo de los costos de sus actividades. Esto implica implementar herramientas y sistemas de gestión financiera que permitan realizar un seguimiento detallado de los gastos, identificar áreas de sobrecostos y tomar decisiones fundamentadas para optimizar el uso de los recursos. Buscar activamente la obtención de los recursos necesarios para el cumplimiento de sus objetivos empresariales y el desarrollo de estrategias. Esto puede incluir la búsqueda de financiamiento externo, la optimización de los ingresos existentes y la exploración de alianzas estratégicas con proveedores y socios comerciales.

Cuarta

A través de dirección capacitar al personal en habilidades de atención al cliente, implementar sistemas de retroalimentación y realizar seguimiento continuo para identificar áreas de mejora y tomar acciones correctivas. Crear un ambiente motivador que transmita energía a los potenciales clientes. Esto implica trabajar en la motivación y satisfacción del personal, reconocer y recompensar los logros, y promover una cultura de trabajo positiva y entusiasta que se refleje en la interacción con los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Alva, L. (2018). *La estrategia financiera, paso a paso*. Obtenido de <https://connectamericas.com/es/content/la-estrategia-financiera-paso-paso>
- Aponte Jula, J., & Soto Trilleras, L. (2023). *Impacto Económico, Financiero y Tributario al Determinar el Régimen de Tributación para el taller de motos MECHIS*. Obtenido de <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/12999/3.%20Grupo%203%20Johana%20Aponte%20-%20Carolina%20Soto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aragón, A. (2021). *Planificación financiera*. Obtenido de <https://www.unir.net/empresa/revista/planificacion-financiera/>
- Arias Cordoba, Y., Cabrera Palacios, Y., & Palacios Palacios, Y. (2022). *Informalidad empresarial y tributaria de pequeñas y medianas empresas en el municipio de quibdó*. Obtenido de https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/7650/T_MTPF_593.pdf
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. Pearson.
- Arrieta, F. (2018). *Gestión de la competitividad empresarial*. . ECOE.
- Asprilla, M. (2 de febrero de 2018). *CLAVES DE LOS RESULTADOS COMERCIALES*. Obtenido de <https://ventasymercadeo.co/claves-de-los-resultados-comerciales/#:~:text=Los%20resultados%20comerciales%20no%20son,de%20nuestros%20productos%20o%20servicios.>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (16 de diciembre de 2020). *Perú impulsará la competitividad y la reactivación económica con apoyo del BID*. Obtenido de <https://www.iadb.org/es/noticias/peru-impulsara-la-competitividad-y-la-reactivacion-economica-con-apoyo-del-bid#:~:text=Las%20microempresas%20tienen%20una%20productividad,las%20MYPES%20durante%20la%20pandemia.>
- Bonilla, E. (2012). *La importancia de la productividad como componente de competitividad*.
- Briceño vargas, Y., & Banda Falcon, R. (2022). *Nivel de conocimiento del régimen MYPE tributario y su impacto en la formalización de empresas del sector textil, La Victoria, 2019*. [Tesis de Pregrado, Universidad San Ignacion de Loyola]. Obtenido de

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/0d7e1e3b-d666-4c78-8191-301f395c9802/content>

- Business, E. (2020). *Financiamiento corto y de largo plazo: ¿cuál elegir?* ESAN. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/financiamiento-corto-y-de-largo-plazo-cual-elegir>
- Cánovas, A. (2019). *Logística internacional: una herramienta para la competitividad*. Cuadernos básicos.
- Castillo Coronado, L. (2022). *Formalización tributaria en MYPES*. [Tesis de Pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/6036/1/TIB_CastilloCoronadoLiliana.pdf
- Centro de investigación de economía y negocios globales. (2019). *Comparación internacional del aporte de las Mipymes a la economía*. Obtenido de <https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2019/09/Comparacion-Internacional-del-aporte-de-las-MIPYMES-a-la-Economia-DT-2019-03.pdf>
- Cevallos, V., Montilla, A., & Cevallos, L. (2020). *Planeación Financiera Empresarial, Aproximación a su Estudio desde una Revisión Bibliográfica*. Obtenido de <https://doi.org/10.18779/csye.v4i2.369>
- Chagerben, L., Yagual, A., & Hidalgo, J. (2017). *La importancia del financiamiento en el sector microempresario*. Alfa y Omega.
- Chambi, G. (2016). *La formalización de las mypes de fabricación de muebles del parque industrial y su influencia en la rentabilidad del periodo*. [Tesis de Pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Obtenido de https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/351/C_HAMBI%20VILLANUEVA,%20GIESELA%20NILA.pdf?sequence=1
- Chanamé, J. (7 de diciembre de 2021). *¿Cuáles son los regímenes laborales en el Perú? Bien explicado*. Obtenido de <https://lpderecho.pe/cuales-son-los-regimenes-laborales-en-el-peru-bien-explicado/>
- Chávez Cachata, A. C. (2022). *Ansiedad e inteligencia emocional en los soldados del agrupamiento “c.a.a. srl. José Gálvez n° 01” de la provincia de Ilo, 2021*. [Tesis de Pregrado, Universidad José Carlos Mariátegui]. Obtenido de https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/1326/Adriana-Yesica_tesis_titulo_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración (7ª ed.)*. McGraw-Hill.

- Chile Flores, M. E. (2021). *Efectos del sistema de libros electrónicos en una empresa comercializadora de artículos de ferretería en el distrito de moquegua, 2015 - 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Jose Carlos Mariategui]. Obtenido de https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/1096/Miriam_tesis_titulo_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chura Chura, N. Y., & Fernandez Poma, L. M. (2023). *Gestión empresarial y la influencia de la competitividad en los restaurantes turísticos en la región tacna, 2023*. [Tesis de Pregrado, Universidad Jose Carlos Mariategui]. Obtenido de https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/1956/Nancy-Luzby_tesis_titulo_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Collins, N., Rosales, F., & Villao, J. (2017). *Competitividad sostenible: una herramienta clave en la gestión administrativa*. Compás.
- Coneción ESAN. (21 de marzo de 2019). *¿Cuáles son los regímenes tributarios vigentes en el Perú?* Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/cuales-son-los-regimenes-tributarios-vigentes-en-el-peru>
- Cronin, J., & Taylor, S. (1994). *Servperf versus Servqual: Reconciling Performance Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality*. Journal of Marketing.
- Cuofano, G. (2022). *Liderazgo en costos y ventaja competitiva de Porter*. Four Week.
- Cusolito, A., & Maloney, W. (2018). *Productivity Revisited: Shifting Paradigms in Analysis and Policy*. . World Bank.
- Diario Gestión. (02 de diciembre de 2018). *¿Cuáles son los regímenes tributarios y en qué se diferencian?* Obtenido de <https://gestion.pe/tu-dinero/regimenes-tributarios-diferencias-pagar-impuestos-empresas-peru-nda-nnlt-250529-noticia/>
- Echeverry, P. (2016). *El marketing y la importancia del servicio al cliente en las empresas*. [Tesis de pregrado, Fundación Universitaria Católica]. Obtenido de <https://repository.unicatolica.edu.co/handle/20.500.12237/591>
- Eisner, M. (2021). *Cómo mejorar la eficiencia de los procesos*. s. Process Maker .
- Fernández, A. (2012). *Conceptos de estrategia empresarial*. .
- Ferraz, Kupfer, & Haguenaer. (1996). *La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo*. Obtenido de

<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/820532b5-0b65-4f87-9990-fe54b4a6e507/content#:~:text=De%20acuerdo%20con%20Ferraz%2C%20Kupfer,el%20mercado%20de%20manera%20sostenible.>

Fonseca, R. (2015). *Competitividad. Alfaomega.*

Fuentes, E., & Véliz, G. (2017). *La competitividad global. Revista empresarial.* Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6479348>

García, M. (2005). *La apuesta ética de las organizaciones sanitarias.*

Gaytán, J. (2021). *Estrategia financiera, teorías y modelos. Mercados y Negocios.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5718/571867949007/html/#:~:text=La%20estrategia%20financiera%20abarcar%20un,competitividad%20y%20un%2>

Gob.pe. (2022). *Regímenes tributarios.* Obtenido de <https://www.gob.pe/280-superintendencia-nacional-de-aduanas-y-de-administracion-tributaria-regimenes-tributarios>

Gonzales. (2021). *RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA ALPAMAYO TECHNOLOGIES S.A.C. DE LIMA 2019.* [Tesis de Pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8555/Gonzales%20Mas%20Excilda.pdf?sequence=1>

Gordon, D. (2014). *Competencia empresarial.* Corporación británica.

Guevara, V. (27 de enero de 2022). *Seguimiento de resultados comerciales.* Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/seguimiento-de-resultados-comerciales-v%C3%ADctor>

Hernández, S., & Pulido, A. (2018). *Fundamentos de Gestión empresarial, enfoque basados en competencias.* McGraw-Hill.

Huamanchumo Viluco, E., & Pasache Morales, M. (2022). *Estrategias financieras para mejorar la rentabilidad en el aserradero nuevo amanecer sac, chiclayo 2021.* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/10462/Huamanchumo%20Viluco%20Erica%20%26%20Pasache%20Morales%20Merly.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Instituto Peruano de Economía. (2 de setiembre de 2014). *Ley De Promoción y Formalización de Micro y Pequeñas Empresas*. Obtenido de <https://www.ipe.org.pe/portal/ley-de-promocion-y-formalizacion-de-micro-y-pequenas-empresas/>
- Israel, G. (2015). *Calidad en la Gestión de Servicios*. (2da. Edición). Fondo Editorial Biblioteca Universidad Rafael Urdaneta.
- Juanas, T. (2019). *¿Cuáles son los requisitos mínimos necesarios para obtener un préstamo?* Obtenido de <https://www.rankia.pe/blog/creditos-rapidos-hipotecarios-vehiculares-consumo/4227659-cuales-son-requisitos-minimos-necesarios-para-obtener-prestamo>
- Loayza, N. (2021). *Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú*. BCRP. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Estudios-Economicos/15/Estudios-Economicos-15-3.pdf>
- Logreira, C., Hernández, L., Bonett, M., & Sandoval, J. (2018). *Microempresas en Barranquilla: Una mirada desde el financiamiento privado*. Revista venezolana de gerencia. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11323/1984>
- Moreno, J. (2018). *¿Qué es una estrategia financiera?* Obtenido de <https://www.euroinnova.pe/blog/que-es-una-estrategia-financiera#los-objetivos-de-una-estrategia-financiera>
- Paenza, A. (2016). *Estrategias*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & L, B. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*.
- Parra, C., Osorio, J., & Escandón, J. (2019). *Metodología multicriterio para la selección e proveedores bajo consideraciones de riesgo*. Morata.
- Paz Juvinao, K., & Serge Lario, L. (2019). *Aspectos Tributarios y Financieros de las Pequeñas y Medianas Empresas en Colombia*. [Tesis de grado, Universidad Jorge Tadeo Lozano]. Obtenido de <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/7855/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Paz, Harris, & García. (2015). *calidad de servicio como elemento clave*. Obtenido de <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v31n4/0718-0764-infotec-31-04-221.pdf>
- Pérez, A. (2019). *Control de costos: cómo hacerlo de forma eficaz*. . OBS Business School. .

- Pérez, F. (1994). *Gestión de la calidad empresarial: Calidad en los servicios y atención al cliente calidad total.* . Esic.
- Porter, M. (1982). *Ventaja competitiva.* Cecsá.
- Quintero la cruz, R. (14 de febrero de 2023). *Mejorar los resultados comerciales de forma eficiente: Una guía para empresarios y directores comerciales.* Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/mejorar-los-resultados-comerciales-de-forma-eficiente-rafael>
- Quispe, R. (Febrero de 2022). *LOS BENEFICIOS TRIBUTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA PANA BUSINESS EIRL SURCO – LIMA – 2017.* Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/2082/Tesis%20-%20Ruth%20Yovana%20Quispe%20Pari.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramirez Campomanes, C. R. (2023). *Política tributaria y formalización de las micro y pequeñas empresas en Lima Metropolitana.* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1609-81962023000100053
- Ramos, C., & Valle, L. (2020). *La competitividad como estrategia de crecimiento en las organizaciones.* . Granica.
- Rinaldi, j. (2016). *La carga tributaria: un análisis teórico y empírico.* Obtenido de <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/21108/Rinaldi%2C%20J.M.%20%282016%29%20La%20carga%20tributaria%2C%20un%20an%C3%A1lisis%20te%C3%B3rico%20y%20emp%C3%ADrico.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Rivero, J. (2019). *Imagen de Marca: ¿por qué es importante tenerla? ¿cómo desarrollarla?* Neetwork Business School. Obtenido de <https://neetwork.com/imagen-de-marca/>
- Rodríguez, A., Peña, N., & Casañas, M. (2020). *Factores que motivan la compra por impulso en el contexto de la compra en grupo en línea.* Revista Escuela de Administración de Negocios. Obtenido de <https://doi.org/10.21158/01208160.n89.2020.2846>
- Rodríguez, O. (2021). *La importancia de contar con estrategias de financiamiento.* Obtenido de <https://www.engen.com.mx/blog/analisis/la-importancia-de-contar-con-estrategias-de-financiamiento>

- Rosel. (2011). *Surgimiento de las micro y pequeñas empresas*. Obtenido de <https://ojs.ehu.es/index.php/gezki/article/download/6642/6080>
- Ruiz, L. (2020). *Estrategias financieras para sobrevivir en tiempos de crisis*. Obtenido de <https://www.engrante.com/blog/finanzas-corporativas/estrategias-financieras-para-sobrevivir-en-tiempos-de-crisis>
- Schiffman, L., & Lazar, L. (2014). *Comportamiento del consumidor*. (9na. Edición). Editorial Prentice Hall.
- Segura, J. (2022). *Función de producción, macro distribución y desarrollo*. . ESIC.
- Sierra, C. (2013). *Concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n35/n35a07.pdf>
- SUNAT. (2018). *Gastos Tributarios*. L. Obtenido de [file:///C:/Users/Acer/Downloads/gastos_tributarios_SUNAT%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Acer/Downloads/gastos_tributarios_SUNAT%20(1).pdf)
- SUNAT. (18 de agosto de 2021). *Regímenes Tributarios: ¿Cuál elegir para mi empresa?* Obtenido de <https://tandishop.com/blog/regimenes-tributarios-cual-elegir-para-mi-empresa/#:~:text=Los%20reg%C3%ADmenes%20tributarios%20son%20las,de%20pagos%20de%20los%20mismos>.
- Torres, L. (2021). *Los regímenes tributarios y la formalización de los contribuyentes mypes en el Perú, período 2019*. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional del Callao]. Obtenido de <http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/5651/INFORME%20FINAL-TORRES%20CARRERA-FCC-2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Totonell, L. (2018). *Consideraciones sobre la formalización del comportamiento organizacional*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5116/511656033013/html/>
- Trenza, A. (2020). *Estrategia Financiera: Qué es, para qué sirve y beneficios*. Obtenido de <https://anatreza.com/estrategia-financiera/>
- Valle, A. (2020). *La planificación financiera una herramienta clave para el logro de los objetivos empresariales*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300160
- Zabala, E., Peñaherrera, F., & G, L. (2018). *El diseño del producto y su importancia en la satisfacción del cliente*. Universidad Técnica De Babahoyo.

Zanatta, M. (2018). . *La importancia de establecer una buena estrategia financiera*.
Obtenido de <https://www.captio.net/blog/la-importancia-de-establecer-una-buena-estrategia-financiera>

Zazueta, H. (2019). *Desarrollo de valores en el trabajo*. Trillas.

ANEXOS

ANEXO N°1 - MATRIZ DE CONSISTENCIA
BENEFICIOS DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL
RUBRO HOSPEDAJES DE LA CIUDAD DE TACNA, 2023.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E DIMENSIONES	METODOLOGIA
<p>Problema principal ¿Cómo los beneficios del régimen tributario influyen en la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna, 2023?</p> <p>Problemas específicos a. ¿Cómo los beneficios del régimen tributario influyen en la calidad de servicio de los hospedajes de la ciudad de Tacna? b. ¿Cómo los beneficios del régimen tributario influyen en las estrategias de los hospedajes de la ciudad de Tacna? c. ¿Cómo los beneficios del régimen tributario influyen en los resultados comerciales de los hospedajes de la ciudad de Tacna?</p>	<p>Objetivo principal Determinar si los beneficios del régimen tributario influyen en la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna, 2023.</p> <p>Objetivos específicos a. Determinar si los beneficios del régimen tributario influyen en la calidad de servicio de los hospedajes de la ciudad de Tacna b. Determinar si los beneficios del régimen tributario influyen en las estrategias de los hospedajes de la ciudad de Tacna. Determinar si los beneficios del régimen tributario influyen en los resultados comerciales de los hospedajes de la ciudad de Tacna.</p>	<p>Hipótesis Principal Los beneficios del régimen tributario influyen en la competitividad de las Mypes del rubro hospedajes de la ciudad de Tacna, 2023.</p> <p>Hipótesis específicas a. Los beneficios del régimen tributario influyen significativamente en la calidad de servicio de los hospedajes de la ciudad de Tacna. b. Los beneficios del régimen tributario influyen significativamente en las estrategias de los hospedajes de la ciudad de Tacna. c. Los beneficios del régimen tributario influyen significativamente en los resultados comerciales de los hospedajes de la ciudad de Tacna.</p>	<p>Variable Independiente: “Beneficios del Régimen Tributario”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Carga tributaria 2. Régimen laboral especial 3. Formalización de las Mypes <p>Variable Dependiente: “Competitividad de las Mypes”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Calidad de servicio 2. Estrategias 3. Resultados comerciales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Tipo de investigación</u> Básica 2. <u>Diseño de investigación</u> No experimental 3. <u>Nivel de investigación</u> Descriptiva 4. <u>Población</u> La población estará compuesta por 20 Hospedajes de la ciudad de Tacna, periodo 2023. 5. <u>Muestra</u> Se tomará como muestra al 100% de la población por ser pequeña. 6. <u>Técnicas</u> Encuesta Análisis documental 7. <u>Instrumentos</u> Cuestionario Ficha de análisis documental

ANEXO N°2 - OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

BENEFICIOS DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL

RUBRO HOSPEDAJES DE LA CIUDAD DE TACNA, 2023.

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	ESCALA DE MEDICION
INDEPENDIENTE Beneficios del Régimen Tributario	<p>Hasta el 2024. El Ejecutivo promulgó ley para aliviar la carga tributaria de las Mypes ligadas a estos rubros, con el fin de dinamizar el empleo y su reactivación. Sin embargo, los gremios discrepan sobre la eficacia de esta iniciativa. Las micro y pequeñas empresas (Mypes) del rubro hoteles, alojamientos y restaurantes pagarán menos en el impuesto general a las ventas (IGV) por más de dos años, luego de que el Poder Ejecutivo promulgara la Ley N° 31556, la cual reduce del 18% al 8% el IGV para potenciar su reactivación económica. Este alivio en la carga tributaria —aprobada en el Congreso— regirá desde el 1 de setiembre de este año hasta el 31 de diciembre del 2024. Actualidad Gubernamental (2022)</p>	<p>La reducción del IGV hará que las Mypes del rubro de hospedajes sean más competitivos e, incluso, alentará su formalización para bien del sector y la salud fiscal del país “pese a la desinformación del Ministerio de Economía y Finanzas”, según José Silva Martinot. Silva explica que un impedimento para formalizarse es que en el sistema común se debe cargar el 18% del IGV a la venta, ya que los productos y la mano de obra están exonerados de este impuesto. Actualidad Gubernamental (2022).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Carga tributaria 2. Régimen laboral especial 3. Formalización de las Mypes 	Categorica Ordinal
DEPENDIENTE Competitividad de las Mypes	<p>El sector hotelero actualmente está en crecimiento, a su vez está sumergido en un entorno cambiante de mucha incertidumbre y competencia, estos deben comenzar a crear estrategias para realizar una buena gestión y crear ese factor diferenciador de sus competidores, dando como resultado una ventaja competitiva sostenible en el tiempo por encima de sus competidores. Los administradores deben tener ciertas competencias o habilidades para desempeñar sus funciones, estas se definen, como las capacidades específicas que resultan del conocimiento, la información, la práctica y la aptitud, entre estas podemos encontrar habilidades conceptuales, de diseño y de toma de decisiones; habilidades humanas o interpersonales y de comunicación; y habilidades técnicas. Pamanes (2021).</p>	<p>La noción de competitividad, ha evolucionado, desde un enfoque tradicional, asociado a la consecución de unos buenos resultados comerciales como consecuencia de una buena dotación de recursos, considerados ventaja comparativa, hacia un enfoque estratégico fundamentado en la ventaja competitiva asociado a la capacidad de añadir valor a esos recursos. Pamanes (2021).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Calidad de servicio 2. Estrategias 3. Resultados comerciales 	