



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE

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

**TÍTULO:**

CARACTERIZACIÓN DE FORMALIZACIÓN Y GESTIÓN  
DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS  
DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO ZAPATERÍAS EN LA  
CIUDAD DE TARAPOTO-PROVINCIA DE SAN MARTÍN,  
PERÍODO 2016.

**INFORME FINAL DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO  
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:**

BR. LENY DE LA CRUZ FLORES

**ASESOR:**

LIC. NILSON ANGULO CACHIQUE

**TINGO MARÍA- PERÚ**

**2016**

**JURADO EVALUADOR DE TESIS**

**Dr. Geider Grandes García**

**PRESIDENTE**

**Mgr. Sergio Oswaldo Ortíz García**

**SECRETARIO**

**Lic. Carlos Rufino Isla Hidalgo**

**MIEMBRO**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darme salud, sabiduría y fuerza necesaria para concluir este proyecto y a mis padres por su apoyo incondicional y por los buenos valores que me han inculcado a ser responsable lo que me ayudó siempre a seguir adelante ante los problemas.

Al Lic. Nilson Angulo Cachique por su paciencia, comprensión y guía a solucionar los problemas suscitados en ese proyecto.

## **DEDICATORIA**

A Dios que me acompañó siempre a cada momento y quien fue mi pilar, mi guía y mi eje fundamental, a mi amada y preciosa hija Astri Poleth Jein Alvarado de la Cruz que ha sido el impulso durante toda mi carrera y el cimiento principal para la culminación de la misma, con su amor incondicional ha sido amiga y compañera inseparable, que con sus sonrisas ha iluminado mi vida.

## RESÚMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre la formalización y la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas-MYPES del sector comercio-rubro de zapaterías del distrito de Tarapoto de la Provincia de San Martín, Año 2016. La investigación fue cuantitativa-descriptiva, diseño de una investigación no experimental, muestreo no probabilístico por conveniencia.

Mediante un cuestionario con una población de 35 MYPES se analizó a una muestra de 12 empresarios. Se obtuvo los siguientes resultados: el 100.0% de las MYPES del sector comercio-rubro zapaterías son formales, 83.3% ha recibido asesoría en gestión empresarial, la formalización sería mayor si el estado concediera beneficios para hacerlo, por tanto el 83.3% manifiesta que ésta ayuda a la expansión de las ventas aun cuando aumente los costos laborales.

En cuanto a la gestión de la calidad, se pudo determinar que el 58.0% tiene educación secundaria, de los cuales el 75.5% de la muestra pertenece al género masculino. El 100% afirma utilizar procesos estandarizados de producción en los productos que comercializa, siendo el Plan de Trabajo el de mayor utilización con un 67.05%, seguido en menor porcentaje el Plan Estratégico y la investigación de mercados para la comercialización. En cuanto al proceso de capacitación del personal, afirman realizarlo como política 5 veces al año con el objetivo de mejorar el servicio de atención al cliente, a esto se suma que el 83.0% utilizan modelos de sus productos al gusto y preferencia de sus clientes; y la evaluación del nivel de satisfacción de éstos utiliza las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación) para mejorar la calidad del producto.

**Palabras clave:** Formalización, gestión de calidad y MYPES

## ABSTRACT

This research has the general objective to determine the relationship between formalization and quality management of Micro and Small-MYPEs trade-heading of shoe stores Tarapoto district of the province of San Martin, 2016. Research was quantitative industry - descriptive, non-experimental design research, non-probability convenience sample.

A questionnaire with a population of 35 MYPEs analyzed a sample of 12 entrepreneurs. The following results were obtained: 100.0% of MYPEs sector trade-heading shoe stores are formal, 83.3% received advice on business management, formalization would be greater if the state grant benefits to doing so, therefore 83.3% said it It helps expanding sales increase even though labor costs.

As for quality management, it was determined that 58.0% have secondary education, of which 75.5% of the sample belongs to the male gender. 100% states use standardized production processes products marketed, the Work Plan being the most used with 67.05%, followed to a lesser extent the Strategic Plan and market research for marketing. Regarding the process of training of staff, they say do this as politics 5 times a year with the aim of improving customer service, to this is that 83.0% use models of their products to the tastes and preferences of its customers; and assessing the level of satisfaction of these uses ICT (Information and Communication Technologies) to improve product quality.

**Keywords:** execution, quality management and MYPEs.

## CONTENIDO

JURADO EVALUADOR.....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
<b>RESÚMEN</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
CONTENIDO .....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>II. REVISIÓN DE LA LITERATURA</b> .....	6
<b>2.1. Antecedentes</b> .....	6
<b>2.2. Bases teóricas de la investigación</b> .....	21
2.2.1. Teoría de la formalización de las MYPES .....	21
<b>2.2.2. Teoría de la gestión de la calidad</b> .....	25
<b>2.3. Marco Conceptual</b> .....	32
<b>2.3.1. Definición de la Micro y Pequeña Empresa</b> .....	32
<b>2.3.2. Definición de Calidad</b> .....	33
<b>2.3.3. Definición de Empresa</b> .....	35
<b>2.3.4. Definición de Gestión</b> .....	37
<b>2.3.5. Definición de Formalización</b> .....	38
<b>2.3.6. Definición de Formalización de Gestión de Calidad</b> .....	40
<b>2.4. Operacionalización de las variables</b> .....	42
Tabla 1: Operacionalización de las Variables .....	42
<b>III. METODOLOGÍA</b> .....	44
<b>3.1. Diseño de la investigación</b> .....	44
<b>3.2. Tipo y Nivel de Investigación</b> .....	44
<b>3.3. Población y Muestra</b> .....	45
<b>3.3.1. Área Geográfica del Estudio</b> .....	45
<b>3.3.2. Población</b> .....	46
<b>3.3.3. Muestra</b> .....	46
<b>3.3.4. Criterios de inclusión</b> .....	47
<b>3.3.5. Criterios de exclusión</b> .....	47

<b>3.4. Técnicas e Instrumentos.....</b>	<b>47</b>
<b>3.4.1. Técnicas .....</b>	<b>47</b>
<b>3.4.2. Instrumentos .....</b>	<b>47</b>
<b>3.5. Plan de Análisis de Datos.....</b>	<b>48</b>
Tabla 2: Matriz de Consistencia.....	49
<b>IV. RESULTADOS.....</b>	<b>50</b>
<b>4.1 Resultados .....</b>	<b>50</b>
4.1.1. Respetto de los representantes legales de las MYPEs .....	50
4.1.2. Respetto a la formalización de las MYPEs .....	54
4.1.3. Respetto a la Gestión de Calidad de las MYPEs .....	60
<b>4.2 Análisis de resultados.....</b>	<b>68</b>
<b>4.2.1 Respetto de los representantes legales de las MYPEs.....</b>	<b>68</b>
<b>4.2.2 Respetto a la formalización de las MYPEs .....</b>	<b>69</b>
<b>4.2.3 Respetto a la Gestión de Calidad de las MYPES .....</b>	<b>70</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>73</b>
<b>5.1. Respetto de los representantes legales de las MYPES .....</b>	<b>73</b>
<b>5.2. Respetto a la formalización de las MYPES.....</b>	<b>73</b>
<b>VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>76</b>
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	85
PRESUPUESTO .....	86



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables.....	45
Tabla 2. Matriz de consistencia .....	49
Tabla 3. Edad de los representantes de las MYPES.....	50
Tabla 4. Género de los representantes de las MYPES.....	51
Tabla 5. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.....	52
Tabla 6. Estado Civil. ....	53
Tabla 7. ¿Su empresa es formal?. ....	54
Tabla 8. Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa? .....	55
Tabla 9. Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial.....	56
Tabla 10. Considera que la formalización aumenta los costos laborales.....	57
Tabla 11. Si el estado concediera beneficios en la formalización de las MYPES, Formalizaría su empresa? .....	58
Tabla 12. Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización del producto por su empresa? .....	59
Tabla 13. Su producto que comercializa es fabricado mediante procesos estandarizados de producción. ....	60
Tabla 14. Documentos de gestión que usa para mejorar la calidad en la comercialización de su producto.....	61
Tabla 15. Conoce las normas ISO de certificación de calidad .....	62
Tabla 16. Servicio de pre y pos venta con ayuda de redes sociales.....	63

Tabla 17. Veces al año la empresa capacita al personal para mejorar la calidad de atención al cliente. ....	64
Tabla 18. Su empresa actualiza modelos del producto, según los gustos y preferencias del cliente?.....	65
Tabla 19. Evalúa usted el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto?.....	66
Tabla 20. Usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto? .....	67

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Edad de los representantes de las MYPES. ....	50
Gráfico 2. Genero de los representantes de las MYPES.....	51
Gráfico 3. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.....	52
Gráfico 4. Estado Civil. ....	53
Gráfico 5. Su empresa es formal.....	54
Gráfico 6. Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa? .....	55
Gráfico 7. Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial?.....	56
Gráfico 8. Considera que la formalización aumenta los costos laborales. ....	57
Gráfico 9. Si el estado concediera beneficios en la formalización de las MYPES, formalizaría su empresa?. ....	58
Gráfico 10. Considera usted que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización del producto por su empresa? .....	59
Gráfico 11. Procesos estandarizados de producción.....	60
Gráfico 12. Documentos de gestión para mejorar la calidad. ....	61
Gráfico 13. Normas ISO de certificación de calidad .....	62
Gráfico 14. Servicio de pre y pos venta con ayuda de redes sociales.....	63
Gráfico 15. Cuántas veces al año la empresa capacita al personal para mejorar la calidad de atención al cliente .....	64
Gráfico 16. Actualiza modelos del producto, según los gustos y preferencias del cliente.....	65
Gráfico 17. Evalúa usted el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto? .....	66
Gráfico 18. Usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto .....	67

## **I. INTRODUCCIÓN**

Las MYPES (Micro y Pequeña Empresa) son importantes en el Perú por la presencia que tienen en la economía. Así, en el último censo de Empresas en el Perú, arrojó un total de 3'220,000 empresas que tienen más de 2 personas ocupadas, de ahí el 98% de estas son Micro Empresas (de 1 a 10 personas ocupadas) y 1.5% son Pequeñas Empresas (de 10 a 50 personas ocupadas), entre las 2 hacen el 99.5% en todas las unidades económicas del país. En términos de empleo, también su presencia es mayoritaria, la Micro Empresa da empleo aproximadamente a 8 millones de personas y la Pequeña Empresa a 1 millón; entre las dos (micro y pequeña) suman 9 millones, que es un alto porcentaje de los 14 millones del total de la población económica actualmente activa, es decir el 75% de la Población Económicamente Activa – PEA, (Villarán, 2015).

En este sentido las MYPES tienen importantes repercusiones económicas y sociales para el proceso de desarrollo nacional por que genera riqueza en más de 45% del Producto Bruto Interno (PBI). En ese sentido, las MYPES se constituyen en la mejor alternativa para hacer frente al desempleo nacional, especialmente en el sector juvenil, sin embargo afrontan a nivel nacional problemas para su desarrollo, entre las cuales resume las siguientes: (Espinoza, 2015).

No existe una estrategia nacional sostenida que permita promover y desarrollarlas en el Perú. Por ello aseguró, que las MYPES han logrado abrirse caminos por sí mismas sin patrocinio alguno en relación a otros sectores empresariales con enorme capacidad

de influencia y negociación política que les posibilite hacerse de beneficios tributarios, lobbies, entre otras ventajas.

La dificultad de acceso a mercados nacionales e internacionales está ligada a si hay quién compre sus productos y/o servicios, sencillamente la empresa, cualquiera fuera su tamaño, no puede ni siquiera subsistir. Esto significa que no hay mercados para las MYPES, lo que sucede es que debido a un conjunto de limitaciones y dificultades de carácter estructural, estas unidades productivas están impedidas y limitadas de acceder a mercados y/o conquistar más y mejores clientes.

Los pequeños y microempresarios no cuentan con oportunidades de mercado ya sean nacionales e internacionales, que les permita invertir cada vez más y poder acceder a nuevos y mejores mercados de consumo.

Carencia de políticas gubernamentales promotoras de financiamiento, el alto costo del capital, las restricciones en su otorgamiento principalmente las referidas a las garantías y la falta de cultura crediticia, constituyen entre otros, aspectos que repercuten negativamente en las pequeñas y microempresas, ya que ellas no pueden hacer frente a sus necesidades financieras para propender su desarrollo.

Casi absoluta ausencia de tecnología y en el contexto mundial actual, es imposible el desarrollo de las empresas (de cualquier tipo) y con mayor razón de las MYPES si es que la ciencia, tecnología e innovación no están activamente presentes en la vida cotidiana de la empresa.

La existencia de un sistema legal, contable y tributario, muchas veces confuso, engorroso, burocrático e inestable genera, entre otras desventajas, la informalidad por lo que se requiere un sistema mucho más promotor.

Existencia de una cultura individualista, expresada en pretender avanzar cada cual por su lado y a su manera. Los tiempos actuales demandan por el contrario, alianzas estratégicas, joint ventures, asociaciones en participaciones, concesiones, subcontrataciones, franquicias, conglomerados, entre otras formas de asociaciones.

El sector comercio en el rubro de venta de calzados en la ciudad de Tarapoto es significativo y su mercado abarca todos los segmentos de la población de Tarapoto y otras ciudades y localidades de la provincia de San Martín, dado la ubicación estratégica de la ciudad, que se integra con los distritos de Morales y la Banda de Shilcayo.

El comercio se basa en productos de diversidad de calzados que son adquiridos en Chiclayo, Trujillo y Lima y ofertados en tiendas bajo la modalidad de MYPES representando un significativo negocio que da ocupación a familias, de las cuales un sector importante son migrantes.

La investigación se justifica porque el motivo principal de este estudio se fundamenta en la necesidad de conocer las características de la formalización y el modelo de gestión que practican los administradores de las microempresas de la ciudad de Tarapoto, en el rubro zapaterías; a fin que nos permita establecer los paradigmas mentales que tienen para conducir sus negocios. Se empleará instrumentos y técnicas

de investigación como encuestas, entrevistas, y la observación; a los microempresarios de acuerdo a la ciudad, al sector y al tamaño de cada microempresa, esta información será validada y procesada estadísticamente y con las inferencias y las pruebas de hipótesis, correspondiente. Asimismo se considera útil investigar el problema formulado para entender mejor la practicidad de las técnicas mencionadas en el estudio y la posibilidad de ser adecuadas conforme las diversas necesidades que las MYPES afrontan en el mercado. Consideramos que el aporte fundamental que se espera alcanzar con este estudio radica en el hecho de hacer comprender cómo una gestión profesional de los negocios es en alto porcentaje garantía de éxito.

Por todo lo antes expuesto, surge el problema central que se enuncia de la manera siguiente:

¿Cuáles son las principales características de formalización y gestión de la calidad de las MYPES, del sector comercio-rubro venta de calzados, de la ciudad de Tarapoto – Provincia de San Martín, 2016?

El Objetivo General es conocer las características, la formalización y la gestión de la calidad de los micros y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de calzados, distrito de Tarapoto – Provincia de San Martín, 2016.

Asimismo, los Objetivos Específicos planteados son los siguientes:

Conocer los beneficios de la formalización y la gestión de la calidad de los micros y

pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de calzados, distrito de Tarapoto  
– Provincia de San Martín, 2016.

Determinar los factores de la competitividad de las MYPES en el rubro venta de  
calzado de la ciudad de Tarapoto, año 2016.

Determinar las ventajas de la gestión de calidad en las MYPES rubro venta de  
calzados, distrito de Tarapoto-Provincia de San Martín, 2016.



## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

**Valderrama, S. (2014)**, en su tesis “Gestión de la Calidad y Competitividad de las MYPES del Sector Comercio-Rubro Venta de Calzado para Damas del Distrito El Porvenir, Año 2014”, tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Trujillo, Perú, concluye lo siguiente: Podemos concluir según las encuestas que la edad por género de los representantes y dirigentes de las microempresas de calzado del distrito el Porvenir, contamos que entre la edad promedio de los representantes de las MYPES está entre 50-60 años, lo que nos indica que son personas completamente maduras con un grado de instrucción básico con un 53.3% ya que la mayoría de los microempresarios sólo tienen estudios secundarios.

Por lo general el 60% de estas MYPES vienen realizando sus actividades durante más de diez años lo que indica que cuentan con bastante experiencia en rubro de venta de calzado, contando con una demanda del 66.75% en calzado para damas y menos del 50% en calzado para caballeros lo que indica que estas empresas tienen mayor representación en el mercado en venta de calzado para mujer.

Se llegó a la conclusión que los clientes antes de adquirir los productos tienen en cuenta la calidad y el precio como requisito de compra con un 46.7% en calidad y en el precio con 33.3%; la variación que hay entre las dos es mínima por lo tanto se debe trabajar en los dos factores de manera equitativa.

Por otro lado tenemos que estas empresas determinan su calidad a través de su materia prima con las que trabajan con un 40% y las demás en la mano de obra con los que cuentan para sus procesos con un 33.3%.

Podemos concluir que mayormente estas empresas realizan controles posteriores a la fabricación del calzado con un 40% y un 26.7% no emplean ningún control en sus procesos, por lo tanto corren el riesgo de que sus productos terminados resulten fuera de las especificaciones correctas o defectuosos que ocasione posiblemente pérdida de clientes.

Tenemos un 26.7% de microempresas que no capacitan a sus trabajadores, por lo tanto es un porcentaje representativo; en lo cual se debería trabajar ya que representa un punto débil para la organización a comparación de las demás que si capacitan a sus colaboradores.

Las MYPES con un porcentaje del 80% si realizan cambios y mantenimiento de sus maquinarias de producción cuando es necesario, es decir que estas empresas si están pendiente de las circunstancias que se presentan en el desarrollo de sus actividades de fabricación. Según las encuestas el 33.3% de las MYPES no se consideran competitivas por la falta de maquinaria importada y escases de materia prima representando un punto de baja competitividad ya que al no contar con materia prima oportuna y maquinaria que requieren ciertos zapatos la producción de los lotes de calzado se verá afectada por lo tanto en la rentabilidad de la microempresa también.

Los microempresarios constataron en la encuesta que su diferenciación como empresa tienen que ver con los precios y por la calidad de su calzado con un 33.3%, Podemos decir que la diferencia de estas microempresas de las demás es mínima.

La publicidad o los medios que usan estas microempresas para darse a conocer como empresas es mediante afiches con un 60% de representación en el mercado y un 33.3% con paneles publicitarios.

**Rosales, A. (2013)**, en su tesis “Caracterización de la Formalización y Capacitación en las Micro y Pequeñas, Rubro Compra y Venta de Calzado en el distrito de Chimbote, 2013”, tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, Universidad Católica Los Ángeles, Chimbote, Perú, concluye sobre el tema lo siguiente.

La mayoría de los representantes de las MYPES tienen entre 20 y 45 años, son de sexo femenino y tienen grado de instrucción técnica y superior universitaria.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas están desarrollando sus actividades comerciales entre 3 a 5 años y tienen de 1 a 5 trabajadores.

Con respecto a la formalización la mayoría de los micros y pequeñas empresas se encuentran formalizada y la mayoría aporta más en su puesto de trabajo.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas no ha capacitado a su personal, ni a sus dueños en el presente año, consideran que esto es un gasto, al personal le gustaría ser capacitado en atención al cliente, control de inventario para mejorar su productividad, pero considera que es una necesidad la capacitación al personal en la micro y pequeña empresa.

**Berrú, E. (2014)**, en su tesis de investigación denominada “Caracterización de la Gestión de la Calidad y la Competitividad de las MYPES del sector Comercial, rubro de Zapaterías de la ciudad de Sullana, Región de Piura, Año 2014”, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas, Universidad Católica de los Ángeles-Chimbote. Sullana, Perú, concluye sobre el tema lo siguiente:

#### **Respecto al perfil del empresario**

Del 100% de los representantes legales de las MYPES encuestados se puede afirmar que el 50% de los representantes tienen entre 36 y 50 años, el 25 % sólo tienen estudios primarios, el 75% de los representantes legales de las MYPES encuestados son artesanos y el 75% tiene como objetivo primordial la subsistencia.

#### **Respecto a las características de las MYPES**

Las principales características de las MYPES del ámbito de estudio son: El 37.50% se dedica al negocio por más de 03 años respectivamente, mientras tanto que el 50% tiene 1 trabajador permanente.

### **Respecto a las características de la competitividad**

Los empresarios encuestados manifestaron que respecto a la competitividad, el 87.50% aprueban el buen desempeño de las MYPES, mientras que el 62.50% el vendedor no asesora al comprador en las MYPES. El 50% entrega el producto al cliente con la menor demora posible, el 75% procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores y el 50% responden con mayor frecuencia a sus consultas o reclamos posteriores a la compra.

### **Respecto a la característica de la gestión de calidad**

De las MYPES en estudio el 75% utilizan las redes sociales para atención al cliente, el 57.50% utiliza la radio para la publicidad del producto de las MYPES, el 47.50% cada más de tres años el empleador capacita e incentiva al trabajador de las MYPES, el 50% considera que la infraestructura de las instalaciones es regular, mientras que el 62.50% considera que el personal de ventas y servicios no es honesto en la información que le proporciona al cliente.

**Neciosup, J. (2014)**, en su tesis “Caracterización de la Gestión de la Calidad y la Formalización en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Manufactura, Rubro Fabricación de Calzado en el Distrito El Porvenir, Provincia de Trujillo” en su tesis para optar el grado académico de Magíster en Administración, Universidad Católica Los Angeles, Chimbote, Perú, concluye sobre el tema lo siguiente:

La Gestión de Calidad y la Formalización de las Microempresas de Calzado del Distrito El Porvenir, han logrado el desarrollo sostenido de sus empresas.

La Gestión de Calidad de las MYPES de Calzados del Distrito El Porvenir se sustenta en sus recursos humanos especializados, en la buena organización, gestión estratégica y una planificación técnicamente formulada.

Los insumos y recursos, materia prima y activos fijos que utilizan en el proceso productivo para la fabricación de calzados son de calidad.

Existe una demanda insatisfecha por parte de mercado interno de los diferentes tipos de calzado que se fabrican en las MYPES del Distrito El Porvenir.

**Espinoza, L. de J. (2013)**, en su tesis “Caracterización de Formalización y Gestión de la Calidad de las MYPES Comerciales Rubro Calzado (Piura), Año 2013”, tesis para optar el título de Licenciado en Administración. Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Universidad Católica Los Ángeles, Chimbote, Perú, concluye sobre el tema lo siguiente:

Se logró comprobar que la formalización si crea ventajas competitivas, en las MYPES del rubro calzado del mercado modelo de Piura, donde los pequeños empresarios expresan que la formalización les permite alcanzar nuevas alternativas para conectarse con el mercado actual, interactuando, aprendiendo, diseñando y aplicando estrategias que le han permitido competir con las grandes empresas.

Se ha determinado que la formalización tiene un vínculo muy estrecho con la gestión de calidad, porque ambos componentes les ha permitido analizar las fortalezas y debilidades de su empresa, definiendo una acción innovadora con planes de mejora a corto plazo.

Los pequeños empresarios dan a conocer que el enfoque de una buena gestión de calidad basada en planificación les ha permitido alcanzar los objetivos programados, con este proceso de innovación emplearon ventajas competitivas de forma sistemática, las cuales facilitaron una rentabilidad mejorada para su empresa y por ende participan en la cadena productiva, contribuyendo asimismo con los indicadores económicos en la economía Peruana.

Asimismo se observa que el rubro calzado se mantiene en constante crecimiento, lo que le genera mayor competitividad; para lo cual los empresarios para mantener este crecimiento se han enfocado en investigar las nuevas tendencias y demandas del mercado actual. También han aplicado estrategias e ideas innovadoras como brindar una mejor atención al cliente, determinándose que si trabajan con mecanismos de control de calidad al aplicar nuevos métodos de trabajo.

**Abanto, E. (2013)**, en su tesis “Gestión de la Calidad y Formalización de las MYPES del Sector Comercio Rubro-Compra y Venta de Calzado en el Centro Comercial El Virrey”, Trujillo. Año 2013”, en su tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas-

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú, concluye sobre el tema lo siguiente:

### **Respecto a la empresa**

La mitad de las MYPE encuestadas se establece que los representantes tienen entre 30 a 50 años, la mayoría son de género masculino y la mayoría relativa tienen secundaria completa.

### **Respecto a la gestión de calidad**

Todas las MYPES encuestadas comercializan productos fabricados mediante proceso estandarizado de producción, la mayoría de los encuestados no conoce las normas ISO de certificación de calidad, han implementado el servicio de pre y posventa con la ayuda de las redes sociales, capacitación al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente en el año 2013, actualizan modelos del producto, según gustos y preferencias del cliente, usan las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto, la mitad de los encuestados evalúa el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto.

### **Respecto a la formalización**

Todas las MYPES encuestadas están debidamente formalizadas; opinan que si el Estado concedería beneficio en la formalización de las MYPES, si se formalizarían, la mayoría cree que obtendrán con la formalización acceso al crédito financiero, así mismo recibió asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización



empresarial, opinan que la formalización aumentan los costos laborales y contribuye a la expansión en la comercialización del producto de su empresa.

**Abanto, B. (2013)**, en su tesis “Gestión de la Calidad y Formalización de las MYPES del Sector Industrial Rubro Fabricación de Calzado del distrito de Alto Trujillo. Año 2013”, tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Universidad Católica Los Ángeles, Chimbote, Trujillo, Perú, concluye sobre el tema lo siguiente:

Gestión de calidad y formalización de las MYPES del sector industrial rubro fabricación de calzado del distrito de alto Trujillo -año 2013” se ha obtenido los siguientes resultados mediante las encuestas.

El 30% de microempresas que dirigen a las MYPES solo cuenta con secundaria completa lo que nos permite realizar una buena planificación y gestión empresarial dado la importancia al desarrollo de producción.

En cuanto al factor de producción existe un alto crecimiento en sector calzado del distrito de alto Trujillo 50% de las MYPES produce mensualmente de 50 a 200 pares de calzado.

Al identificar el factor maquinaria y equipo se determina que solo 50% de las MYPES cuenta con más de 4 maquinarias para llevar acabo proceso productivo de la elaboración del calzado.

Al determinar la productividad de las MYPES de calzado del distrito de Alto Trujillo se concluye que la mayor productividad que logran los microempresarios en la relación al precio de venta y a los costos incurridos por cada docena de pares de calzado.

En el Sector Calzado, está demostrado que con una buena gestión de su gerencia general y de toda la organización, desde una pequeña empresa, se puede producir calzado de calidad, a precios competitivos, con la consiguiente aceptación del público usuario.

La industria del calzado en el Perú tuvo en la época de los años 70, un notable desarrollo, convirtiéndose en un eje principal en la generación de puestos de trabajo, sin embargo, por razones de competencia desleal derivado del contrabando, muchas empresas pese a los esfuerzos realizados por las empresas y el Estado, aún se mantiene vigente. Como consecuencia de la crisis existente, muchos trabajadores desplazados en función a su experiencia y habilidad artesanal en la confección de calzado, constituyeron pequeñas y microempresas, la mayoría de las cuales operan de manera informal, constituyendo organizaciones familiares creadas como una alternativa al desempleo.

Las MYPES son actualmente empresas de gran trascendencia dentro de nuestro mercado empresarial, puesto que son las que más producen y las que más empleos generan, a razón de que los empleadores obtienen mayores y mejores beneficios por acogerse a este sistema especial, y a los trabajadores les permite acceder a dichos

centros sin contar con grandes carreras o preparaciones profesionales, puesto que la mano de obra en su mayoría es artesanal.

**Padilla, I. (2014)**, en su tesis “La Gestión de la Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercial Rubro de Zapaterías de la provincia de Chiclayo”, Año 2014. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas, Universidad Los Ángeles de Chimbote, Chiclayo, Perú, concluye sobre el tema lo siguiente:

Se necesitan aplicar estrategias de publicidad para captar a más clientes. Es fundamental la innovación y la reestructuración del negocio para incrementar las ventas de las MYPES. La calidad del producto o servicio, es la clave para la competitividad y éxito de las MYPES, por ende la fidelización de sus clientes. La tendencia de la capacitación en la muestra de MYPES estudiadas es creciente, destacando el rubro zapaterías.

El 50% de los trabajadores de las MYPES encuestadas manifestaron que las capacitaciones son consideradas como una inversión. En las MYPES de zapaterías existe asociación (relación) entre la calidad y la competitividad. La tendencia a solicitar y recibir créditos (financiamiento) es creciente, en el sector comercial rubro zapaterías de la provincia de Chiclayo, región Lambayeque. El sector comercial demanda competitividad para mantenerse en el mercado.

Finalmente, queda confirmada la hipótesis de investigación planteada, esto es, existe asociación entre la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercial en su rubro de zapaterías.

**Santander, C. (2015)**, en su tesis “Estrategias para inducir la formalidad de la MYPE de la Industria Gráfica por medio de la Gestión Competitiva”, tesis para optar el Grado de Magíster en Derecho de la Empresa con mención en Gestión Empresarial, Escuela de Post Grado de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Del 04 de diciembre de 2015, concluye sobre el tema o siguiente:

En el Perú más del 98% de las empresas son micro o pequeñas empresas, predominando las microempresas; para el año 2010 la MYPES empleaba a 1'197,963 trabajadores. Se mantiene una relación entre el crecimiento de la MYPES y el desarrollo económico del país, a pesar de ello aún no se le ha otorgado el reconocimiento necesario a la capacidad productiva de la MYPES.

Organismos Estatales como: el Ministerio de la Producción, la SUNAT, el OSCE, entre otros; dictan y promueven normas y políticas públicas orientadas a la mejora de la competitividad y promoción de acceso a la formalidad para la MYPE, que van desde la implementación de un régimen especial tributario laboral, asesorías, planes de negocio, programas de gestión, capacitaciones, premios, tonificación y preferencia al contratar con el Estado, y diferentes estrategias. Estas diferentes herramientas no vienen siendo aprovechadas por los empresarios debido a su baja difusión y a que están dispersas en distintas páginas web que no son comúnmente revisadas por los

empresarios.

Las normas y políticas públicas dictadas a favor de la formalidad de la MYPES no plantean objetivos a largo plazo y se producen constantes cambios sobre los parámetros para determinar a la MYPES. Las instituciones y organismos encargados de la promoción y supervisión de la MYPE se trazan objetivos similares por separado. No existe una herramienta diseñada para el acceso a la formalidad de la MYPES que fusione los esfuerzos que orientan las diferentes instituciones y organismos del Estado. Plantear una estrategia que actúe coadyuvando a las políticas públicas de acceso a la formalidad de la MYPES, involucra diseñar un plan coherente de acercamiento de la Norma a los empresarios.

Una MYPE será formal mientras concurren en ella requisitos como: poseer un RUC vigente, tributar en rentas de tercera categoría, no superar los montos establecidos en ventas, estar dedicado a una actividad económica legal, no transgredir normas laborales y poseer una licencia de funcionamiento. No existen criterios uniformes que determinen la formalidad de una empresa, afectando la condición de los trabajadores dependientes a ellas. La informalidad es un fenómeno que se presenta en todo tipo de empresas, no únicamente en la industria gráfica o en la MYPES. Se tiene que una empresa aun siendo aparentemente formal puede asumir conductas informales por diferentes motivaciones de sus representantes.

La formalidad e informalidad de un empresario muchas veces depende de sus convicciones personales, alejar al empresario de falsos paradigmas implica darle a

conocer los beneficios que le otorgan las normas. El acceso a la formalidad tiene un costo mayor al que promueve el Estado, esta cifra es considerablemente incrementada por el costo de la licencia de funcionamiento municipal, se determinó que ésta es la mayor barrera de acceso a la formalidad con valores que fluctúan entre los S/.300 y S/.600 sólo en Lima Metropolitana.

La competitividad empresarial se entiende como la habilidad que posee una empresa de diferenciarse de sus competidores y así conseguir un posicionamiento que garantice su éxito. La propuesta competitiva del Gobierno se ha planteado superar el asistencialismo, por ello el Consejo Nacional de la Competitividad observa metas bien estructuradas que vienen surtiendo efectos.

Los programas de mejora de la competitividad dirigidos por particulares poseen resultados satisfactorios de acceso a la formalidad al crear una relación directa con el empresario MYPES, permitiendo así conducir su comportamiento en una costumbre que otorga sostenibilidad a la estrategia competitiva formal; es allí donde no hace énfasis el Gobierno y por tanto sus políticas públicas no generan resultados óptimos.

El manejo de costos, marketing, administración y gestión empresarial, contabilidad y finanzas, derecho, innovación tecnológica y manejo de residuos; son conocimientos necesarios para que el empresario MYPES posea una empresa competitiva. Se agrega a ello el profundo conocimiento de la industria en la que opera, que le permitirá distinguirse de sus competidores. Un empresario que se maneja dentro de las líneas de la formalidad puede ser más competitivo que un empresario informal. En la actualidad,

la informalidad representa un modo de ingreso fácil, con bajo margen de ganancia que no puede perdurar en el tiempo. Actuar dentro de la formalidad es una herramienta competitiva en sí.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación**

### **2.2.1. Teoría de la formalización de las MYPES**

Se constata que las políticas públicas de promoción del empleo en el sector de la microempresa han tenido como eje la de reducción de costos laborales, con directa incidencia en un conjunto de derechos laborales fundamentales y de protección social, reconocidos por la Constitución.

¿Cuáles han sido los resultados de esta política de formalización a través de la reducción de costos laborales?.

Los podemos apreciar en la siguiente información: El escaso número de empresas (solo el 7,6% de las microempresas desde la vigencia de la ley 28015) y trabajadores (solo el 7,3% de los trabajadores de la microempresa) que han ingresado a la formalidad revelan que el incentivo creado no era el más adecuado y nos confrontan con la necesidad de buscar el mismo objetivo a través de políticas complementarias, basadas en un mayor sacrificio estatal, como son las políticas de mejora de la competitividad basadas en el incremento de la productividad. **(Sánchez, 2012).**

En esa línea, la OIT (Organización Internacional del Trabajo), a través del documento denominado «Trabajo decente en las Américas: una agenda hemisférica 2006-2015», sugiere, con el propósito de mejorar la calidad del empleo en las micro y pequeñas empresas, el desarrollo de políticas que mejoren los niveles de protección social y el desarrollo de capacidades de representación que mejoren el acceso de las MYPES a



los mercados y servicios (con especial énfasis en la mejora de la productividad) y mejorar el marco reglamentario (barreras de acceso al mercado).

Sin embargo, cabe preguntarse si realmente una reducción de costos laborales no salariales constituye el instrumento más conveniente para promover la competitividad y la formalización de las micro y pequeñas empresas por que no existe evidencia que demuestre que el modelo de reducción de costos laborales es una política efectiva en el fomento de la formalización y, de otro lado, la política de formalización laboral basada en la reducción de los denominados costos laborales es una política socialmente inconveniente.

Con ello, la política de fomento de la formalización del empleo en el segmento de la microempresa, aparentemente neutra, genera efectos negativos que inciden directamente en el ejercicio de derechos constitucionales, y por ello fundamentales, de contenido social, afectando a importantes grupos de trabajadores y ampliando las brechas de desigualdad que existen en nuestro sistema de relaciones de trabajo.

En la entrevista a Hugo Morote Núñez, del Estudio Roselló SCRL, se sostiene que ser formal en el Perú puede ser complicado, pues los procedimientos son largos y costosos, lo que es una barrera para que uno se convierta en formal. Ahí es donde se requiere la intervención del Estado para simplificar, para abaratar y hacer más rápidos los procedimientos para ser formal, pues al Estado le debe interesar que todos se formalicen ya que con eso vamos a lograr una economía más sólida y vamos a ser como país más competitivos. **(PROINVERSIÓN, 2015).**

A pesar de esas dificultades, ser formal le da varias ventajas al pequeño empresario pues tendrá claramente definidos los derechos de propiedad, sobre su tienda, productos, equipos y sobre sus marcas. Teniendo claramente definida la propiedad de su negocio, equipos y demás, los va a poder utilizar como medio de apalancamiento para obtener financiamiento y con ello podrá tener acceso a otros mercados para un mayor desarrollo de su negocio. Siendo formal podría tener incluso nuevos contactos, podría llegar a un gran establecimiento al que antes no podía llegar y utilizarlo como un canal de distribución de sus productos. Ser formal permite además competir con otros y, eventualmente en un mundo globalizado como éste, podría apuntar también a tener una participación de otro orden en el ámbito global, ya sea actuando sólo o asociándose con otros.

En el momento que tengo una empresa, como persona natural o jurídica y tengo mi registro como contribuyente (RUC), tengo un establecimiento determinado y tengo capacidad, para emitir facturas, me he insertado en el proceso económico como una entidad que finalmente actúa de manera organizada.

Si se quiere constituir una persona jurídica para constituir negocios a través de ella, será necesario inscribirla en registros públicos; pero también es posible trabajar como persona natural, sin que sea indispensable trabajar como sociedad o persona jurídica, Sin embargo, las capacidades de actuación, de acceso a financiamiento y, por ende, las capacidades de desarrollo de una empresa organizada, a través de una persona jurídica, son mayores.

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 de 150 mil empresas en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (Remype)". **(ESAN, 2015)**.

Estas empresas pueden gozar de una serie de beneficios estipulados en la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la MYPES 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.

En Política de Estado en Promoción y Formalización de la MYPES y Empleo Decente tiene como enfoque integral las siguientes premisas:

Simplificación administrativa.

Acceso a financiamiento.

Asistencia técnica y capacitación (mejora de la productividad, alfabetización financiera, incubadoras de empresas, entre otros).

Régimen tributario promocional.

Régimen laboral especial.

Acceso amplio a protección en salud. (MINTRA, 2015).

### **2.2.2. Teoría de la gestión de la calidad**

#### **El valor de la calidad**

En un mercado tan competitivo como el actual, la calidad es el factor clave del éxito. Hay muchos intentos de definir la calidad y la mayoría son generales, pero todas esas definiciones tienen en común que aluden a la capacidad de un producto/servicio para satisfacer las expectativas de la persona que lo adquiere. Dicho de otro modo, que sea un producto o servicio capaz de gustarle y de servirle para lo que quiere. El problema es que el gusto es algo muy subjetivo. Como dice la cita: “Sobre gustos y colores no han escrito los autores”.

Desde el punto de vista de un cliente, la calidad es subjetiva. Más allá todavía, es justamente el consumidor o cliente el que define los parámetros de calidad que debe

tener tu producto o servicio. Sin embargo, existen requisitos que asegure un nivel de calidad mínimo indispensable (en el caso del lomo saltado, por lo menos, que la carne sea de res y que sea cocinada en condiciones higiénicas).

A partir del ejemplo anterior, podemos señalar que la calidad solo puede ser conseguida mediante:

Una clara comprensión de lo que quiere el cliente.

Un proyecto de negocio muy bien estudiado.

Un proceso de fabricación escrupuloso y adecuado al producto.

Además, cuando fuera el caso, hay que garantizar y poner en práctica un sistema de gestión de calidad, ofreciendo:

Un tratamiento posterior que conserve y proteja el producto (por ejemplo: empaque/embalaje).

Un buen servicio posventa. (**Crece tu Empresa, Perú 21, 2015**).

## **Gestión de la calidad**

La calidad, no se limita al cumplimiento de ciertos estándares (normas técnicas) que permitan calificar un producto o servicio como bueno o malo. Va mucho más allá, y hasta puede ser entendida como una filosofía empresarial.

La clave de ésta radica en seguir los procesos necesarios para hacer las cosas de la manera correcta, involucrar a todos los trabajadores en esta tarea, aplicar la mejora continua, entre otros.

El término calidad ha sufrido varias transformaciones a lo largo del tiempo hasta llegar a la idea moderna de Calidad Total. En un primer momento, los expertos hablaban de control de calidad; luego apareció el aseguramiento de la calidad (por ejemplo, a través de la obtención de normas como los ISO 9000, sobre aseguramiento y gestión de la calidad, publicadas por primera vez en 1987 por el Organismo Internacional de Normalización-ISO). Cuando se percibió que este último concepto ya no garantizaba al consumidor la satisfacción de sus cambiantes demandas, se optó por la Calidad Total, un sistema de excelencia en la gestión empresarial íntimamente relacionado con el concepto de mejora continua, y que incluye las dos fases anteriores.

“Gestión de la Calidad es el mejoramiento constante de todos los procesos. Lograr que la empresa persiga todo el tiempo el cumplimiento de las expectativas siempre cambiantes de sus clientes internos (trabajadores) y externos (consumidores), respetando las normas vigentes”.

La Gestión de la Calidad es un “proceso sin fin”. Para lograrla, los expertos recomiendan introducir en los negocios los siguientes principios de cultura empresarial:

**Liderazgo de la dirección.** Tú y tus socios establecen el propósito y la orientación del negocio: la política, la misión y la visión.

**Orientación hacia el cliente.** Tu empresa depende de sus clientes, por lo que debes comprender sus necesidades actuales y tratar de prever las futuras, satisfacer sus demandas y esforzarte incluso en superarlas.

**Participación de todas las personas.** El personal de todos los niveles es la esencia de tu empresa; si se compromete realmente con ella, usará al máximo sus habilidades para beneficio del negocio.

**Aplicación de la mejora continua.** Pónganse como objetivo la mejora continua del desempeño de la empresa.

**Gestión por procesos.** Una adecuada gestión de los procesos y los recursos es tomar decisiones a partir de información fiable (incluyendo las percepciones de todas las personas vinculadas al negocio) contribuyen con el logro de los resultados esperados.

**Fomento de alianzas.** Tu empresa trabajará de un modo más efectivo si identifica aliados con los que pueda establecer relaciones mutuamente beneficiosas, basadas en la confianza y la integración.

**Trabajo en equipo.** Fomentar equipos de trabajo por especialidades permitirá superar los niveles de eficiencia de cada trabajador individual.

### **Implementación de un modelo de gestión de la calidad en la empresa**

Existen tantos modelos y métodos para poner en marcha la gestión de la calidad en la empresa, que no se podrían desarrollar en un solo fascículo. Aquí te indicamos nueve pasos que consideramos fundamentales:

¡Infórmate bien! Que al menos una persona de tu empresa asista a charlas y seminarios para conocer todo lo relacionado a la gestión de la calidad.

Lidera tú mismo un diagnóstico de la cultura empresarial y de la estructura de tu organización.

Diseña el proceso de implementación del sistema de calidad total.

Deja muy claro ante tus trabajadores, proveedores y clientes el compromiso de toda tu empresa con la calidad total.

Fíjate objetivos relacionados con la calidad en materia de gestión, mejora continua, alianzas, participación de las personas involucradas, etc.



Forma, capacita y adiestra al personal que se ocupará de poner en práctica esta filosofía en tu negocio.

Planifica la calidad a largo plazo. Prepara un plan de calidad, así como hiciste un plan de marketing, un plan de negocio, etc.

Evalúa siempre el progreso en función de tu plan.

Recuerda que las alianzas son fundamentales; lo ideal es que la calidad total traspase las fronteras de tu negocio y se extienda a tus proveedores e intermediarios. (**Crece tu Empresa, Perú 21, 2015**).

Un trabajo investigativo de las MYPES de la provincia del Santa saben que gestionar su empresa con calidad contribuye a mejorar su rendimiento así lo reconoce la totalidad (100.0%). Esto conlleva usar técnicas modernas de administración como las 5 C que son aplicadas por el 76.9 %, el *outsourcing* y otras lo aplican el 23.1 % de las MYPES.

Asimismo aplicar una adecuada gestión de calidad que implica la participación de los trabajadores, pero a veces se dificulta cuando hay poca iniciativa por parte de los trabajadores (46.2%), algunos no se adaptan a los cambios (30.7%), otros tienen aprendizaje lento o desconocen el puesto (23.1%), razones por las que la mayoría de las MYPES no tiene un personal competitivo (69.2 %) y solo un tercio de estas lo tiene. Las técnicas que la totalidad de las MYPES utilizan para medir el rendimiento del personal es la observación (100.0%).

Otro de los aspectos que impiden aplicar una adecuada gestión de calidad es la excesiva rotación de personal a que está sujeta la mayoría de estas MYPES (84.6 %). La totalidad de las MYPES (100%) considera que la capacitación al personal ayudaría a realizar una adecuada gestión de calidad, así lo afirma Rhea, cuando dice que la gestión es la actividad principal de todos quienes involucran una organización manteniendo un fin común mediante la determinación de políticas, normas, designando las responsabilidades del caso y con el único propósito de mantener y mejorar un *Sistema de Gestión de Calidad*, la gestión se apoya y funciona a través de personas, por lo general de equipos de trabajo, para poder lograr resultados positivos el cual no se está logrando en las MYPES de la provincia del Santa. **(Centurión, 2015).**

## **2.3. Marco Conceptual**

### **2.3.1. Definición de la Micro y Pequeña Empresa**

Algunos especialistas destacan la importancia del volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos para definirla. Otros toman como referencia el criterio económico – tecnológico (Pequeña Empresa precaria de Subsistencia, Pequeña Empresa Productiva más consolidada y orientada hacia el mercado formal o la pequeña unidad productiva con alta tecnología).

Por otro lado, también existe el criterio de utilizar la densidad de capital para definir los diferentes tamaños de la Micro y Pequeña Empresa. La densidad de capital relaciona el valor de los activos fijos con el número de trabajadores del establecimiento. Un estudio realizado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en setenta y cinco países encontró más de cincuenta definiciones distintas sobre Pequeña Empresa. Los criterios utilizados son muy variados, desde considerar la cantidad de trabajadores o el tipo de gestión, el volumen de ventas o los índices de consumo de energía, hasta incluso el nivel tecnológico, por citar los más usuales.

La OIT, en su Informe sobre fomento de las Pequeñas y Medianas Empresas, realizada en Ginebra en 1986, define de manera amplia a las Pequeñas y Medianas Empresas pues considera como tales, tanto a empresas modernas, con no más de cincuenta trabajadores, como a empresas familiares en la cual laboran tres o cuatro de sus miembros, inclusive a los trabajadores autónomos del sector no estructurado de la economía (informales).

La CEPAL define a la microempresa como unidad productora con menos de diez personas ocupadas incluyendo al propietario, sus familiares y a sus trabajadores tanto permanentes como eventuales.

Entonces podemos definir que la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas empresas.

### **2.3.2. Definición de Calidad**

La calidad puede referirse a diferentes aspectos de la actividad de una organización: el producto o servicio, el proceso, la producción o sistema de prestación del servicio o bien, entenderse como una corriente de pensamiento que impregna toda la empresa. Sin embargo, tanto en el ámbito general como en el empresarial, existen unos criterios erróneos acerca de la calidad y de su control que suponen un obstáculo al necesario entendimiento entre quienes la exigen y los que deben conseguirla.

El concepto de calidad ha evolucionado a lo largo de los años y dado lugar a que tanto lo referente a su función como a su ámbito y objeto de control hayan variado hasta nuestros días, cuando la calidad se configura como un modelo de gestión y un estilo de dirección implantado en las empresas líderes.

El objetivo fundamental de la calidad, como filosofía empresarial, es satisfacer las necesidades del consumidor, aunque éste es un concepto controvertido, Las necesidades pueden estudiarse según diversos puntos de vista de la teoría económica, del marketing, de la psicología y de la economía de la salud, no siempre coincidentes.

Desde todos ellos se han aportado contribuciones al conocimiento de las necesidades que deben considerarse al planificar los recursos sanitarios.

La calidad se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento de requisitos de cualidad.

Calidad es un concepto subjetivo. La calidad está relacionada con las percepciones de cada individuo para comparar una cosa con cualquier otra de su misma especie, y diversos factores como la cultura, el producto o servicio, las necesidades y las expectativas influyen directamente en esta definición.

La calidad, en relación a los productos y / o servicios, tiene varias definiciones, como que el producto se ajuste a las exigencias de los clientes, el valor añadido, algo que no tienen los productos similares, la relación costo / beneficio, etc.

Una visión actual del concepto de calidad en Marketing indica que calidad no es entregar al cliente lo que quiere, sino entregar lo que nunca se había imaginado que quería y que una vez que lo obtenga, se dé cuenta que era lo que siempre había querido.

Entonces definiríamos a la calidad como el juicio que tienen los clientes o usuarios sobre un producto o servicio, es el punto en el que sienten que sobrepasa sus necesidades y expectativas. Lo que quiere decir que la calidad de mi producto o servicio es permanentemente juzgado por los clientes o usuarios.

### **2.3.3. Definición de Empresa**

Es una organización con fines de lucro que otorga un servicio o bien a la sociedad. Desde el punto de vista de la economía, una empresa es la encargada de satisfacer las demandas del mercado. Para lograr sus objetivos esta coordina el capital y el trabajo y hace uso de materiales pasivos tales como tecnología, materias primas, etc.

Según su actividad, las empresas se clasifican en empresas de servicios, comerciales, extractivas o industriales; según su dimensión, en microempresa, pequeña empresa, mediana empresa o gran empresa; según su forma jurídica, en empresas individuales, societarias o cooperativas; según la titularidad del capital, en empresas públicas, estatales, privadas o mixtas; y finalmente, según el lugar donde actúan, las empresas se clasifican en empresas locales, regionales, nacionales o multinacionales.

El origen de las empresas tal como se las concibe hoy en día debe rastrearse en momentos claves del desarrollo del capitalismo, especialmente en el siglo XIX, con la revolución industrial y la difusión de las ideas de Adam Smith. Esta época coincide con los primeros trabajos relativos a cómo administrar y organizar una empresa de modo más sistemático.

La empresa tiene un rol sumamente importante en el desarrollo de la sociedad en general. Además de generar empleo, suministra aquellos bienes y servicios satisfaciendo necesidades en general, otorga créditos motivando la inversión y la posibilidad de compra y hace conocer continuamente productos útiles a través de la publicidad. No obstante, todas estas posibilidades solo tienen lugar en una economía de mercado.

La empresa es una unidad o entidad económica, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil. Ésta tiene como fines la producción de bienes y servicios, y la obtención de beneficios o ánimos de lucro. Se entiende por empresa al organismo social integrado por: empresarios; personas físicas o jurídicas titular de la empresa, factores de producción; que son los medios humanos, técnicos y económicos que intervienen en la producción de bienes o prestación de servicios. Y por último, la organización; estructura funcional y departamental de la empresa que determina los métodos de trabajo y producción.

Las empresas, para conseguir sus objetivos generales, tienen que desempeñar diversas funciones como la gestión económica y financiera de la organización, la comercialización o distribución de sus productos, la dirección de producción, la dirección de recursos humanos, las compras o aprovisionamiento de materia, la investigación y desarrollo por la alta competencia, entre otros. Las diversas clasificaciones de las empresas atienden, usualmente a variados criterios: según la forma jurídica que adoptan pueden ser individuales, mercantiles, colectivas, en comanditas, comerciales, civiles y anónimas. Según su tamaño, existen las

microempresas (cuanto tiene menos de 10 trabajadores), las pequeñas (menos de 50), las medianas (entre 50 o 500 trabajadores) y las grandes (más de 500).

Entonces teniendo en cuenta los diferentes criterios se puede concluir que una empresa es una unidad económica y social, productora de bienes y/o servicios demandados en el mercado, a través de factores de producción, para lograr determinados objetivos, como maximizar beneficios.

#### **2.3.4. Definición de Gestión**

La palabra gestión proviene del Latín gestio - ōnis. Este término hace la referencia a la administración de recursos, sea dentro de una institución estatal o privada, para alcanzar los objetivos propuestos por la misma. Para ello uno o más individuos dirigen los proyectos laborales de otras personas para poder mejorar los resultados, que de otra manera no podrían ser obtenidos.

La gestión se sirve de diversos instrumentos para poder funcionar, los primeros hacen referencia al control y mejoramiento de los procesos, en segundo lugar se encuentran los archivos, estos se encargaran de conservar datos y por último los instrumentos para afianzar datos y poder tomar decisiones acertadas. De todos modos es importante saber que estas herramientas varían a lo largo de los años, es decir que no son estáticas, sobre todo aquellas que refieren al mundo de la informática. Es por ello que los gestores deben cambiar los instrumentos que utilizan a menudo.

Una de las técnicas que se usa dentro de la gestión es la fragmentación de las instituciones. Esto quiere decir que se intentan diferenciar sectores o departamentos.



Dentro de cada sector se aplicarán los instrumentos mencionados anteriormente para poder gestionarlos de manera separada y coordinarlo con los restantes.

Es la acción de gestionar y administrar una actividad profesional destinado a establecer los objetivos y medios para su realización, a precisar la organización de sistemas, con el fin de elaborar la estrategia del desarrollo y a ejecutar la gestión del personal. Asimismo en la gestión es muy importante la acción, porque es la expresión de interés capaz de influir en una situación dada.

En las empresas industriales la aplicación de la gestión de producción es la clave para que asegure su éxito. Por lo tanto en estas empresas su componente más importante es la producción, en tanto es fundamental que cuenten con un buen control y planificación para que mantengan su desarrollo en un nivel óptimo. Podemos decir que la gestión de producción es el conjunto de herramientas administrativas, que va a maximizar los niveles de la productividad de una empresa, por lo tanto la gestión de producción se centra en la planificación, demostración, ejecución y control de diferentes maneras, para así obtener un producto de calidad.

Entonces podríamos definir que es el conjunto de operaciones técnicas, financieras y comerciales desarrolladas para el funcionamiento de una empresa. En lo esencial se refiere al proceso de planear, organizar, dirigir, evaluar y controlar.

### **2.3.5. Definición de Formalización**

Los conceptos de formalización no obedecen a un orden lógico para el momento de abordarse; por un lado, una pequeña unidad productiva puede salir al mercado

cumpliendo con todos, o con los mínimos parámetros de formalización; esto es: inscripción y constitución, registro ante cámaras de comercio, impuestos, sistemas de facturación, obligaciones laborales, entre otras exigencias que la hagan formal; o también, puede encontrarse en vía de fortalecerse con la intención de formalizarse durante su curva de experiencia.

Dicho lo anterior la formalización es la técnica organizacional de prescribir como, cuando, con qué elementos, quien y en cuanto tiempo debe realizar las tareas.

Se trata de un determinante clave de la estructura para el individuo, debido a que su comportamiento se verá pautado y directamente afectado por la intensidad o grado de dicha formalización. Las normas, instructivos y procedimientos diseñados para manejar las contingencias afrontadas por la organización son parte de la llamada formalización.

Su definición depende en cada caso de:

Las tareas que se realicen y de su grado de rutinización o estandarización posible.

Entonces la formalización es un asunto de proyección y crecimiento, y para esto, se requiere el convencimiento de su líder. La formalización es una forma de identidad, sea usted una persona natural (aún en régimen simplificado), u otra con la aspiración de constituirse en una persona jurídica y/o sociedad.

Puede afirmarse que la formalización sino es el primer paso, si es uno de los primeros peldaños que el emprendedor debe visualizar, si sus objetivos son el crecimiento y como consecuencia el fortalecimiento empresarial.

### **2.3.6. Definición de Formalización de Gestión de Calidad**

La formalización propiamente dicha representa el uso de normas en una organización. La codificación de los cargos es una medida de la cantidad de normas que definen las funciones de los ocupantes de los cargos, en tanto que la observancia de las normas es una medida de su empleo. La formalización aparece naturalmente cuando las organizaciones crecen, sea por el estilo de gestión o por condiciones de su entorno, algunas instituciones desarrollan características extremas, perdiendo flexibilidad. Las sucesivas generaciones de dirigentes que la organización pone al frente crean condiciones de distorsión de la formalización.

La gestión de calidad, denominada también como sistema de gestión de la calidad, es aquel conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre sí y a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma. La misión siempre estará enfocada hacia la mejora continua de la calidad.

Entre las mencionadas normas se destacan las siguientes: existencia de una estructura organizacional, en la cual se jerarquizan tanto los niveles directivos como los de gestión; estructuración de las responsabilidades de los individuos y de los departamentos en los que se halla dividida la empresa; los procedimientos que

resultarán del plan de pautas destinado a controlar las acciones de la organización; los procesos que persiguen el objetivo específico; y los recursos, técnicos, humanos, entre otros.

En resumen la formalización es una técnica organizacional de prescribir como, cuando y quien debe realizar las tareas. Mientras que gestión de calidad está más enfocada a garantizar a la empresa la satisfacción de los requerimientos de sus clientes, tanto en lo que respecta a la prestación del servicio o a lo que ofrece el producto en sí. Entonces Formalización de Gestión de Calidad, son las técnicas aplicadas a las normas con el fin de garantizar un servicio o producto que sea de buena calidad, llegando a satisfacer a los clientes o consumidores finales.

## 2.4. Operacionalización de las variables

**Tabla 1: Operacionalización de las Variables**

<b>Variables</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional: Indicadores</b>	<b>Escala de Medición</b>
Perfil de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPE	Algunas características de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPE.	Edad	<b>Razón:</b> Años.
		Estado Civil	<b>Nominal:</b> Soltero. Casado. Conviviente.
		Grado de Instrucción	<b>Nominal:</b> Primaria. Secundaria. Superior no universitario Superior universitario.
		Cargo que desempeña en la empresa.	<b>Nominal:</b> Dueño. Administrador Representante legal.
Perfil de las MYPE	Algunas características de las MYPE.	Años de permanencia en la actividad y el rubro	<b>Razón:</b> 1 – 2 años. 2 – 3 años. 3 – a más años.
		Estructura de la empresa.	<b>Nominal:</b> Formal. Informal.
		N° de trabajadores en la empresa	<b>Razón:</b> De 1 – 5 trabajadores. De 6 a más trabajadores.
Formalización de las MYPES del sector comercio-rubro zapaterías.	Algunas características de la formalización de las MYPE	Obstáculos al momento de abrir la empresa	<b>Nominal:</b> Ninguno Tramites Competencias Otros
		Conocimiento de todos los trámites para formalizar	<b>Nominal:</b> Sí No
		Conocimiento de las instituciones para formalizar la MYPE	<b>Nominal:</b> Sí No
		Importancia para formalizar la MYPE	<b>Nominal:</b> Sí No

Gestión de Calidad de las MYPES del sector comercio-rubro zapaterías.	Se refiere a la realización de actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad	Analizar la situación actual	Likert
		Analizar causas potenciales	
		Plan de acción	Likert
		Implementar soluciones	
		Medir los resultados	Likert
		Cumplimiento de planes	
Verificación	Likert		
Mejoramiento permanente			

### **III. METODOLOGÍA**

Parte del proceso de investigación o método científico, que sigue a la propedéutica, y permite sistematizar los métodos y las técnicas necesarias para llevarla a cabo. Los métodos elegidos por el investigador facilitan el descubrimiento de conocimientos seguros y confiables que, potencialmente, solucionarán los problemas planteados, entonces la metodología es el procedimiento ordenado que se sigue para establecer el significado de los hechos y fenómenos hacia los que se dirige el interés científico para encontrar, demostrar, refutar y aportar un conocimiento. Es un conjunto de conocimientos racionales ciertos o probables que son obtenidos de manera metódica y verificable con la realidad. (Ramírez, 2013)

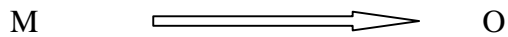
#### **3.1. Diseño de la investigación.**

**No experimental:** La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto.

#### **3.2. Tipo y Nivel de Investigación.**

**Cuantitativa Continua:** Porque en la recolección de datos y la presentación de los resultados se han utilizado procedimientos estadísticos e instrumentos de medición con la finalidad de obtener precisión.

**Descriptivo:** La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información.



Dónde:

M = Muestra conformada por las MYPES encuestadas.

O = Observación de las variables: Formalización y Gestión de la Calidad

### **3.3. Población y Muestra.**

#### **3.3.1. Área Geográfica del Estudio**

Es una ciudad del nororiente del Perú, ubicada en la región San Martín a una altitud de 250 msnm a orillas del río Shilcayo, tributario del Mayo. Es una de los principales centros turísticos y comerciales de la Amazonía Peruana. Actualmente cuenta según INEI con una población de 234.702 (2012) habitantes (Metropolitana), por lo cual es la ciudad más poblada del Departamento de San Martín, 20ava ciudad más poblada del Perú y la tercera ciudad amazónica más grande y poblada después de Pucallpa e Iquitos.

La capital está ubicada en el distrito de Tarapoto y forma parte de la conurbación de los distritos de La Banda de Shilcayo, Morales, Cacatachi, distrito de Juan Guerra. Asimismo, es conocida como la Ciudad de las Palmeras.



La historia cuenta que los primeros colonos se establecieron en los alrededores de la Laguna Suchiche, donde abundaba la palmera Taraputus, nombre que usaría luego el obispo español para fundar la ciudad de Tarapoto. Fue fundada el 20 de agosto de 1782 por el obispo español Baltazar Jaime Martínez de Compagnon y Bujanda. Sus inicios datan de las exploraciones realizadas por los Chancas, quienes al ser conquistados por los Incas, encabezaron una revolución comandados por el caudillo Ancohallo. Al ser derrotados, huyeron hacia los valles de los ríos Mayo y Cumbaza en el Departamento de San Martín formando, eventualmente, la ciudad de Lamas.

La región San Martín tiene en Tarapoto al principal eje turístico y comercial de esta parte del nororiente peruano y es el centro de las redes terrestres y áreas entre la sierra, la costa y el oriente del Perú.

### **3.3.2. Población**

En el presente trabajo de investigación la población en estudio está conformada por todas las MYPES del sector comercial, rubro de zapaterías de la ciudad de Tarapoto que suma un total de treinta y cinco (35).

### **3.3.3. Muestra**

La muestra seleccionada es por conveniencia y asciende a doce (12) zapaterías localizadas en la ciudad de Tarapoto, que representa el 34.29% del total de la población estudiada.

#### **3.3.4. Criterios de inclusión**

Se tomó en cuenta a las MYPES de la Zona Urbana del sector comercio-rubro zapaterías de la ciudad de Tarapoto – Provincia de San Martín, Período 2016.

Aquéllos que estén presentes en todas las encuestas realizadas.

#### **3.3.5. Criterios de exclusión**

No se consideró propietarios de las MYPES de las zonas rurales.

### **3.4. Técnicas e Instrumentos.**

#### **3.4.1. Técnicas**

En el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de:

##### **Observación:**

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

##### **Encuesta:**

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

#### **3.4.2. Instrumentos**

Para obtener los resultados se aplicó como instrumento un cuestionario estructurado el cual fue dirigido a los gerentes y/o propietarios de las MYPES sector comercio-rubro zapaterías

de la ciudad de Tarapoto el cual está conformado por 18 preguntas por medio de la técnica la encuesta.

Se empleó instrumentos como el software estadístico para el ordenamiento de datos y cruce de variables (SPSS versión 19).

### **3.5. Plan de Análisis de Datos.**

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

**Tabla 2: Matriz de consistencia**

Título de tesis	Enunciado del problema	Objetivos	Tipo y nivel de la investigación	Universo o Población	Variables
<p>Caracterización de la Formalización y la gestión de calidad de las MYPE del sector comercio, rubro zapatería de la ciudad de Tarapoto – Provincia de San Martín, año 2016.</p>	<p>¿Cuáles son las características de la Formalización y la gestión de calidad de las MYPE del sector comercio, rubro zapatería de la ciudad de Tarapoto – Provincia de San Martín, año 2016?</p>	<p><b>Objetivo General:</b> Conocer las características la formalización y la gestión de la calidad de los micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de calzados, distrito de Tarapoto – Provincia de San Martín, 2016.</p> <p><b>Objetivo Específico:</b> Conocer los beneficios de la formalización y la gestión de la calidad de los micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de calzados, distrito de Tarapoto- Provincia de San Martín, 2016,</p> <p>Determinar los factores de la competitividad de las MYPE en el rubro venta de calzado de la ciudad de Tarapoto, año 2016.</p> <p>Determinar las ventajas de la gestión de calidad en las MYPE rubro venta de calzados, distrito de Tarapoto – Provincia de San Martín, 2016.</p>	<p><b>Cuantitativa Continua:</b> Porque en la recolección de datos y la presentación de los resultados se han utilizado procedimientos estadísticos e instrumentos de medición con la finalidad de obtener precisión.</p> <p><b>Descriptivo:</b> La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información.</p>	<p>La población en estudio está conformada por los propietarios de las MYPE del sector comercial, rubro venta de calzado de la ciudad de Tarapoto que suma un total de 35 MYPES. Y la muestra tomada es de 12 MYPES.</p>	<p>Formalización</p> <p>Gestión de Calidad.</p>

## IV. RESULTADOS

### 4.1 Resultados

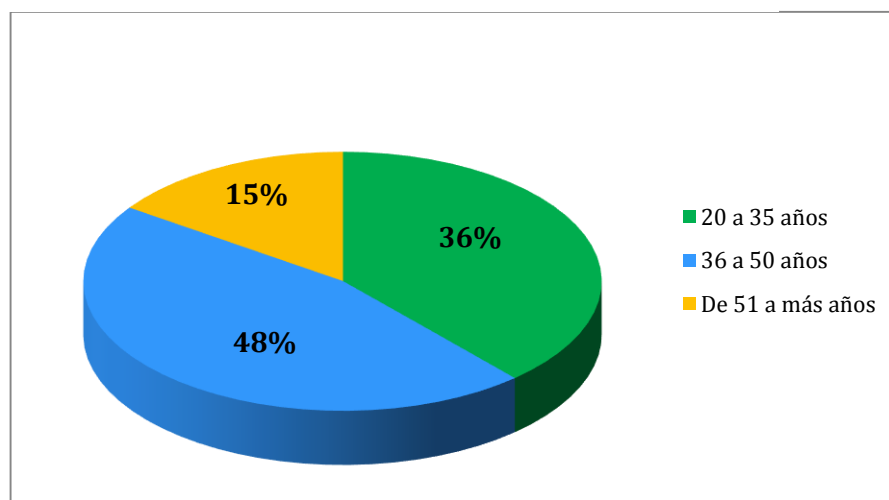
#### 4.1.1. Respecto de los representantes legales de las MYPES

**Tabla 3. Edad de los representantes de las MYPES.**

Edad	Frecuencia	Porcentaje
20 a 35 años	5	36.5
36 a 50 años	6	48.2
De 51 a más años	1	15.3
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

**Gráfico 1. Edad de los representantes de las MYPES.**



Fuente: Tabla 3.

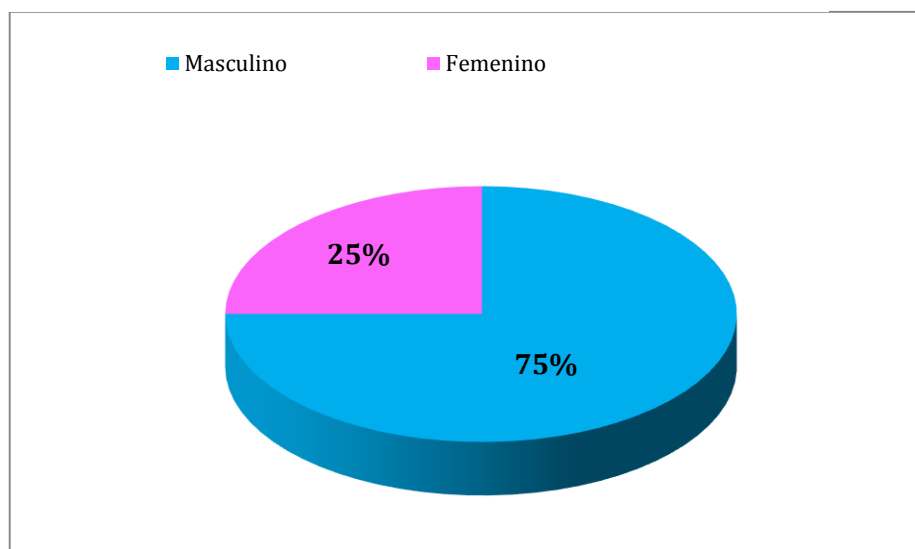
En la tabla 3 y gráfico 1, se observa que de los 12 propietarios encuestados en un 48% están en la edad de 36 a 50 años y el 37% están en la edad de 20 a 35 años y de la misma forma en un 15% de 51 a más años.

**Tabla 4. Género de los representantes de las MYPES**

<b>Género</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Masculino</b>	09	75.0
<b>Femenino</b>	03	25.0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

**Gráfico 2. Género de los representantes de las MYPES**



Fuente: Tabla 4.

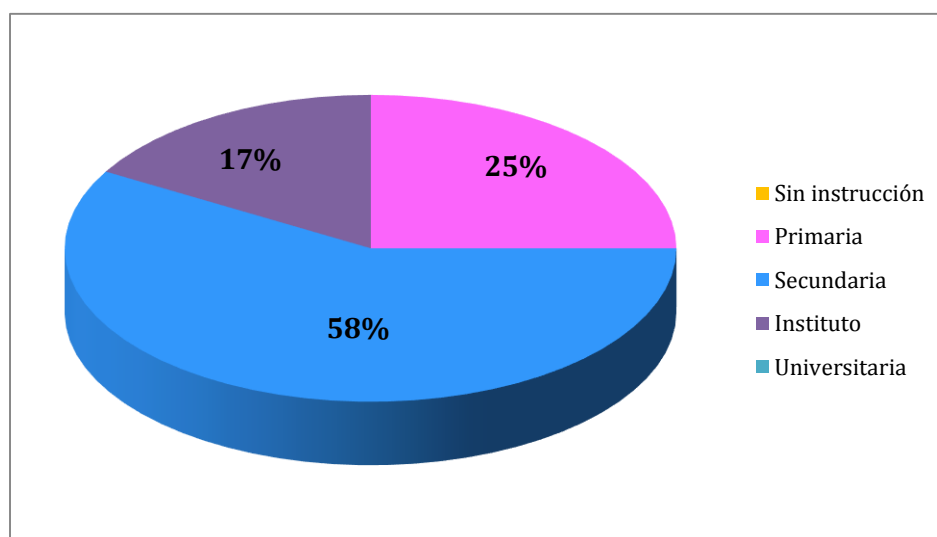
En la tabla 4 y gráfico 2, se observa que de los 12 propietarios encuestados 09 son masculinos que representan el 75% y sólo 03 son del sexo femenino que representan el 25%.

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

Instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Sin instrucción	0	0.0
Primaria	3	25.0
Secundaria	7	58.3
Instituto	2	16.7
Universitaria	0	0.0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

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



Fuente: Tabla 5.

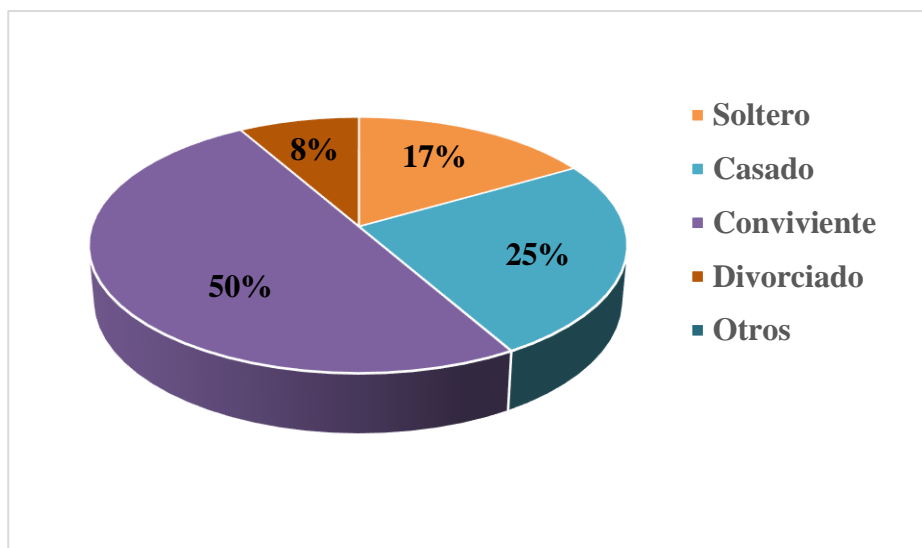
En la tabla 5 y gráfico 3, se observa que el 58% de los propietarios tienen una instrucción de secundaria y en un 25% de educación primaria, teniendo un 17% una formación en un instituto.

**Tabla 6. Estado Civil.**

Procesos	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	2	16.7
Casado	3	25.0
Conviviente	6	50.0
Divorciado	1	8.3
Otros	0	0.0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

**Gráfico 4. Estado Civil.**



Fuente: Tabla 6.

En la tabla 6 y gráfico 4, se observa que el 50% de los propietarios son de condición convivientes, seguido de un 25% de casados, 17% son solteros y un 8% están divorciados.



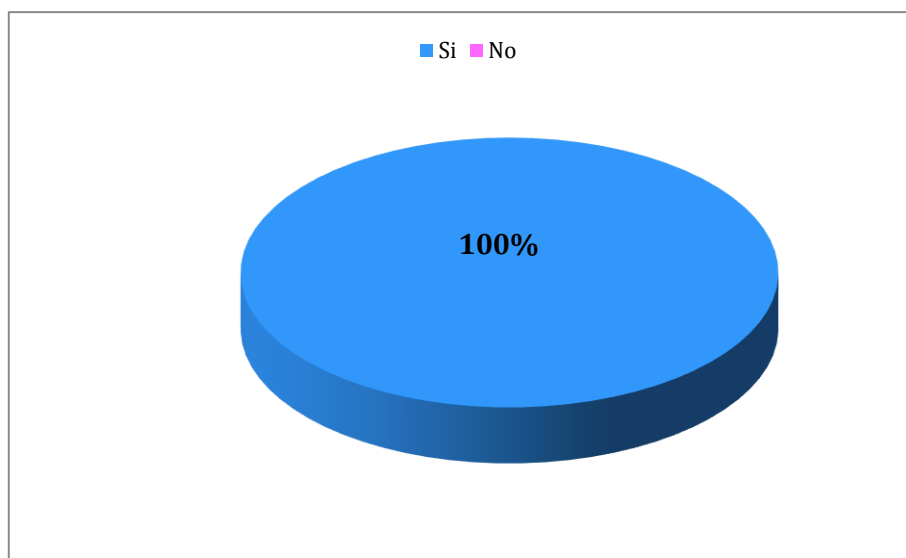
#### 4.1.2. Respecto a la formalización de las MYPES

Tabla 7. ¿Su empresa es formal?

Formalidad	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	100.0
No	0	0.0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 5. Su empresa es formal



Fuente: Tabla 7.

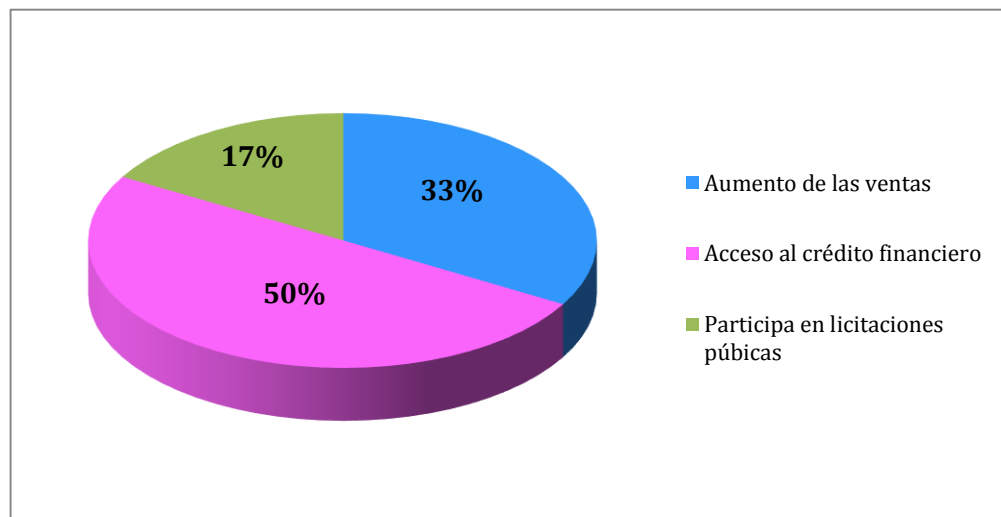
En la tabla 7 y gráfico 5, el 100% tienen constituidas sus empresas formalmente.

**Tabla 8. Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa?**

<b>Beneficios</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Aumento de las ventas</b>	4	33.3
<b>Acceso al crédito financiero</b>	6	50.0
<b>Participa en licitaciones públicas</b>	2	16.7
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

**Gráfico 6. Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa?**



Fuente: Tabla 8.

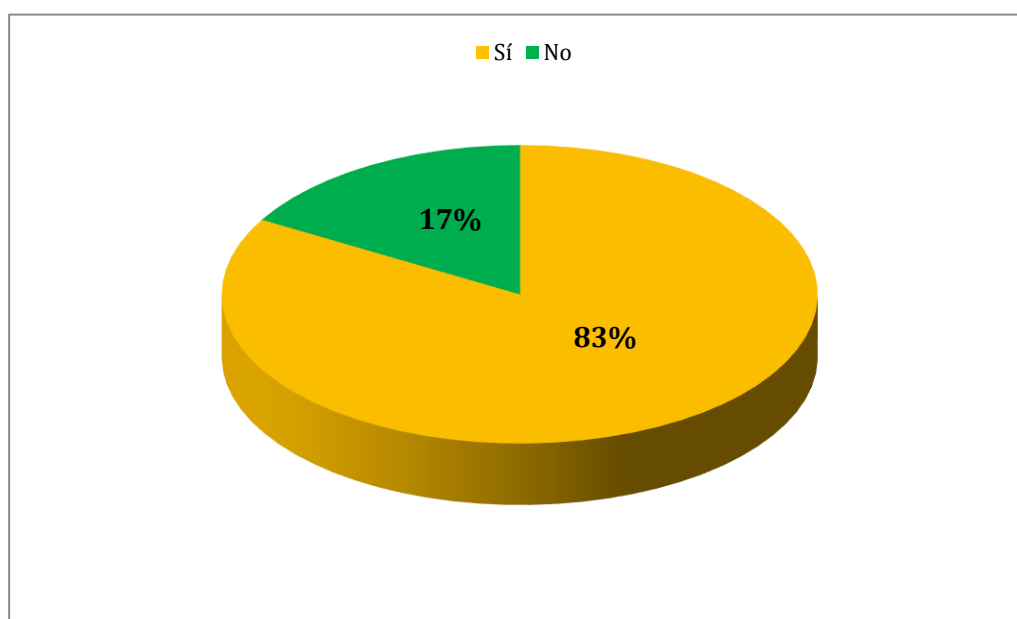
En la tabla 8 y gráfico 6, se observa que el 50% de las MYPES consideran como beneficio el acceso al crédito financiero, mientras que el 33 % creen en un aumento de las ventas, y un 17% en participación de licitaciones públicas.

**Tabla 9. Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial.**

Asesoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	83.3
No	2	16.7
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

**Gráfico 7. Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial?**



Fuente: Tabla 9.

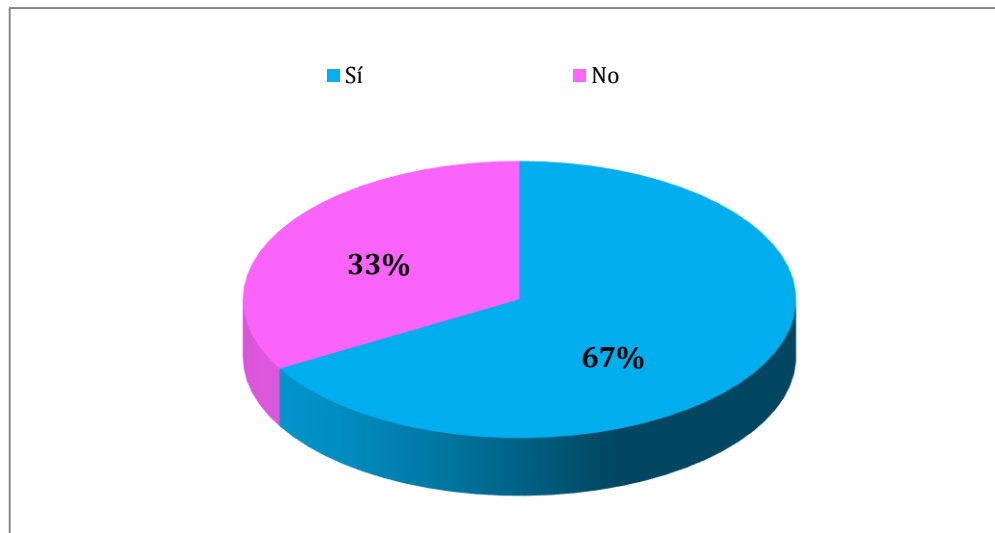
En la tabla 9 y gráfico 7, se observa que el 83% de las MYPES sí han recibido asesoría para su formalización y un menor porcentaje, o sea el 17% no.

**Tabla 10. Considera que la formalización aumenta los costos laborales.**

Aumenta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	8	66.7
No	4	33.3
<b>Total</b>	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

**Gráfico 8. Considera que la formalización aumenta los costos laborales.**



Fuente: Tabla 10.

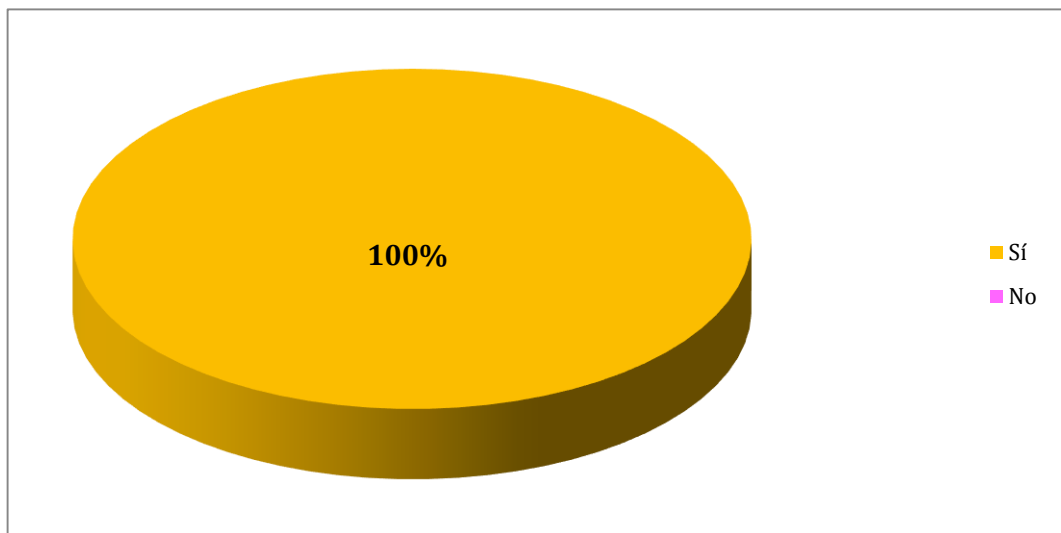
En la tabla 10 y gráfico 8, se observa que el 67% consideran que al formalizarse asumen costos laborales adicionales y el 33% cree que no.

**Tabla 11. Si el estado concediera beneficios en la formalización de las MYPES, Formalizaría su empresa?**

Beneficios	Frecuencia	Porcentaje
Sí	12	100.0
No	0	0.0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

**Gráfico 9. Si el estado concediera beneficios en la formalización de las MYPES, formalizaría su empresa?.**



Fuente: Tabla 11.

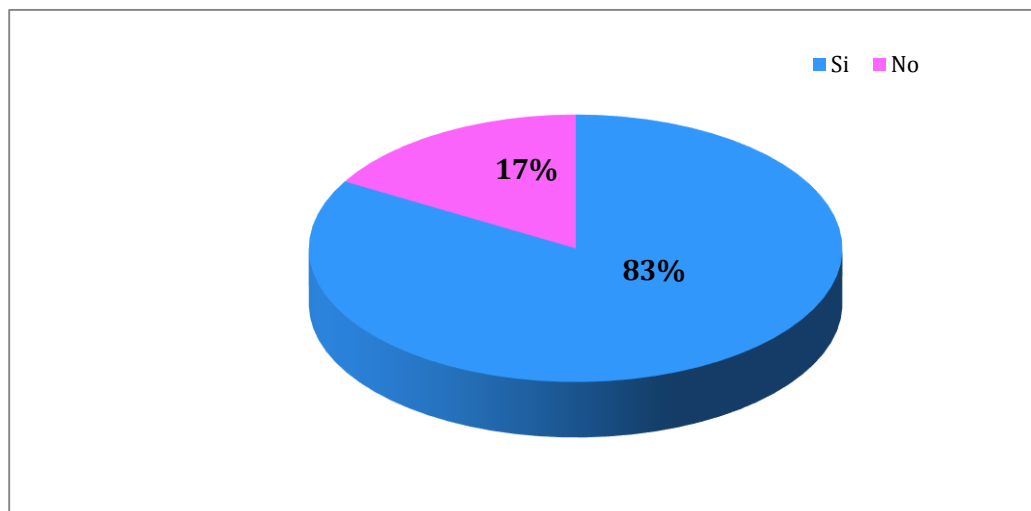
En la tabla 11 y gráfico 9, se observa que el 100% de la MYPES considera que sí se formalizaría si el estado otorga beneficios para este efecto.

**Tabla 12. Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización del producto por su empresa?**

<b>Beneficios</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	10	83.3
No	2	16.7
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

**Gráfico 30. Considera usted que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización del producto por su empresa?**



Fuente. Tabla 12

En la tabla 12 y gráfico 10, se observa que el 83.3% de la MYPES considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización del producto por su empresa y un 17% cree que no.

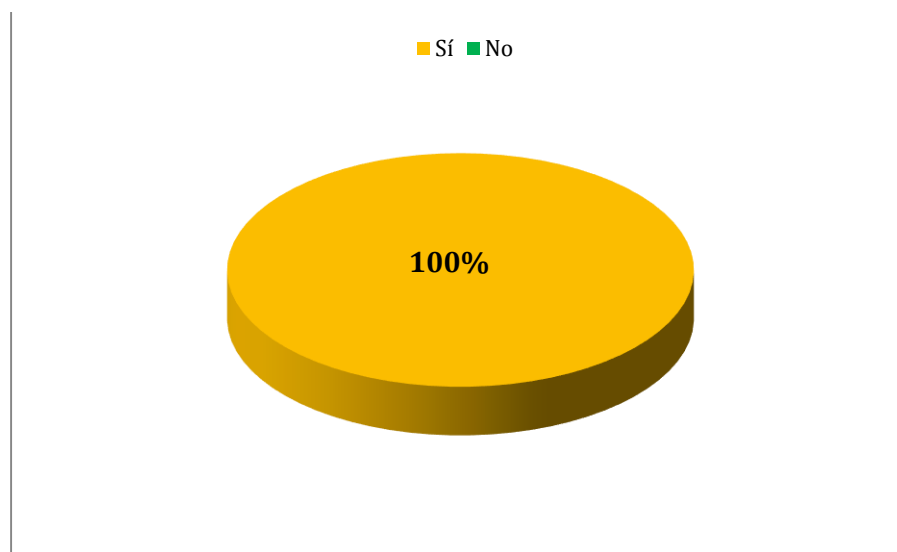
#### 4.1.3. Respecto a la Gestión de Calidad de las MYPES

**Tabla 13. Su producto que comercializa es fabricado mediante procesos estandarizados de producción.**

Procesos	Frecuencia	Porcentaje
Sí	12	100.0
No	0	0.0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

**Gráfico 41. Procesos estandarizados de producción.**



Fuente: Tabla 13

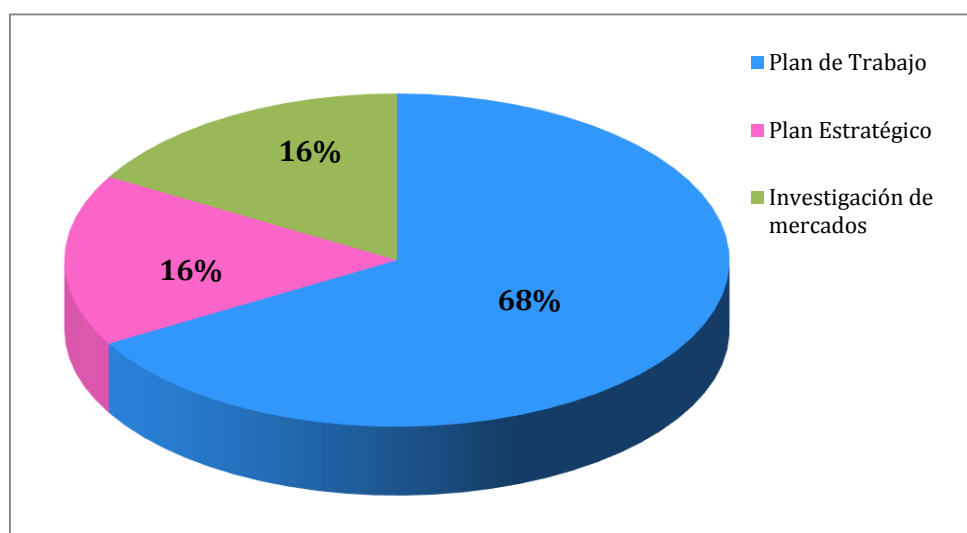
En la tabla 13 y gráfico 11, se observa que el 100% de los productos que se comercializa es fabricado mediante procesos estandarizados de producción.

**Tabla 14. Documentos de gestión que usa para mejorar la calidad en la comercialización de su producto.**

Documentos	Frecuencia	Porcentaje
Plan de Trabajo	8	66.6
Plan Estratégico	2	16.7
Investigación de mercados	2	16.7
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

**Gráfico 12. Documentos de gestión para mejorar la calidad.**



Fuente: Tabla 14.

En la tabla 14 y gráfico 12, se observa que el 68% de las MYPES encuestadas tienen Plan de Trabajo, un 16% cuentan con Plan Estratégico y 16% utilizan Investigación de Mercados como documentos de gestión para la mejora de la calidad en la comercialización de su producto.

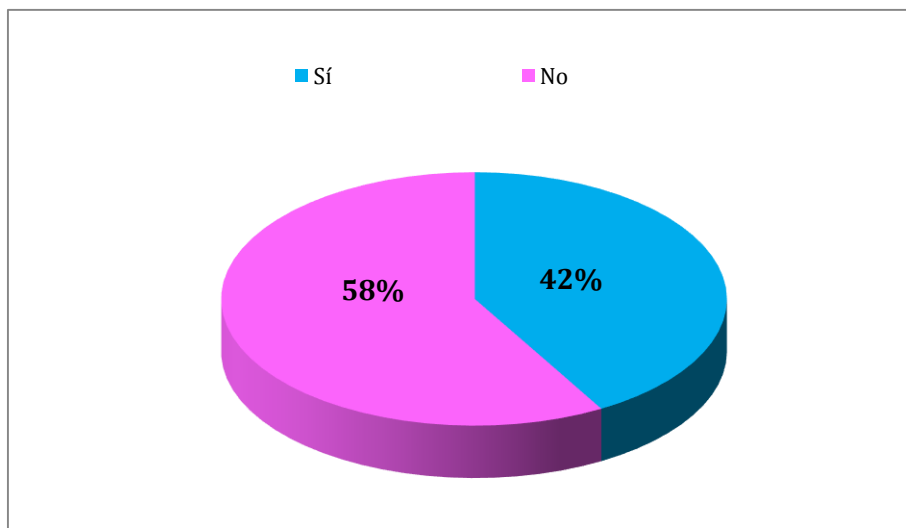


**Tabla 15. Conoce las normas ISO de certificación de calidad**

Conoce	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	41.7
No	7	58.3
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

**Gráfico 53. Normas ISO de certificación de calidad**



Fuente: Tabla 15.

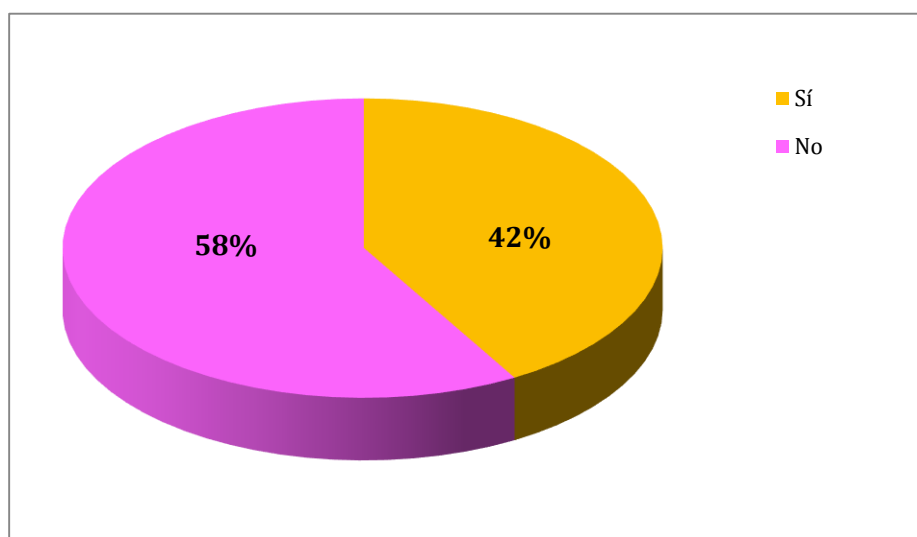
En la tabla 15 y gráfico 13, se muestra que el 58% no conocen las normas ISO y un 42% sí conocen.

**Tabla 16. Servicio de pre y pos venta con ayuda de redes sociales**

Servicio de Redes Sociales	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	41.7
No	7	58.3
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

**Gráfico 6. Servicio de pre y pos venta con ayuda de redes sociales**



Fuente: Tabla 16.

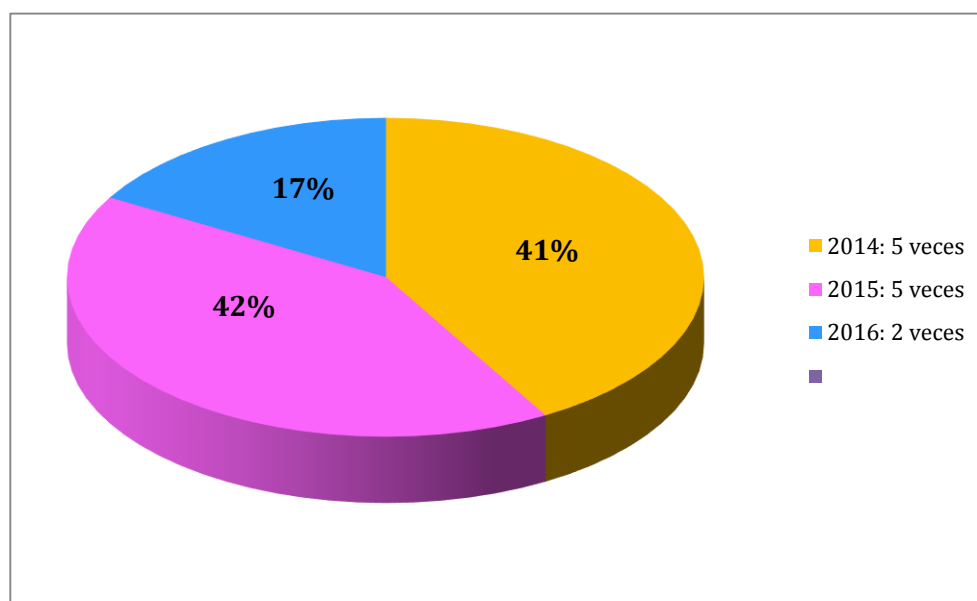
En la tabla 16 y gráfico 14, se observa que de los 12 propietarios o representantes 58% no tienen un servicio de pre y pos venta con ayuda de redes sociales y el 42% si los han implementado.

**Tabla 17. Veces al año la empresa capacita al personal para mejorar la calidad de atención al cliente.**

Capacitación	Frecuencia	Porcentaje
2014: 5 veces	5	41.7
2015: 5 veces	5	41.7
2016: 2 veces	2	16.6
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

**Gráfico 75. Cuántas veces al año la empresa capacita al personal para mejorar la calidad de atención al cliente**



Fuente: Tabla 17.

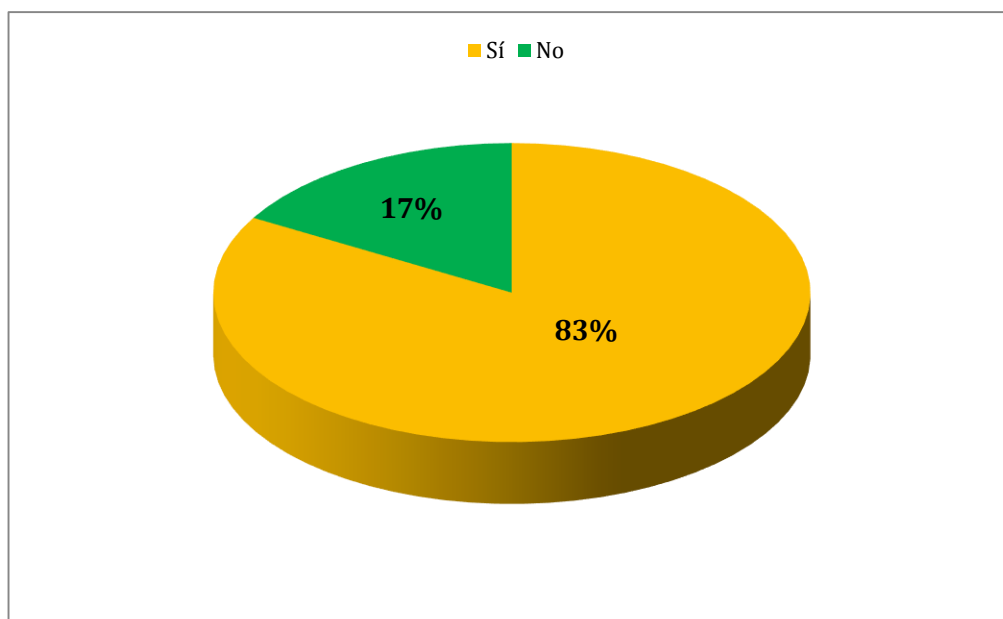
En la tabla 17 y gráfico 15, se demuestra que las MYPES encuestadas tienen como política la capacitación del personal 05 veces al año y en lo que el 2016 ya van 02 capacitaciones para mejorar la calidad de atención al cliente.

**Tabla 18. Su empresa actualiza modelos del producto, según los gustos y preferencias del cliente?**

Procesos	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	83.3
No	2	16.7
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

**Gráfico 86. Actualiza modelos del producto, según los gustos y preferencias del cliente**



Fuente: Tabla 18.

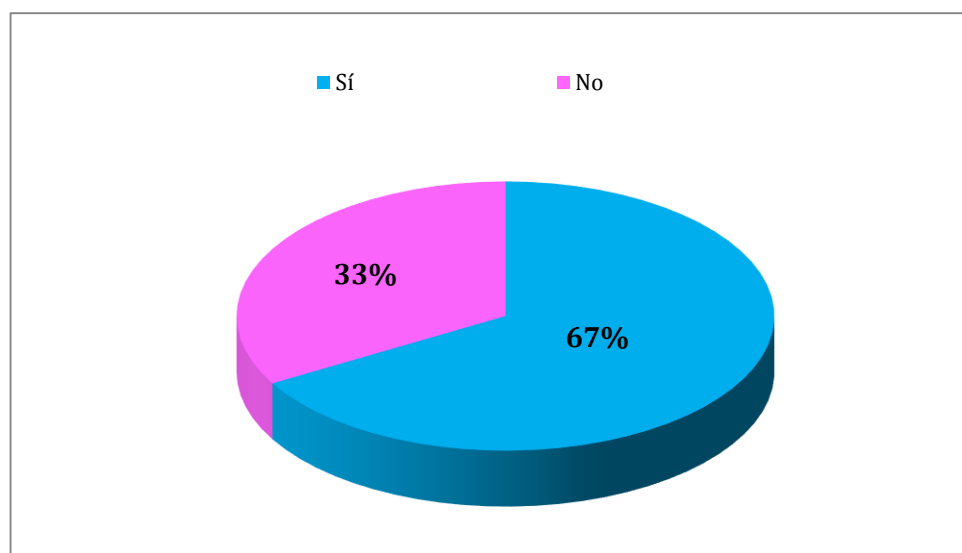
En la tabla 18 y gráfico 16, se observa que el 83% sí actualizan modelos del producto teniendo en cuenta los gustos y preferencias del cliente y, la diferencia 17% no lo hace.

**Tabla 19. Evalúa usted el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto?**

Evalúa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	8	66.7
No	4	33.3
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

**Gráfico 97. Evalúa usted el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto?**



Fuente: Tabla 19.

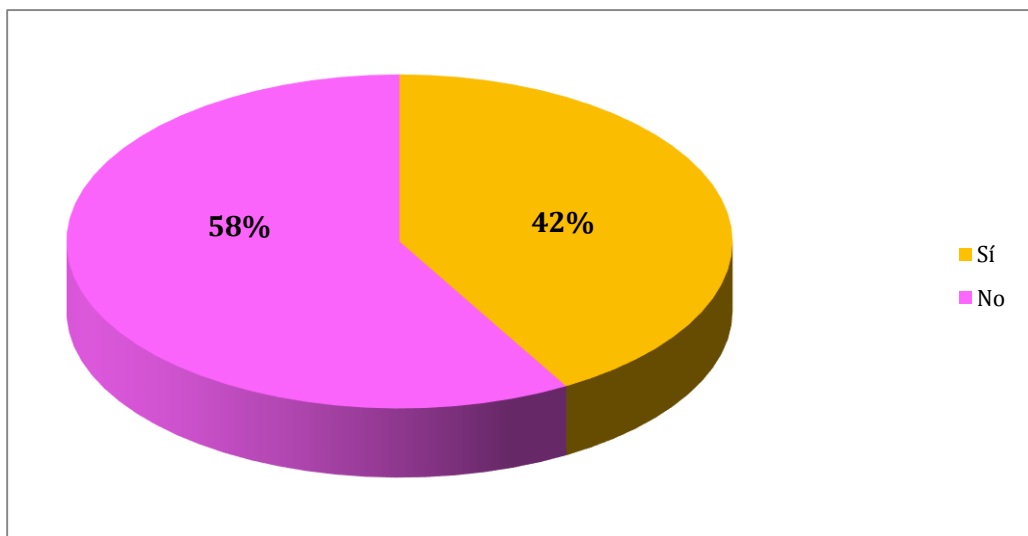
En la tabla 19 y gráfico 17, se muestra del 100% de los encuestados, el 67% evalúa el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización del producto y el 33% no lo hace, lo que equivale a 04 encuestados.

**Tabla 20. Usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto?**

TIC	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	41.7
No	7	58.3
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

**Gráfico 18. Usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto**



Fuente: Tabla 20.

En la tabla 20 y gráfico 18, se observa del 100% de los encuestados el 58% utilizan las TIC para mejorar la calidad de su producto y el 42% no lo hace.

## **4.2 Análisis de resultados**

### **Respecto de los representantes legales de las MYPES**

En la (Tabla 3) y Gráfico 1, se observa que de los 12 propietarios encuestados en un 48% están en la edad de 36 a 50 años y el 36% están en la edad de 20 a 35 años y un número menor del 15 % de 51 a más años.

Respecto al género de los representantes de la MYPES podemos apreciar en la (Tabla 4) y Gráfico 2, que de los 12 propietarios encuestados 09 son del género masculino y sólo 03 es del sexo opuesto es decir femenino, quiere decir que son en su mayoría propietarios varones que apuestan por este rubro.

Respecto al grado instrucción encontramos en la (Tabla 5), que el 58% de los propietarios tienen una instrucción secundaria lo que representa una gran cantidad de propietarios que no cuentan con un grado de instrucción superior o capacitación profesional en mercadotecnia, ventas y solo se basan en experiencias de vida y en un 25% de educación cuentan solo con educación primaria, lo que representa un numero bastante alarmante, y solo un 17% de la muestra cuenta con formación en algún instituto.

Respecto al estado civil nos reveló la encuesta y se puede observar en la (Tabla 6), que el 50% de los propietarios son de condición convivientes lo que representa la mitad de los propietarios y prefieren la convivencia porque consideran una oportunidad de compartir o un paso previo al matrimonio antes de asumir un

compromiso más formal y legal, lo que es contraproducente a la formalización de sus negocios, seguido de un 25% de Casados lo que muestra que un tercio es formal ante las leyes, 17% son solteros y un bajo 8% están divorciados por algún motivo.

### **Respecto a la formalización de las MYPES**

Del total de la muestra estudiada según la (Tabla 7), el 100% en su totalidad afirman que son formales y están en regla con toda su documentación al día, lo que representa un mayor número de oportunidades tanto laborales como de negocios con otras entidades públicas y privadas, lo que les garantiza un crecimiento paulatino.

Según el estudio realizado y los resultados obtenidos de la muestra (Tabla 8), la mitad de los propietarios de la MYPES estudiadas afirman o creen tener como beneficio de la formalización el acceso al crédito financiero y lo que les abre nuevas oportunidades de inversión en su rubro, un menor 33.3% afirma tener aumento en sus ventas por ser formales ya que pueden entregar comprobantes de pago a sus clientes y un reducido 16.7% considera que la formalización les abre la oportunidad de licitar con el estado y de esta manera aumentar su capital social y participar en ligas mayores.

Respecto a la asesoría empresarial y de formalización por parte de entidades públicas y privadas a las MYPES (Tabla 9), afirman un gran porcentaje de 83.3% que si recibió asesoría comercial para formalizarse y un menor número del 16.7% lo hizo por cuenta propia o por asesoría de algún familiar o amigo.

Cuando se les pregunto si la formalización aumentaría sus costos laborales ellos



afirmaron según la (Tabla 10), un 66.7% dice que si les acarrea algún costo adicional, ya que afirman que tienen que pagar impuestos que no lo hacían anteriormente y beneficios laborales a sus colaboradores, otro grupo dice que no les genera ningún costo adicional lo que representa el 33.3%.

En el ítem N° 11 (Tabla 11) la muestra afirma que si el estado diera más beneficios a la formalización lo harían sin dudar, tengamos en cuenta que estas MYPES son actualmente formales, pero creen que los compañeros que no lo son lo tomarían sin dudar.

La muestra considera en un 83.3% que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización del producto de su empresa (Tabla 12) porque les abre nuevas oportunidades empresariales con más instituciones públicas y privadas, mientras que un 16.7% considera que la formalización no contribuye en las ventas.

### **Respecto a la Gestión de Calidad de las MYPES**

A la pregunta, si el producto que comercializa es fabricado mediante procesos estandarizados de producción, la muestra según la (Tabla 13), afirma en su totalidad al 100% que si son fabricados de ese modo, lo que garantiza la calidad de sus productos comercializados.

Según los resultados de la (Tabla 14), sobre los documentos de gestión si utilizan para mejorar la calidad de la comercialización de su producto, un 66.6% afirma contar con un plan de trabajo, otro grupo con un 16.7% dice tener un plan estratégico como hoja

de ruta, mientras que un 16.7% afirma hacer investigación de mercado como herramienta para mejorar la comercialización de sus productos.

Sobre la normativa ISO de certificación a la calidad (Tabla 15) el estudio afirma que el 41.7% de la muestra, si conoce esta norma de calidad, mientras que un mayoritario 58.3% de propietarios de las MYPES lo desconoce en su totalidad o no sabía que existía.

Los propietarios de las MYPES en un 41.7% afirman utilizar las redes sociales como aliado para su pre y postventa según lo muestra la (Tabla 16), mientras que un alarmante 58.3% afirman no utilizar las redes sociales como aliado a sus ventas, esto se debe a que desconocen el potencial de las TIC como herramientas estratégicas en los negocios, debido a la poca información que ellos cuentan o al grado de instrucción educativa que tienen, lo que sería bueno trabajar en esa área con las MYPES, para lograr despegarlas hacia el éxito empresarial.

Sobre la capacitación al personal que labora con ellos, la muestra concluye en la (Tabla 17), que si cuentan con capacitaciones dirigidas hacia sus colaboradores con una frecuencia de 5 veces al año en los 3 últimos años, es decir capacitan aproximadamente cada 2 meses, lo que demuestra un gran interés en mejorar la calidad de atención a los clientes con la finalidad de maximizar sus ganancias, en lo que va del año 2016 afirman haber capacitado 2 veces.

Los propietarios de las MYPES afirman que si actualizan los modelos de sus productos

que comercializan según los gustos y preferencias de sus clientes esto lo reflejan en la (Tabla 18), donde se aprecia un 83.3% y otro número de propietarios que suman un 16.7% que no lo hacen porque no lo consideran importante.

Una gran parte de los representantes de las MYPES afirma evaluar el nivel de satisfacción de sus clientes basándose solamente en la comercialización, esto se refleja en un 66.7% según la (Tabla 19), y otro menor número de comerciantes 33.3% afirman no evaluar de esta manera la satisfacción de sus clientes.

Al consultarles sobre el uso de las TIC en gestión empresarial con la finalidad de mejorar su producto, según los datos recolectados en la (Tabla 20), un alarmante 58.3% no lo utiliza ya sea por desconocimiento o no piensa que es importante, mientras que un 41.7% ya está utilizando.

## V. CONCLUSIONES

Al terminar esta investigación respecto a la “Caracterización de Formalización y Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Zapaterías en la Ciudad de Tarapoto-Provincia de San Martín, Período 2016”, se llega a las siguientes conclusiones:

### **Respecto de los representantes legales de las MYPES**

Se concluye que la mayoría de los representantes legales o propietarios de las MYPES del sector comercio - rubro zapaterías de la ciudad de Tarapoto, año 2016, son de edad promedio comprendida entre los 36 y 50 años de edad.

La gran mayoría de propietarios de las MYPES son de sexo masculino, lo que llama mucho la atención, ya que psicológicamente y por estadísticas mundiales son las mujeres las que consumen más calzados que los varones y se pensaría que este rubro estaría predominado por ellas al ser ellas las que tienen más conocimientos y detalles de gustos y colores, lo cual no se refleja en el estudio realizado.

A esto se suma que los propietarios de las MYPES en un alarmante 25% sólo cuentan con instrucción primaria.

### **Respecto a la formalización de las MYPES**

Se concluye que el total de las MYPES estudiadas del sector comercio - rubro zapaterías de la ciudad de Tarapoto – Provincia de San Martín, período 2016, están formalizadas en su totalidad, obteniendo muchos beneficios que la ley y el estado les otorga, a esto se suma la ventaja competitiva que pueden tener frente a los no

formalizados en el mismo rubro, cabe destacar que tienen como beneficio de la formalización el acceso al crédito financiero y lo que les abrirá nuevas puertas y oportunidades de inversión en el mercado nacional e internacional; También la oportunidad de poder licitar con el estado u otras entidades privadas que les permita aumentar su capital social y participar en ligas mayores y ser competitivos con el pasar del tiempo.

El estado y la empresa privada deben seguir apoyando a este sector importante de comercio y producción que son las MYPES, ya que representan un gran número de puestos de empleo en nuestro país, y tratar de convertir estas MYPES en medianas empresas para así seguir contribuyendo al desarrollo sostenible de nuestro país, brindándoles más beneficios en su sector.

### **Respecto a la Gestión de Calidad de las MYPES**

Los productos comercializados por las MYPES en la ciudad de Tarapoto rubro zapatería según el estudio nos revela que si cuentan con procesos estandarizados de calidad, lo que garantiza que los clientes estén satisfechos con los productos adquiridos y apuesten más por las marcas nacionales, lo que significa un incremento en la producción nacional y esto se verá reflejado en el PBI nacional.

Nuestras MYPES están tomando conciencia que cada vez más deben tener o contar con hojas de ruta como documentos de gestión ya sean un plan de trabajo, plan estratégico o investigación de mercado y esto se refleja en el presente estudio realizado, donde el 66.6% de la muestra lo pone en práctica y lo aplica a su negocio, esto se verá reflejado en el incremento de sus ventas, también les permitirá predecir el futuro y a su vez tomar decisiones concretas y correctas referentes a sus planes de

inversión y expansión. Cabe recalcar que el uso de estas herramientas de gestión les permite trabajar más organizadamente y poco a poco ir ingresando al mundo profesional de la administración propiamente dicha, recordando que las MYPES estudiadas en su mayoría sólo cuentan con grado de instrucción secundaria y primaria. Sobre la pre y postventa podemos concluir que el sector MYPES, según la muestra estudiada, que sí, están tomando en serio no sólo la venta en sí, también la pre venta y la post venta, que consideramos mucho más importante que la venta, ya que las estadísticas demuestran que un cliente insatisfecho son 10 clientes menos y por ende pérdida de rentabilidad del negocio. Este sector está utilizando las redes sociales como aliado estratégico de negocios, ya que mediante este medio está alcanzando más clientes dentro y fuera de su localidad, esto se ve reflejado en su incremento de ventas y rentabilidad de su negocio.

No sólo podemos decir que un negocio está bien por el incremento en sus ventas si esto no está ligado a la capacitación de los colaboradores, en este rubro zapatería, los representantes de las MYPES estudiadas invierte en este concepto hasta 5 veces al año, siendo favorable para su negocio, el único talón de Aquiles sería que sus colaboradores los abandonen debido al bajo salario que ofrecen estas empresas en su mayoría o las pocas condiciones de comodidad que ofrecen a sus colaboradores.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abanto, E. (2014) Gestión de la Calidad y Formalización de las MYPES del Sector Comercio Rubro – Compra y Venta de Calzado en el Centro Comercial (El Virrey), Trujillo. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas. Universidad Católica Los Ángeles. Chimbote, Perú.
- Amestar, B. (2011) De la Microcompetitividad a la Competitividad Nacional. En cuadernos de Investigación de la Escuela de Post Grado de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima, Perú.
- Berrú, E. (2014) Caracterización de la Gestión de la Calidad y la Competitividad de las MYPES de Sector Comercial, Rubro de Zapaterías de la Ciudad de Sullana, Región Piura, Año 2014. Tesis para optar el título Profesional de Licenciado en Administración Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas. Universidad Católica Los Ángeles. Sullana, Perú.
- Cano. C. (2013). Conceptos gerencia y gestión. *slideshare.net*. 1. Recuperado de <http://es.slideshare.net/cirilay/conceptos-gerencia-y-gestion>.
- Concepto. C. (2014). Concepto de Gestión. *Concepto.de*. 1. Recuperado de <http://concepto.de/gestion/#ixzz44zGjbYkP>.
- Concepto. C. (2014). Instrumentos de Gestión. *Concepto.de*. 1. Recuperado de <http://concepto.de/gestion/#ixzz44zGaZzPX>.

Definición. A. (2015). Definición de Empresa. *Definición ABC. I*. Recuperado de <http://www.definicionabc.com/economia/empresa.php>.

Espinoza, L. de J. Caracterización de Formalización y Gestión de Calidad de las MYPES rubro calzado (Piura) año 2013. Tesis para optar el título Profesional de Licenciado en Administración Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas. Universidad Católica Los Ángeles. Piura, Perú.

Mejía, R. (2014). Definición de la Micro y Pequeña Empresa. *Monografías. I(2)*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos11/pymes/pymes2.shtml>.

Meléndez, L. – Llontop, Y. – Elías, S. (2013) Análisis de la Productividad en las MYPES del Sector Manufactura y Servicios en la Ciudad de Chiclayo en el año 2011. Una aproximación teórica y evidencia empírica. Lambayeque, Perú.

Neciosup, J. (2014) Caracterización de la Gestión de la Calidad y la Formalización en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Manufactura, rubro fabricación de calzado en el Distrito el Porvenir, Provincia de Trujillo. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas. Universidad Católica Los Ángeles. Chimbote, Perú.

Padilla, I. (2014) La Gestión de la Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercial rubro de zapaterías de la Provincia de Chiclayo año 2014. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas. Universidad Católica Los Ángeles. Chiclayo, Perú.



- Ramírez, A. (2013) Metodología de la investigación científica. *Pontificia Universidad Javeriana*. I. Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/ear/ecologia/documents/ALBERTORAMIREZMETODOLOGIADELAINVESTIGACIONCIENTIFICA.pdf>
- Restrepo, J. (2013). Formalización y fortalecimiento empresarial. *Marketing Objetivo*. I. Recuperado de <http://marketingobjetivo.co/emprendimiento/formalizacion-y-fortalecimiento-empresarial>.
- Rojas, B. (2014) Gestión de la Calidad y Formalización de las MYPES del Sector Industrial rubro fabricación de calzado del Distrito de Alto Trujillo – Año 2013. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas. Universidad Católica Los Ángeles. Trujillo, Perú.
- Rosales, A. (2015) Caracterización de la Formalización y Capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas, rubro compra y venta de calzado en el Distrito de Chimbote, 2013. Chimbote, Perú.
- Rubio, J. (2010) Factores Determinantes de la Competitividad de las Micro Empresas en México. Tesis para obtener el Grado de Licenciatura en Economía Internacional. Universidad Autónoma de Chihuahua. México.
- Valda, J. (2014). El Problema de las Pyme: la Falta de Planeación. *Grandes PYMES*, I. Recuperado de <http://www.grandespymes.com.ar/2014/12/20/el-problema-de-las-pyme-la-falta-de-planeacion-2/>

Valderrama, S. (2015) Gestión de la Calidad y Competitividad de las MYPES del Sector Comercio – rubro venta de calzado para damas del Distrito El Porvenir año 2014. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas. Universidad Católica Los Ángeles. Trujillo, Perú.

# **ANEXOS**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado: **CARACTERIZACIÓN DE FORMALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO ZAPATERÍAS EN LA CIUDAD DE TARAPOTO – PROVINCIA DE SAN MARTÍN, PERÍODO 2016.**

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

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

...

## **I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPES**

**1.1. Edad del representante legal de la empresa:** .....

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

**1.3 Grado de instrucción:**

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

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

#### **1.4 Estado Civil:**

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

## **II. DE LA FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES:**

**2.1** La Mype es formal: Si..... No.....

**2.2** ¿Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa?

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

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

Sí No

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

Sí No

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

Sí No

**2.6.** Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su empresa?

Sí No

## **III. DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPES:**

**3.1** Utilizan las redes sociales para atención a sus clientes: Si.....No.....

**3.1** ¿Su producto que comercializa es fabricado mediante procesos estandarizados de



“AÑO DE LA CONSOLIDACIÓN DEL MAR DE GRAÚ”

Tingo María, 26 de enero 2016

**CARTA N°0042-2016-D-EPE-ULADECH Católica**

**Señor**

.....

**Representante**

.....

**Presente**

**Asunto: Permiso para aplicación de encuestas**

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

Los egresados se encuentran ejecutando la siguiente línea de investigación: **“Caracterización de formalización y gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro zapaterías en la ciudad de Tarapoto-Provincia de San Martín, periodo 2016.”**, los resultados de la investigación realizada serán publicados en eventos científicos a nivel nacional, y en el congreso de investigación que realiza nuestra casa superior de estudios una vez al año.

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

**LENY DE LA CRUZ FLORES**

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

Atentamente,

### CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN				
	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR
	2015	2016	2016	2016	2016
Estudio de la Bibliografía					
Estudio del Abordaje Teórico-metodológico					
Elaboración del Proyecto					
Pruebas de los Instrumentos de Investigación					
Ejecución del Proyecto					
Análisis de Datos					
Interpretación de los resultados					
Elaboración del informe					
Elaboración del artículo científico					
Elaboración de diapositivas para Sustentación					



## PRESUPUESTO

RUBRO	UNIDAD	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO PARCIAL	COSTO TOTAL
<b>Material de Escritorio</b>					<b>133.50</b>
Papel Bond A4 80 grs.	Ciento	1	0.05	4.00	
Lapicero	Unidad	3	0.50	1.50	
Lápiz	Unidad	1	1.00	1.00	
Corrector	Unidad	1	6.00	6.00	
Engrapador	Unidad	1	10.00	10.00	
Tablero de madera	Unidad	1	7.50	7.50	
Clip	Caja	1	1.50	1.50	
Resaltador de textos	Unidad	3	6.00	18.00	
Fólder Manila	Unidad	4	4.00	4.00	
USB - 2Gb	Unidad	1	80.00	80.00	
<b>Costos Por Servicio</b>					<b>117.00</b>
Impresión	Unidad	98	0.30	29.40	
Fotostática	Unidad	20	0.10	2.00	
Anillado	Unidad	2	30.00	30.00	
Internet	Horas	70	1.00	70.00	
<b>Alimentación</b>					<b>144.00</b>
Desayuno	Días	8	5.00	40.00	
Almuerzo	Días	8	8.00	64.00	
Cena	Días	8	5.00	40.00	
<b>Movilidades</b>					<b>340.00</b>
Pasajes Internos	Días	8	5.00	40.00	
Pasajes Externos	Días	3	100.00	300.00	
				<b>TOTAL</b>	<b>734.50</b>