



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y
GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO
AVÍCOLAS VENTA DE CARNE – POLLO DEL
MERCADO ANEXO DE PIURA, AÑO 2018**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO DE BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

LEONEL CHUMACERO GARCIA

ASESOR:

LIC. DANIEL RONDOY VILLARREAL

PIURA – PERÚ

2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y
GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO
AVÍCOLAS VENTA DE CARNE – POLLO DEL
MERCADO ANEXO DE PIURA, AÑO 2018**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO DE BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

LEONEL CHUMACERO GARCIA

ASESOR:

LIC. DANIEL RONDOY VILLARREAL

PIURA – PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Lic. Víctor Hugo Vilela Vargas

PRESIDENTE

Mgtr. Víctor Helio Patiño Niño

SECRETARIO

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

MIEMBRO

Lic. David Daniel Rondoy Villarreal

ASESOR

AGRADECIMIENTO

A Dios, porque me ha guiado por el buen camino, dándome inteligencia para culminar con el debido éxito en esta etapa de mi vida; al igual agradezco a mis padres por el apoyo brindado día a día para el progreso del país y el mío en particular. A todo el personal docente administrativo de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – ULADECH que con mucho esmero y dedicación en el cumplimiento de sus funciones me brindaron siempre el apoyo necesario para el cumplimiento de esta meta

DEDICATORIA

A Dios, por estar presente en cada momento y brindarme las fuerzas suficientes para seguir adelante; A mis padres Carmen y Marlino, mis hermanos y esposa por apoyarme. Desde el momento en que decidí estudiar brindándome el total apoyo para seguir adelante

RESUMEN

La presente investigación titulada caracterización de la formalización y gestión de calidad en las MYPE rubro Avícolas venta de carne - pollo del mercado anexo de Piura, 2018. Se estableció como objetivo general determinar las principales características de la formalización y gestión de calidad en las MYPE rubro Avícolas venta de carne - pollo del mercado anexo de Piura, 2018.

El tipo de la investigación fue descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental transversal. Se acudió a las unidades de análisis constituidas por las distintas MYPE del rubro avícolas venta de carne - Pollo. Para la variable Formalización la población fue de 03 y una muestra de 06 personas encuestadas; siendo los principales resultados. El 100% de los encuestados indicaron que su MYPE si cuenta con registro de contabilidad, el 50% de los encuestados indicaron que la razón principal de formalizar su micro y pequeña empresa es que tienen más posibilidades de acceder al sistema financiero y así poder obtener un préstamo, el 100% indicaron que si están registrado en SUNARP y el 67.67% indicaron que tiene una licencia definitiva para su funcionamiento.

Para la variable Gestión de Calidad la población fue de 246 clientes, siendo los principales resultados: el 63.41% de los encuestados indicaron que la atención recibida es buena, el 81.30% de los clientes indicaron que el precio que pagan por su carne de pollo si es coherente con la calidad del producto que le entregan la MYPE y el 89.84% indicaron que lo que les motiva a comprar en esta MYPE, es la calidad de servicio.

Palabras clave: Formalización, Gestión de calidad

ABSTRACT

The present research entitled characterization of the formalization and quality management in the MYPE item Poultry sale of meat - chicken of the annex market of Piura, 2018. It was established as a general objective to determine the main characteristics of the formalization and quality management in the MYPE item Poultry sale of meat - chicken from the annex market of Piura, 2018. The type of the research was descriptive, quantitative level, transversal non-experimental design. We went to the analysis units constituted by the different MYPE of the poultry meat sales - Chicken. For the variable Formalization the population was 03 and a sample of 06 people surveyed; being the main results. 100% of respondents indicated that their MSY if they have accounting records, 50% of respondents indicated that the main reason to formalize their micro and small business is that they have more possibilities to access the financial system and thus obtain a loan, 100% indicated that if they are registered in SUNARP and 67.67% indicated that they have a definitive license for its operation. For the variable Quality Management, the population was 246 clients, with the main results: 63.41% of the respondents indicated that the attention received is good, 81.30% of the clients indicated that the price they pay for their chicken meat if It is consistent with the quality of the product that the MYPE delivers and 89.84% indicated that what motivates them to buy in this MYPE, is the quality of service.

Keywords: Formalization, Quality Management

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
TABLA DE CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	9
2.1. Antecedentes de la investigación	9
2.1.1. Variable de la formalización.....	9
2.1.2. Variable de la gestión de calidad	15
2.2. Bases teóricas de la investigación	22
2.2.1. Variable de la formalización.....	22
2.2.1.1. Características de una MYPE.....	24
2.2.1.2. Tipos de formalización	25
2.2.1.3. Tipos de licencia de funcionamiento	27
2.2.1.4. Tipos de comprobante de pago.....	28
2.2.1.5. Importancia de la formalización de la MYPE.....	29

2.2.1.6.	Formalización y registro de la MYPE	30
2.2.2.	Variable de la gestión de calidad.....	31
2.2.2.1.	Principios de la gestión de calidad	32
2.2.2.2.	Factores básicos de la gestión de calidad.....	33
2.2.2.3.	Importancia de la gestión de calidad	34
2.2.2.4.	Elementos de la calidad	35
2.2.2.5.	El cliente y la calidad.....	36
III.	Hipótesis.....	37
IV.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
4.1.	Diseño de la investigación.	38
4.1.1.	Tipo: descriptiva.	38
4.1.2.	Nivel: Cuantitativo	38
4.1.3.	Diseño no experimental y de corte transversal	39
4.2.	Población y muestra	39
4.2.1.	Población	39
4.2.2.	Muestra.....	40
4.3.	Matriz de operacionalización.....	43
4.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	45
4.4.1.	Técnica:	45
4.4.2.	Instrumento:.....	45
4.5.	Matriz de consistencia	46

4.6. Plan de análisis.....	49
IV. RESULTADOS	50
4.1 Resultados de la investigación.....	50
5.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS	65
V. CONCLUSIONES	73
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Empresa Conformada Por:	50
Tabla 2: Tiempo de permanencia	51
Tabla 3: Régimen	51
Tabla 4: Comprobantes de pago.....	52
Tabla 5: Licencia municipal	53
Tabla 6: Idea de negocio.....	53
Tabla 7: Registros de contabilidad	54
Tabla 8: Razón principal de formalizar	55
Tabla 9: Registro en SUNARP	55
Tabla 10: Formalización	56
Tabla 11: Conocimiento sobre calidad	57
Tabla 12: La calidad es un factor importante	57
Tabla 13: Expectativas de los productos	58
Tabla 14: Elementos determinantes para la compra.....	59
Tabla 15: Producto de calidad.....	59
Tabla 16: Atención recibida.....	60
Tabla 17: Tiempo de entrega del producto	61
Tabla 18: Precio es coherente con el producto	61
Tabla 19: Capacidad de respuesta	62
Tabla 20: Motivación de realizar su compra en esta MYPE	63
Tabla 21: Recomendaría esta MYPE	63

I. INTRODUCCIÓN

Las MYPE, tienen una importancia destacada y trascendental en el país, tanto desde el punto de vista político – legal, económico, socio – cultural y tecnológico. Las micro y pequeñas empresas (MYPE), en la actualidad son importantes agentes económicos que promueven el desarrollo económico en los países de América Latina y el Caribe, por lo tanto, la gran parte de la población y de la economía de los diversos países dependen de la actividad y de desempeño de las diversas MYPE que divido a su cran capacidad para generar una gran mayoría de puestos de empleo y la participación de la producción en diversos rubros (Ferraro, 2011).

Además, Ferraro (2011) comenta que en la actualidad que las MYPE son un elemento vital para la economía de un país; ya que están constituidas ya sea como persona natural y jurídica o bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial; tienen como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Por lo tanto, las MYPE son un componente que se basa en una economía estable ya que brinda a nivel nacional empleo al 80% de la población económicamente activa y genera el 40 % del producto bruto interno (PBI) generando la mayoría de puestos de trabajo a personas, ayudando a reducir la pobreza a nivel nacional de un país por medio de actividades de generación de ingresos de carácter emprendedor de la población.

Las MYPE comerciales del rubro avícolas principalmente dedicadas a la venta de carne - Pollo en el mercado anexo de Piura, fueron afectadas en el mes de marzo y abril por el fenómeno llamado el niño costero, con el cual todas la pequeñas y medianas empresas ubicadas en el mercado y/o en la región fueron afectadas por las

constantes lluvias originándoles una gran pérdida económica en sus productos. Del mismo modo eso también generó que muchos empleados se queden sin trabajar por el motivo que las vías de acceso no permitían llegar a sus puestos de trabajo. Las lluvias en toda la región Piura también originó que los productos incrementen sus precios lo cual generaba un gran malestar de los clientes.

Según el Ministerio de la Producción en el año 2012 se constituyeron 165,000 nuevas micro y pequeñas empresas (MYPE) a nivel nacional, ello registra el mayor crecimiento superior al promedio de los últimos nueve años, el mayor número de MYPE que se crearon pertenecen al sector comercio y servicios (Triveño, 2013).

Asimismo, las MYPE han tomado mucha importancia en los últimos años en el Perú, debido a que representan la principal fuente de ingresos de las empresas y trabajadores. Las estadísticas evidencian que las MYPE tienen una gran capacidad de generación de empleo, la Población Económicamente Activa (PEA) participa aproximadamente en un 87% en los diferentes sectores y rubros. (Universidad San Martín de Porres, 2013) Actualmente, en el Perú, las MYPE aportan, aproximadamente, el 40% del Producto Bruto Interno, son una de las mayores potenciadoras del crecimiento económico del país. En conjunto, las MYPE generan el 47% del empleo en América Latina, siendo esta una de las características más rescatables de este tipo de empresas.

Según el Ministerio de Producción, actualmente el número de MYPE en el Perú va a ascender a un total de 5.5 millones al cierre del 2015. La gran mayoría son informales (83%), ya que no están registradas en la SUNARP como personas jurídicas y a su vez, no cumplen con las formalidades. El otro 17% está conformado por MYPE

formales. Se estima que para el cierre del 2015 habrá un total de 0.9 millones de MYPE formales. (Asociación de emprendedores del Perú, 2016)

La inversión en infraestructura, como el reforzamiento de riberas, mantenimiento y rehabilitación de vías terrestres, construcción de vías terrestres y vías de emergencia, a si también con la capacitación para preparar a la población ante una emergencia a causa de los fenómenos naturales son tareas urgentes para reforzar. En el 2017, la región Piura soporto el fenómeno denominado el “niño costero”, que dejo grandes pérdidas económicas para la Región Piura, principalmente a los propietarios de las MYPE aledañas al Rio Piura.

Las MYPE de la mayoría de países latinoamericanos, así también el Perú enfrentan dificultades para ser realmente unidades económicas productivas y competitivas; estas dificultades o limitaciones se vislumbran en el acceso al mercado, acceso a financiamiento, desarrollo tecnológico, e inversión en innovación; capacitación para su recursos humano, gestión y capacidad directiva, informalidad; cultura y conocimiento; participación individual; y desarticulación empresarial, según (Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, 2005).

En la investigación se analiza la variable gestión de calidad, como se sabe que mantener un sistema de control del producto en una empresa es vital ya que permitirá ofrecer un producto de buena calidad a cliente, generando un control de calidad del producto que ingresa al establecimiento, mantener una buena planificación en el control generará que el producto que se ofrece sea de buena calidad. La gestión de calidad es fundamente para una empresa que está posicionada en el mercado o quiere iniciarse en ello permitirá que la MYPE ofrezca un producto de buena calidad.

Las municipalidades son el principal cuello de botella para la formalización de las MYPE, debido a los múltiples trámites burocráticos que aún existen en las comunas para el otorgamiento de una licencia de funcionamiento, lo cual desalienta a los pequeños empresarios a seguir una formalización. El tema de las licencias sigue perjudicando la formalización de una MYPE debido a la demora y al alto costo de este proceso. Las municipalidades deben ir mejorando los métodos para de esa manera motivar la formalización. (Arroyo, 2013)

Los Empresarios de las MYPE, requieren tener una visión integral de cómo gestionar una empresa y una actitud emprendedora que es básica. Según investigaciones realizadas nos indica que el gran número de microempresas y la importante proporción de la PEA que éstas absorben es una característica que el Perú comparte con otras economías. Tanto los países desarrollados como los subdesarrollados presentan una elevada participación de la microempresa en el universo empresarial, así como altas tasas anuales de nacimiento de micro negocios (Sosa, 2016).

Mayoría de empresarios de las MYPE considera que uno de los problemas principales que tiene que enfrentar es el financiamiento, ya sea para iniciar un negocio, superar situaciones de déficit en su flujo de caja, o expandir sus actividades. En cualquiera de estos casos, tienen dificultades para conseguir dinero. (Lira, 2009)

Los problemas tradicionales de las MYPE según Villarán (2010), tiene que ver con: Tecnologías atrasadas y obsoletas; la baja calificación de la mano de obra; el poco uso de técnicas de Gestión; además del poco acceso al mercado, tanto de productos finales como factores de producción y, gastos asociados a crédito.

Estos factores internos dan como resultado que tengan baja productividad, bajos ingresos para los propietarios y los trabajadores, sin embargo, dado la situación actual y mundial en la economía globalizada, el problema más importante que enfrentan las MYPE es el aislamiento, el hecho de estar separadas una de otras. Dentro de las empresas los trabajadores y dueños se preocupan por que el cliente se sienta contento en el ambiente de la empresa y tratan de que el personal le despachen el producto lo más rápido posible para que el cliente se sienta satisfecho con la atención recibida y regrese continuamente.

A pesar de que el segmento de las MYPE se considera uno de los más importantes generadores de empleo, no existen políticas que permitan promover su desarrollo. El problema no corresponde solo a un sector, pues intervienen los de producción, economía y trabajo. Pese a sus distintas perspectivas deben trabajar de manera conjunta, inclusive partir de una conceptualización similar de la MYPE, pues no existe un criterio único dentro del mismo gobierno.

Dentro del análisis macroeconómico el Perú se encuentra en un período en el que se observa un aumento en la inversión, el cual se sustenta principalmente en las buenas oportunidades de negocios que presenta la economía como consecuencia de la estabilidad macroeconómica y el contexto externo favorable. Desde el ámbito político legal se tiene que, los excesivos costos de impuestos y trámites que se realizan para lograr una formalización, la pérdida de tiempo y la falta de promoción de las MYPE, es un inconveniente para que se lleguen a formalizar, en la actualidad el Ministerio de Producción está ofreciendo que durante los primeros 03 años las MYPE están exoneradas de pagar tributos (Ley 30056).

Ministerio de la producción (2012), informo que gracias al convenio suscrito con el servicio brasileño de apoyo a las Micro y pequeñas empresas (SEBRAE), asistieron un total de 33 consultores peruanos los cuales obtuvieron una capacitación en Gestión de Calidad, con la finalidad de impulsar el desarrollo de las MYPE. Mediante esta acción, los profesionales lograron conocer los beneficios que ofrece el programa SEBRAE de la Gestión de Calidad – PSGC, también conocer la aplicación de la metodología que fortalece la MYPE.

De acuerdo al INEI (2016), el Producto Bruto Interno a precios constantes de 2007 registró un crecimiento de 4,4% en el primer trimestre de 2016 en un contexto de mayor consumo de las familias en bienes y servicios, de una expansión del gasto público en consumo e inversión, así como, de un mayor volumen de bienes y servicios exportados, no obstante, la contracción de la inversión privada.

Comex Perú (2012), señala que las MYPE son muy importantes para la economía del país, al ser la fuente de trabajo para la población lo cual aproximadamente el 70% de la población se encuentra con un puesto de trabajo, el 88% de las mismas no se encuentran registrada en SUNARP, dicho porcentaje se ha mantenido durante los últimos cinco años, de acuerdo a la más actualizada encuesta de la Escuela Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza (ENAHU).

Comex Perú asegura que reducir los altos costos del cumplimiento con el área tributaria ayudaría a reducir la presión que existe sobre las MYPE, además que es necesario aplicar programas de apoyo para que al realizar os tramites de formalización de las MYPE, sean más accesibles en los permisos para tener un funcionamiento adecuado.

El gasto de consumo final privado aumentó (4,1%) por los mayores ingresos de los hogares, el crecimiento del empleo y la disponibilidad de créditos de consumo de la banca múltiple. El gasto de consumo final del gobierno (12,7%) se expandió, por la provisión de mayores servicios de administración pública y defensa. La inversión bruta fija disminuyó (-2,2%) por las menores adquisiciones de maquinaria y equipo, tanto de origen nacional como importado, a pesar del incremento en las nuevas construcciones.

Con respecto al ambiente se tiene deficiencia por el desconocimiento de algunos aspectos: control de calidad, mejorar la calidad, liderazgo y atención al cliente. La imagen de la MYPE es muy importante ya sea interna o externa lo cual es un punto a favor, pero las empresas de avícolas dedicada a la venta de pollo desconocen o están mal orientadas ya que cuentan con una mala planificación ya que no cuentan con una estructura dentro de su negocio. Ello no le permite lograr determinar cuáles son sus metas y objetivos. La falta constante de no capacitarse e ingresar tecnologías en su empresa no les permiten seguir creciendo.

En medio de la crisis financiera en el mundo, las MYPE son las que más empleo han generado, sobre todo aquellas empresas que han incorporado en sus operaciones un mayor grado de tecnología, las MYPE que son líderes en el uso correcto de la tecnología han creado más empleos nuevos generando un mayor ingreso en los últimos dos años. Si más MYPE llegan a niveles de uso tecnológico que las líderes, podrían crear unos

6.2 millones de empleos nuevos tan solo en esos países. La MYPE que utilizan tecnologías de las informaciones van en aumento incrementando sus ingresos

en aproximadamente en 15 % ya que eso les permite crear el doble de puestos de trabajo (Guzmán, 2014).

El problema que se ha identificado es: ¿Qué características tiene la formalización y gestión de calidad en las MYPE rubro Avícolas venta de carne – Pollo del mercado anexo de Piura, ¿año 2018?, El mencionado problema permite dar como objetivo general:

Identificar los factores que caracterizan a la formalización y gestión de calidad en las MYPE rubro Avícolas venta de carne – Pollo del mercado anexo de Piura, año 2018.

Además los objetivos específicos establecidos son los siguientes: a) Determinar los tipos de formalización de las MYPE rubro Avícolas venta de carne – Pollo del mercado anexo de Piura, año 2018, b) Conocer los comprobantes de pago que utilizan las MYPE rubro Avícolas venta de carne – Pollo del mercado anexo de Piura, año 2018, c) Conocer los elementos de la gestión de calidad en las MYPE rubro Avícolas venta de carne – Pollo del mercado anexo de Piura, año 2018, d) identificar el nivel de satisfacción de los clientes sobre la gestión de calidad de las MYPE rubro Avícolas venta de carne – Pollo del mercado anexo de Piura, año 2018.

La presente investigación se justifica por: (a) justificación práctica , porque es necesario conocer la realidad de las MYPE del rubro Avícolas venta de carne – Pollo del mercado anexo de Piura, ya que las MYPE observa una gran cantidad de la población económicamente activa nacional; (b) la justificación metodológica se centra en que la investigación se utilizara el instrumento y técnica que se empleó para el recojo de la información en el contexto de estudio aplicando el cuestionario,

realizándose a los trabajadores y clientes; (c) la investigación se justifica de manera práctica, porque nació una idea de preocupación por comprender la problemática del comercio en las MYPE rubro Avícolas venta de carne – Pollo del mercado anexo de Piura, y desde una perspectiva que poco es estudiada (citado por cerna y vega, 2013), y permite la identificación de los factores que se caracteriza la formalización y gestión de calidad en las MYPE rubro Avícolas venta de carne – Pollo del mercado anexo de Piura.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Variable de la formalización

Salcedo (2011), realizó la investigación titulada “Propuesta de formalización del sector calzado en Bogotá: Análisis y prospectiva.”, en la Universidad EAN (Bogotá, Colombia) empleó la metodología deductiva teniendo como resultados: La formalización puede ser posible, siempre y cuando se tomen las medidas adecuadas y se tenga en cuenta que esta es trabajo conjunto de diferentes sectores y no solo del Gobierno o de los empresarios; es necesario tomar medidas urgentes para que haya más formalidad en el sector, ya que uno de los factores que pone en riesgo la supervivencia del sector calzado es la informalidad. Se recomienda que los empresarios del sector busquen formas de atraer personal calificado, especialmente profesionales de diseño que mejoren la competitividad del sector.

Aguilar (2016), realizo la investigación titulada “Caracterización De La Formalización De Las Micro Y Pequeñas Empresas, Del Sector Comercio, Rubro Venta Minorista De Alimentos Y Bebidas De La Urbanización Bellamar II Etapa Del

Distrito De Nuevo Chimbote, Provincia Del Santa, Periodo junio 2013 A Mayo 2014, presentada en la Universidad Católica los ángeles de Chimbote (Chimbote, Perú).

La investigación fue de tipo cuantitativa – descriptiva, su diseño fue no experimental - Descriptivo de corte transversal. Se trabajó con una muestra de 17 MYPE de la Urbanización Bellamar II Etapa del Distrito de Nuevo Chimbote, a quienes se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Los principales resultados encontrados fueron: El 35,3% sí consideran que la formalización le proporciona rentabilidad, el 41,2% sí creen que la formalización ayuda a crecer en el mercado, el 35,3% no opinan cuanto tiempo demora realizar los trámites para la formalización, el 41,2% perciben todas las ventajas de la formalización (aumento de ventas, acceso a crédito, incremento de clientes) el 47,1% la medida que les motivaría para su formalización es que el estado a través de las entidades les brinden facilidades, el 82,4% creen que la municipalidad no ayuda a formalizar una MYPE.

Se concluye que, en su gran mayoría, la formalización, a las MYPE en estudio; si les proporciona rentabilidad y ventajas, ayudándoles a crecer en el mercado, no dan una opinión sobre la demora de los trámites, por ser en su mayoría informales; solicitando que el estado a través de las entidades brinde facilidades, ya que actualmente la municipalidad no les orienta en la formalización.

De la Cruz (2016), realizo la investigación titulada “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.” En la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, Filial Tingo María (Perú). La investigación fue cuantitativa-descriptiva, diseño de una investigación no experimental, muestreo no probabilístico por conveniencia. Objetivo general determinar la relación entre la formalización y la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas empresas para ello las MYPE del sector comercio-rubro de zapaterías del distrito de Tarapoto de la Provincia de San Martín, Año 2016.

Mediante un cuestionario con una población de 35 MYPE se analizó a una muestra de 12 empresarios. Se obtuvo los siguientes resultados: el 100.0% de las MYPE 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.

Se concluye que el total de las MYPE 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.

Álvarez & Marco Cerna (2013), realizaron la investigación titulada “La formalización del micro empresario del servicio público de transporte de pasajeros y su contribución en la dinamización de la economía en la Provincia de Trujillo.”, en la Universidad Privada Antenor Orrego (La Libertad, Perú) empleó la metodología descriptiva, teniendo como resultados que no existe formalidad en el Servicio Público de Transportes de Pasajeros de la Provincia de Trujillo, lo cual, origina que los trabajadores en su gran mayoría no tengan acceso a los beneficios sociales establecidos por las normas legales vigentes sobre la materia. También se demostró que la formalización del micro empresario del Servicio Público de Transportes de Pasajeros, tiene un impacto directo en el incremento de la recaudación, medición de ingresos en el PBI; lo cual dinamiza la economía de la Provincia de Trujillo.

Las empresas del Servicio Público de Transporte de Pasajeros, no obstante, de existir un marco legal que facilita un esquema de relación formal entre los propietarios de los microbuses, los conductores y cobradores, persiste una relación informal. Aproximadamente el 96% de microbuses en circulación en el servicio público de transporte de pasajeros se encuentran en la informalidad, lo que genera una menor recaudación tributaria y al mismo tiempo tiene un impacto en la correcta medición de los ingresos (Producto Bruto Interno) de la Provincia de Trujillo.

Távora (2014), desarrollo la investigación denominada “propuesta de un programa de incentivos tributarios para la formalización de las micro y pequeñas empresas comerciales de los mercados del distrito de Piura año 2012, presentada en la universidad Nacional de Piura (Perú), la metodología que se aplica en la investigación es de diseño no experimental, nivel descriptivo – explicativa. Para el logro del objetivo general se utilizó un cuestionario el cual consta de veintiocho preguntas y se aplicó de

manera directa a la muestra, en un total de treinta y dos micro y pequeños empresarios. Dueños o titulares de las MYPE informales del sector comercio del mercado zonal San José del distrito de Piura. Los resultados indican que la mayor parte de los microempresarios tienen un nivel de instrucción primario, que nos confirma que ésta es una característica de la mayoría de microempresarios, mientras que un pequeño porcentaje logro un grado de instrucción superior, lo cual nos lleva a la conclusión que la falta de instrucción genera una falta de cultura tributaria.

(Salazar Benavides, 2014) Desarrolló la investigación titulada "Creación de un modelo de sistema tributario para contrarrestar la informalidad de las MYPE en el departamento de Piura.", en la Universidad Nacional de Piura (Perú) empleó la metodología descriptiva no experimental, teniendo como resultados que, el Estado requiere de fondos económicos para realizar sus funciones propias y brindar servicios a la ciudadanía, lo cual se regirá conforme a la Ley de Presupuesto que elabora cada año. En donde se puede distinguir los ingresos fiscales corrientes (tributos por concepto de renta, IGV, importaciones, impuesto municipal y los ingresos no tributarios por concepto de contribuciones, donaciones y recursos propios), los ingresos de capital (regalías o rentabilidad de inversión en activos financieros) y el endeudamiento.

Para el análisis de la informalidad, se debe tener en cuenta que la estructura económica reconoce a tres agentes: Estado, Empresario y Trabajador; concluyendo que: Es muy importante insistir en que la falta de simplificación administrativa, vale decir, la complejidad con que los empresarios piuranos ven todo lo que deben hacer porque el sistema burocrático se los impone es el principal factor que desmotiva al micro y pequeños empresarios cuando quieren formalizar el negocio. Del mismo lado,

el costo de ser formales y la desconfianza en el Estado, así como la débil cultura tributaria alejan a los empresarios de la formalidad e, incluso, de la intención de ser formales. Vale destacar que la pobre cultura tributaria es lo que hace que los empresarios no vean a la formalización como algo necesario ni deseado, sino más bien la vean como una especie de “agua en la que deben y quieren nadar permanentemente.

En este sentido, el Estado debe tener en cuenta que las medidas para promover la formalización de las MYPE deben considerar principalmente beneficios que ayuden a reducir la pesadez que significa hacer trámites, papeleos, llevar libros, hacer declaraciones, antes que buscar rebajar tasas de impuestos lo cual no significa que no debe reducirse el costo de la formalización, que está también relacionado con las altas de impuestos y otros costos de índole laboral, por ejemplo.

Peña (2015) realizó una investigación denominada: “Caracterización de la formalización y el financiamiento en las MYPE rubro restaurantes (Sullana), 2012”

Presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote Filial – Piura (Perú). Estableció como objetivo determinar las características de la formalización y el Financiamiento de las MYPE, Rubro Restaurantes de Sullana, año 2012. Para su desarrollo se ha utilizado el tipo de investigación descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental – descriptivo, para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 20 propietarios de las MYPE siendo toda la población, a quienes se les aplicó un cuestionario de 17 preguntas estructuradas a través de la técnica de la encuesta. Se concluyó que los beneficios de la Formalización de las MYPE, rubro restaurantes son obtención de créditos y nuevos clientes y los elementos de la

Formalización de las MYPE, rubro restaurantes son capital de trabajo y recursos materiales.

2.1.2. Variable de la gestión de calidad

(Herrera, 2008), Realizó la investigación denominada: “Diseño de un sistema de gestión de la calidad para una microempresa” presentada en la Universidad Veracruzana (México), empleó la metodología exploratoria – descriptivo, teniendo como resultados que la comunicación con el cliente se realiza mediante el área de mostrador, donde los vendedores brindan una atención personalizada que permite interactuar con este, también se utiliza una línea telefónica para mantener la comunicación.

Indica que el aumento de la competencia, impactó los niveles de venta, al lograr esta acaparar una parte del mercado, y volver más competitivo el medio actual, de esta manera el mercado se ha vuelto más exigente y a su vez el cliente cuenta con mayores opciones de compra. Estas circunstancias originan que la organización se adapte a los cambios del mercado actual, a través de estrategias que le permitan tener una sólida ventaja competitiva propia y sostenible en el tiempo, con el fin de asegurar la permanencia en el mercado y así reposicionarse en el mismo. Es evidente entonces, que la organización al seguir manteniendo un tipo de gestión empírica, no se ha adaptado al medio, frenando de esta forma su crecimiento y desarrollo, así como también perdiendo participación en el mercado, sin tener un buen rendimiento económico

Tuvo como conclusiones que el descenso de ventas que presenta la microempresa comercial Refaccionaria Master motor, así como las deficiencias en el

funcionamiento, se encuentran ligados a factores internos y externos que la impactan negativamente, tales como: utilización de una administración empírica, aumento de la competencia y falta de adaptación al cambio

Gonzales (2014) Realizo una investigación titulada: “La Calidad y la Satisfacción del Cliente en el hotelería LOW COST” presentada en la Universidad de Valladolid (España) donde dice que la calidad se extiende a todos los ámbitos de la empresa, no se considera sólo una característica de los productos y servicios, sino que alcanza el nivel de estrategia global de la empresa. La calidad se convierte en “calidad total” ya que abarca no sólo a los productos y servicios, sino a los recursos humanos, a los procesos, a la organización, a los medios productivos, etc. Es un concepto que engloba e involucra a toda la empresa, donde la alta dirección debe tomar un papel de líder activo motivando a las personas para la obtención de los objetivos fijados. Bajo este entorno que abarca todos los ámbitos de la empresa surge la Gestión de la Calidad Total (TQM, Total Quality Control), una nueva filosofía de gestión que busca una ventaja competitiva, la satisfacción de los clientes y el cumplimiento de sus expectativas.

Bracho (2007) realizó una investigación denominada: “Gestión De Calidad En Las Empresas Del Sector Azucarero” presentada en la universidad Rafael Bellosillo Chacín (Venezuela), Donde sostiene que la Gestión de la calidad se ha convertido en el mundo moderno de hoy, en una necesidad inevitable para que una organización pueda permanecer en el mercado. Por ello los sistemas de gestión de la calidad basados en las normas ISO 9000, que reflejan el consenso internacional en este tema, han cobrado una gran popularidad, y muchas organizaciones han decidido tomar el camino de implantarlo. Venezuela, no está ajena a este proceso. La desaparición de los

mercados tradicionales ha forzado al país desde inicios del siglo pasado al tratar de introducir sus productos y servicios en el mercado internacional, lo que últimamente ha convertido en imperativo para muchas empresas, la implementación de sistemas de gestión de la calidad que aseguren la preferencia del consumidor y el mantenimiento de una actividad rentable y competitiva en el tiempo; luego de su investigación llego a la concluir que estas normas aportan las reglas básicas para desarrollar un Sistema de la Calidad, independientemente de las actividades de la empresa o del producto y/o servicio que proporcione. Son aceptadas en todo el mundo como un lenguaje común que garantiza la calidad de todo aquello que una organización ofrece. Las normas ISO 9000 son un conjunto de normas y directrices internacionales para la Gestión de la Calidad que, desde su publicación, han obtenido una gran aceptación global como base para el establecimiento de Sistemas de Gestión de la Calidad. Para el año 2000, ISO lanza su nueva versión mejorada de las normas y se publica La Norma ISO 9000:2000, la cual tiene sus basamentos en un enfoque basado en Procesos, en el pensamiento sistémico, en el mejoramiento continuo.

Ugas (2012) realizo una investigación titulada: “Propuesta de diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2008 aplicado a una empresa de fabricación de lejías”, este trabajo fue presentado en la Pontificia Universidad Católica del Perú; donde explica que la situación de hoy en día ha demostrado que las empresas de cualquier rubro deben contar con un sistema de gestión de calidad, el cual asegure la garantía de cada uno de sus productos y servicios ofrecidos. Un sistema que le permita a la organización diferenciarse y obtener una ventaja significativa sobre sus competidores, ya que este es muchas veces exigido por países extranjeros que siguen los estándares

internacionales. Debido a esta competitividad, una empresa tendrá éxito y reconocimiento sólo si proporciona productos o servicios que satisfacen plenamente las exigencias y expectativas del cliente, lo que se convierte en un requisito indispensable. Una de las formas de obtener este reconocimiento, más allá de la calidad de su producto, es demostrando el grado de control que puede llegar a tener la empresa en sus procesos; en donde el concluye que la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad mejorará la imagen corporativa de la empresa y fortalecerá los vínculos de confianza y fidelidad de los clientes con la organización.

Vergara (2014) Realizo una investigación denominada: “Diseño de indicadores de gestión de calidad en un servicio de odontología” que fue presentada en la Universidad San Martín de Porres (Perú) donde indica que los intentos de mejoramiento se afectan a nivel de macro gestión, con ajustes de costos y eficiencia basados en las pautas del libre mercado, en donde rara vez es considerado el sentir del demandante del servicio respecto de sus necesidades, expectativas y aprensiones como consumidor quien, al no sentir satisfacción, puede tener actitudes negativas haciendo el trabajo para las personas que intervienen en el área de los servicios difícil y desmoralizante. Las normas de la empresa pueden ser sofocantes al impregnarse de las reglas de la competitividad y de la productividad, que pretenden dar servicio a un gran número de clientes/usuarios para mejorar la rentabilidad, con un resultado abrumador. La fatiga del final del día daría lugar a desequilibrios emocionales en quienes producen. El trabajo extra provocaría que los empleados sean menos eficientes debido al cansancio acumulado, aunque tengan la experiencia técnica necesaria para producir resultados óptimos. Carmín (2017) Realizo una investigación denominada: “Gestión De Calidad Y Su Influencia En La Competitividad De La Empresa De Servicios

COPEMI S.A.C. Sayán - Huaura, 2017” que fue presentada en la Universidad Católica loa Ángeles de Chimbote Piura (Perú). Esta investigación fue presentada en la Universidad Cesar Vallejo en Lima (Perú). En su investigación su nivel de la investigación fue explicativo.

Casual ya que buscó especificar las características de las variables en estudio y explicativo porque el investigador busco explicar el por sucedieron los hechos, su diseño de la investigación es no experimental y de corte transversal, ya que no se realiza ninguna manipulación de la variable, su investigación fue de tipo aplicativa ya que los conocimientos teóricos – identificó, adquiridos los aplicara mediante la práctica.

La gestión de la calidad abarca a todas las líneas de producción (Bienes y servicio), desde los materiales en recepción hasta el consumidor final, y la re-ingeniería de diseño en los productos y del servicio en el futuro. Podemos afirmar que la formulación de calidad de servicio es una herramienta muy importante, ya que nos va a ayudar alcanzar nuestras metas propuestas, la cual permite a la Metalmecánica tomar mejores decisiones, para así captar mayor cantidad de clientes.

Bances (2018) Realizo una investigación denominada: “Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las MYPE de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), Año 2018” esta investigación fue presentada en la Universidad Católica loa Ángeles de Chimbote Piura (Perú). La metodología que utiliza en su investigación es descriptiva debido a que se ha basado en la descripción de las principales características de las variables de estudio. El nivel de la investigación será cuantitativo ya que permite medir el comportamiento de las variables con sus características. El diseño que se utilizó en la investigación es de tipo no experimental

transaccional correlacionar lo cual este diseño describe relación entre dos o más variables en un momento determinado.

En relación a los factores básicos para lograr la gestión de calidad en los hoteles de la ciudad de Sechura se aplican las normas establecidas por escrito para difundir los procesos, los valores contando con personal de confianza, la tecnología como un sistema de control y servicio al cliente y los recursos humanos por sus conocimientos y valores Las necesidades identificada para el desarrollo de la gestión de calidad a través de la transacción comercial al requerir un hospedaje, el desempeño del personal del hotel siendo cumplidor de sus tareas y atender con amabilidad a los clientes.

Para Zapata, (2015) Realizó una investigación denominada: “Gestión De Calidad y Merchandising las MYPE rubro imprenta de Talara, año 2015” esta investigación fue presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote Piura (Perú). La metodología es de diseño de la investigación será no experimental de corte transversal, porque recoge los datos en un momento temporal, descriptivo porque enumera las propiedades de las variables. El objetivo general que se pretende alcanzar es determinar qué características tiene la gestión de calidad y Merchandising en las MYPE rubro Imprenta de Talara, año 2015. Además, se han establecido como objetivos específicos:

a) Analizar la Gestión de Calidad en las MYPE rubro Imprenta de Talara, año 2015. b) Conocer el grado de satisfacción del cliente en las MYPE rubro Imprenta de Talara, año 2015. c) Describir el Merchandising en las MYPE rubro Imprenta de Talara, año 2015. d) Conocer el nivel de Merchandising en las MYPE rubro Imprenta

de Talara, año 2015. La unidad de análisis de la presente investigación es MYPE rubro Imprenta de la ciudad de Talara, que constituyen un total de seis (06), que se mencionan a continuación: Imprenta Mi Jesús, Impresos D & G, Imprenta Equipo A, Impresos SIME, Imprenta Copy Textos, Imprenta Servigraf; en estas unidades de análisis se van a estudiar las variables Gestión de Calidad y Merchandising. Para las variables Gestión de calidad y Merchandising se tiene como fuente de información a los seis (06) propietarios, teniendo una población finita y clientes/usuarios de las MYPE antes mencionados, siendo su población infinita.

Concluye que las MYPE rubro imprenta de Talara, año 2015, tienen un alto grado de satisfacción tanto en la entrega del producto como en la atención de servicio que le brindan a sus clientes; esto debido a que los propietarios de los negocios se preocupan por entregar un producto acorde con las exigencias del cliente, en el tiempo indicado y con un precio competitivo

Reto (2015) Realizó una investigación denominada: “diseño de un sistema de gestión de procesos en empresa pesquera PROANCO SRL”. Investigación presentada en la Universidad Nacional de Piura (Perú), esta investigación utiliza la metodología de diseño no experimental porque es un estudio descriptivo, el nivel de la investigación es cualitativo y el enfoque que se utilizó fue cualitativo.

Se concluye que un sistema de gestión permitió estandarizar los procesos, establecer pautas para el manejo de herramientas de calidad, a fin de lograrlos resultados, sea el elevar los volúmenes de producción y cumplir con los estándares de calidad establecidos por los clientes; todos los integrantes del nuevo sistema de

Gestión de calidad deben trabajar bajo la dualidad de funciones y plasmar en cada decisión del nuevo paradigma.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Variable de la formalización

La formalización no es un concepto neutro. En realidad, el grado hasta el cual una empresa esta formalizada una organización es un indicador de las perspectivas de quienes toman decisiones en ella respecto de los miembros de la misma. Las reglas y procedimientos diseñados para mejorar las contingencias que enfrentan las organizaciones, forman parte de lo que se llama formalización. Establecer objetivos e ir por ellos; para organizar racionalmente, claramente y eficiente: sin embargo, especificar cada detalle de la actividad que se va a desarrollar, planear, organizar y controlar. Para muchos expertos es importante establecer una estructura de actitudes claramente definidas para tener una mejor comunicación, coordinación y control (Araiza, 2011)

La formalización es una técnica organizacional de prescribir como, cuando, que elementos y en cuanto tiempo se debe de realizar las tareas. Dentro de las normas y los distintos procedimientos diseñados para mejorar la capacidad dentro de la organización y brindar una mejor atención al cliente; la clave de diseñar una buena estructura se verá reflejado en brindar una mejor imagen de nuestra empresa hacia el cliente para que se sienta cómodo cuando realice su compra (Sosa, 2013)

En cuanto a los costos de la formalización involucra tanto al ingresar a este sector en complejos y costosos procesos de inscripción y registro como de permanecer dente del mismo con pago de impuestos, como cumplir con las normas referidas a

beneficios laborales y remuneraciones, manejo ambiental, salud, entre otros, los beneficios de la formalización son mayores que los de la informalidad.

Al referirse al mecanismo de la formalización, sostiene que es sumamente importante por las consecuencias que se tiene en el empleo, la eficiencia y el crecimiento económico. La formalización se sustenta exclusivamente en hacer que se cumplan las normas, lo más probable es que ello genere desempleo y un bajo crecimiento, sin embargo, el proceso de formalización se sostiene mediante mejoras tanto en el marco legal como la calidad y disponibilidad de los servicios públicos, generara un uso más eficiente de los recursos y en un mayor crecimiento (Loayza, 2008).

Los contribuyentes que se encuentran acogidos al NRUS no llevan libros contables, Los que están acogidos al RER (Régimen Especial del impuesto a la Renta). No habrá obligación de llevar libros ni registros contables, simplemente se deberá guardar todos los comprobantes de pago que se emiten al realizar una compra o venta de un producto los cuales deberán estar ordenados cronológicamente (SUNAT, 2018).

El conjunto de fases que las MYPE, deben de realizar para tener un proceso de formalización adecuado y en un tiempo específico, es primeramente crear reglamentos y procedimientos para poder realizar el trámite adecuadamente para lograr la formalización. Según (Sánchez, 2012), describe los siguientes pasos que se debe tener en cuenta para lograr la formalización:

- a) Realizar la búsqueda y reserva del nombre en Registros público, lo cual se debe contar con su propia marca.

- b) Contar con una minuta de constitución para la empresa en el momento de recibir la minuta por parte de la Notaria se debe inscribir en registros públicos.
- c) Luego de recibir la constancia de inscripción en registros públicos se debe ir a SUNAT, para poder obtener nuestro RUC.
- d) Trámites municipales
- e) También se debe realizar los trámites en INDECOPI.

Luego de realizar esta serie de trámites y haber registrado nuestra MYPE, correctamente ya se puede iniciar las actividades comerciales sin temor a ninguna multa.

2.2.1.1. Características de una MYPE

Para el autor (Cillóniz, 2014), detalla en una entrevista realizada que entre las características comerciales y administrativas de las MYPE encontramos las siguientes características que se detallan a continuación:

- ❖ Su administración Familiar. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños y/o familias.
- ❖ Su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local.
- ❖ Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión.
- ❖ Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas. Dependen en gran medida de la mano de obra familiar.
- ❖ Su actividad no es intensiva en capital, pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable.

- ❖ Disponen de limitados recursos financieros.
- ❖ Tienen un acceso reducido a la tecnología.
- ❖ Por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios.
- ❖ Tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad

2.2.1.2. Tipos de formalización

Actualmente cuando se las MYPE y su formalización, piensan que es un tema relacionado al pago de impuestos, la cual muchas veces les puede generar cierto malestar y preocupación por parte del dueño ya que en muchos casos para poder formalizarse tienen que hacen demasiados tramites y con ello deciden mantenerse en el mercado, pero informalmente. La formalización implica muchos aspectos que siempre es bueno tenerlos en cuenta para la adecuada administración de la empresa (Silupu, 2012). Este concepto implica en el quehacer diario de las actividades las MYPE realizar lo siguiente:

- a) **Formalización tributaria:** Cuando una empresa desea iniciar su formalización debe primero pensar cómo se va a constituir, como persona natural con negocio o como persona jurídica, es la primera pregunta que se debe realizar el empresario. Para (Silupu, 2012), Hay que recordar que tener un negocio o una actividad empresarial genera rentas de tercera categoría y como tal se debe hacer la inscripción en SUNAT para obtener el número de RUC. Si el empresario desea constituirse como persona natural solo debe presentar su DNI y un recibo de agua o luz para inscribir su negocio y obtener el RUC, de lo contrario si desea constituirse como persona jurídica, debe tramitar la minuta y la escritura pública de la empresa e inscribirla en registros públicos, para

después solicitar el número de RUC en SUNAT. La diferencia entre el tipo de constitución del negocio es por el lado de la separación de los bienes personales y de la empresa, que en el caso de una persona jurídica se dejan claramente establecidos.

- b) Formalización Laboral:** Es necesario que se defina también en la empresa el número de trabajadores con las cuáles la empresa va a suscribir un contrato laboral de tiempo definido, estos contratos deben ser elaborados de acuerdo a las características de cada tipo de trabajador, además los registros y libros de planilla deben de ser legalizados por el Ministerio de Trabajo, la cual los empresarios deben de acudir para solicitar información.

Hay que tener en cuenta que existen ciertos incentivos laborales para aquellas MYPE que se encuentran suscritos en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) y pueden acogerse a los beneficios que ofrece la ley de MYPE. Toda MYPE debe de inscribirse al REMYPE para que pueda acreditarse como tal y pueda ser reconocida ante diferentes instancias. Se recomienda que al menos el dueño o el que dirige la empresa deba estar en planilla. Hay que tener en cuenta que la ley MYPE considera a una microempresa a partir de 1 hasta 10 trabajadores y sus ventas no deben ser mayores a 150 UIT's (hasta S/ 45 625 mensual) y una pequeña empresa puede tener hasta 100 trabajadores y sus ventas no deben ser mayores a 1700 UIT's (hasta S/ 517 083 mensual). La formalización laboral permite gozar de los beneficios sociales que tiene derecho todo trabajador, los trabajadores se sentirían más identificados y se lograría una mayor producción y eficiencia si el trabajador cuenta con todos sus beneficios y derechos laborales.

c) **Formalización Municipal:** La empresa debe de cumplir con todas las normativas exigidas por instituciones tales como la municipalidad, INDECI, DIGESA, Defensa Civil, para el pago de arbitrios, licencias, u otras certificaciones exigidas de acuerdo al tipo de negocio que se tiene. También tener en cuenta las exigencias de las normas de seguridad que se deben de seguir en cada negocio, todo esto es necesario para poder evitar sanciones y multas más adelante. La formalización municipal permite actuar de acuerdo a las normas establecidas para evitar ciertas contingencias a futuro que pueden hacer que el negocio tenga que asumir sanciones que perjudique sus actividades (Silupu, 2012).

2.2.1.3. Tipos de licencia de funcionamiento

Para la Municipalidad Provincial de Huaylas, (2013), en un artículo publicado sobre los tipos de licencias de funcionamiento para la apertura de un establecimiento comercial, industrial, profesional y/o servicio, se clasifican de la siguiente manera:

- 1) **Licencia provisional:** Las licencias de funcionamiento para la apertura de un establecimiento comercial, industrial, profesional y/o servicio, es la autorización temporal que otorga la municipalidad por un periodo determinado para el desarrollo de actividades económicas, a favor del titular de un establecimiento.
- 2) **Licencia definitiva:** La licencia de funcionamiento definitiva para la apertura de un establecimiento industrial, profesional y/o servicio, es la autorización única que otorga la municipalidad por un periodo indeterminado, para el desarrollo de actividades económicas, a favor del titular de un

establecimiento.

3). **Licencia especial:** La licencia de funcionamiento especial de un establecimiento, industrial, profesional y/o servicio, es la autorización única que otorga la municipalidad para el funcionamiento de un establecimiento en Horario especial, para el desarrollo de actividad económica, a favor del título de un establecimiento.

2.2.1.4. Tipos de comprobante de pago

Según (SUNAT, 2016) los comprobantes de pago es el documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios.

Existen los siguientes tipos de comprobantes de pago:

- Factura:

En los siguientes casos se emitirán la factura:

- En las operaciones entre empresas o personas que necesitan acreditar costo o gasto para efecto tributario, sustentar el pago del IGV por la operación efectuada y poder ejercer, de esta manera, el derecho al crédito fiscal. - En operaciones con sujetos del Nuevo Régimen Único Simplificado - En las operaciones de exportación.

- Boletas:

- En las operaciones con consumidores o usuarios finales.

- En operaciones realizadas por los sujetos del Nuevo Régimen Único

Simplificado, incluso en las de exportación que pueda efectuar dichos sujetos. Las boletas de venta no permitirán ejercer derecho al crédito fiscal ni podrán sustentar costo y gasto para efecto tributario, salvo en los casos que la Ley lo permita y se debe identificar al adquiriente o usuario con su Número de RUC, así como sus apellidos y nombres o razón social.

2.2.1.5.Importancia de la formalización de la MYPE

La importancia de la formalización para una MYPE, es muy importante mantener una combinación oportuna entre el grado de formalización y factores como la realización de las tareas y la naturaleza del personal. No puede considerarse a la formalización como mala o buena, sino como un elemento que varía de una situación favorable para la empresa (Zamora, 2011).

Las MYPE, son un segmento muy importante en la generación de empleo para muchas personas, es así que aproximadamente el 80% de la población económicamente activa se encuentran trabajando lo cual generan anualmente un aproximado del 45% de Producto Bruto Interno (PBI).

La importancia de las MYPE es la principal fuente donde se genera la mayor oportunidad laboral y así un alivio a la pobreza extrema.

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

2.2.1.6. Formalización y registro de la MYPE

Los pequeños negocios, llámese micro y pequeñas empresas en el Perú como en casi todos los países del mundo, son el resultado de la pujanza emprendedora de compatriotas, nacen y crecen con el ejemplo de sus padres o, en cambio, por coyuntura personal al perder sus empleos y no encontrar otro que reconozca sus expectativas económicas. Esto los lleva a crear su propia fuente de trabajo en todas las áreas como producción y comercio de bienes y servicios que les permita mantener a sus familias. El inicio requiere de grandes esfuerzos y a veces no con éxito; pero, cuando logran posesionarse surgen los problemas de fiscalización y con ello las sanciones y multas en primer lugar por parte de las municipalidades al carecer de Licencia de Funcionamiento; que en lugar de ayudar a su formalización o aconsejarles para registrarse como micro o pequeña empresa, simplemente clausuran su negocio y con ello su fuente de trabajo (Medina, 2011).

Aunque actualmente se cuenta con una normatividad proactiva, se mantienen dependencias ejecutivas que no cumplen a cabalidad su tarea; es más, no conocen exactamente cuántas son por sectores o actividad, y su número total a que hacen referencia es estimativo. Los registros que se tienen se refieren a aquellos que voluntariamente deciden organizar alguna estructura empresarial y se inscriben como

MYPE en el Registro Nacional existente. Sin embargo, en este momento en los Ministerios de la Producción, así como de Trabajo y Promoción del Empleo, Sectores al que pertenecen lamentablemente carecen de funcionarios ejecutivos con experiencia en el manejo de pequeños negocios, faltándoles capacidad e ideas

renovadoras que ayuden al cumplimiento al cumplimiento de las propias metas (Medina, 2011).

2.2.2. Variable de la gestión de calidad

Vásquez, (2007) La gestión de calidad se centra no solo en la calidad de un producto, servicio o la satisfacción de los clientes y en los medios para obtenerla. Por lo tanto, la gestión de calidad se utiliza para determinar la buena calidad y el control de los procesos de todos los productos a ofrecerse. Es el modo en que la dirección de la organización planifica, implanta y controla los resultados con el objetivo de conseguir calidad tanto en sus productos como en sus servicios, involucrando a todo el ambiente interno y externo de la empresa.

Abarca (2010) Cuyos objetivos se detallan: Satisfacer y cumplir las expectativas y necesidades del cliente, despertar nuevas necesidades, lograr productos y servicios sin defectos desde la primera vez, diseñar, producir y entregar un producto de satisfacción total y de acuerdo a las normas establecidas. La gestión de calidad ha evolucionado hacia diversos planteamientos estratégicos, aplicándose como una nueva estrategia empresarial, cuya finalidad es buscar el mejoramiento de la gestión y los distintos resultados que estén planteados por la organización y así llegar a cumplir sus metas y objetivos (Pérez, 2012).

En la actualidad, cuando se habla de la calidad nos referimos exclusivamente a la del producto o del servicio, si no que se tiene en cuenta, la de toda la organización lo cual es capaz de generalos. Se refiere fundamentalmente a las expectativas de la calidad del equipo humano que integra la empresa, la calidad no se consigue fácilmente

si no que depende del proceso de selección del producto que se va ofrecer al cliente (Alcalde, 2009),

2.2.2.1.Principios de la gestión de calidad

Para el autor (Alcalde, 2009), nombra los siguientes principios para la gestión de calidad:

- 1) Enfoque al cliente: En cualquier Organización el cliente es el elemento más importante, ya que sin clientes no hay ventas y por lo tanto no ay empresas, sin embargo, casi en la totalidad de las organizaciones dependen de sus clientes, por lo tanto, deben de satisfacer sus necesidades y cumplir con sus requisitos y vuelvan a comprar en sus empresas.
- 2) Liderazgo: Los líderes de las organizaciones establecen la unidad de propósito, la orientación y el ambiente interno requerido para el personal pueda involucrase con las metas y objetivos planteados por la empresa.
- 3) La participación personal: La gestión de calidad exige que todos los miembros que participan en la organización que con sus conocimientos busquen beneficios para la empresa.
- 4) El enfoque basado en procesos: Para que la organización funcione de manera eficaz, se deben identificar y gestionar los numerosos procesos interrelacionados que la integran.
- 5) Enfoque de sistema para la gestión: La calidad requiere que se identifique, se comprenda, y se gestione como un sistema integrado. De esta manera la organización genera confianza en su capacidad y en la confiabilidad de sus procesos.

6) La mejora continua: La alta gerencia debe tomar acciones para mejorar las propiedades, características y funciones de los productos e incrementar la eficacia y eficiencia de sus procesos de realización.

- **Calidad:** Una forma de calidad está orientada a los ingresos, y consiste en aquellas características del producto que satisfacen necesidades del consumidor y, como consecuencia de eso producen ingresos. En este sentido, una mejor calidad generalmente cuesta y más aun de lo que significa gerenciar con calidad, básicamente, la calidad se refiere a la excelencia relativa de un producto para satisfacer o exceder las necesidades y expectativas razonables de un cliente (Joseph, 2009).

- **El precio:** El precio de un producto es una oferta para probar el pulso del mercado. Si los clientes aceptan la oferta, el precio asignado es correcto; si la rechazan, debe cambiarse con rapidez. Por otro lado, si se vende a un precio bajo no se obtendrá ninguna ganancia y, en última instancia, el producto irá al fracaso. Pero, si el precio es muy elevado, las ventas serán difíciles y también en este caso el producto y la empresa fracasarán (FISHER, 2016).

2.2.2.2. Factores básicos de la gestión de calidad

Deming (2015), quien además de sus cuatro fases primordiales de la gestión de la calidad como: planificar, hacer, verificar y actuar, manifiesta que la gestión de la calidad utiliza cinco factores como.

- **Proceso:** Es el cual involucra la organización, sistemas, planeación, dirección, control y diseño.

- Auditoria: Es una medida de vigilancia permanente de las acciones que desarrollan las personas que integran la estructura de la organización, involucra directamente a las personas.
- Tecnología: vista desde la parte de las operaciones de producción y la explotación de las diferentes fuentes de información.
- Estructura: corresponde a la división del trabajo y la manera como se han distribuido las responsabilidades dentro de la empresa, tienen relevancia la comunicación.
- Personas, centrada en el trabajo en equipo, formación educativa, desarrollo e innovación, incentivos y cambio.

2.2.2.3. Importancia de la gestión de calidad

Boisier (2015), afirma que el servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, los clientes tienen mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de ir mejorando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismo son quienes tendrán la última palabra para decidir:

- La competencia es cada vez mayor, por los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.
- Los competidores se van equiparando en calidad, servicio y precio, por lo que se hace necesario buscar diferencias.

- Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, servicio sino también, una buena atención, un ambiente agradable, buen trato de parte del trabajador.
- Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o servicio.

2.2.2.4. Elementos de la calidad

Para la autora (Vílchez, 2016) en su tesis de investigación describe los siguientes elementos de la calidad:

- La estructura de la organización: responde al organigrama de los sistemas de la empresa donde se jerarquizan los niveles directivos y de gestión. En ocasiones este organigrama de sistemas no corresponde al organigrama tradicional de una empresa.
- La estructura de responsabilidades: implica a personas y departamentos. La forma más sencilla de explicitar las responsabilidades en calidad, es mediante un cuadro de doble entrada, donde mediante un eje se sitúan los diferentes departamentos y en el otro, las diversas funciones de la calidad.
- Procedimientos: responden al plan permanente de pautas detalladas para controlar las acciones de la organización.
- Procesos: responden a la sucesión completa de operaciones dirigidos a la consecución de un objetivo específico.

- Recursos: los recursos, no solamente económicos, sino humanos, técnicos y de otro tipo, deberán estar definidos de forma estable y además de estarlo de forma circunstancial.

2.2.2.5.El cliente y la calidad

En un sistema de producción y distribución el cliente es elemento clave. Los productos y servicios deben satisfacer las necesidades del cliente, ya que de ello depende la supervivencia de las organizaciones empresariales. Los fabricantes o los

suministradores de servicios tienen que ser capaces de desarrollar productos y servicios que cumplan con las especificaciones que los clientes demandan.

La función del departamento de marketing es averiguar cuáles son las necesidades de los clientes. Una vez detectadas estas necesidades, el equipo de diseño y desarrollo se encarga de diseñar el producto de acuerdo con las especificaciones y características requeridas. Con estos datos se planifican y diseñan los procesos de producción como pueden ser máquinas y herramientas utilizadas, así como los procedimientos más adecuados para la ejecución del proceso.

En las diferentes etapas del sistema productivo se pueden producir desviaciones, como, por ejemplo, máquinas que se desajustan, fallos de los operarios en el montaje, materia prima utilizada defectuosa, procedimientos o procesos mal diseñados, la función de la calidad es evitar estos fallos antes de que se cometan y lleguen a manos del cliente (Alcalde, 2009)

En las empresas de la actualidad están implementando el modelo de gestión de calidad basado en procesos, el cual enuncia que para que una organización funcione eficazmente tiene que establecer y gestionar un buen proceso para ofrecer un producto

de calidad a los clientes. Un producto de calidad es aquel que cumple las expectativas del cliente, cuando un producto no cumple todas las expectativas de sus clientes, el cliente se siente insatisfecho de la calidad del producto que deseaba encontrar (María Constanza Cubillas Rodríguez, 2018).

(Espinoza, 2014), define que el Marketing Mix, es un elemento muy clásico del marketing, lo cual es utilizado para englobar a sus cuatro componentes básicos que lo conforman: Producto, Precio, Destitución y Comunicación. Estas cuatro variables son también conocidas como las 4Ps las cuales son consideradas como variables tradicionales con las que cuenta una organización para lograr las metas y objetivos planteados, sin embargo, es totalmente necesario que las cuatro variables tengan una total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr un buen crecimiento para la organización que los utiliza.

III. Hipótesis

Según Hernández Sampieri (2012) las investigaciones de tipo descriptivas no llevan hipótesis ya que detallan las distintas propiedades de los fenómenos de los trabajos, por lo tanto, no es necesario establecer una Hipótesis, dado que se trata de describir y/o mencionar las características de una determinada situación problemática.

IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Diseño de la investigación.

4.1.1. Tipo: descriptiva.

Sabino (2009) Considera que la investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta y para la investigación descriptiva su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento ya que de esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada. Se clasificará como descriptiva porque buscará encontrar las propiedades de la gestión de calidad del rubro avícola de venta de pollo en el mercado anexo de Piura, año 2018. El autor mencionado, le denomina investigaciones descriptivas ya que trabajan con hechos reales y describir características que permiten determinar las situaciones reales que suceden en la MYPE.

4.1.2. Nivel: Cuantitativo

Es de nivel descriptivo porque describirá los hechos reales que suceden en el mercado anexo de Piura. Rodríguez (2016), considera que la investigación cualitativa no es tarea que se asocie a un momento dado en el desarrollo del estudio. Más bien, resulta el fruto de todo el trabajo de investigación. Al investigar de forma cualitativa se le pide que ofrezca, a una explicación parcial a un problema como el modo que presenta un determinado conjunto de variables. La descripción de hechos reales de lo que sucede en las MYPE, en el mercado anexo de Piura.

4.1.3. Diseño no experimental y de corte transversal

El tipo de diseño que se aplicará en la investigación será no experimental ya que tendrá un estudio de recolección de datos en el estudio en las MYPE comerciales del mercado anexo de Piura, lo cual servirán para estudiar los MYPE y obtener conocimientos esenciales de los aspectos pasados y presentes y las intenciones del entorno de los consumidores. Según la prolongación en el tiempo será de corte transversal ya que el estudio se realizará en un tiempo específico de seis meses a fin de medir e identificar las situaciones en dicho tiempo, lo cual se medirá por una muestra poblacional en un solo momento temporal, sin embargo, permitirá estimar la magnitud y las características dentro de las MYPE en estudio (Hernández, 2017).

Según Vargas (2016), las investigaciones de tipo no experimental, es cuando se realiza la descripción de los hechos sin manipular deliberadamente las variables, es decir no se llega a cambiar ninguno de los resultados que se pueden encontrar y no serán modificados; además explica además de corte trasversal porque la investigación se realizó en un determinado espacio único de tiempo determinado que llego a tener un inicio y fin en un solo momento en la recolección de los datos.

4.2. Población y muestra

4.2.1. Población

La población está conformada por: $N= 03$ MYPE

Para la variable formalización la muestra la conforman: $n= 06$ puesto que esa cantidad es menor a 50 por lo tanto no requiere la aplicación de la formula.

Para el presente trabajo se han considerado las MYPE, rubro avícolas venta- carne de pollo en el mercado anexo de Piura. Las mismas que se detallan a continuación en el siguiente cuadro:

Nombre de la MYPE	RUC	Dirección	Representante
Avícola “LEYDI” EIRL	20316919074	Puesto 76 del Mercado Anexo – Piura	Cesar Palacios López
Avícola “BOZA” EIRL	20526170149	Tienda 70 en el Mercado Anexo – Piura	José Rodríguez Rojas
Avícola “LA GRANJA”	20101759173	Mercado Anexo – Piura	Daniel Sánchez Quispe

4.2.2. Muestra

En tanto para los clientes se aplicará la fórmula de población finita:

Siendo una población infinita, se determinará la muestra a través de la fórmula estadística siguiente:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

Dónde:

Z^2 = Grado de confiabilidad (1.96)

e = Margen de error (5.0%)

p = Probabilidad que ocurra (0.20)

q = Probabilidad que no ocurra (0.80)

Por lo que el tamaño de la muestra será:

n = 246 clientes.

Para la variable Gestión de calidad se ha determinado a los clientes cuya cantidad de 246 datos obtenidos después de la aplicación de la fórmula

Para el desarrollo de la presente investigación se aplica la técnica de la encuesta, que busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación. Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

- **Criterios de inclusión:**

- A. Formalización**

Se incluye a todos los dueños y encargados de las MYPE.

Características de los propietarios.

Propietarios de las MYPE en estudio

- A. Variable gestión de calidad**

Características de los clientes

- Clientela que se siente mucha confianza en comprar los productos.
- Ambiente laboral adecuado

- Clientes mayores de 18 años

• **Criterios de exclusión:**

a) Variable formalización

Propietarios de las MYPE, que no están en el estudio

b) Variable Gestión de calidad

- Clientes que dejan de comprar en la MYPE
- Clientes menores de 18 años.

4.3. Matriz de operacionalización

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Escala	Metodología
FORMALIZACIÓN	Es la decisión de uno o varios emprendedores para desarrollar su empresa con normas de la ley, para que sea legalizada y reconocida como tal por el estado y la SUNAT, para que respete y aplique las normas de las organizaciones con el marco legal (Salazar, 2017).	Tipos de Formalización	Formación tributaria	La dimensión “ tipos de formalización ” se medirán mediante los indicadores formalización tributaria, formalización laboral y formalización municipal a través de la aplicación del cuestionario a los clientes.	Nominal	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptiva Diseño: No experimental de corte transversal
			Formalización laboral .			
			Formalización Municipal			
		Tipos de comprobante de pago	Facturas	La dimensión” tipos de comprobante” se medirá mediante los indicadores boletas y facturas a través de la aplicación del cuestionario a los clientes.		
boletas						
GESTIÓN DE CALIDAD	La gestión de calidad ha evolucionado hacia diversos planteamientos estratégicos, aplicándose como una nueva		Calidad	La dimensión “Elementos de la gestión de calidad se medirán con los indicadores, calidad, organización, planificación y control“ aplicando una encuesta al cliente		
			Organización			

estrategia empresarial, cuya finalidad es buscar el mejoramiento de la gestión y los distintos resultados que estén planteados por la organización y así llegar a cumplir sus metas y objetivos (Pérez, 2012).	Elementos de la gestión de calidad	Planificación	utilizando el instrumento del cuestionario de escala nominal y Ordinal.		
		Control			
	Niveles de satisfacción de los clientes	Buena	La dimensión “niveles de satisfacción de los clientes se medirán con los buena, regular” aplicando una encuesta a los clientes de las MYPES en estudio utilizando el instrumento del cuestionario de escala nominal y Ordinal.		
		Regular			

Elaboración: Propia

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1. Técnica:

La técnica que se utilizara para la recolección de los datos es la encuesta. Los datos se obtendrán mediante un talonario de preguntas lo cual serán dirigidas a los clientes, trabajadores y encargados de la MYPE, con el fin de conocer sus opiniones, características o hechos específicos que pueden a fortalecer el crecimiento de las MYPE. Una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población (García Ferrando, 2013)

4.4.2. Instrumento:

El cuestionario de la encuesta se ha aplicado a 5 propietarios y a 246 clientes. Se podrá obtener a partir de mis variables de investigación, la cual se formulará un listado de preguntas escritas que se les entregarán a los clientes, trabajadores y encargados de la MYPE, que de igual forma deberán ser respondidas escritas. Se refiere a cualquier tipo de recurso que utiliza el investigador; para allegarse de información y datos relacionados con el tema de estudio. Por medio de estos instrumentos, el investigador obtiene información sintetizada que podrá utilizar e interpretar en armonía con el Marco Teórico. Los datos recolectados están íntimamente relacionados con las variables de estudio y con los objetivos planteados. (Hernández, 2014)

4.5. Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Fuente	Metodología
Caracterización de la formalización y gestión de calidad en las MYPE rubro avícolas carne de pollo del mercado anexo de Piura, año 2018.	¿Cuáles son las características que tienen la formalización y gestión de calidad en las MYPE rubro avícolas carne de pollo del mercado anexo de Piura, año 2018?	General: Identificar los factores que caracterizan a la formalización y gestión de calidad en las MYPE rubro avícolas venta carne de pollo del mercado anexo de Piura, año 2018.	En el proceso de las investigaciones científicas, un aspecto relevante es que todas las investigaciones deben llevar Hipótesis, sin embargo se formula una Hipótesis cuando se trata de una investigación	F O R M A L I Z A C I O N	Es la decisión de uno o varios emprendedores para desarrollar su empresa con normas de la ley, para que sea legalizada y reconocida como tal por el estado y la SUNAT, para que respete y aplique las normas de las organizaciones con el marco legal (Salazar, 2017).	La dimensión “tipos de formalización” se medirán mediante los indicadores formalización tributaria, formalización laboral y formalización municipal a través de la aplicación del cuestionario a los clientes.	Tipos de formalización	Formalización tributaria	Encuesta	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptiva Diseño: No experimental de corte transversal
		Formalización laboral						Encuesta	Formalización municipal	

			ón que se requiere probar una suposición de cuál es el impacto que tienen las variables entre sí o conocer el efecto de un rango o variable en relación con otro, donde fundamentalmente son estudio que muestran la relación causa efecto (Galán, 2015)			La dimensión” tipos de comprobante” se medirá mediante los indicadores boletas y facturas a través de la aplicación del cuestionario a los clientes.		Facturas Encuesta	
		b) Conocer los tipos de comprobantes de pago que utilizan las MYPE rubro avícolas venta carne de pollo del mercado anexo de Piura, año 2018 .					Tipos de comprobante de pago	Boletas Encuesta	
		c) Conocer los elementos de la gestión de calidad en las MYPE rubro avícolas venta carne de pollo del mercado anexo de Piura, año 2018.		G E S T I O N D E C A L I	La gestión de calidad ha evolucionado hacia diversos planteamientos estratégicos, aplicándose como una nueva estrategia empresarial, cuya finalidad es	La dimensión “Elementos de la gestión de calidad se medirán con los indicadores, calidad, organización, planificación y control“ aplicando una encuesta al cliente utilizando el instrumento del cuestionario de escala nominal y Ordinal.		Calidad Encuesta	
							Elementos de la gestión de calidad	Organización Encuesta	

				D A D	buscar el mejoramiento de la gestión y los distintos resultados que estén planteados por la organización y así llegar a cumplir sus metas y objetivos (Pérez, 2012).			Planificación	Encuesta	
		d) Identificar el nivel de satisfacción de los clientes sobre la gestión de calidad en las MYPE rubro avícolas venta carne de pollo del mercado anexo de Piura, año 2018				La dimensión “niveles de satisfacción de los clientes se medirán con los buena, regular” aplicando una encuesta a los clientes de las MYPES en estudio utilizando el instrumento del cuestionario de escala nominal y Ordinal	Niveles de satisfacción de los clientes	Control	Encuesta	
								Mala	Encuesta	
								Buena	Encuesta	

Elaboración: Propia

4.6.Plan de análisis

Realizada la recolección de los datos de las encuestas aplicadas, se han tabulado y se presentan en tablas y gráficos ordenadamente de acuerdo a cada variable y a sus dimensiones. Para ello se utilizó el programa Microsoft como el Excel versión 2013. Finalmente se realiza el análisis y la interpretación de todos los datos recopilados por intermedio del cuestionario de preguntas (las encuestas).

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados de la investigación

4.1.1 Objetivo 1: Determinar los tipos de formalización en las MYPE rubro avícola venta de carne – pollo del mercado anexo de Piura, 2018.

Tabla 1: Empresa Conformada Por:

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Independiente	1	16,67%
Familiares	5	87,33%
Amistades	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios (junio, 2018)

Elaboración: Propia

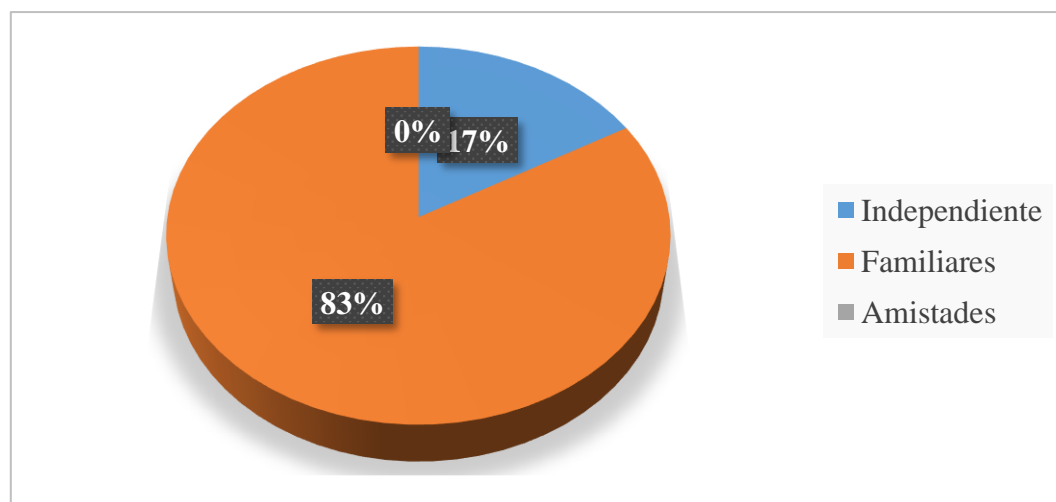


Figura 1: Diagrama circular que representa la conformación de la empresa

Interpretación:

En la tabla 1 y grafica 1, denominada como la conformación de la empresa, se observa que el 84% de los encuestados indicaron que las MYPE, están conformadas de manera familiar.

Tabla 2: Tiempo de permanencia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 3 años	2	16,67%
4 a 7 años	1	8,33%
8 a más	3	50%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios (junio, 2018)

Elaboración: Propia

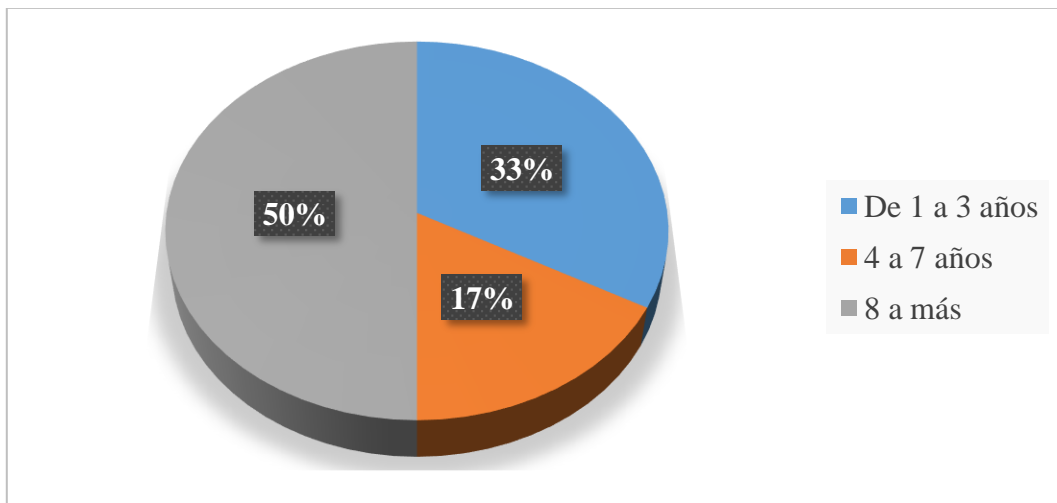


Figura 2: Diagrama circular que representa el tiempo de permanencia

Interpretación:

En la tabla 2 y grafica 2, denominada “tiempo de permanencia” se observa que el 50% de los encuestados indicaron que tienen más de 8 años en el mercado anexo de Piura.

Tabla 3: Régimen

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
General	2	33,33%
Especial	2	33,33%
Régimen tributario	2	33,34%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios (junio, 2018)

Elaboración: Propia

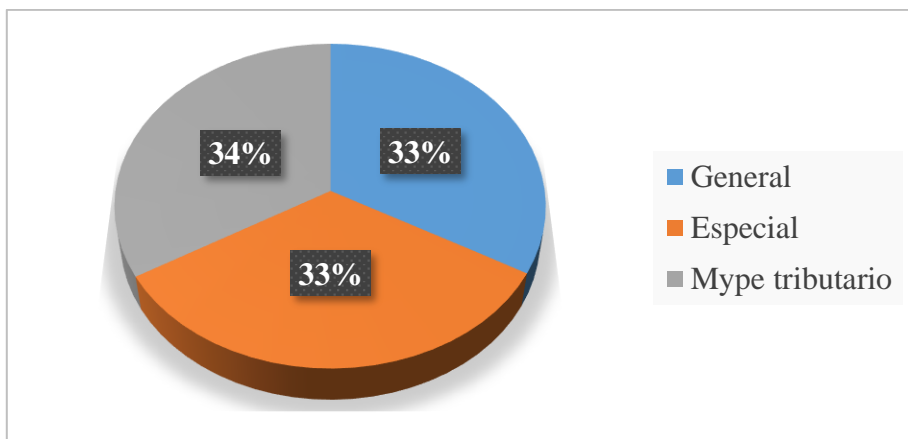


Figura 3: Diagrama circular que representa el régimen

Interpretación:

En la tabla 3 y grafica 3, denominada “régimen”, se observa que el 34% de los encuestados indicaron que las MYPE, se encuentran en el régimen MYPE tributario.

Tabla 4: Comprobantes de pago

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Boletas	4	66,67%
Facturas	2	33,33%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios (junio, 2018)

Elaboración: Propia

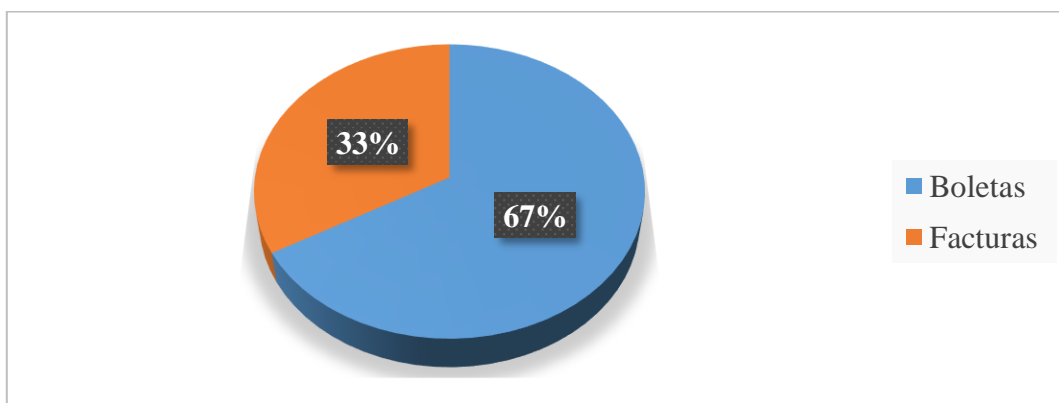


Figura 4: Diagrama circular que representa los comprobantes de pago

Interpretación:

En la tabla 4 y grafica 4, denominada” comprobantes de pago”, se observa que el 67% de los encuestados indicaron que las MYPE, emiten boletas como comprobante de pago.

Tabla 5: Licencia municipal

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Licencia provisional	2	33,33%
Licencia Definitiva	4	66,67%
Licencia especial	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios (junio, 2018)

Elaboración: Propia

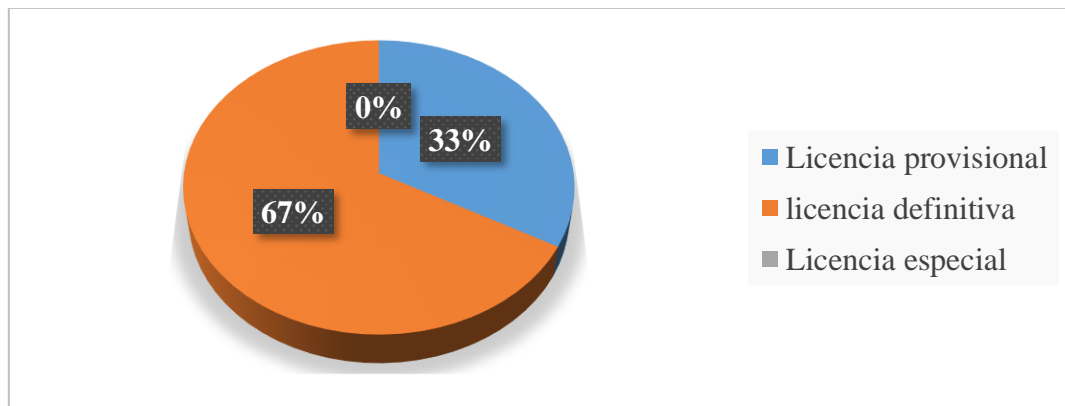


Figura 5: Diagrama circular que representa los tipos de licencia

Interpretación:

En la tabla 5 y grafica 5, denominada” comprobantes de pago”, se observa que el 67% de los encuestados indicaron que las MYPE, cuentan con una licencia municipal de tipo definitiva

4.1.2 Objetivo 2: conocer los tipos de comprobantes que utilizan las MYPE rubro avícola venta de carne – pollo del mercado anexo de Piura, 2018.

Tabla 6: Idea de negocio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Otras Personas	1	16,67%
Idea propia	2	33,33%
Tradición familiar	3	50.00%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios (junio, 2018)

Elaboración: Propia

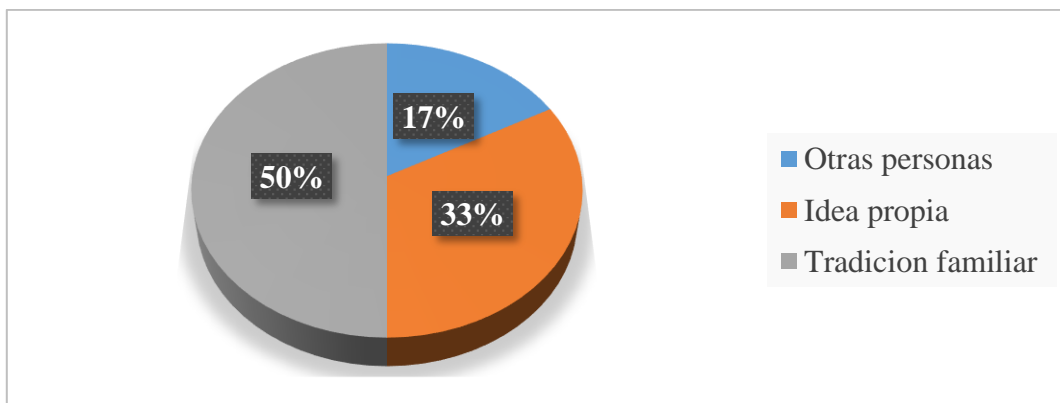


Figura 6: Diagrama circular que representa la idea de negocio

Interpretación:

En la tabla 6 y grafica 6, denominada” idea de negocio”, se observa que el 50% de los encuestados indicaron que las MYPE, indican que es una tradición familiar contar con una m MYPE.

Tabla 7: Registros de contabilidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios (junio, 2018)

Elaboración: Propia

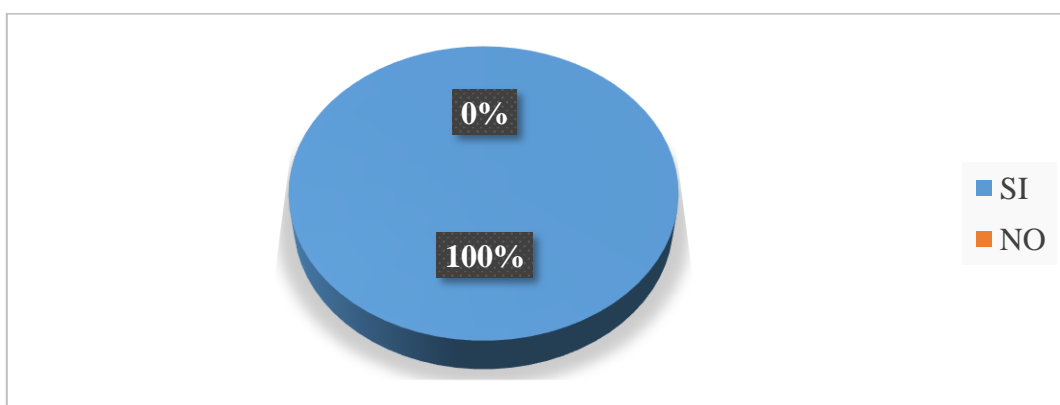


Figura 7: Diagrama circular que representa el registro de contabilidad

Interpretación:

En la tabla 7 y grafica 7, denominada” registro de contabilidad”, se observa que el 100% de los encuestados indicaron que las MYPE, si cuentan con un registro de contabilidad en su MYPE.

Tabla 8: Razón principal de formalizar

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Acceso al sistema financiero	3	50%
Comercialización de productos propios	2	33%
Comprobante de pago	1	17% %
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios (junio, 2018)

Elaboración: Propia

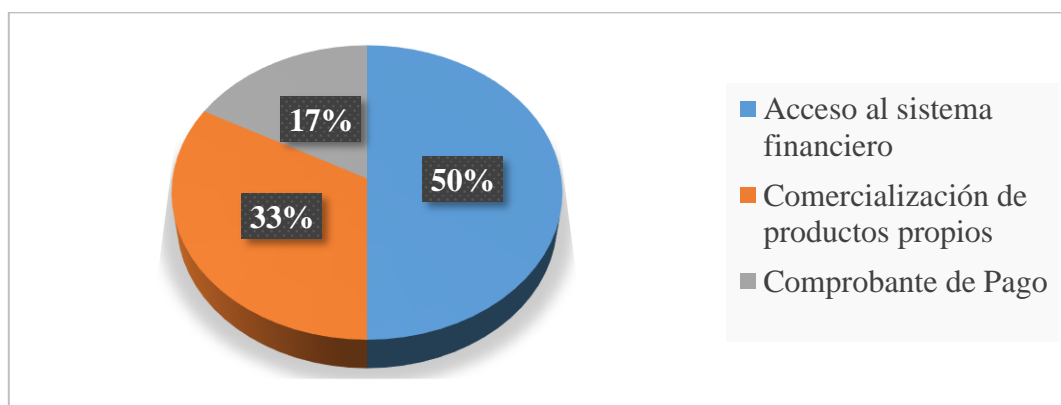


Figura 8: Diagrama circular que representa razón principal de formalizar

Interpretación:

En la tabla 8 y grafica 8, denominada "razón principal de formalizar", se observa que el 50% de los encuestados indicaron que las MYPE, realizan el proceso de formalizar es que les permite tener acceso al sistema financiero.

Tabla 9: Registro en SUNARP

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	100%
No	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios (junio, 2018)

Elaboración: Propia

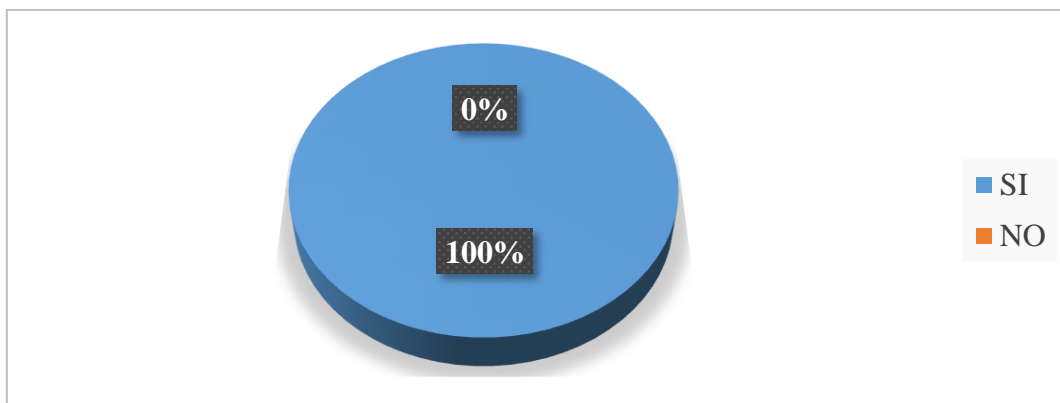


Figura 9: Diagrama circular que representa el registro en SUNARP

Interpretación:

En la tabla 9 y grafica 9, denominada “registro en SUNARP”, se observa que el 100% de los encuestados indicaron que las MYPE, si se encuentran registradas sus MYPE en las SUNARP.

Tabla 10: Formalización

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	100%
No	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios (junio, 2018)

Elaboración: Propia

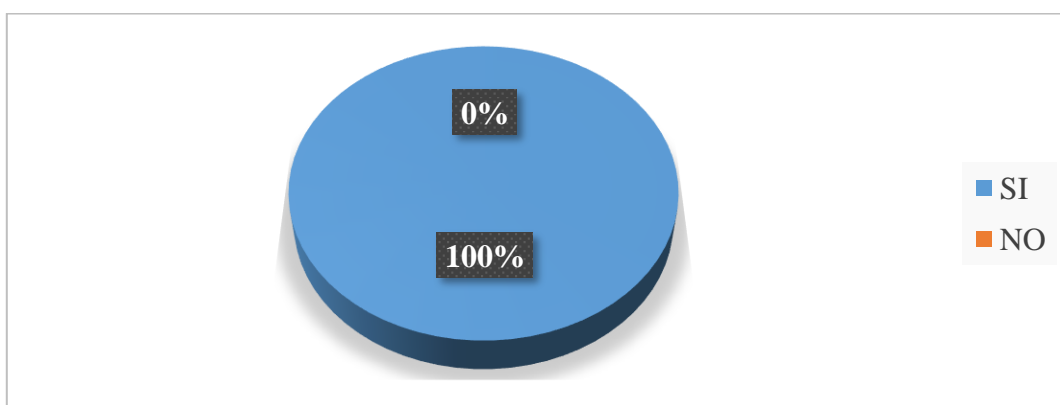


Figura 10: Diagrama circular que representa la formalización

Interpretación:

En la tabla 10 y grafica 10, denominada “la formalización”, se observa que el 100% de los encuestados indicaron que las MYPE, si se encuentran debidamente formalizadas.

4.1.3 Objetivo 3: Demostrar los elementos de la gestión de calidad en las MYPE rubro avícola venta de carne – pollo del mercado anexo de Piura, 2018

Tabla 11: Conocimiento sobre calidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	189	77%
No	57	23%
TOTAL	246	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes (junio, 2018)

Elaboración: Propia

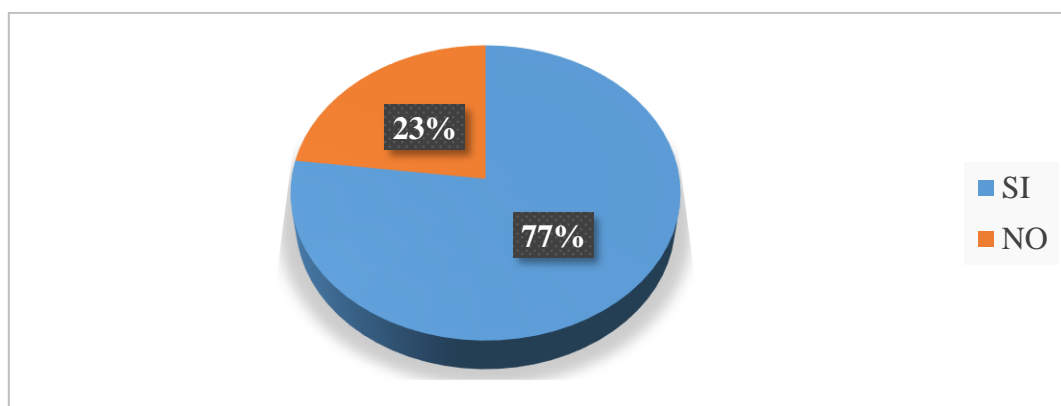


Figura 11: Diagrama circular que representa el conocimiento sobre la calidad

Interpretación:

En la tabla 11 y gráfica 11, denominada “conocimiento sobre la calidad”, se observa que el 77% de los clientes encuestados indicaron que las MYPE, si tienen claro sobre el concepto de la calidad lo que permite brindar un producto de calidad a sus clientes.

Tabla 12: La calidad es un factor importante

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	111	65,12%
No	65	34,88%
TOTAL	246	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes (junio, 2018)

Elaboración: Propia

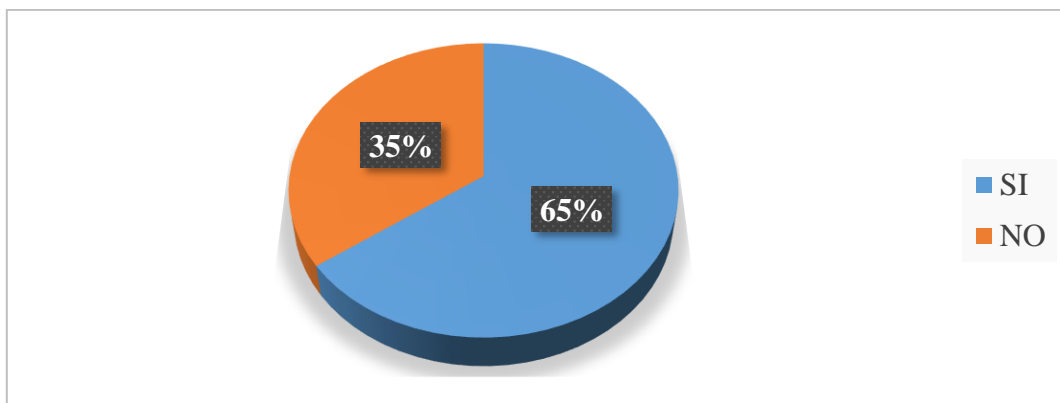


Figura 12: Diagrama circular que representa los factores importantes

Interpretación:

En la tabla 12 y grafica 12, denominada “factores importantes” se observa que el 65% de los clientes encuestados indicaron el factor más importante para decidirse a realizar una compra es la buena calidad del producto.

Tabla 13: Expectativas de los productos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	182	53%
No	64	47%
TOTAL	246	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes (junio, 2018)

Elaboración: Propia

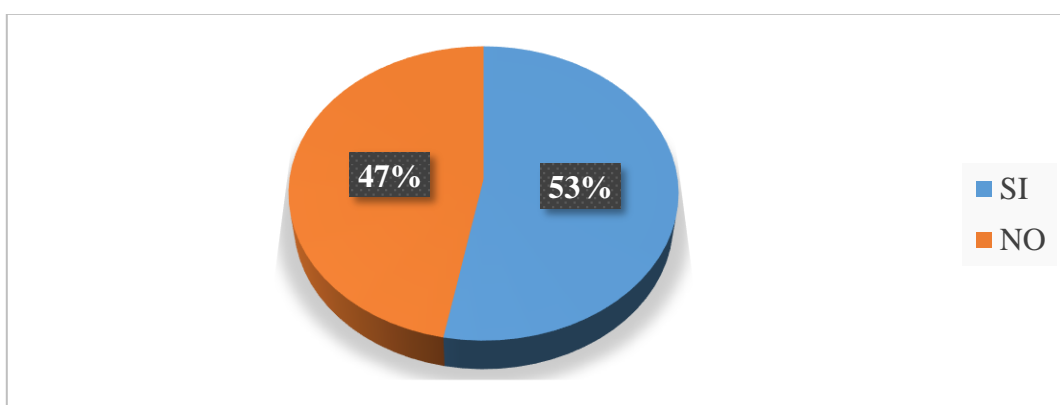


Figura 13: Diagrama circular que representa expectativas de los productos

Interpretación:

En la tabla 13 y grafica 13, denominada “factores importantes” se observa que el 53% de los clientes encuestados indicaron que la expectativa de los productos si es compensada con la calidad.

Tabla 14: Elementos determinantes para la compra

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	200	81.33%
Procesos de selección	57	18,67%
Recursos	0	0%
TOTAL	246	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes (junio, 2018)

Elaboración: Propia

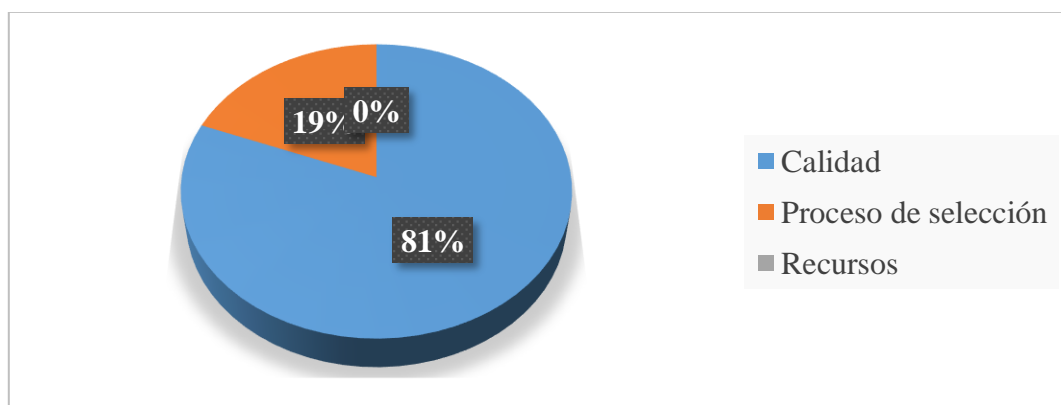


Figura 14: Diagrama circular que representa los elementos

Interpretación:

En la tabla 14 y grafica 14, denominada “elementos” se observa que el 81% de los clientes encuestados indicaron que el elemento más importante para realizar una comprar es la calidad del producto.

Tabla 15: Producto de calidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	200	81,30%
No	46	18,70%
TOTAL	246	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes (junio, 2018)

Elaboración: Propia

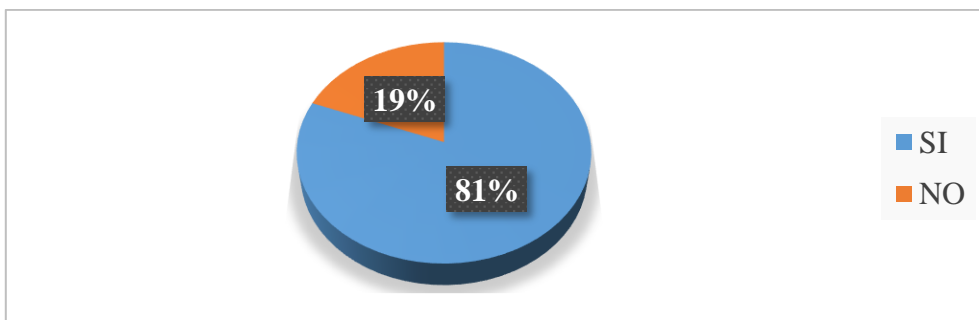


Figura 15: Diagrama circular que representa el producto de calidad

Interpretación:

En la tabla 15 y grafica 15, denominada “producto de calidad” se observa que el 81% de los clientes encuestados indicaron que el producto que compran en las distintas MYPE, es un producto de calidad lo cual cumple con todos los estándares.

4.1.4 Objetivo 04: Identificar el nivel de satisfacción de los clientes sobre la gestión de calidad en las MYPE, rubro avícolas venta de carne-Pollo del mercado anexo de Piura, año 2018.

Tabla 16: Atención recibida

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Buena	156	63,41%
Regular	60	24,31%
Mala	30	12,90%
TOTAL	246	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes (junio, 2018)

Elaboración: Propia

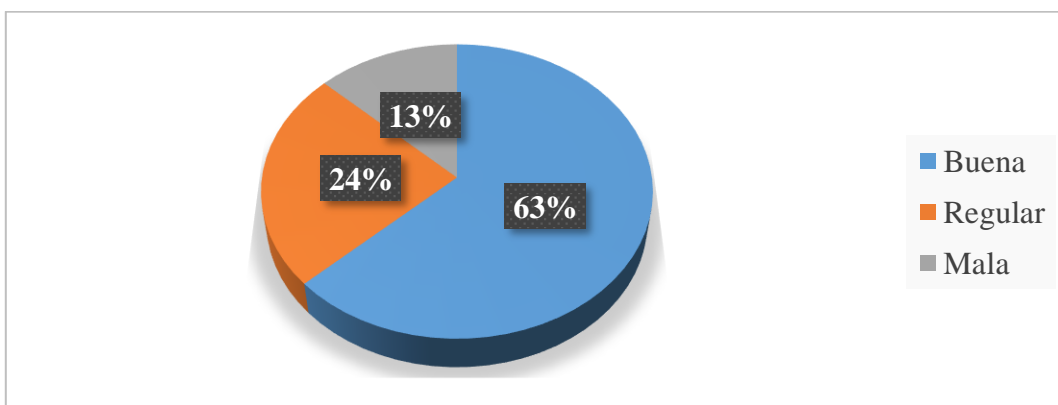


Figura 16: Diagrama circular que representa la atención recibida

Interpretación:

En la tabla 16 y grafica 16, denominada “atención recibida” se observa que el 63% de los clientes encuestados indicaron que la atención recibida en las diferentes MYPE ubicadas en el mercado anexo de Piura es muy buena.

Tabla 17: Tiempo de entrega del producto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	221	88,84%
No	25	11,16%
TOTAL	246	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes (junio, 2018)

Elaboración: Propia

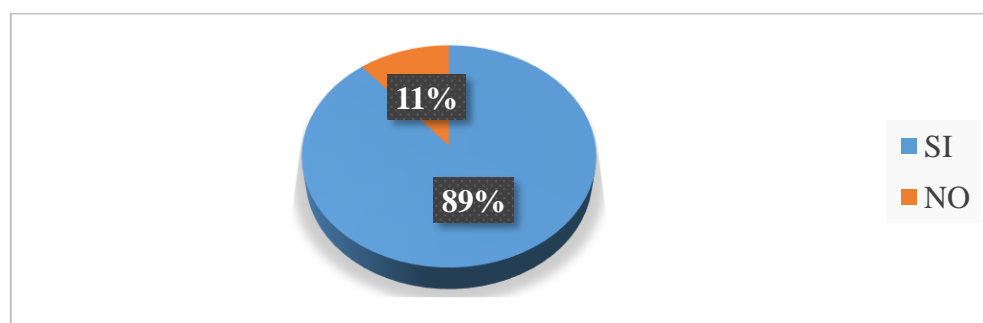


Figura 17: Diagrama circular que representa el tiempo de entrega del producto

Interpretación:

En la tabla 17 y grafica 17, denominada “tiempo de entrega del producto” se observa que el 89% de los clientes encuestados indicaron que el tiempo de demora del producto es la correcta no los hacen esperar mucho tiempo para entregarles su pedido.

Tabla 18: Precio es coherente con el producto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	200	81,30%
No	46	18,70%
TOTAL	246	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes (junio, 2018)

Elaboración: Propia

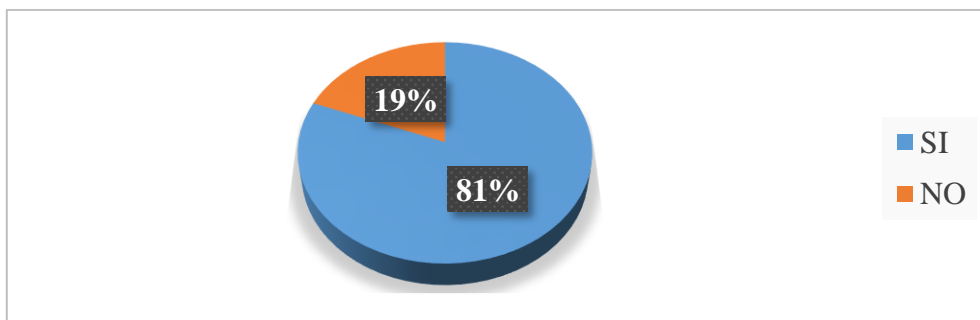


Figura 18: Diagrama circular que representa el precio es coherente con el producto.

Interpretación:

En la tabla 18 y grafica 18, denominada “precio coherente con el producto” se observa que el 81% de los clientes encuestados indicaron que el precio estipulado por las MYPE, es acorde con la calidad el producto y también con la comercialización en el mercado.

Tabla 19: Capacidad de respuesta

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Buena	195	79,27%
Regular	35	14,23%
Mala	16	5,50%
TOTAL	246	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes (junio, 2018)

Elaboración: Propia

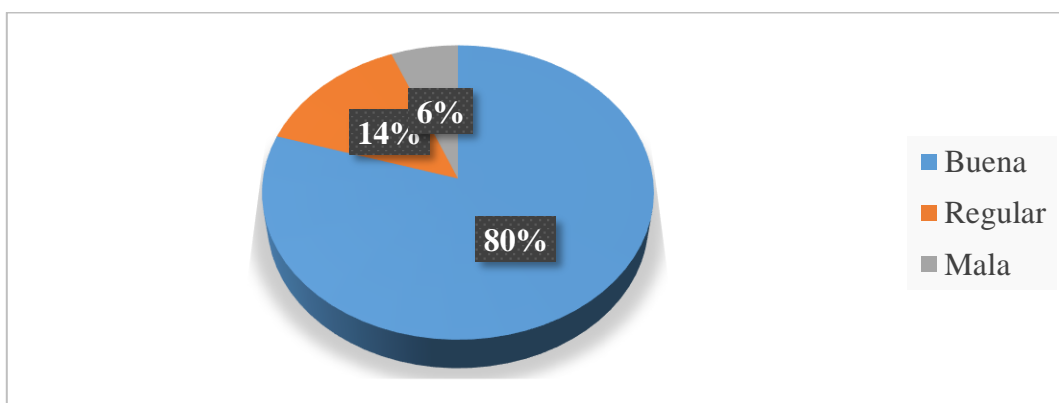


Figura 19: Diagrama circular que representa los elementos

Interpretación:

En la tabla 19 y grafica 19, denominada “capacidad de respuesta” se observa que el 80% de los clientes encuestados indicaron que la capacidad de respuesta es buena dentro de las MYPE.

Tabla 20: Motivación de realizar su compra en esta MYPE

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Calidad de servicio	221	89,84%
Calidad del producto	15	6,09%
Relación precio Producto	10	4,07%
TOTAL	246	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes (junio, 2018)

Elaboración: Propia

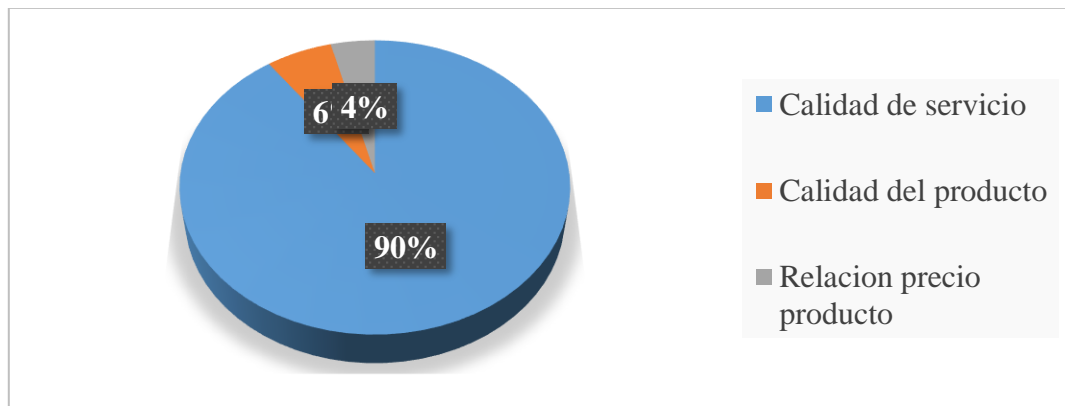


Figura 20: Diagrama circular que representa la motivación de realizar su compra en esta MYPE

Interpretación:

En la tabla 20 y grafica 20, denominada “Motivación de realizar su compra en esta MYPE” se observa que el 90% de los clientes encuestados indicaron que la motivación principal para realizar su compra es que brindan una buena calidad de servicio.

Tabla 21: Recomendaría esta MYPE

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	246	100%
No	0	0%
TOTAL	246	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes (junio, 2018)

Elaboración: Propia

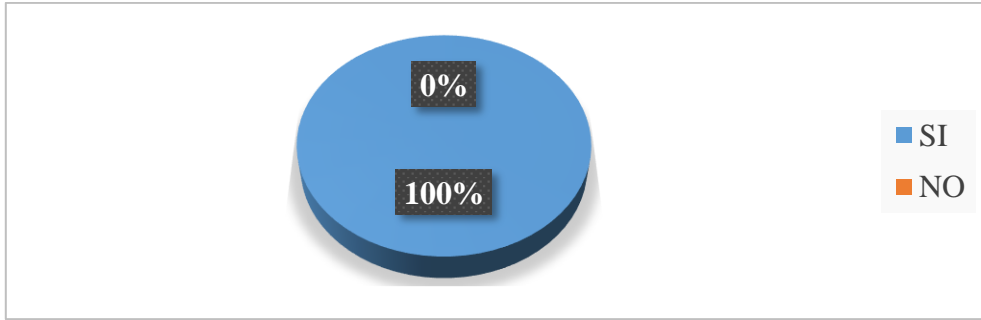


Figura 21: Diagrama circular que representa recomendaría esta MYPE

Interpretación:

En la tabla 21 y grafica 21, denominada “Recomendaría esta MYPE” se observa que el 100% de los clientes encuestados indicaron que si recomendarían esta MYPE ya que brinda un producto de calidad y buena atención.

5.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS

En la Tabla 01 titulada: “Empresa conformada por” el 83.33% de los propietarios encuestados indican que las MYPE, está conformada de manera familiar, resultados que coinciden con (Cillóniz, 2014) indica que las micro y medianas empresas son administradas de la manera familiar. Ya que por lo general son dirigidas por sus propios dueños y no necesitan encargarlas contar con un administrador para que se encarguen en buscar la producción de sus empresas. Los emprendedores peruanos se han formado por la necesidad que existe en la economía o por la gran cantidad de desempleo que existe; sin embargo, gestionan su propia oportunidad de formar una empresa familiar resultados que coinciden con (Vílchez, 2016).

En la tabla 02 denominada “tiempo de permanencia”, el 84% de los propietarios encuestados respondieron que tienen entre los 4 y 8 años en el rubro de avícolas dedicadas a la venta de carne de pollo. La mayoría la mayoría de las microempresas tienen el tiempo necesario en el mercado ejerciendo dicho rubro brindando un servicio de calidad a sus clientes, ya que con el tiempo que llevan en el sector comercio tienen un mejor conocimiento para brindar un buen servicio en las ventas hacia sus clientes, la continuación de sus costumbres de sus familias del negocio lleva una cadena familiar para que nunca se pierda en ingrediente secreto y siga funcionando y entregando un servicio de calidad a sus clientes. Tener un mayor tiempo en el mercado permite tener mejores clientes y al mismo tiempo brindarles carne de pollo de la mejor calidad para satisfacer las necesidades que ellos tienen.

En la tabla 03 denominada “Régimen” se observa que el 33.34% se encuentra en el régimen de la MYPE tributario, lo cual estos resultados están sustentados con el

autor (Silupu, 2012), indica que las microempresas que están formalmente registradas, el primer requisito que deben tener es tener el RUC, el cual es emitido por la SUNAT. Los empresarios deben conocer a que régimen tributario al que pertenecen sus MYPE, ya sea al RUS, RER y RG, para ello se debe de conocer las diferentes limitaciones que tienen cada uno es estos regímenes, por lo cual antes de realizar la formalización de la microempresa se debe tener información sobre el proceso a seguir (Vílchez, 2016).

Tabla 04 titulada “Comprobantes de pago” el 66.67% de los propietarios encuestados indicaron que sus micro y medianas empresas, entregan boletas como comprobantes de pago a sus clientes. (SUNAT, 2016) los comprobantes de pago son documentos donde se registran la realización de un bien o haber recibido un bien de una empresa. En la actualidad existen dos tipos de comprobantes que emiten las empresas: facturas; son comprobantes de pago que evidencia la por parte de empresas que regularmente realizan compras en las MYPE, donde en las facturas se paga el monto gastado en las continuas compras realizadas en las micro empresas, para ello el adquirente de la factura está en el derecho de pagar a la SUNAT, el derecho del IGV. Boletas: son las operaciones se registran las operaciones entre empresas o personas para acreditar un costo o un gasto con la finalidad de contribuir con el efecto tributario, en las boletas solo se paga el monto gastado y no se paga el derecho de IGV, a la SUNAT.

La tabla 05 denominada “Licencias municipal” se observa que el 66.67% de los propietarios de las MYPE encuestados indicaron que cuentan con una licencia definitiva, que de acuerdo con un archivo publicado por (Municipalidad Provincial de Huaylas, 2013), define que la licencia de funcionamiento definitiva para la apertura de un establecimiento comercial, industrial, profesional y/o servicio, es la autorización

única que otorga la municipalidad por un periodo indeterminado, para el desarrollo de actividades económicas, a favor del titular de un establecimiento. Para contar con las licencias de funcionamiento es necesario registrarse de acuerdo a las normas establecidas para evitar que sucedan futuras infracciones y eso conlleve a multas por parte de la SUNAT, municipalidades y defensa civil.

En la tabla 06 titulada “idea de negocio” el 50% de los propietarios encuestados indicaron que decidieron formar su empresa por tradición familiar. La función principal es crear puestos de trabajo y un factor muy viable para la generación de un mejor ingreso económico ya que esto incentiva a la población a emprender con una idea de negocio, o siguiendo una tradición familiar ya que sus antepasados ya dejaron marcados a sus clientes sobre la calidad del servicio o producto que ofrecían a sus clientes.

En la tabla 07 titulada “Registros de contabilidad” se observa que el 100% donde indica que la totalidad de los dueños no tiene un registro de contabilidad dichos resultados se sustentan con (SUNAT, 2018), los contribuyentes que están en el NRUS no están autorizados en contar en su empresa los cuadernos contables. No habrá obligación de llevar libros ni registros contables, simplemente se deberá guardar todos los comprobantes de pago que se emiten al realizar una compra o venta de un producto los cuales deberán estar ordenados cronológicamente. Estas microempresas en general no son exigidas por parte de la SUNAT en contar con dichos registros de contabilidad ya que son sus propios dueños son los que la administran.

En la tabla 08 titulada “razón principal de formalizarse” el 50% de los propietarios de las MYPE, indican que la formalización les permite tener más

posibilidades de tener acceso al sistema financiero ya que ello les permitirá que cuando requieran obtener un préstamo en una entidad bancaria y/o financiera puedan acceder fácilmente al préstamo para financiar su pequeño negocio. Para las MYPE que se encuentran en el NRUS, como, por ejemplo: no tener mucha documentación en el momento de declarar los impuestos (SUNAT, 2018), garantizar la formalidad de las micro empresas para poder tener una marca y/o registros propios.

En la tabla número 09 titulada “registro en SUNARP”, el 100% de los propietarios encuestados respondieron que sus MYPE, si están registrados en SUNARP. Según el autor (Medina, 2011), para lograr que las micro empresas se encuentren registradas en la SUNARP, para ello es importante cumplir con los formatos que se exigen para poder a ser registrar nuestra empresa, lo cual permite tener una identidad propia en el mercado.

Tabla 10 titulada como “Formalización” se puede visualizar que el 100% de los propietarios encuestados indicaron que si les ayuda la formalización a tener una mejor comercialización de sus productos ya que los clientes se sienten más seguros de realizar sus compras en dicho establecimiento coincidentemente con el autor (Loayza, 2008), las formalizaciones son muy importante para una empresa, ya que permiten que los dueños de las empresas están obligadas a cumplir con todas las normas establecidas por el estado, en donde el cumplimiento de todos estos procesos que se desarrollar permiten que sus empleados reciban sus remuneraciones de acuerdo a las normativas vigentes.

La tabla 11 titulada “Conocimiento sobre calidad”, el 77% de los clientes encuestados indicaron que no conocían el concepto de calidad, para ello el autor

(Joseph, 2009), nos explica un concepto claro sobre lo que es la calidad es la que está orientada a los ingresos, y consiste en aquellas características del producto que satisfacen necesidades del consumidor y, como consecuencia de eso producen ingresos. En este sentido, una mejor calidad generalmente cuesta y más aun de lo que significa gerenciar con calidad, básicamente, la calidad se refiere a la excelencia relativa de un producto para satisfacer o exceder las necesidades y expectativas razonables de un cliente.

La tabla 12 titulada “La calidad es un factor importante” se observa que 65% de los encuestados dijeron que el factor importante la decisión de su compra es la calidad del producto que ofrecen y la buena atención recibida dentro del establecimiento, coincidente con el autor (FISHER, 2006) definen que la calidad de un producto es una oferta para probar el pulso del mercado. Si los clientes aceptan la oferta, el precio asignado es correcto; si la rechazan, debe cambiarse con rapidez. Por otro lado, si se vende a un precio bajo no se obtendrá ninguna ganancia y en última instancia, el producto irá al fracaso. Pero si el precio es muy elevado las ventas serán difíciles y también en este caso el producto y la empresa fracasarán, sin embargo, que para mantener a los clientes fieles a muestras empresas es importante contar con precios cómodos y accesibles.

En la tabla 13 titulada “Expectativas de los productos” se puede observar que el 53% de los clientes encuestados indican que si cumplen con las expectativas del producto que han comprado en la MYPE, ya que reciben un producto de buena calidad y a un precio justo; coincidente con la teoría del autor (Alcalde, 2009), que indica lo siguiente, brindar un buen producto genera que el consumidor este satisfecho con el servicio y/o producto brindado en una empresa lo cual es satisfactoriamente para el

que adquiere el producto, para ello es fácilmente que depende del proceso de selección del producto que se va ofrecer al cliente.

En la tabla 14 titulada “elementos determinantes para la compra” se observa que el 83.33% de los clientes encuestados consideran que las MYPE, utilizan los elementos de la gestión de calidad mediante la calidad del producto para que el cliente se sienta satisfecho de realizar sus compras dentro de la empresa. Para ello es muy importante tener una buena selección de los recursos que se emplearan para tener un producto d calidad para la fase final del proceso (Vilches, 2016).

En la tabla 15 titulada “producto de calidad” el 81.30% de clientes consideran que si reciben un producto de buena calidad, coincidente con la definición de la autora (María Constanza Cubillas Rodríguez, 2008), ella explica que las empresas de la actualidad están implementando el modelo de gestión de calidad basado en procesos, el cual enuncia que para que una organización funcione eficazmente tiene que establecer y gestionar un buen proceso para ofrecer un producto de calidad a los clientes. Un producto de calidad es aquel que cumple las expectativas del cliente, cuando un producto no cumple todas las expectativas de sus clientes, el cliente se siente insatisfecho de la calidad del producto que deseaba encontrar.

En el tabla 16 titulada “Atención recibida” se observa que el 63% de los clientes encuestados respondieron que reciben un buena atención al momento de realizar su compra, coincidente con (Zapata, 2015) , que en su investigación realizada sostiene que, las MYPE, para tener la satisfacción de nuestros clientes, se debe brindar una buena calidad de carne de pollo para que nuestros consumidores logren satisfacer sus necesidades, y a si mismo tener una mejor reputación de su marca y ser más

reconocidos en el entorno comercial. Brindar una buena atención a los clientes, es muy importante ya se requiere el compromiso de todos los empleados que elaboren para la empresa.

En la tabla 17 titulada “Tiempo de entrega del producto” se observa que el 88.84% de los clientes encuestados, piensan que la entrega de su pedido de carne de pollo es la correcta ya que los trabajadores de las microempresas son rápidos con el despacho de sus pedidos. Casi la totalidad dijeron que, al realizar la compra de su carne de pollo, lo recibirán en el tiempo acordado, lo cual eso genera más confianza y fidelidad del cliente para regresar otro día.

En la tabla 18 titulada “El precio es coherente con el producto” se observa que el 81.30% los encuestados indicaron que lo pagado por la carne de pollo si es coherente con la calidad del producto ofrecido por la MYPE. Para el autor (Espinoza, 2014), define que el Marketing Mix, es un elemento muy clásico del marketing, lo cual es utilizado para englobar a sus cuatro componentes básicos que lo conforman: Producto, Precio, Promoción y Comunicación. Estas cuatro variables son también conocidas como las 4Ps las cuales son consideradas como variables tradicionales con las que cuenta una organización para lograr las metas y objetivos planteados, sin embargo, es totalmente necesario que las cuatro variables tengan una total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr un buen crecimiento para la organización que los utiliza.

En la tabla 19 “Capacidad de respuesta” el 79.27% de los clientes encuestados indicaron la capacidad de respuesta es muy buena al momento de realizar una compra en la MYPE, para el autor (Zapata, 2015), en su investigación realizada sostiene que,

las MYPE, cuando la satisfacción del cliente es satisfactoria genera que se sientan conformes con el producto que recibe por parte la MYPE, los dueños de se centran en brindar un producto de calidad. Brindar una buna atención a los clientes, es muy importante ya se requiere el compromiso de todos los empleados que elaboren para la empresa.

En la tabla 20 “Motivación de realizar su compra en esta MYPE” se observa que el 98.84% de los clientes encuestados indicaron que la principal motivación en realizar su compra en esta MYPE, es la calidad del producto que ello ofrecen. En la actualidad las empresas se centran principalmente a tener una buena relación entre los vendedores y compradores dentro el contexto que realiza sus operaciones. La utilización de sistemas de producciones modernas ha tenido un aumento lo cual genera que existe una mejor oferta y demanda para comercializar los productos. Lograr que los clientes se sientan motivados en realizar su compra en la MYPE, tiene que ver principalmente en tener una buena calidad de servicio, un precio cómodo y brindar una buena atención.

En la tabla 21 titulada “Recomendaría esta MYPE” se observa que el 100% de los clientes encuestados indican que, si recomendarías esta MYPE, a sus conocidos, para el autor (Herrera, 2008), recomendar a una empresa a tu entorno es cuando te sientes satisfecho con la atención reciba, por el precio encontrado y sobre todo por el buen ambiente que cuenta la empresa.

V. CONCLUSIONES

Casi la totalidad de los propietarios encuestados señalan que el nivel de formalización de las MYPE rubro Avícolas venta de carne – Pollo del mercado anexo de Piura, ya que están conformadas principalmente de manera familiar, cuentan con varios años dedicadas a dicho rubro de comercio, están constituidas bajo el régimen MYPE tributario, para ello emiten en su mayoría boletas como comprobantes de pago a sus clientes.

Como efecto que trae la formalización en las MYPE rubro Avícolas venta de carne – Pollo del mercado anexo de Piura, la mitad de los encuestados indicaron que tiene una mayor probabilidad de acceder al sistema financiero; permite tener una mejor comercialización de sus productos generando que el cliente se sienta seguro de realizar su compra.

Dentro de los elementos de la gestión de calidad encontramos que en la totalidad de los encuestados indican que las MYPE, en estudio no utilizan ningún elemento tecnológico que les ayude a tener un mejor control de sus productos, no cuentan con un POS, que le permita al cliente pagar con tarjeta de crédito, donde las MYPE no ven la necesidad de actualizarse e implementar la tecnología en sus locales.

En su totalidad el nivel de satisfacción de los clientes sobre la gestión de calidad de las MYPE rubro Avícolas venta de carne – Pollo del mercado anexo de Piura, porque reciben una buena atención, la capacidad de respuesta es buena y reciben un producto de calidad, cumpliendo las expectativas que tiene el cliente sobre la MYPE, permitiendo que el cliente de buenas referencias a su entorno de su experiencia vivida al realizar su compra.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcalde, S. P. (2009). *Principios de Calidad*. Madrid: Paraninfo.
- Arbaiza, L. (2011). *Economía Informal y Capital humano en el Perú*.
- Cillóniz, F. B. (2014). *Gerenciando una MYPE*. Obtenido de www.gerenciaempresarial.wikispaces.com.
- Espinoza, R. (6 de Mayo de 2014). *Marketing Mix*. Obtenido de Marketing Mix: Las 4Ps: <https://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- FISHER, L. &. (2006). Mercadotecnia. (i. Thompson, Ed.) *promonegocios.ne*, 230.
- García Ferrando, M. (1993). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid, España: Alianza Universidad.
- Hernández, F. B. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill.
- Herrera, M. M. (2008). *Diseño de un sistema de gestión de la calidad para una MYPE*. Veracruz, Mexico.
- Joseph, M. J. (2009). *la calidad como filosofía de gestión*. <https://www.pablogiugni.com.ar/joseph-m-juran/>.
- Loayza, N. (2008). *Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú*.
- María Constanza Cubillas Rodríguez, D. R. (2008). concepto de calidad: historia, evolución e importancia para la competitividad. 85.
- Medina, H. B. (2011). *Registro de las MYPE en SUNARP*. Obtenido de www.sities.google.com.

- Municipalidad Provincial de Huaylas. (2013). Licencias de Funcionamiento - MPH-CZ. <http://www.municaraz.gob.pe/transparencia/rentas/licencias.pdf>.
- Pérez, M. R. (2012). *Definición de la gestión de calidad*. Gestipolis. Obtenido de <http://www.gestipolis.com>.
- Salazar Benavides, E. (2014). *Creación de un modelo de sistema tributario para contrarrestar la informalidad de las MYPE en el departamento de Piura.* Piura - Perú.
- Sánchez, P. (2012). *Procesos de formalización*.
- Silupu, G. (2012). *Tipos de Formalización. Formalización, tarea de todo empresario*. Perú21.
- Sosa, A. (2013). *Conceptos Básicos de Formalización*.
- SUNAT. (2016). [sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe). Obtenido de www.sunat.gob.pe.
- SUNAT. (2018). Que libros contables debo llevar. *Emprender*, Obtenido de: [ender.sunat.gob.pe/que-libros-contables-debo-llevar](http://www.sunat.gob.pe/que-libros-contables-debo-llevar).
- Vílchez, M. (2016). *FORMALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES, RUBRO ROPA DEL MERCADO CENTRAL DE TALARA(PIURA), AÑO 2016*. PIURA.
- Zamora, M. (2011). *Importancia de la Formalización Monografías*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos11/formaliz/formaliz.shtml>.
- Zapata, E. R. (2015). *GESTIÓN DE CALIDAD Y MERCHANDISING EN LAS MYPE RUBRO IMPRENTA DE TALARA, AÑO 2015*. Piura, Perú.

ANEXOS

Presupuesto (Expresado en Soles)				
RUBROS	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNI.	SUB TOTAL
I. BIENES DE CONSUMO				
LAPICEROS	5		2.00	10.00
TINTA	2		30.00	60.00
COMPUTADORA				
USB	1		35.00	35.00
CUADERNILLOS	10		2.00	20.00
EMPASTADO	1		50.00	50.00
HOJAS DIN A 4	3	MILLAR	20.00	60.00
LAPIZ	10		1.00	10.00
II. SERVICIOS				
ANILLADO		3	150.00	45.00
PASAJES			300.00	300.00
INTERNET	300	HORAS	1.00	380.00
MOVILIDAD			300.00	300.00

IMPRESIONES	120	INID.	0.50	60.00
FOTOCOPIAS			100.00	100.00
LIBROS DE INVESTIGACION	02	UNID.	250.00	500.00
LIBROS	02	UNID.	250.00	500.00
VARIOS			100.00	100.00
ASESORIA PERSONALISADA	64	HORAS	28.00	2,792.00
TOTAL				5322.00

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

N° ORDEN	ACTIVIDADES	SEMANA															
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Título de investigación																
2	Planeamiento del problema																
3	Acopio bibliografía																
4	Selección bibliografía																
5	Metodología de la investigación																
6	Técnicas e instrumentos																
7	Técnicas para procesamiento																
8	Elaboración de matriz de consistencia																
9	Redacción anteproyecto																
10	Elaboración de instrumentos de recolección																
11	Revisión y aprobación																



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO PARA PROPIETARIOS

Bueno día, necesito su colaboración, respondiendo con sinceridad el presente cuestionario. Que es anónimo. El cuestionario tiene por objetivo: Identificar los factores que caracterizan a la formalización y Gestión de Calidad en las MYPE rubro Avícolas venta de carne – Pollo en el mercado anexo en Piura, año 2018, por ello acudo a usted con el fin que responda a unas preguntas marcando con X en una sola alternativa la respuesta que crea conveniente.

Edad_____ Estado Civil_____ Género_____

1. Su empresa está conformada por:

Independiente () Familiares () Amistades ()

2. ¿Cuál es el tiempo de permanencia en su actividad del negocio?

De 1 a 3 años () 4 a 7 años () 8 a más años ()

3. ¿En qué régimen está constituida su empresa?

General () Simplificado () Especial () MYPE tributario ()

4. ¿Cuáles son los comprobantes de pago que emite su MYPE?

Boletas () Facturas ()

5. ¿Qué tipo de licencia municipal cuenta su MYPE, para poder seguir ofreciendo sus productos?

Licencia Provisional ()

Licencia permanente ()

6. ¿Cómo surgió su idea de emprender su negocio en el rubro de avícola venta de carne – pollo?

Otras personas ()

Idea Propia ()

Tradición Familiar ()

7. ¿Cuenta con registros de contabilidad su MYPE?

SI ()

NO ()

8. ¿Cuál fue la razón principal de formalizar a su MYPE?

Acceso al sistema financiero () Comercializar productos propios () Emitir comprobantes de pago ()

9. ¿Su empresa actualmente se encuentra registrada en la SUNARP?

SI ()

NO ()

10. ¿Cree que la formalización le ayuda en el mercado?

SI ()

NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO PARA CLIENTES

Bueno día, necesito su colaboración, respondiendo con sinceridad el presente cuestionario. Que es anónimo. El cuestionario tiene por objetivo: Identificar los factores que caracterizan a la formalización y Gestión de Calidad en las MYPE rubro Avícolas venta de carne – Pollo en el mercado anexo en Piura, año 2018, por ello acudo a usted con el fin que responda a unas preguntas marcando con X en una sola alternativa la respuesta que crea conveniente

Edad _____ Estado Civil _____ Género _____

1. ¿Usted tiene conocimiento sobre la Calidad?

SI ()

NO ()

2. ¿Factor importante para usted al momento de decidir la compra de su producto?

Precio ()

Calidad ()

Servicio ()

3. ¿El producto comprado cumple sus expectativas?

SI () NO ()

4. ¿Considera que la empresa ofrece un producto de calidad?

SI () NO ()

5. ¿Cómo calificaría la atención recibida dentro de la MYPE?

Buena () Regular () Mala ()

6. ¿Qué elementos cree utiliza la empresa para brindar un buen producto?

Calidad () Procesos de selección () Recursos ()

7. ¿Considera que el precio pagado es coherente con el producto comprado?

SI () NO ()

8. ¿Cómo es la capacidad de respuesta en la atención de los empleados de la MYPE?

Buena () Regular () Mala ()

9. ¿Cuál fue su mayor motivación para realizar su compra en esta MYPE?

Calidad de servicio () Calidad del producto () Relación precio Producto ()

10. ¿Usted recomendaría esta MYPE, a otras personas?

SI () NO ()

11. ¿Qué instrumento s tecnológico s utiliza la empresa?

POS () Cajas registradoras () Ninguna

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

VALIDACIONES

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, IVÁN GUZMAN CASTRO
identificado con DNI 97727308, con el grado de Magister
en DOCENCIA, CURRÍCULO E INVESTIGACIÓN

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por Leonel Chumacero García, para efecto de su aplicación a los instrumentos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación ***“CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPES RUBRO AVÍCOLAS VENTA DE CARNE – POLLO DEL MERCADO ANEXO DE PIURA, AÑO 2017”***, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, Mayo 2018


Mg. IVÁN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

Caracterización de la Formalización y Gestión de Calidad en las MYPES rubro Avícolas

Venta de Carne – Pollo del mercado Anexo de Piura, año 2018

Ítems relacionado con la variable Formalización	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		Es tendenciosos, equivalente?		¿Se necesita más ítems para mejorar el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. Su empresa esta conformada por:	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
2. ¿cual es el tiempo de permanencia en su actividad del negocio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
3. ¿En que regimen esta contituida su empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
4. Cuales son los comprobantes de pago que emite su MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
5. ¿Que tipo de licencia municipal cuenta su MYPE, para poder seguir ofreciendo sus productos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
6. ¿Como surgio su idea de emprender su negocio en el rubro de avícolas venta de carne – pollo?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
7. ¿ Cuenta con registros de contabilidad su MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
8. ¿Cuál fue la razon principal de formalizar a su MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)


 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 ALIEN NO 5107

9. ¿Su empresa actualmente se encuentra registrada en la SUNARRP?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
10. ¿Cree que la formalización le ayuda en el mercado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)



 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

Caracterización de la Formalización y Gestión de Calidad en las MYPES rubro Avícolas
 Venta de Carne – Pollo del mercado Anexo de Piura, año 2018

Ítems relacionado con la variable Gestión de Calidad.	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		Es tendencioso, equivalente?		¿Se necesita más ítems para mejorar el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Usted tiene conocimiento sobre la Gestión de Calidad?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
2. ¿Factor importante para usted al momento de decidir la compra de su producto?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
3. ¿El producto comprado cumple sus expectativas?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
4. ¿Considera que la empresa ofrese un producto de calidad?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
5. ¿Cómo calificaría la atención recibida dentro de la MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
6. ¿Qué elementos cree utiliza la empresa para brindar un buen producto?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)


 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 PLAN N° 5107