



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS
MYPES DEL SECTOR SERVICIOS DE AGENCIAS TOURS
TURÍSTICOS, DISTRITO DE IQUITOS, AÑO 2016**

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

AUTORA:

BACH. DAMARIS KATHERINE RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ

ASESOR:

MBA.CRYSBER MOISÉS VALDIVIEZO SARAVIA

IQUITOS - PERU

2016

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mg. Sergio Ortiz García

Secretario

Lic. ADM. Marleni Sáenz Villaverde

Miembro

Dr. Geider Grandes García

Presidente

MBA Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

Asesor

AGRADECIMIENTO

A mis profesores por sus enseñanzas y brindarnos lo mejor en cada momento de nuestra etapa universitaria.

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada a mis amados padres, gracias a su incondicional apoyo y consejos he culminado una de mis grandes metas en lo personal y profesional.

RESUMEN

La investigación, tuvo como objetivo determinar la gestión de calidad y formalización del Sector Servicios de Agencias Tours Turísticos, distrito de Iquitos, año 2016. En metodología de investigación, es del tipo descriptivo – transversal - no experimental. Aplicando un cuestionario estructurado de 29 preguntas, a través de la técnica de encuesta, se obtuvo como resultados: Del emprendedor; edad: joven adulto (30 a 44 años, 54,8%). El 54,8% son de sexo masculino y 45,2% sexo femenino; el 41,9% tiene instrucción universitaria, el 41,9% técnica, y 16,1% nivel secundaria. Respecto a formalización: el 71,0% si está formalizado; el 67,7% está constituido como persona jurídica y 32,3% como persona natural; el 38,7% considera como ventaja de la formalización el “posicionarse en el mercado” y “acceso al crédito bancario” con 32,3%. Para el 48,4% el capital de trabajo es financiado. En Gestión de Calidad, el 61,3% conoce los alcances de la gestión de calidad; el 71,0% se interesa por la “mejora continua”; el 77,4% utiliza documentos de gestión; el 22,6% no utiliza “ninguno”; el 58,1% no ha establecido su misión y visión; y tampoco formuló sus “valores” 64,5%. El 54,8% si diseñó su estructura orgánica; el 51,6% sigue un plan de negocios y sólo el 32,3% ha estandarizado sus operaciones. Finalmente, el 64,5% de los emprendedores está de acuerdo que la Gestión de Calidad permite alcanzar objetivos y ha logrado con su práctica una “mejor participación del mercado” 38,7%, “rentabilidad” (16,1%) y “competitividad” (9,7%), principalmente; frente a un 35,5% que no lo aplica.

Palabras clave: Gestión de Calidad, formalización, Agencias Tours Turísticos.

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the quality management and formalization of the Tourism Services Agency Sector, Iquitos district, in 2016. In research methodology, it is descriptive - transversal - non - experimental. Applying a structured questionnaire of 28 questions, through the survey technique, the following results were obtained: Entrepreneur; Age: young adult (30 to 44 years old, 54.8%). 54.8% are male and 45.2% are female; 41.9% have university education, 41.9% technical, and 16.1% secondary level. Regarding formalization: 71.0% if formalized; 67.7% is incorporated as a legal entity and 32.3% as a natural person; 38.7% consider "market positioning" and "access to bank credit" as a formalization advantage with 32.3%. For 48.4%, working capital is financed. In Quality Management, 61.3% knows the scope of quality management; 71.0% are interested in "continuous improvement"; 77.4% use management documents; 22.6% do not use "none"; 58.1% have not established their mission and vision; And did not formulate its "values" 64.5%. 54.8% if it designed its organic structure; 51.6% follow a business plan and only 32.3% have standardized their operations. Finally, 64.5% of the entrepreneurs agree that Quality Management achieves objectives and has achieved with its practice a "better market share" 38.7%, "profitability" (16.1%) and "competitiveness" (9.7%), mainly; Compared to 35.5% that does not apply.

Key words: Quality Management, formalization, Tourist Tours Agencies.

ÍNDICE GENERAL

TITULO DE LA TESIS	I
FIRMA DE JURADO Y ASESOR.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICATORIA.....	IV
RESUMEN	V
ABSTRACT	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
INDICE DE TABLAS	X
INDICE DE GRÁFICOS.....	XII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN	3
1.1 Caracterización del Problema.	3
1.2 Enunciado del Problema	4
1.3 Objetivos de la Investigación.	5
1.3.1 Objetivo General	5
1.3.2 Objetivos Específicos.....	5
1.4 Justificación de la Investigación	6
CAPITULO II MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL	7
2.1 Antecedentes de la Investigación.....	7
2.1.1 Antecedentes Internacionales.....	7

2.1.2	Antecedentes Nacionales	8
2.1.3	Antecedentes Regionales	10
2.2	Bases Teóricas.....	11
2.3	Marco Conceptual.....	24
2.3.1	Definición de términos básicos	27
2.4	Hipótesis.....	30
2.4.1	Hipótesis General	31
2.4.2	Hipótesis Específicas	31
CAPITULO III METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN		32
3.1	Tipo de Investigación.....	32
3.2	Diseño de la Investigación	32
3.3	Población.....	33
3.4	Muestra.....	34
3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	34
3.6	Técnicas para el procesamiento de datos	35
3.8	Principios éticos.	35
3.9	Operacionalización de Variables.....	36
CAPITULO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....		37
4.1	Resultados	37
4.2	Análisis de los resultados	66
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		72
5.1	Conclusiones	72
5.2	Recomendaciones.....	74
CAPITULO VI REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		76
CAPITULO VII ANEXOS.....		79
7.1	Presupuesto y Financiamiento.....	79

7.2	Cronograma de Ejecución	80
7.3	Matriz	71

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Edad del emprendedor.....	36
Tabla 2: Sexo del emprendedor.....	37
Tabla 3: Grado de instrucción del emprendedor.....	38
Tabla 4: Profesión u ocupación del empleador.....	39
Tabla 5: ¿Cómo define el cargo directriz que desempeña en la mype?.....	40
Tabla 6: ¿Su empresa se encuentra formalizada?.....	41
Tabla 7: ¿Cómo está constituida su empresa?.....	42
Tabla 8: ¿A qué régimen tributario esta afecta la mype?.....	43
Tabla 9: ¿Ha recibido asesoría por parte de entidades públicas o privadas?.....	44
Tabla 10: ¿Qué beneficios identifica de la formalización?.....	45
Tabla 11: ¿Su negocio tiene oficinas de atención al cliente?.....	46
Tabla 12: Capital de trabajo ¿Propio o terceros?.....	47
Tabla 13: Su empresa. ¿Cuántos años tiene en el rubro?.....	48
Tabla 14: ¿Pertenece a algún gremio comercial?.....	49
Tabla 15: ¿Representa ventajoso pertenecer a alguna agremiación comercial?.....	50
Tabla 16: ¿Cuantos trabajadores cuenta su empresa?.....	51
Tabla 17: ¿Tiene a sus trabajadores registrados a planilla?.....	52
Tabla 18: ¿Conoce los alcances de una gestión de calidad?.....	53
Tabla 19: ¿Se interesa por la mejora continua?.....	54
Tabla 20: ¿Qué documentos de gestión ya utiliza?.....	55
Tabla 21: ¿Ha definido y exhibe la visión y misión de su empresa?.....	56

Tabla 22: ¿Ha elaborado y difundido valores que se practican en su organización?.....	57
Tabla 23: ¿Ha definido su estructura organizativa?.....	58
Tabla 24: ¿Su empresa ha definido un Plan de Negocios?.....	59
Tabla 25: ¿Tiene implementado estándares en sus operaciones?.....	60
Tabla 26: ¿Ha implementado un sistema de servicio de atención al cliente, para evaluar y mejorar su nivel de servicio?.....	61
Tabla 27: ¿Capacita al personal para mejorar la realización de tareas o procesos?....	62
Tabla 28: Está de acuerdo que aplicar gestión de calidad permite alcanzar metas a los mypes.....	63
Tabla 29: ¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de calidad?.....	64

INDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1: Edad del emprendedor.....	36
Grafico2: Sexo del emprendedor.....	37
Grafico 3: Grado de instrucción del emprendedor.....	38
Grafico 4: Profesión u ocupación del empleador?.....	39
Grafico 5: ¿Cómo define el cargo directriz que desempeña en la mype?.....	40
Grafico 6: ¿Su empresa se encuentra formalizada?.....	41
Grafico7: ¿Cómo está constituida su empresa?.....	42
Grafico 8: ¿A qué régimen tributario esta afecta la mype?.....	43
Grafico 9: ¿Ha recibido asesoría por parte de entidades públicas o privadas?.....	44
Grafico 10: ¿Qué beneficios identifica de la formalización?.....	45
Grafico 11: ¿Su negocio tiene oficinas de atención al cliente?.....	46
Grafico12: Capital de trabajo ¿Propio o terceros?.....	47
Grafico13: Su empresa. ¿Cuántos años tiene en el rubro?.....	48
Grafico 14: ¿Pertenece a algún gremio comercial?.....	49
Grafico 15: ¿Representa ventajoso pertenecer a alguna agremiación comercial?.....	50
Grafico 16: Cuantos trabajadores cuenta su empresa?.....	51
Grafico 17: ¿Tiene a sus trabajadores registrados a planilla?.....	52
Grafico 18: ¿Conoce los alcances de una gestión de calidad?.....	53
Grafico 19: ¿Se interesa por la mejora continua?.....	54
Grafico 20: ¿Qué documentos de gestión ya utiliza?.....	55
Grafico21: ¿Ha definido y exhibe la visión y misión de su empresa?.....	56

Grafico22:¿Ha elaborado y difundido valores que se practican en su organización?	57
Grafico23: ¿Ha definido su estructura organizativa?.....	58
Grafico 24: ¿Su empresa ha definido un Plan de Negocios?.....	59
Grafico25:¿Tiene implementado estándares en sus operaciones?.....	60
Grafico26: ¿Ha implementado un sistema de servicio de atención al cliente, para evaluar y mejorar su nivel de servicio?.....	61
Grafico 27:¿Capacita al personal para mejorar la realización de tareas o procesos?.	62
Grafico 28: Está de acuerdo que aplicar gestión de calidad permite alcanzar metas a los mypes.....	63
Grafico 29: ¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de calidad?.....	64

INTRODUCCIÓN

Exponemos en este apartado los motivos que nos llevaron a la elección y desarrollo del trabajo que hoy presentamos como Informe Final de Investigación, para optar al Título Profesional de Licenciado en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Así mismo, realizamos una sucinta descripción delimitadora del objeto de la investigación realizada y del método empleado a lo largo de la misma.

La calidad ha sido objeto de reflexión y ha estado presente en todas las manifestaciones de la obra del hombre. Si nos remontamos al código más antiguo conocido, como es el Código de Hammurabi, promulgado durante la existencia de este rey de Babilonia entre 1947 a 1905 a. de J. C., veremos que contiene disposiciones sobre la responsabilidad por la obra mal hecha y carente de calidad.

El turismo es la actividad económica que crece con rapidez en el mundo. Más y más personas alrededor del mundo, dejan su vida cotidiana por darse un tiempo para tener nuevas experiencias, para aprender de nuevas culturas, para apreciar monumentos históricos, para admirar la belleza de la naturaleza, y para relajarse y dejar atrás su vida ocupada.

El Perú está considerado como uno de los destinos turísticos más interesantes en el mundo por su diversidad de culturas, por su historia y riqueza arqueológica, y por su diversidad biológica, evidenciada en las tres grandes unidades paisajísticas: la costa,

la sierra y la selva. Dentro de cada región se encuentra mucha variación de los ecosistemas y especies. Uno de los lugares más interesantes en el mundo es la Amazonía, donde todavía se puede disfrutar de la inmensidad de bosques sin alterar, de ríos y lagos sin contaminación, y de fauna y flora muy diversa y visible.

La operatividad de los servicios de tours en el distrito de Iquitos, no están bien organizadas, sólo son algunas las empresas turísticas que están formalmente prestando este servicio y esta realidad constituye una preocupación que ha motivado el presente estudio.

Con esta investigación pretendemos dar respuesta de como la formalización influye en la Gestión de Calidad de las Mypes del sector servicios, Agencias de Tours en el distrito de Iquitos, tema que cobra relevancia por la importancia de la gestión y formalización de las empresas de este sector en beneficio de la calidad del servicio a los clientes, que se trasladan hasta la región amazónica y ven en Iquitos la mejor opción de experiencia turística.

Finalmente, en la exposición del presente informe, adicional a la identificación de la problemática, se establece los objetivos, marco teórico, bases teóricas, marco conceptual, metodología de investigación, referencias bibliográficas y anexos, componentes importantes de este documento académico.

CAPITULO I PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN

1.1 Caracterización del Problema.

En los últimos años, el turismo como actividad económica viene cobrando cada vez mayor relevancia en nuestro país, con una tasa de crecimiento que supera el promedio mundial, a pesar de la difícil coyuntura económica internacional. En este contexto, es muy importante monitorear nuestra demanda actual, a fin de detectar cambios y/o tendencias que nos permitan tomar decisiones oportunas y acertadas en las acciones promocionales.

Asimismo, es no menos importante el estudio de la oferta turística ya que en los últimos años se viene acentuando notoriamente la proliferación de empresas y operadores de servicio turístico muchos de ellos con dudosa reputación y operatividad informal, haciendo de la oferta una opción insegura para los turistas que muchas veces se ven sorprendidos cuando lo ofertado dista mucho con el desarrollo de las actividades programadas en sus catálogos de servicio turístico.

Este contexto ha permitido la importancia del desarrollo de esta investigación pues permitirá conocer aspectos importantes que motivan a muchos operadores turísticos a su no formalización impidiendo de esta manera al desarrollo del turismo en nuestra región.

Espero que la información breve de este tema sirva de base a las autoridades, agentes y estudiantes del sector turismo para optimizar acciones que permitan la formalización de este sector importante de nuestra economía.

1.2 Enunciado del Problema

La calidad de los servicios turísticos se define por los resultados, y se mide por las expectativas satisfechas del turista. Por lo tanto, las decisiones empresariales deben orientarse a evitar el surgimiento de cualquier experiencia desagradable, toda vez que al tratarse de un servicio de consumo inmediato pues no soportan errores ni fallas. Por ende, la calidad del servicio turístico es componente clave de la competitividad en este sector.

Los cambios constantes de la demanda turística y la evolución de sus gustos hacia exigencias cada vez mayores de calidad, junto con la aparición de destinos competitivos con condiciones socio laborales más ventajosas, convierten en necesario el impulso del concepto de “calidad turística” y esto solo es posible mediante una gestión de calidad y una real formalización de las empresas que trabajan como operadores turísticos.

Según lo expuesto, planteamos el siguiente enunciado:

- ¿Qué doctrinas del enfoque de gestión de calidad y formalización predominan en las administraciones de las Mypes en el sector servicios, Agencias Tours Turístico, Distrito de Iquitos?”

1.3 Objetivos de la Investigación.

1.3.1 Objetivo General

Determinar la influencia de la formalización en la Gestión de Calidad de las Mypes en el sector servicios, Agencias Tours Turístico, Distrito de Iquitos, año 2016.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Comprobar que la Gestión de Calidad y Formalización, son ideas principales entre los administradores de las Mypes en el sector servicios, Agencias Tours Turístico Distrito de Iquitos, año 2016.
- Determinar las características de la gestión de calidad en los administradores de las Mypes en el sector servicios, Agencias Tours Turístico Distrito de Iquitos, año 2016.
- Conocer el grado de percepción de los clientes de las Mypes estudiadas respecto a la Administración de Calidad y formalización que gestionan los microempresarios en el sector servicios, Agencias Tours Turísticos, del distrito de Iquitos, año 2016.

- Proponer factores de calidad para incrementar la iniciativa de formalización de las Mypes en el sector servicios, Agencias Tours Turístico, distrito de Iquitos, año 2016.

1.4 Justificación de la Investigación

La elección del tema “gestión de la calidad y formalización de las Mypes del sector servicios, agencias de tours turísticos, distrito de Iquitos” surge de la preocupación sobre el incremento de empresas dedicadas al sector de agencias de tours, muchas de ellas de dudosa procedencia poniendo en riesgo la calidad del servicio ofrecido por estas empresas con la consiguiente merma de Iquitos como destino turístico.

Se justifica la investigación por que aportará aspectos teóricos y técnicos relacionados a desarrollar una gestión de calidad y generar reflexiones y debate académico sobre los resultados planteados y contrastar con la teoría existente y así mismo servirá como aporte a futuras investigaciones.

Al mismo tiempo se justifica por el apoyo social que se brindará pues los resultados serán de beneficio a los clientes que hacen uso de estos servicios que prestan estas empresas.

Se justifica la investigación, porque proporcionará metodologías para diseñar diversos enfoques de gestión permitiendo desarrollar una adecuada calidad de oferta de servicios turísticos desarrolladas por empresas bien gestionadas y formalizadas.

CAPITULO II MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes de la Investigación

Para la revisión de antecedentes previos a la presente investigación se recurrió a la recolección de datos como publicaciones, tesis similares o afines de distintos medios, las cuales tiene relación con el tema de estudio y pasamos a tratar:

2.1.1 Antecedentes Internacionales

OIT (2013), Un estudio de la Organización Internacional del Trabajo, indica que los altos niveles de informalidad en las micro y pequeñas empresas son una preocupación constante para los gobiernos y actores sociales en América Latina. Al 2013 el 60% del empleo en las mypes en la región sigue siendo informal.

Asimismo, la gran mayoría de estas unidades productivas operan sin haber formalizado sus actividades ante las autoridades fiscales. En los países con mejores indicadores en esta materia en la región, alrededor de la mitad de las micro y pequeñas empresas están registradas y dicha proporción es bastante menor en muchos otros países. Diversos países han emprendido acciones, iniciativas o políticas para enfrentar esta compleja situación, aunque claramente el desafío aun es enorme.

Según estimaciones de OIT, en 2009 había 59 millones de unidades productivas o negocios en América Latina, de ellas 48 millones fueron negocios conducidos por trabajadores independientes y cerca de siete millones fueron

empresas de hasta cinco trabajadores. Esto implica que la mayor parte del empleo en la región se genera en el trabajo autónomo o empresas de menor tamaño.

Desafortunadamente una alta proporción del empleo generado por este tipo de unidades es informal: al 2013 la tasa de empleo informal entre los independientes era de 82% y entre las empresas pequeñas era de 59%. Según la OIT (2013), trabajadores independientes y empresas de hasta diez trabajadores explican el 70% del empleo informal total en la región.

Quienes trabajan en este tipo de unidades enfrentan condiciones de trabajo peores en comparación a los que trabajan en empresas de mayor tamaño. Según la **OIT (2013)**, en América Latina y el Caribe en el 2012 solo el 48,4% de los asalariados urbanos en establecimientos de cinco o menos trabajadores contaba con cobertura en seguridad social (salud o pensiones), en comparación con el 87,6% de los trabajadores en empresas de seis o más trabajadores OIT (2013) Panorama Laboral de América Latina y el Caribe 2013 (Lima, OIT).

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Cruz T. (2000) en su tesis doctoral “El Diagnóstico de la Cultura Organizacional. La Experiencia en una Empresa”; quien afirma que: “Toda organización posee una cultura que la distingue, la identifica, y orienta su accionar y modos de hacer, rige sus percepciones y la imagen que se tiene de ella.”

Las manifestaciones culturales son a su vez categorías de análisis a través de las cuales se puede llevar a cabo el diagnóstico cultural.

Todo estudio organizacional, que pretende cambios o desarrollo debe tener un análisis de la situación del estado actual de los fenómenos y a ellos no escapa el diagnóstico de la cultura organizacional.

Entre las conclusiones de su trabajo se tiene un listado de factores para estudiar la Cultura en las Organizaciones:

- Lograr un cambio más duradero en la organización.
- Crear la necesidad de mejorar la organización
- Facilitar los cambios de métodos y estilos por medio del autoconocimiento.
- Crear la necesidad de modificaciones conductuales y adquisición de nuevas habilidades
- Lograr mayor control de los recursos y organización integral.
- Movilizar los recursos humanos en la identificación de problemas y búsqueda de soluciones creativas.
- Mejorar el trabajo individual y grupal.
- Crear capacidad de auto diagnóstico y auto diseño de la estrategia empresarial.
- A fin de mejorar las condiciones existentes, sugiere un conjunto de medidas entre las que se tiene:

- Contar con una alta dirección que sean modelos positivos (marcan conductas).
- Crear o reemplazar ritos, hábitos, Seleccionar, promover y apoyar a los trabajadores que adopten los valores nuevos deseados.
- Rediseñar los procesos de aprendizaje en concordancia con los valores deseados, como sostén de la visión.
- Cambiar el sistema de recompensas para fomentar que se acepten los nuevos valores.
- Reemplazar las normas no escritas por reglas y reglamentos de estricto cumplimiento.
- Cimbrar las subculturas existentes por medio de una gran rotación de empleados.
- Trabajar con consenso por medio de la participación, clima de confianza, compromiso.

2.1.3 Antecedentes Regionales

(García, Director Regional de la Producción (DIREPRO-IQUITOS) , 2016), Henry García, Director Regional de la Producción en Loreto (DIREPRO-IQUITOS), resaltó que su sector tiene registrado solamente 400 microempresas en Iquitos, además los datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) refleja que existen mil Mypes, siendo el 60 por ciento que aún no están registradas ni certificadas por la Direpro para su operatividad. El funcionario está convocando al proceso de formalización y asistencia técnica

dirigido a las micro y pequeñas empresas a un costo promocional de 300 nuevos soles, teniendo una duración máxima de cuatro días para el trámite documentario y la acreditación respectiva. “El 60% son informales, equivalente a 600 empresarios que podrán iniciar el proceso de formalización a precio promocional accesible, que consiste en otorgar la acreditación, de esa forma podrán ingresar al mercado financiero si no lo hiciesen podrían ser amonestados.

(Vivanco, 2004), “Puesta en valor de los atractivos del Circuito Turístico San Juan-Ucayali” la mesa de Concertación de Turismo tiene como fin hacer de Ucayali un destino turístico, en tal sentido ha identificado sus principales atractivos, los cuales se encuentran dentro del denominado Circuito Turístico San Juan.

Con este fin se ha elaborado el “Proyecto de Puesta en Valor de los atractivos del Circuito Turístico San Juan”, que busca incrementar la afluencia de turistas, a través del acondicionamiento de la infraestructura en los tres atractivos del circuito: Laguna Yarinacocha, Campo Ferial y Parque Natural. Además de promocionar eventos, capacitación a los prestadores de servicios turísticos y Formalización de un Comité que dé continuidad a las actividades, cuando de ellas se retire el Gobierno Regional.

2.2 Bases Teóricas

Definición de la Micro y Pequeñas Empresa

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión

empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o servicios.

(Liz, 2008) proporciona un importante alcance al exponer: “En el contexto peruano, las micro y pequeñas empresas (Mypes) se definen como unidades económicas constituidas por personas naturales o jurídicas que tienen una actividad legal y cumplen con su obligación fiscal, es decir, están inscritas en el RUC y se acogen a alguna de las modalidades de pago de tributos por ingresos derivados de rentas de tercera categoría correspondientes a negocios de personas naturales y jurídicas”.

De acuerdo al artículo 2° de la Ley 280154:

“La Mype es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”. La Mype en un concepto jurídico se determina de acuerdo a dos parámetros, el número de sus trabajadores y el monto de sus ventas. De acuerdo al D. Leg. 1086, la Mype.

Características de la micro y pequeñas empresas

Las Mypes deben reunir las siguientes características recurrentes:

Microempresa

- El número de trabajadores es de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
- Con ventas anuales hasta un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

Pequeña empresa

- El número de trabajadores es de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive.
- Con ventas anuales hasta un monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

Importancia

- Es una de las principales fuentes de empleo
- Permite una inversión inicial pequeña y permite el acceso a estratos de bajos recursos
- Puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa.

La micro y pequeña empresa, enfoque normativo

Antecedentes legislativos, normas vigentes y comparación de los cambios más significativos

1.1. Antecedentes legislativos Entre los antecedentes legislativos que sientan las bases al actual concepto de Mype se encuentran:

Decreto Ley 21435 “Ley de pequeña empresa del sector privado” (24/02/1976) Siendo el primer cuerpo normativo que definió a la pequeña empresa de acuerdo al monto de sus ventas en base a Sueldos Mínimos Vitales (SMV) y determinando un régimen de promoción que incluía un sistema tributario preferencial e incentivos. Una de las particularidades de este Decreto Ley es el establecer que al superar el límite de SMV la pequeña empresa perdería los beneficios que la ley le concede.

Decreto Ley 21621 Emitido en 1976, dispone la creación de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL). Se emite este Decreto Ley en el afán de diferenciar al patrimonio proveniente de la persona natural al de la persona jurídica. Hoy en día esta diferenciación ha sido superada, pues la Mype es constituida por cualquier tipo societario: una persona jurídica, una sociedad o una EIRL.

El Decreto Ley 23189, (19/07/1980) Establece a la pequeña empresa como ente unipersonal o EIRL, la cual será dirigida por su propietario quien ejercería las veces de trabajador. Esta norma establece el parámetro máximo de 10 trabajadores para actividades de producción y 5 para servicios; además fija como límite máximo de ingresos los 100 SMV para la pequeña empresa industrial y 50 SMV para la actividad comercial. Finalmente se establece un régimen tributario especial y un fondo de promoción.

Decreto Ley 23310 (10/1978) Este Decreto Ley introdujo varias modificaciones al Decreto Ley 21435. 1.1.5. Ley 23407 “Ley general de industrias” (05/1982) Determina el nuevo límite en las ventas de la pequeña

empresa igual a 720 SMV de la provincia de Lima. Esta norma exonera a la pequeña empresa industrial del pago de impuestos de alcabala y revaluación de activos fijos.

Ley 24062 “Ley de la pequeña empresa industrial” (01/1985) Amplía a 1500 SMV el límite anual de ventas y se crea un nuevo fondo de promoción con el pago de un aporte.

Decreto Legislativo 705 (08/11/1991) Que determinaba como microempresa a la empresa que poseía un propietario trabajador con un límite máximo de 10 trabajadores y un valor anual de ventas no mayor de 12 Unidades Impositivas Tributarias (UIT); mientras que la pequeña empresa no debía superar el poseer 20 trabajadores y 25 UIT en ventas. Esta ley otorga relevancia a la Mype, por ser capaz de dar empleo a la mano de obra no calificada.

Ley 28015 “Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa” (03/07/2003) Establece el concepto actual de Mype y mantiene su vigencia en algunos artículos que no fueron modificados por sus sucesoras. Más adelante se realizará una comparación de sus criterios para calificar a la Mype. Esta ley además simplifica trámites, otorga herramientas de promoción y establece un régimen laboral y tributario especial.

Normas vigentes y comparación de los cambios más significativos

En la actualidad, en tanto a la normativa vigente para la Mype, existen diferentes normas de promoción y fomento para su desarrollo, por ello se analizará las Normas que poseen mayor relevancia, es decir la Ley 28015, el

Decreto Legislativo 1086 y su reglamento. El escenario para el ingreso al mercado de la Mype posee:

- Políticas que fomentan la participación de la Mype en las compras estatales, pues se les otorga un tratamiento especial por medio de bonificaciones.
- Normativa que proporciona nuevos parámetros para identificar una Mype.
- Cambios en el régimen laboral y tributario.

Gestión Estratégica de la Calidad

La gestión de la calidad tiene como objetivo principal la entrega de productos (bienes y/o servicios) con las características que los clientes requieren; para lograrlo es necesario diseñar una estrategia de mejora permanente de procesos y productos que tiene como meta hacer más competitivas las empresas, interviniendo en los procesos, ineficiencias y costes de no-calidad.

La gestión estratégica de la calidad es un sistema de gestión que persigue el mantenimiento y la mejora continua de todas las funciones de la organización con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Este concepto a menudo se refiere al término inglés *total qualitymanagement*(TQM) utilizado ampliamente en la literatura.

La teoría de la gestión de la calidad ha sido desarrollada a partir de tres áreas principales: las contribuciones de los líderes de la calidad (Deming, 1982; Juran, 1988), los modelos de calidad (Premio europeo de calidad, Premio Malcolm Baldrige, Premio Deming) y los estudios de medida (Saraphet *al.*, 1989;

Flynn *et al.*, 1994). En el primer caso, las enseñanzas de estos autores muestran aspectos comunes para desarrollar una cultura de la calidad, como entre otros, el liderazgo, la formación, la participación de los empleados, la gestión de procesos, la planificación y las medidas de la calidad para la mejora continua. Estas ideas han ejercido y ejercen una notable influencia sobre estudios posteriores, de modo que la literatura sobre gestión de la calidad se ha ido desarrollando a partir de las mismas identificando diferentes dimensiones para garantizar su éxito: enfoque basado en el cliente, compromiso de la dirección, planificación de la calidad, dirección basada en hechos, gestión de personas, aprendizaje, gestión de procesos, y cooperación con los proveedores.

Con relación a los modelos de calidad que utilizan las empresas en la práctica como guía para su implantación o para hacer autoevaluaciones de sus prácticas de calidad (EuropeanQualityAward, ISO 9001; Malcolm BaldrigeNationalQualityAward, The Deming Award), éstos identifican un conjunto de dimensiones para desarrollar una cultura de calidad en la empresa.

Concepto de Producto.

Philip Kotler y Gary Armstrong (2003), autores del libro "Fundamentos de Marketing": "la gente satisface sus necesidades y deseos con productos y servicios. Desde este enfoque, un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Sin embargo, el concepto de producto no está

limitado a objetos físicos. Pues cualquier cosa que pueda satisfacer una necesidad se puede llamar producto (objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas). Además de los bienes tangibles, los productos incluyen servicios, que son actividades o beneficios que se ofrecen a la venta y que son básicamente intangibles y no tienen como resultado la propiedad de algo"

Complementando el anterior concepto, Philip Kotler, en su libro "Dirección de Marketing Conceptos Esenciales", menciona que un producto es "cualquier ofrecimiento que puede satisfacer una necesidad o un deseo, y podría ser una de las 10 ofertas básicas: bienes, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas" Kotler 202.

Calidad de Servicio.

Medir la calidad de un servicio no es tarea fácil, el servicio no se puede almacenar, es complicada de inspeccionar, no se puede anticipar su resultado, no tiene vida, su duración es muy corta, depende mucho de las personas y su interrelación. Todo esto hace que la calidad de un servicio sea juzgada por el cliente en el instante en que lo está recibiendo. En una aproximación para conceptualizar la calidad del servicio, y siguiendo a autores como Gronroos (1994), se pueden distinguir dos dimensiones básicas la hora de hablar de calidad de servicio, estas son: calidad técnica y calidad funcional .

Desde esta perspectiva, resulta imprescindible no sólo prestar atención al diseño del servicio (aspectos más tangibles del mismo), lo que implica valorar

correctamente lo que los clientes esperan, sino que también se debe considerar la forma en que se ofrece el servicio y muy especialmente la interacción entre el cliente y el personal de contacto de la empresa .

Desde este punto de vista es posible afirmar que, Calidad de Servicio es el conjunto de actividades que ofrece un proveedor con el fin de que el usuario o cliente, obtenga el producto por el que paga en el momento y lugar adecuado En este sentido, un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional más poderoso que los descuentos, la publicidad o la venta personal .

Desde el punto de vista de la visión del negocio enfocado en la satisfacción del cliente, la calidad de servicio es el resultado de un proceso de evaluación realizado por el cliente, quien compara sus expectativas previas con el servicio recibido. Por consiguiente, compara el servicio esperado con el percibido. (Grönroos, 1984)

Calidad del servicio en el ámbito turístico.

Los conceptos de calidad de producto y calidad de servicio en el ámbito turístico son subjetivos y variables en el tiempo y espacio. Pues no es igual el concepto de calidad para un viajero que realiza su primer viaje que para un viajero habitual, como tampoco será igual el concepto de calidad para un chino que para un francés. En concordancia con todo lo anterior y centrado en el área de los servicios turísticos, es posible afirmar con certeza que para lograr la calidad de servicio en el ámbito turístico, es necesario Implementar una orientación hacia los

clientes, quienes a fin de cuentas, son los que evalúan y deciden si pagarán por un servicio.

En este contexto, la orientación al cliente se sustenta en el trato, por tanto, la actuación y desempeño del talento humano es el eje del sistema de calidad turística. De las personas (guías turísticos, taxistas, policías, mesoneros, expendedores de playa y otros) depende en gran medida el grado de satisfacción del visitante y, por tanto, el éxito o el fracaso del servicio turístico. Es por ello que para lograr el éxito como prestador de servicios turísticos se requiere, aparte de ciertas técnicas, una correcta actitud de servicio.

Resumiendo lo anterior, la calidad turística implica un proceso organizado de servicios personalizados y tecnificados. Sin embargo, nunca debe confundirse calidad de servicio con servilismo. Además, el cliente no sólo exige calidad en la prestación de servicios, sino también en la capacidad para responder ante cualquier situación emergente no prevista en la promesa básica .

Por ello es necesario que las empresas turísticas cuenten con unas Normas de Calidad que puedan ser percibidas por el cliente y que dispongan de unos procesos operativos tecnificados que simplifiquen el trabajo.

Enfoque y gestión de la calidad en turismo

Para evitar discrepancias entre la percepción de calidad de los turistas y de los proveedores del servicio, Zeithaml, Parasuraman y Berry, (1996) proponen actuar sobre las cinco posibles deficiencias de la calidad:

Deficiencia 1. No saber lo que esperan los usuarios. Las organizaciones deben ser conscientes de las expectativas de los consumidores. Esta deficiencia se debe a la ausencia de investigaciones o investigaciones deficientes.

Deficiencia 2. Establecimiento de normas de calidad equivocadas. Puede deberse a la falta de compromiso de la dirección con la calidad.

Deficiencia 3. Deficiencias en la realización del servicio). Es el caso de la falta de predisposición para prestar servicios de calidad; debido a la falta de instrucción, capacitación, formación, inexperiencia o a conflictos internos.

Deficiencia 4. Discrepancia entre lo que se promete y lo que se ofrece. Especialmente en turismo hay que evitar esto y establecer una comunicación fluida entre los responsables.

Deficiencia 5. Diferencia entre el servicio esperado y el recibido. El turista puede percibir que el servicio que se le ofrece no responde a sus expectativas y por tanto no es un servicio de calidad.

Implementación de un Sistema De Calidad Turística

En el producto turístico, la calidad debe ser realmente significativa; ya que cada día que pasa la demanda se vuelve más exigente, implicando una serie de expectativas personales que el turista desea cumplir. Es por ello que cuando hablamos de "Calidad", nos referimos a satisfacer las necesidades de los clientes y las expectativas de estos.

En ese escenario, la implantación de la mejora de la calidad dentro del área turística se dificulta debido a que las expectativas del cliente con respecto al servicio y el producto turístico son diferentes en cada persona; por lo que se hace difícil su normalización, ya que siempre será muy relativa; dependiendo de cada cliente. Sin embargo, se puede afirmar que un sistema de calidad para la actividad turística se puede implementar en 5 fases:

- Investigación de mercado: encuestasentrevistas, observación directa.
- Definición del servicio: que ofrece y como se ofrece.
- Auto diagnóstico: Cuál es el perfil del servicio y sus errores.
- Mejora de la calidad del servicio turístico
- Evaluación de los resultados: auditorias y certificación.

La calidad humana y la calidad de servicio en el turismo

De nada sirven las estadísticas y los números cuando hablamos de personas, las cifras pueden servir para realizar estudios o medir una tendencia, pero no para que una empresa u organización prospere. La Calidad Humana es un producto que se "construye" todos los días, pues ningún curso o taller puede producirla en dos semanas. Lo único que puede garantizarla es el trabajo constante para mejorar la actitud personal.

En la actividad turística las acciones deben ser impecables, pues como se indicó anteriormente, no se puede retroceder para enmendar los errores y evitar su consecuencia que es la percepción negativa por parte del turista. Para evitar esas

situaciones es necesario sistematizar los servicios turísticos; y para lograrlo lo fundamental es formar y educar a las personas, porque al igual que no se puede fabricar un producto bueno con materia prima de mala calidad, es imposible obtener excelentes servicios de calidad, si el sistema no posee personas con calidad, Ishikawa (2003).

La calidad de una persona se mide principalmente por el número y la calidad del cumplimiento de sus compromisos. En ese contexto, corresponde a cada uno estar atento en la forma como se interrelaciona con los demás; sobre todo con los clientes o usuarios que están pagando por un servicio, o esperando que se le cumpla una promesa u oferta, aun cuando esta sea gratuita. En el caso de los servicios turísticos, las personas participan activamente en la implementación, desarrollo y consumo del servicio final. Pues el turismo es un sistema social y económico cuyo objetivo es prestar servicios de comodidad, recreación, confort, relax y placer.

En este contexto, el servicio turístico requiere de mucha participación humana para lograr su cumplimiento y aunque preparar una buena comida requiere de productos de calidad, el resultado final siempre va a depender de la calidad técnica y humana del personal que la elabora y en último caso la responsabilidad por la calidad recibida; será del guía que lo recomendó.

Ecoturismo y desarrollo sostenible.

Se espera que este tipo de turismo resulte no sólo en un mínimo impacto en el ambiente visitado, sino que a su vez aporte con acciones concretas para la

protección y conservación de los recursos comunes, tanto en términos de biodiversidad como en los aspectos socioculturales de las comunidades.

Desde el punto de vista de la participación de la comunidad local, si realmente son los miembros de esa comunidad los beneficiarios, en parte, del turismo y por lo tanto lo apoyan, el ecoturismo puede ser un motor para su desarrollo económico y para la distribución equitativa de los recursos, aliviando así la pobreza local. El ecoturismo, más que cualquier otro tipo de turismo, impulsa la sostenibilidad y depende de la buena fe y cooperación de las poblaciones locales. (Drum, 2002)

El desarrollo sostenible está basado en tres principios básicos: la sostenibilidad ecológica, la cultural y social, y la económica. Por eso, la OMT plantea al turismo sostenible como un modelo de desarrollo económico que mejora de manera continúa y constante la calidad de vida de la comunidad, y, en el caso del ecoturismo, esto sucederá en la medida en que se revaloren constantemente con una visión estratégica los activos de biodiversidad con los que cuenta las diferentes comunidades.

2.3 Marco Conceptual

La gestión de la calidad es un sistema de gestión que persigue el mantenimiento y la mejora continua de todas las funciones de la organización con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Este

concepto a menudo se refiere al término inglés *Total Quality Management* (TQM) utilizado ampliamente en la literatura.

La teoría de la gestión de la calidad ha sido desarrollada a partir de tres áreas principales: las contribuciones de los líderes de la calidad (Deming, 1982; Juran, 1988), los modelos de calidad (Premio europeo de calidad, Premio Malcolm Baldrige, Premio Deming) y los estudios de medida (Saraphet *al.*, 1989; Flynn *et al.*, 1994). En el primer caso, las enseñanzas de estos autores muestran aspectos comunes para desarrollar una cultura de la calidad, como entre otros, el liderazgo, la formación, la participación de los empleados, la gestión de procesos, la planificación y las medidas de la calidad para la mejora continua. Estas ideas han ejercido y ejercen una notable influencia sobre estudios posteriores, de modo que la literatura sobre gestión de la calidad se ha ido desarrollando a partir de las mismas identificando diferentes dimensiones para garantizar su éxito: enfoque basado en el cliente, compromiso de la dirección, planificación de la calidad, dirección basada en hechos, gestión de personas, aprendizaje, gestión de procesos, y cooperación con los proveedores.

Con relación a los modelos de calidad que utilizan las empresas en la práctica como guía para su implantación o para hacer autoevaluaciones de sus prácticas de calidad (EuropeanQualityAward, ISO 9001; Malcolm BaldrigeNationalQualityAward, The Deming Award), éstos identifican un conjunto de dimensiones para desarrollar una cultura de calidad en la empresa

Gestión del conocimiento y gestión de la calidad

La literatura señala que puede existir relación entre la gestión del conocimiento y la gestión de la calidad desde un punto de vista teórico y empírico.

En el primer caso, los estudios destacan la relación entre:

- Las dimensiones de la gestión de la calidad y el aprendizaje organizativo (Barrow, 1993).
- Las dimensiones de la gestión de la calidad y la organización de aprendizaje (Hodgettset al., 1994; Fergusonet al., 2005).
- Algunas dimensiones de la gestión de la calidad y las organizaciones de aprendizaje (Loveet al., 2000).
- El conocimiento organizativo y la gestión de la calidad (Benavides y Quintana, 2003).

Asimismo, se observa en la literatura empírica también esta relación entre aprendizaje organizativo (Barnett, 1994; Balbastre, 2002), gestión del conocimiento (Balbastre, 2002; Molina *et al.*, 2007), mejora continua (Barnett, 1994), modelos de calidad (Balbastre, 2002) y, dimensiones de gestión de la calidad (Molina *et al.*, 2007).

Estos trabajos teóricos y empíricos muestran una relación positiva entre la gestión de la calidad y la gestión del conocimiento. Esto es así porque la gestión de la calidad permite a la empresa hacer evaluaciones para conocer la situación de la empresa y mejorar, lo cual facilita la creación de aprendizaje (Balbastre, 2001)

y en consecuencia puede mejorar el conocimiento de los empleados (DeBaylo, 1999), por ejemplo de aspectos relacionados con la calidad. En este sentido, la gestión de procesos puede influir sobre el proceso de transferencia de conocimiento (Molina *et al.*, 2007) y así mejorar el conocimiento. De igual forma, el conocimiento puede mejorar la gestión de la calidad porque promueve el diálogo (Calantone *et al.*, 2002) y/o el empowerment (Senge, 1992) y por lo tanto, mejora las relaciones entre los distintos departamentos y la toma de decisiones respectivamente. Para analizar estas relaciones es necesario delimitar claramente las dimensiones de ambos conceptos.

2.3.1 Definición de términos básicos

Benchmarking

El benchmarking es un anglicismo que, en las ciencias de la administración de empresas, puede definirse como un proceso sistemático y continuo para evaluar comparativamente los productos, servicios y procesos de trabajo en organizaciones.

Definición de Turismo

Todas aquellas actividades que realizan las personas que viajan a algún lugar fuera de su entorno habitual por un tiempo menor de un año y con motivos de ocio, diversión, negocios o cualquier otra actividad. Asimismo, consideramos al turismo como una actividad económica que ofrece un servicio en el cual el tiempo de los clientes que se encuentran fuera de su entorno habitual es manejado según sus motivaciones de viaje. (Centrum, Junio 2005).

Tipos de Turismo

Ecoturismo: Turismo no convencional referido a la visita responsable de atractivos naturales, a la promoción de la mejora de las condiciones de vida de las comunidades locales y a la conservación de la biodiversidad de la zona.

Turismo de Naturaleza:

Dirigido primordialmente a los aspectos naturales, pero no necesariamente comparte los valores del ecoturismo, como son: bajo impacto negativo de la actividad turística, beneficios económicos para la conservación de la naturaleza, para la comunidad local y la educación ambiental.

Turismo participativo o vivencial:

Turismo no convencional que se realiza en una comunidad que mantiene antiguas costumbres intactas, o prácticamente intacta, con el fin de conocerlas y experimentarlas directamente.

Turismo de aventura:

Turismo no convencional de experiencias al aire libre y con cierto esfuerzo físico: sufiing, trekking, canotaje, andinismo o ciclismo, entre otros.

Agroturismo:

Se realiza en exportaciones agrarias, brindando alojamiento, comida y oportunidades de familiarización con trabajos agropecuarios.

Turismo científico o de investigación:

Común en áreas naturales, contribuyendo a menudo a conservarlas y hacerlas más conocidas en el mundo, llenando espacios de información faltante en las áreas estudiadas.

Turismo místico:

Turismo no convencional referido a actividades religiosas de peregrinación, procesiones y ritos chamánicos, entre otros.

Asháninkas:

Comunidades nativas que habitan las márgenes de los ríos Ene y Tambo en la provincia de Satipo en el departamento de Junín.

Birdwatchers:

Palabra inglesa que identifica a los observadores de aves.

Ecolodge:

Albergue turístico

Ecoregiones:

En el Perú existen 11 ecoregiones, que comprenden el mar frío, el mar tropical, el desierto costero, el bosque seco ecuatorial, el bosque tropical del Pacífico, la serranía esteparia, la puna, el páramo, los bosques de lluvias de altura (selva alta), el bosque tropical amazónico (selva baja) y la sábana de palmeras.

Ecosistema:

Conjunto estable de un medio natural y los organismos animales y vegetales que viven en él.

Hikking: Excursionismo a pie.

Hot spots: Americanismo utilizado para describir los puntos más visitados por los turistas.

Megadiverso: Lugar que cuenta con una diversidad de especies muy superior al promedio.

Microclimas: Climas locales de características distintas a las de la zona en que se encuentran.

Multiplicidad étnica: Diversidad de etnias existentes.

Resorts: Complejos hoteleros o residenciales turísticos.

Trekking: Caminata organizada que incluye el servicio de transporte del equipaje y servicios extra hoteleros.

Turismo intrarregional: Turismo que incluye arribos dentro de una misma región geográfica.

2.4 Hipótesis

Cierta representación de las Mypes del sector servicios, Agencias Tours Turístico del distrito de Iquitos, no habrían culminado el proceso de formalización,

asimismo la gestión administrativa no estaría alineada a una gestión de calidad, que evidencie procesos normalizados y óptimos para una eficiencia operativa y administrativa.

2.4.1 Hipótesis General

La formalización influye en la gestión de la calidad de las Mypes en el sector Agencias Tours Turístico del distrito de Iquitos, año 2016.

2.4.2 Hipótesis Específicas

- Las ideas de formalización y de enfoque de Calidad son las que predominan en la gestión de los administradores de las Mypes en el sector Agencias Tours Turístico distrito de Iquitos.

- La gestión de los administradores de las Mypes en el sector Agencias Tours Turísticos del distrito de Iquitos se centraliza en la formalización de sus Mypes.

- La gestión de los Administradores de Mypes en el sector Tours Turístico del Distrito de Iquitos, se enfatiza en la calidad percibida del Cliente.

CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de Investigación

La presente es una investigación cuantitativa, porque se recolectaron datos de campo y se procesaron los resultados utilizando procedimientos estadísticos e instrumentos de mediación.

Por el tiempo en que se efectuó la investigación fue transversal, en razón de ser un estudio en un momento y lugar determinado, pudiendo evaluar subgrupos de estudio de donde se puede recoger información sin necesidad de repetir las observaciones.

3.2 Diseño de la Investigación

El diseño de investigación es no experimental–descriptivo- transversal:

Esquema:

M → O

Donde:

M = Muestra conformada por las mypes encuestadas.

O = Observación de las variables complementarias y principal.

3.3 Población

La población en estudio está determinada por todas las instituciones y operadores que se dedican a la prestación de servicios de tours turísticos del distrito de Iquitos. Son un total de 34 empresas, según relación:

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| - KamboJungleExpediciones | - Amazon Explores –Day Tours |
| - La Chacra Iquitos | - Amazon Golden Snake |
| - FlyCatcher Iquitos | - AlpahuayoMishanaNational |
| - Jaguar Expeditions Day Tours | Reserve |
| - Amazon Expeditions | - Jungle Explorer |
| - SamiriaExpeditions | OrlandosExpeditions |
| - Visit.Org | - Wimba |
| - Ayahuasca Lodge Rustico | - Tropical |
| - Perú AmazonsAdventursLodge | AdventuresExpeditions |
| - Amazon Walker | - Angels Amazon Adventures |
| - Amazon Shansho Tours S.A.C. | - Guía Iquitos Marlon Ashanga – |
| - Ecological Amazon Paradise | Day Tours |
| S.A. | - AmazonsSinchicuyLodge – |
| - La Isla de los Monos | Day Tours |
| - Amazon Wildlife | - Iquitos Travel – Day Tours |
| - Dawa on The Amazon Tours | - JungleExpeditions |
| And Cruises | - Latitud sur |
| | - Curassow Amazon Lodge |

3.4 Muestra

La muestra, de acuerdo a la aplicación estadística, se determinó en 31 mypes a encuestar:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

$$= +((34) * (((1.96) * (1.96)) * (0.5) * (0.5))) / (((0.05) * (0.05)) * (34 - 1) + (((1.96) * (1.96)) * (0.5) * (0.5)))$$

$$= 31 \text{ mypes}$$

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

La recolección de datos se realizará de la manera siguiente:

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	
TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Observación	Guía de Observación
Encuesta	Cuestionario estructurado
Entrevista	Guía de entrevista
Documentos	Fichas de trabajo y técnicas

3.6 Técnicas para el procesamiento de datos

La técnica que se empleará en la recolección de datos será la encuesta por que se observaran las manifestaciones de los operadores y administradores turísticos y de los clientes que prestan estos servicios

3.7 Plan de análisis de datos

La información se procesada en forma computarizada, utilizando el utilitario software IBM SPSS STATISTICS 22 en español, que permitirá organizar la información en cuadros para luego representarlos en figuras.

3.8 Principios éticos.

- Los instrumentos serán anónimos
- Se informará el objetivo del trabajo
- Se protegerá la confiabilidad de los datos
- En ningún caso se atentará contra la salud física, moral o social de los participantes

3.9 Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES
Gestión de Calidad	Esta gestión incluye planificación, organización y control del desarrollo del sistema y otras actividades relacionadas con la calidad, la implantación de la política de calidad de una empresa requiere un sistema de la calidad, entendiendo como tal el conjunto de estructura, organización, responsabilidades, procesos,	En la operatividad de la variable se ha tenido en consideración dimensiones que influyen directamente de la creación de valor al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Información de calidad - Enfoque al cliente - Gestión estratégica de la calidad - Benchmarking 	Si No
Formalización de las Mypes	Es un proceso de formación, legal de trámites tendientes a conseguir garantizar el funcionamiento de una empresa, en este caso las Mypes	La formalización comprende los procesos necesarios para la operatividad de la empresa	Herramientas y acciones de formalización	-

CAPITULO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Resultados

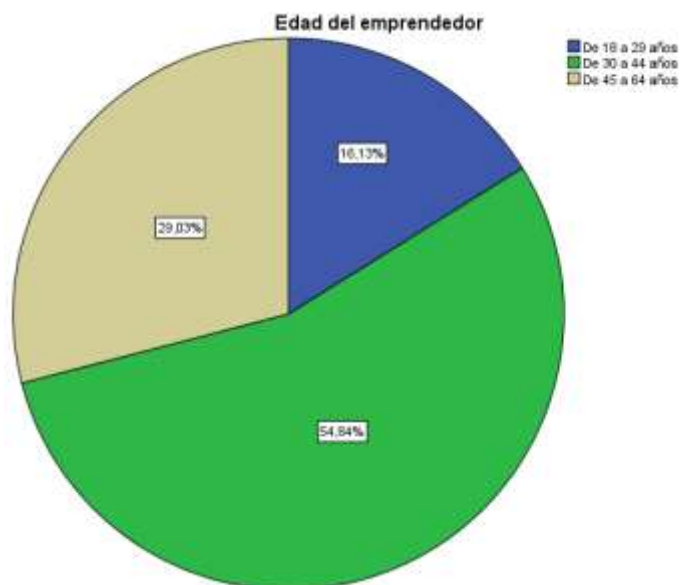
A: DATOS GENERALES

TABLA 1

		Edad del emprendedor			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 18 a 29 años	5	16,1	16,1	16,1
	De 30 a 44 años	17	54,8	54,8	71,0
	De 45 a 64 años	9	29,0	29,0	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRÁFICO 1



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: Los emprendedores en su mayoría están en el rango 30 a 44

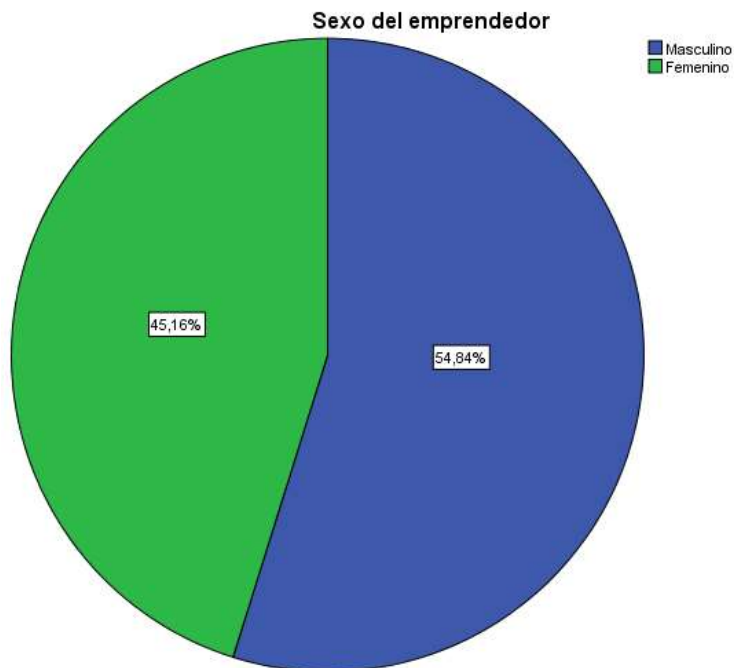
		Sexo del emprendedor			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	17	54,8	54,8	54,8
	Femenino	14	45,2	45,2	100,0
Total		31	100,0	100,0	

años de edad (54.8%). De 45 a 64 años, está representado por 29.0% y de 18 a 29 años 16,1%.

TABLA 2

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRÁFICO 2



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: Los resultados indican que un 54.8% de los encuestados son

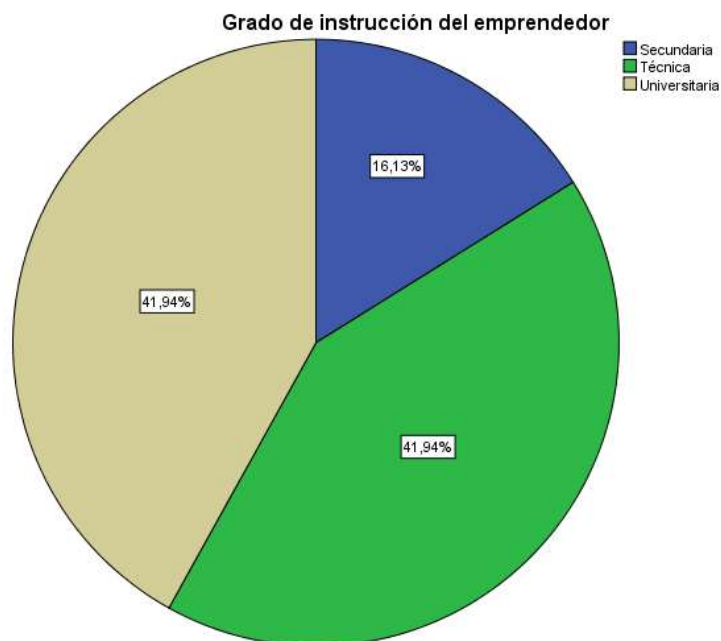
		Grado de instrucción del emprendedor			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	5	16,1	16,1	16,1
	Técnica	13	41,9	41,9	58,1
	Universitaria	13	41,9	41,9	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

del género masculino. Un 45.2% femenino.

TABLA 3

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRÁFICO 3



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

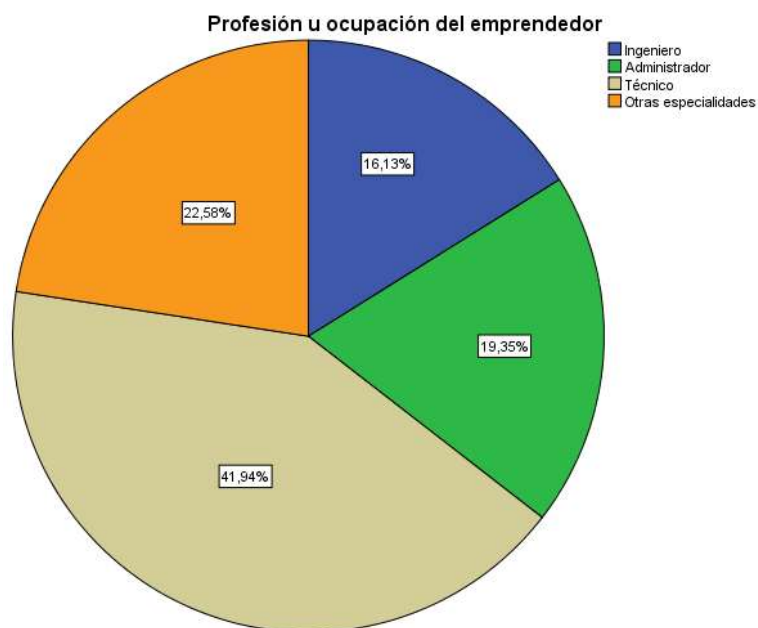
INTERPRETACIÓN: Del total de personas encuestadas, el 16.1% tiene nivel secundaria; el 41.9% instrucción técnica; y también el 41.9%, tiene instrucción universitaria.

TABLA 4

Profesión u ocupación del emprendedor					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ingeniero	5	16,1	16,1	16,1
	Administrador	6	19,4	19,4	35,5
	Técnico	13	41,9	41,9	77,4
	Otras especialidades	7	22,6	22,6	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFICO 4



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: En la investigación, destaca “Técnico” con 41.9%, “otras especialidades” 22.6%,”ingeniero” 16.1%, y “administrador” 19.4%.

TABLA 5

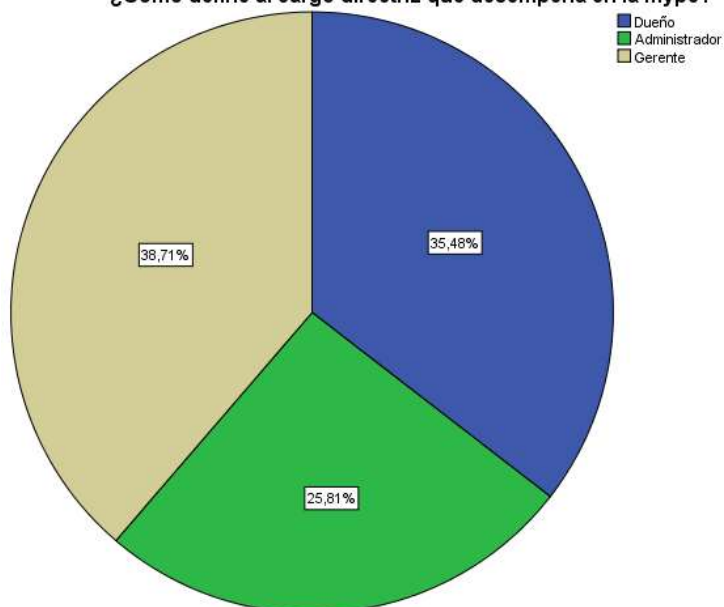
¿Cómo define al cargo directriz que desempeña en la mype?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Dueño	11	35,5	35,5	35,5
Administrador	8	25,8	25,8	61,3
Gerente	12	38,7	38,7	100,0
Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFICO 5

¿Cómo define al cargo directriz que desempeña en la mype?



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: Según la investigación, los emprendedores de este sector define al cargo directriz como “Gerente” (38.7%), “Dueño” (35.5%), y “administrador” (25.8%). La nomenclatura de los cargos se da por la especialización de los emprendedores.

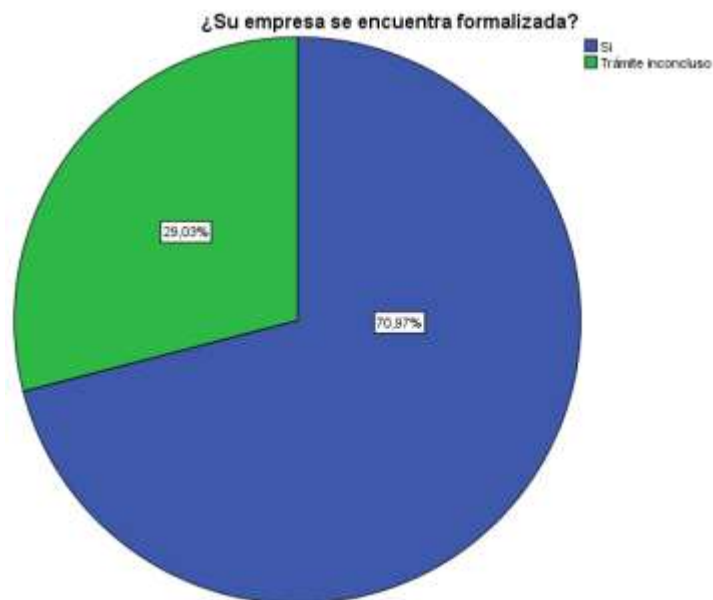
B: DE LA EMPRESA

TABLA 6

¿Su empresa se encuentra formalizada?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	22	71,0	71,0	71,0
	Trámite inconcluso	9	29,0	29,0	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFICO 6



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: Las mypes encuestadas se encuentran formalizadas en (71.0%), y un (29.0%) mantiene el tramite inconcluso.

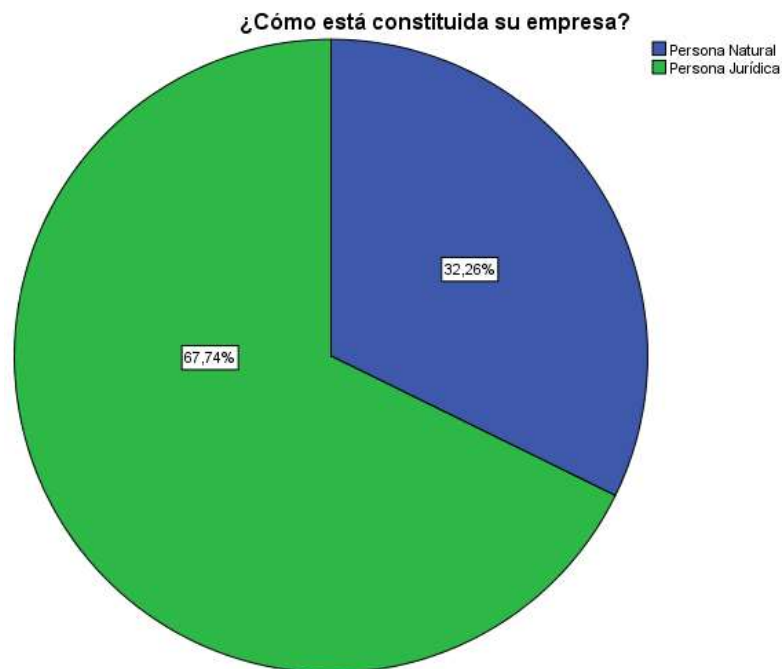
TABLA 7

¿Cómo está constituida su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Persona Natural	10	32,3	32,3	32,3
	Persona Jurídica	21	67,7	67,7	100,0
Total		31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRÁFICO 7



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: El 67.7% de las mypes encuestadas del sector están constituidas como persona jurídica y 32,3% como persona natural.

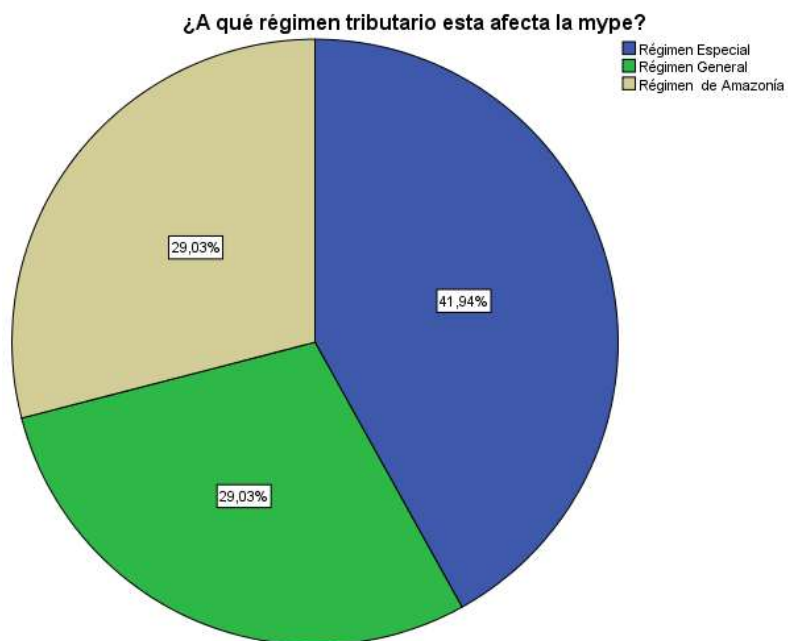
TABLA 8

¿A qué régimen tributario esta afecta la mype?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Régimen Especial	13	41,9	41,9	41,9
Régimen General	9	29,0	29,0	71,0
Régimen de Amazonía	9	29,0	29,0	100,0
Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFICO 8



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: En su mayoría, las mypes del sector de servicio de agencias tours turísticos, están en el Régimen Especial (41.9%), en el Régimen General (29.0%), y también en el Régimen de Amazonia (29.0%).

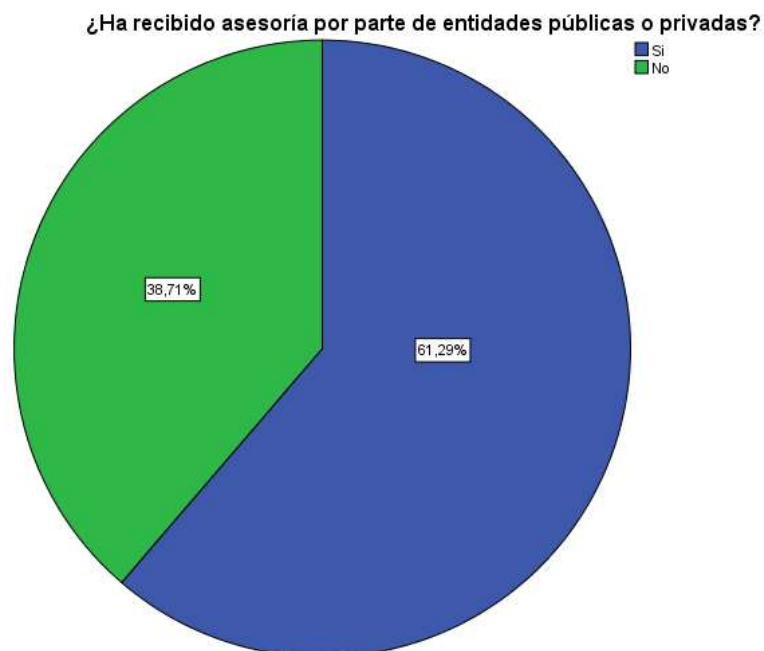
TABLA 9

¿Ha recibido asesoría por parte de entidades públicas o privadas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	19	61,3	61,3	61,3
	No	12	38,7	38,7	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFICO 9



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: Los emprendedores encuestados indican que “Sí” recibieron asesoría (61.3%), la misma que fue contratada. Un 38,7% indican que “No”.

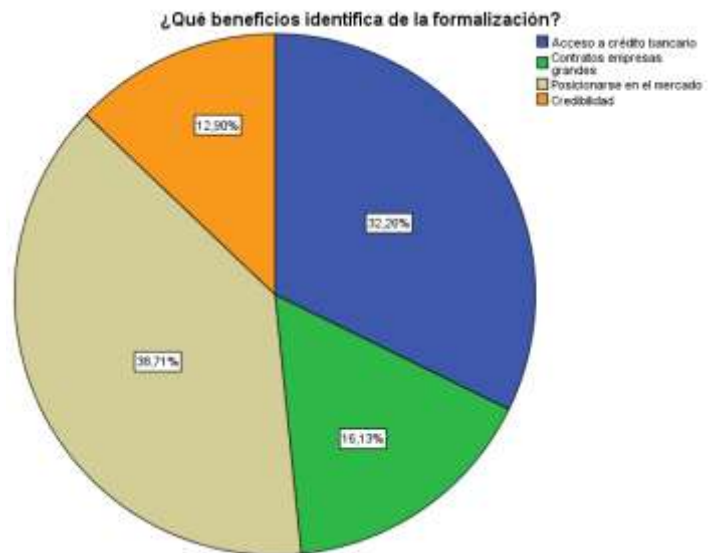
TABLA 10

¿Qué beneficios identifica de la formalización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Acceso a crédito bancario	10	32,3	32,3	32,3
	Contratos empresas grandes	5	16,1	16,1	48,4
	Posicionarse en el mercado	12	38,7	38,7	87,1
	Credibilidad	4	12,9	12,9	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFICO 10



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: De la investigación se confirma el gran interés de las mypes en “posicionarse en el mercado” (38.7%); “acceso a crédito bancario” (32.3%); “contrato con empresas grandes” (16.1%) y referir “credibilidad” (12.9%).

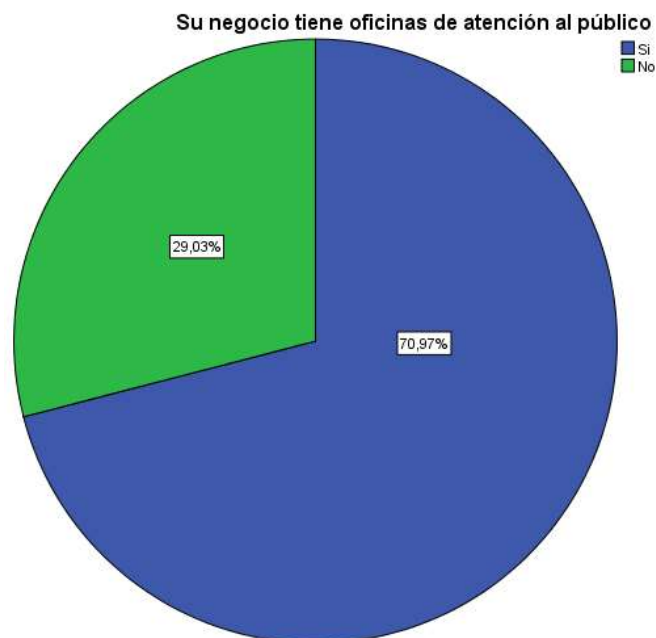
TABLA 11

Su negocio tiene oficinas de atención al público

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	22	71,0	71,0	71,0
	No	9	29,0	29,0	100,0
Total		31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFICO 11



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: De las mypes encuestadas, el 71.0%, tiene oficina de atención al público, y 29.0% no lo tiene.

TABLA 12

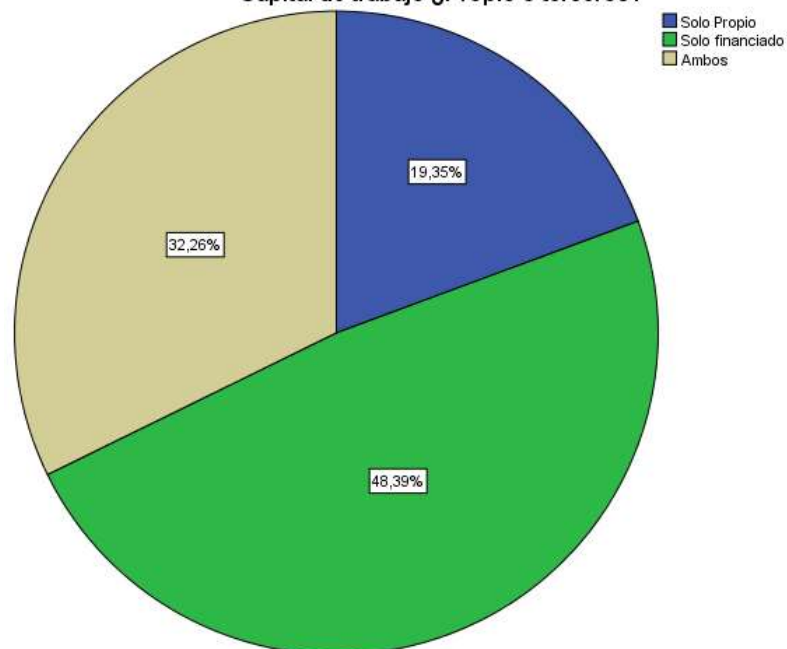
Capital de trabajo ¿Propio o terceros?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Solo Propio	6	19,4	19,4	19,4
	Solo financiado	15	48,4	48,4	67,7
	Ambos	10	32,3	32,3	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFICO 12

Capital de trabajo ¿Propio o terceros?



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: De la investigación, se recogió que, en su mayoría financian su capital de trabajo (48,4%). Por otro lado, el 32,3%, cuenta con capital tanto propio como financiado y solamente propio, 19,4%.

TABLA 13

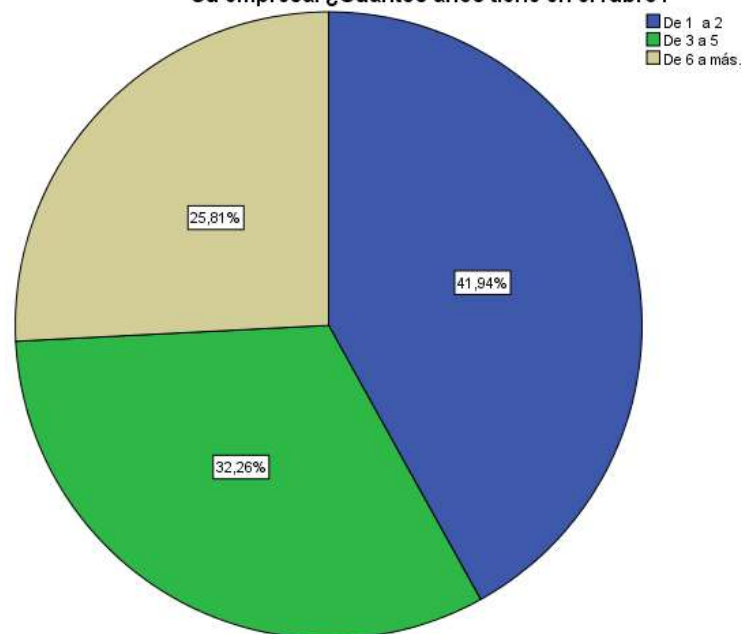
Su empresa. ¿Cuántos años tiene en el rubro?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 2	13	41,9	41,9	41,9
	De 3 a 5	10	32,3	32,3	74,2
	De 6 a más.	8	25,8	25,8	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFICO 13

Su empresa. ¿Cuántos años tiene en el rubro?



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: Las mypes del sector en estudio permanecen en el rubro: De 1 a 2 años (41,9%), de 3 a 5 años (32,3%) y de 6 años a más (25.8%).

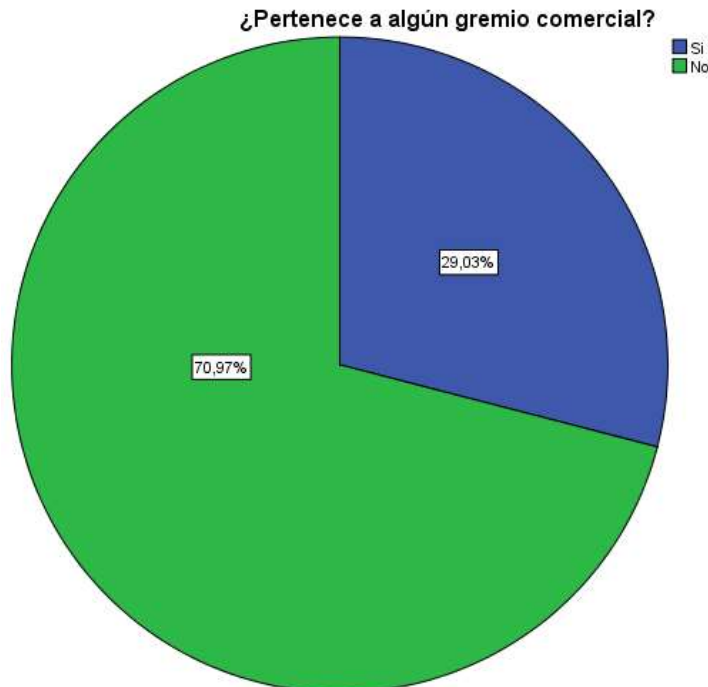
TABLA 14

¿Pertenece a algún gremio comercial?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	9	29,0	29,0	29,0
	No	22	71,0	71,0	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRÁFICO 14



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a la investigación, los empresarios indican “No” pertenecer a algún gremio comercial (71,0%). Sólo un 29,0% de las mypes pertenecen a algún gremio.

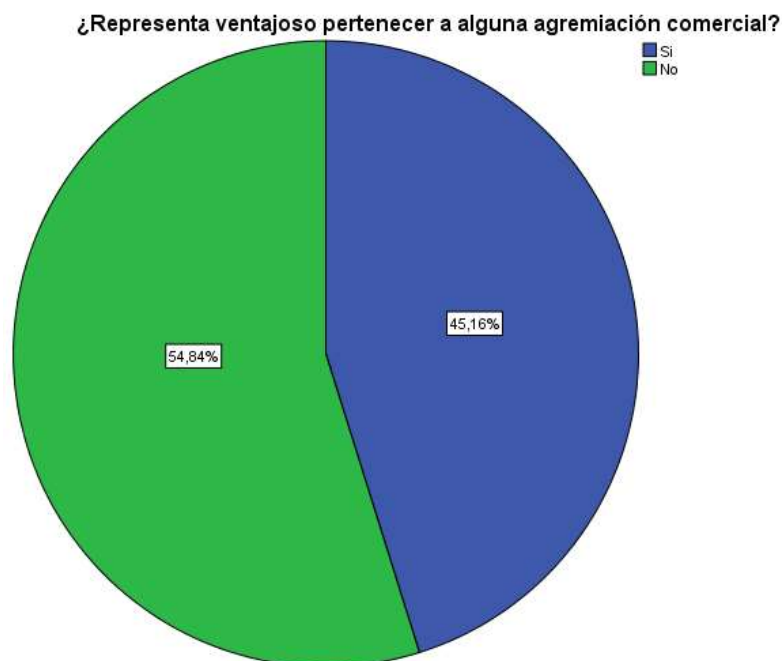
TABLA 15

¿Representa ventajoso pertenecer a alguna agremiación comercial?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	14	45,2	45,2	45,2
	No	17	54,8	54,8	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFICA 15



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: Según la investigación, los emprendedores en su mayoría indican que “No” representa ventajoso pertenecer a algún gremio(54.8%).

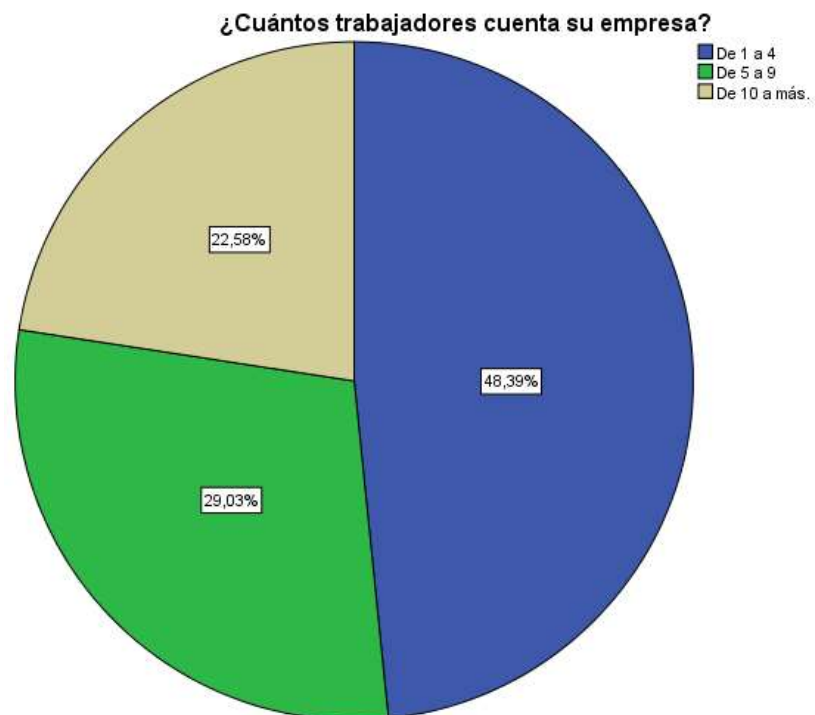
TABLA 16

¿Cuántos trabajadores cuenta su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 4	15	48,4	48,4	48,4
	De 5 a 9	9	29,0	29,0	77,4
	De 10 a más.	7	22,6	22,6	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFICO 16



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: La investigación nos muestra que las empresas de este sector, tienen de 1 a 4 trabajadores (48.4%); de 5 a 9 trabajadores (29.0%) y de 10 a más trabajadores 22.6%.

TABLA 17

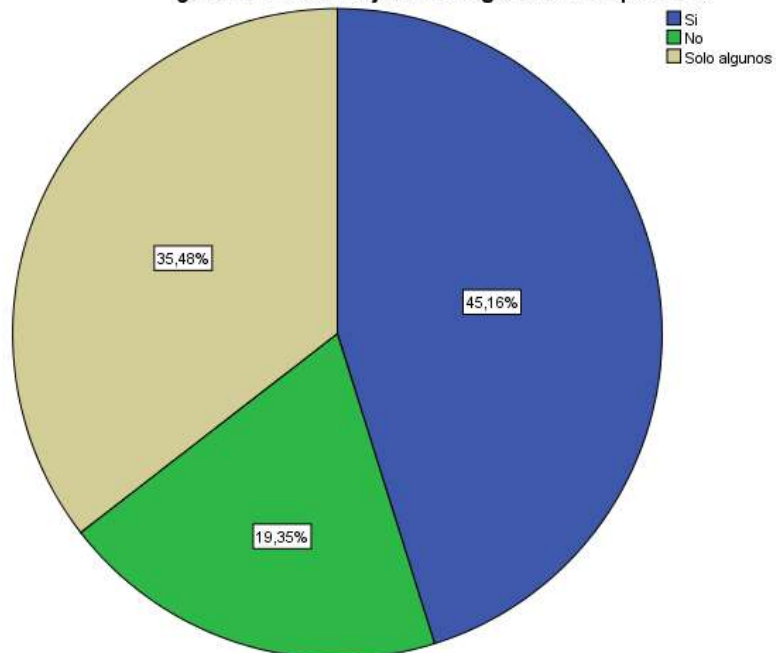
¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	14	45,2	45,2	45,2
	No	6	19,4	19,4	64,5
	Solo algunos	11	35,5	35,5	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFICA 17

¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: Según la investigación, los emprendedores en su mayoría si tienen registrados a sus trabajadores en planilla (45.2%). “No” registran en planilla (19,4%) y sólo algunos (35.5%).

C. DE LA GESTION DE CALIDAD

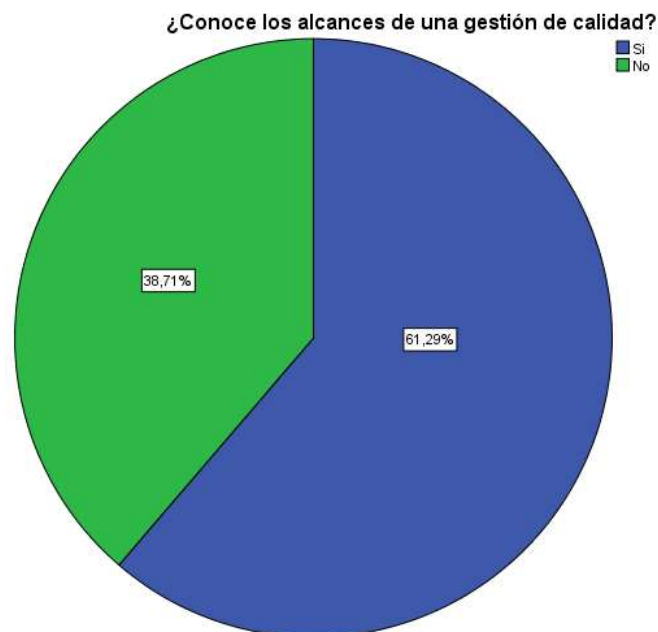
TABLA 18

¿Conoce los alcances de una gestión de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	19	61,3	61,3	61,3
	No	12	38,7	38,7	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRÁFICA 18



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: En su mayoría, los emprendedores encuestados indican que sí conocen los alcances de una Gestión de Calidad (61.3%). “No” conocen, (38.7%).

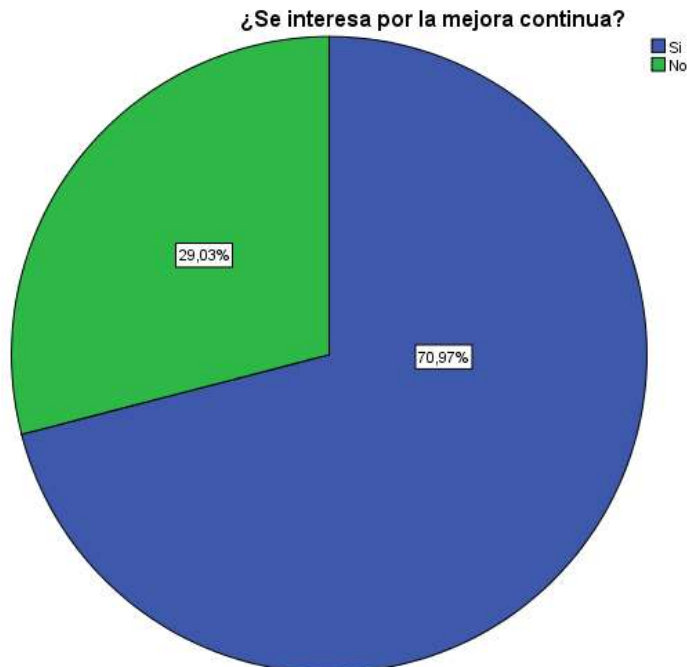
TABLA 19

¿Se interesa por la mejora continua?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	22	71,0	71,0	71,0
	No	9	29,0	29,0	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFICO19



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a la información obtenida, la mayoría se interesa por la mejora continua (71.0%); frente a un 29,0% que “No”

TABLA 20

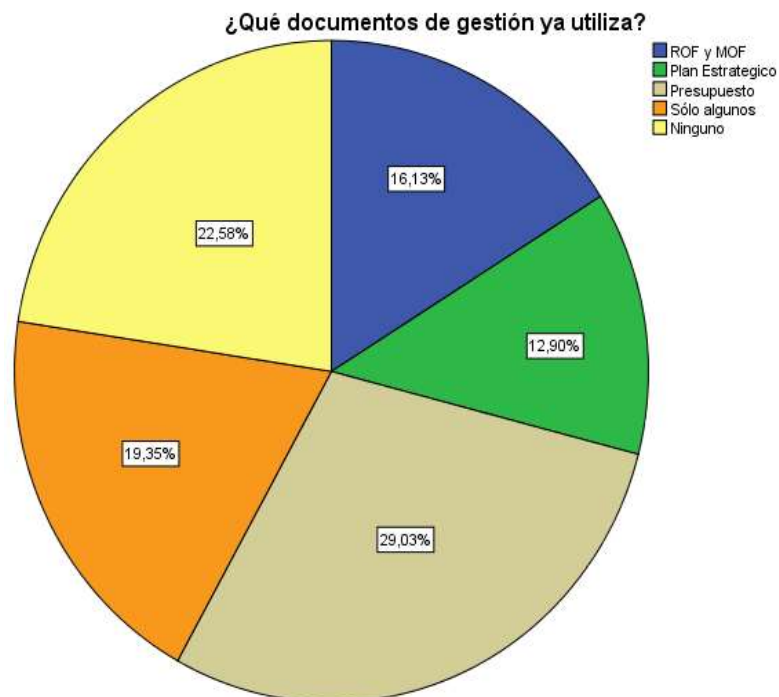
¿Qué documentos de gestión ya utiliza?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ROF y MOF	5	16,1	16,1	16,1
	Plan Estratégico	4	12,9	12,9	29,0
	Presupuesto	9	29,0	29,0	58,1
	Sólo algunos	6	19,4	19,4	77,4
	Ninguno	7	22,6	22,6	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFIC

O 20



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: La investigación nos indica que el 77,4% de las mypes si utiliza algún documentos de gestión. Un 22,6% aún no aplica.

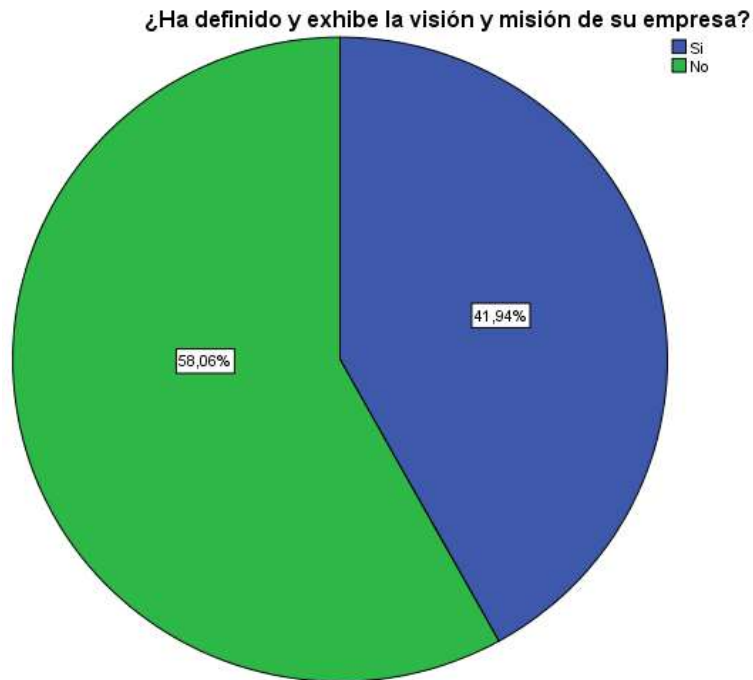
TABLA 21

¿Ha definido y exhibe la visión y misión de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	13	41,9	41,9	41,9
	No	18	58,1	58,1	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFICO 21



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: En su mayoría, las mypes del sector en estudio “No” han definido su misión y visión (58,1%).

TABLA 22

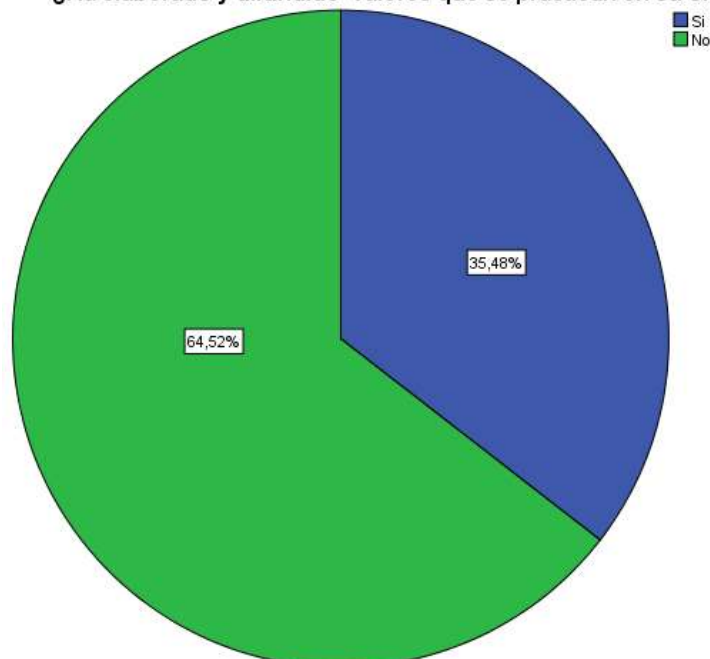
¿Ha elaborado y difundido valores que se practican en su organización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	11	35,5	35,5	35,5
	No	20	64,5	64,5	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFICO 22

¿Ha elaborado y difundido valores que se practican en su organización?



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: Respecto a “Valores” sólo el 35.5% de los emprendedores “Sí” definieron y difundieron. La mayoría (64.5%), indica que “No”.

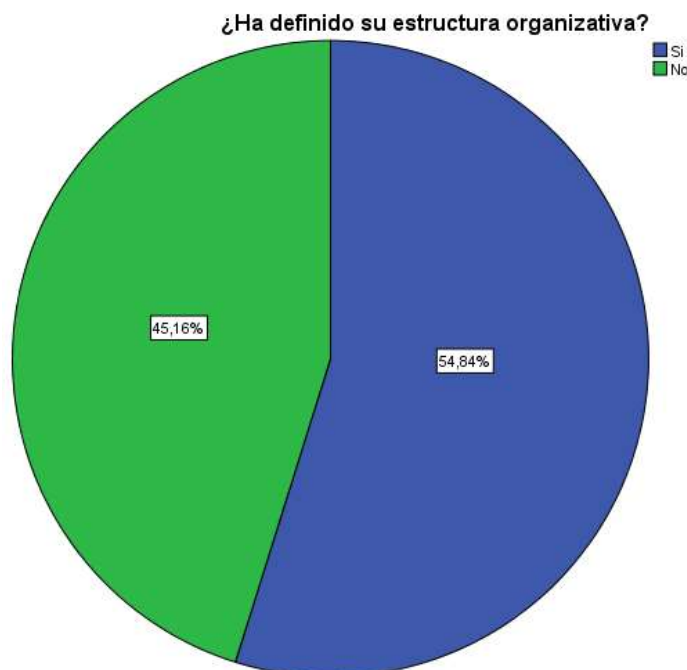
TABLA 23

¿Ha definido su estructura organizativa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	17	54,8	54,8	54,8
	No	14	45,2	45,2	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRAFICO 23



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: En la investigación se conoció que los emprendedores “Sí” establecieron su estructura organizativa (54.8%). Un 45,2% indicó que no la definió.

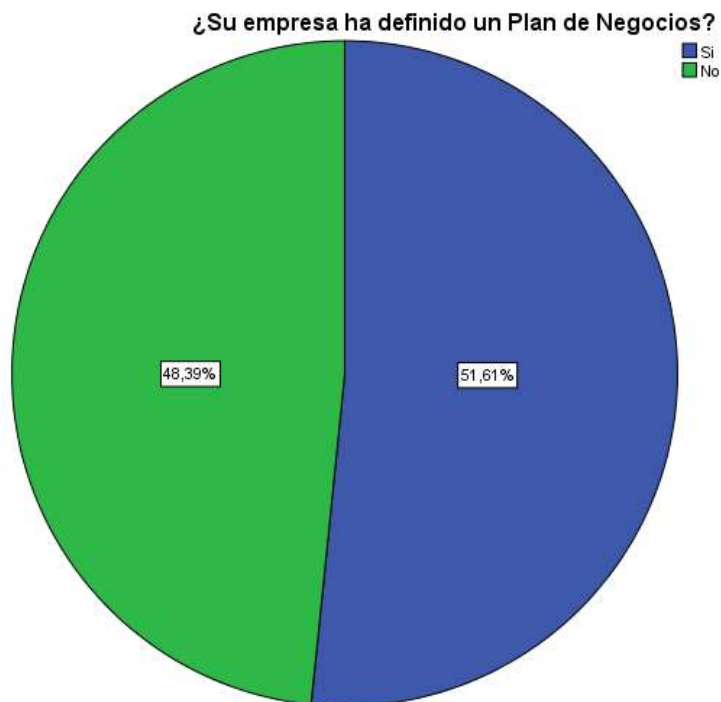
TABLA 24

¿Su empresa ha definido un Plan de Negocios?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	16	51,6	51,6	51,6
	No	15	48,4	48,4	100,0
Total		31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRÁFICO 24



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: En las encuestas se obtuvo que el 51,6% “Si” lleva un Plan de Negocios. Un considerable 48.4% “No” lo elaboró.

TABLA 25

		Tiene implementado estándares en sus operaciones			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	32,3	32,3	32,3
	No	15	48,4	48,4	80,6
	Implementación	6	19,4	19,4	100,0
Total		31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRÁFICO 25



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: En investigación a las mypes del sector, 48,4% “No” ha implementado estándares en sus operaciones; sin embargo un 32,3% si lo tiene y otro 19,4% lo tiene en implementación.

TABLA 26

¿Ha implementado un sistema de servicio de atención al cliente, para evaluar y mejorar su nivel de servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	23	74,2	74,2	74,2
	No	8	25,8	25,8	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

¿Ha implementado un sistema de servicio de atención al cliente, para evaluar y mejorar su nivel de servicio?

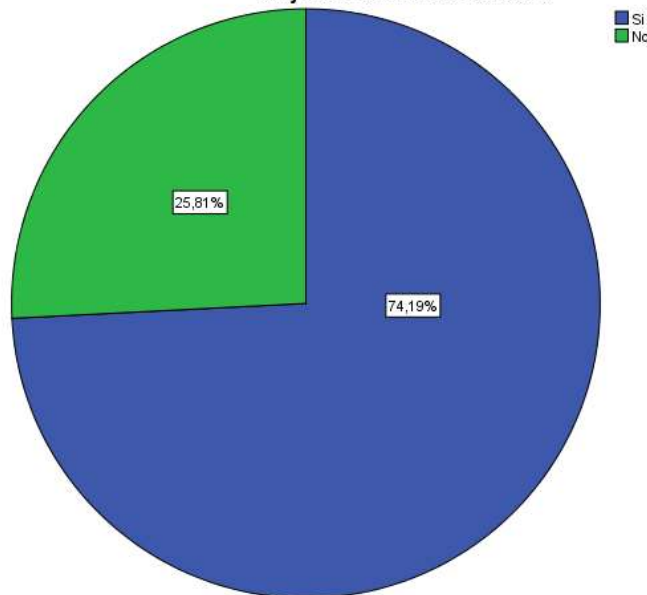


GRÁFICO 26

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: Un 74,2% si ha implementado un sistema de atención al cliente para medir y evaluar el servicio. Un 25,8% no priorizó este tema.

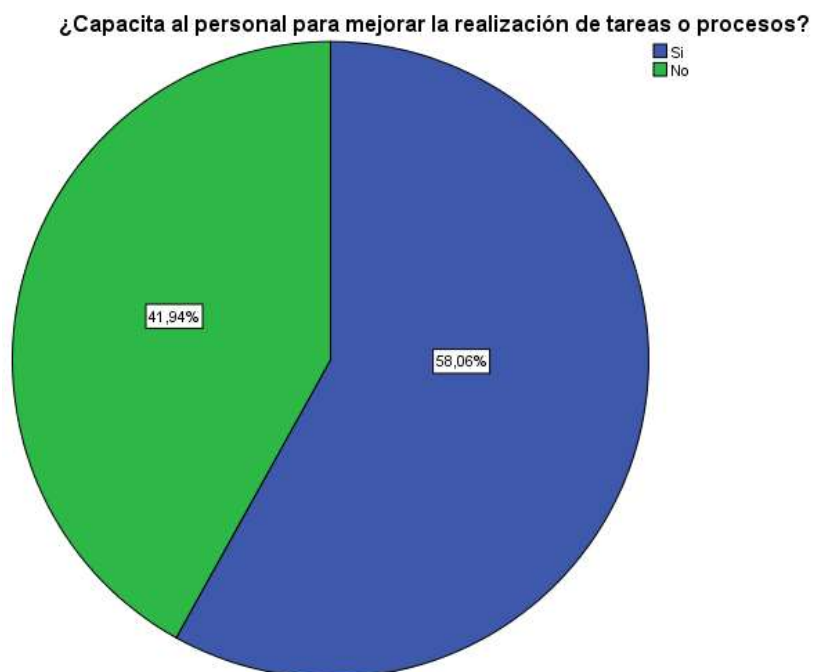
TABLA 27

¿Capacita al personal para mejorar la realización de tareas o procesos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	18	58,1	58,1	58,1
	No	13	41,9	41,9	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRÁFICO 27



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

INTERPRETACIÓN: De la investigación, el 58.1% de los emprendedores encuestados indica que “Sí” ha capacitado a sus trabajadores; el 41.9% “No” lo realizó.

TABLA 28

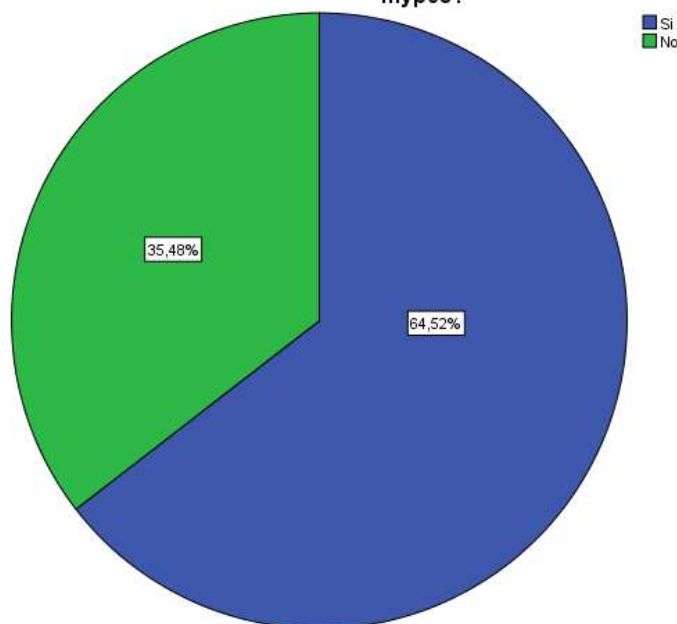
¿Está de acuerdo que aplicar gestión de calidad permite alcanzar metas a las mypes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	20	64,5	64,5	64,5
	No	11	35,5	35,5	100,0
Total		31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRÁFICO 28

¿Está de acuerdo que aplicar gestión de calidad permite alcanzar metas a las mypes?



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: Según la investigación, los emprendedores manifiestan estar de acuerdo que la gestión de calidad permite alcanzar sus metas (64.5%).El 35.5% no ha experimentado su aplicación.

TABLA 29

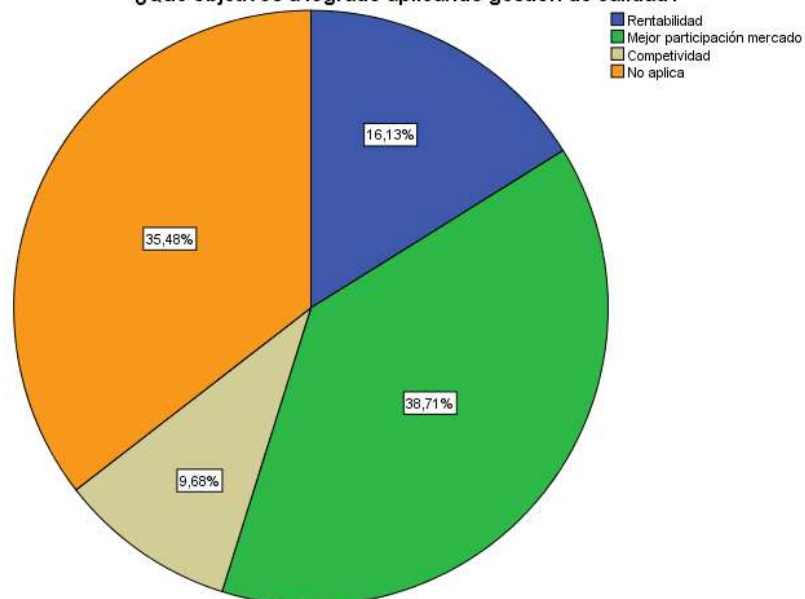
¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de calidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Rentabilidad	5	16,1	16,1	16,1
Mejor participación mercado	12	38,7	38,7	54,8
Competitividad	3	9,7	9,7	64,5
No aplica	11	35,5	35,5	100,0
Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes.

GRÁFICO 29

¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de calidad?



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: Aquellos emprendedores que si vienen aplicando gestión de calidad, si lograron resultados favorables (64,5%); un 35.5% indican que no, principalmente porque no sigue la filosofía de la mejora continúa.

4.2 Análisis de los resultados

Luego del trabajo de investigación de campo, tabulación y proceso de graficar e interpretación de resultados, procederemos a analizar los resultados obtenidos y cotejarlos con nuestros objetivos y marco teórico.

A: DATOS GENERALES

En “edad del emprendedor”, destaca que la mayoría están en el rango 30 a 44 años de edad (54.8%) y de 45 a 64 años (29.0%). Esto evidencia que las mypes son dirigidas por personas maduras y principalmente por el sexo masculino (54.8%), sin dejar de lado la presencia femenina con 45.2%

En “Grado de instrucción del emprendedor”, un 16.1% tiene nivel secundaria; el 41.9% instrucción técnica; y también el 41.9%, tiene instrucción universitaria; lo que traduce que el emprendimiento no distingue límites si se tiene que llevar adelante una idea de negocio muy bien comprendida.

Respecto al resultado obtenido ¿Cómo define al cargo directriz que desempeña en la mype?, La investigación nos brinda que mayormente se ha definido como “Gerente” (38.7%), “Dueño” (35.5%), y “administrador” (25.8%). El criterio, según se ha recogido, es porque brinda mejor presentación de la empresa al público.

B: DE LA EMPRESA

Según la investigación, en la pregunta ¿Su empresa se encuentra formalizada?;

De acuerdo a la información que se recogió en las encuestas, las mypes del sector se encuentran formalizadas en 71.0%, y un 29.0% aún mantiene dicho trámite inconcluso.

De este resultado, se relaciona con un estudio de la OIT del año 2013, que indica que existen altos niveles de informalidad en las micro y pequeñas empresas y que son una preocupación constante para los gobiernos y actores sociales en América Latina. Este mal referente, se da porque las autoridades encargadas de revertir este hecho no brindan la atención en el momento y permiten que la informalidad en varios aspectos como el laboral, inclusive, siga existiendo.

Asimismo, la gran mayoría de estas unidades productivas operan sin haber formalizado sus actividades ante las autoridades fiscales. En los países con mejores indicadores en esta materia en la región, alrededor de la mitad de las micro y pequeñas empresas están registradas y dicha proporción es bastante menor en muchos otros países. Diversos países han emprendido acciones, iniciativas o políticas para enfrentar esta compleja situación, aunque claramente el desafío aun es enorme.

¿Cómo está constituida su empresa?

El 67.7% de las mypes encuestadas del sector están constituidas como persona jurídica y 32,3% como persona natural, a lo que indicaron que respecto a si recibieron asesoría, manifestaron que “Sí” (61.3%), pero que fue contratada y no vino de parte de las autoridades. Un 38,7% indican que “No”.

Al respecto, en una cita bibliográfica, Henry García, Director Regional de la Producción en Loreto (DIREPRO-IQUITOS), resaltó que su sector contaba con un registro limitado de mypes en Iquitos y que según los datos estadísticos del Instituto

Nacional de Estadística e Informática (INEI) refleja que existen muchas más lo que significa que aún no están registradas ni certificadas por la Direpro para su operatividad.

Por otro lado, ¿Qué beneficios identifica de la formalización?. De la investigación se confirma el gran interés de las mypes en “posicionarse en el mercado” (38.7%); “acceso a crédito bancario” (32.3%); “contrato con empresas grandes” (16.1%) y referir “credibilidad” (12.9%).

En ese interés por presentarse de la mejor manera a sus clientes se indagó si ¿Su negocio tiene oficinas de atención al público?

Los emprendedores indicaron en un 71.0%, que si tiene oficina de atención al público y esto a contribuido con su imagen, sin embargo el 29.0% no tiene interés porque representa un gasto, indican; pero en nuestra opinión contribuye a la informalidad porque tienen que contactar a sus clientes en la vía pública.

Capital de trabajo ¿Propio o terceros?

De la investigación, se recogió que, en su mayoría financian su capital de trabajo (48,4%). Por otro lado, el 32,3%, cuenta con capital tanto propio como financiado y solamente el 19,4% cuenta con capital propio.

Su empresa. ¿Cuántos años tiene en el rubro?

Las mypes del sector en estudio tienen una permanencia en el rubro: de 1 a 2 años (41,9%), de 3 a 5 años (32,3%) y de 6 años a más (25.8%). Representa así, un gran interés de nuevos emprendimientos, pero que si bien son acogidos en el rubro, deben preocuparse de mantener la calidad en los servicios.

En la pregunta si ¿Pertenece a algún gremio comercial?,

De acuerdo a la investigación, los empresarios indican “No” pertenecer a algún gremio comercial (71,0%). Sólo un 29,0% de las mypes pertenecen a algún gremio.

¿Representa ventajoso pertenecer a alguna agremiación comercial?. Según la investigación, los emprendedores en su mayoría indican que “No” representa ventajoso pertenecer a algún gremio (54.8%). Sin embargo, este tipo de organizaciones, sirve de defensa ante las autoridades para prevalecer sus derechos comerciales.

Asimismo, en la investigación se constata que las mypes del sector constituyen fuentes de empleo: tienen de 1 a 4 trabajadores (48.4%); de 5 a 9 trabajadores (29.0%) y de 10 a más trabajadores, 22.6%. El resultado evidencia la importancia de que este personal este motivado con el negocio.

Sin embargo, al consultar a las mypessi “¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?”; los emprendedores en su mayoría si tienen registrados a sus trabajadores en planilla (45.2%). Pero un 19,4% “No” tiene registrado a ningún trabajador, lo cual es el inicio de contingencias laborales. Otro resultado: sólo algunos (35.5%).

C. DE LA GESTION DE CALIDAD

A la pregunta “¿Conoce los alcances de una gestión de calidad?”; en su mayoría, los emprendedores encuestados indican que sí conocen los alcances de una Gestión de Calidad (61.3%). “No” conocen, (38.7%).

En consecuencia, los resultados de la pregunta “¿Se interesa por la mejora continua?” el 71.0% indica que “Sí”; frente a un 29,0% que definitivamente “No”.

¿Qué documentos de gestión ya utiliza?

La investigación nos indica que el 77,4% de las mypes si utiliza algún documentos de gestión. Un 22,6% aún no aplica.

En la pregunta “¿Ha definido y exhibe la visión y misión de su empresa?”, El resultado evidencia que las mypes del sector en estudio, no ha desarrollado ésta principal herramienta de calidad (58,1%).

Asimismo, “¿Ha elaborado y difundido valores que se practican en su organización?”, sólo el 35.5% de los emprendedores “Sí” definieron y difundieron ente sus colaboradores.

Respecto a “¿Ha definido su estructura organizativa?”. Los emprendedores “Sí” establecieron su estructura organizativa (54.8%) y ¿Su empresa ha definido un Plan de Negocios?, se obtuvo que el 51,6% “Si” lleva un Plan de Negocios. Aún un considerable 48.4% “No” lo elaboró.

¿Tiene implementado estándares en sus operaciones?

Un 48,4% “No” ha implementado estándares en sus operaciones; sin embargo un 32,3% si lo tiene y otro 19,4% lo tiene en implementación.

Según la investigación, los emprendedores manifiestan estar de acuerdo que la gestión de calidad permite alcanzar sus metas (64.5%). El 35.5% no ha experimentado su aplicación.

“¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de calidad?”; el resultado de la investigación indica que si obtuvieron resultados favorables (64,5%): “rentabilidad” (16,1%); “mejor participación del mercado” (38,7%); “Competitividad” (9,7%).

En contraparte, un 35.5% indican que no, principalmente porque no sigue la filosofía de la mejora continua.

Según los resultados expuestos, nos viene a citar la propuesta del periodista Luis Vivanco Pimentel: (Vivanco, 2004), “Puesta en valor de los atractivos del Circuito Turístico San Juan-Ucayali”, donde propone la creación y fortalecimiento de un Comité que pueda dar continuidad a las actividades que apoyaba las autoridades del Gobierno Regional de Ucayali y donde la participación de la empresa privada tiene un papel relevante. Nos quiere decir, que el estado cumple su papel promotor, pero este por su naturaleza es temporal, y es la empresa privada, con su organización pueda prolongar los beneficios y asistencias de manera sostenible.

CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Las conclusiones a la que llegamos luego del análisis de la información obtenida son las siguientes:

Empresa y Formalización

- Las mypes del sector servicios, agencias tours turísticos, son iniciativas mayormente de empresarios jóvenes adultos (30 a 44 años), representa el 54,8%. Predomina el sexo masculino (54,8%) y grado de instrucción técnica (41.9%) y universitaria (41,9%).
- El 71,0% de las mypes están formalizadas y con sus autorizaciones vigentes. El 29,0% aún continúa con alguna autorización en trámite y es porque consideran a la formalización como un asunto: “no prioritario”.
- En su mayoría, las mypes están constituidas como persona jurídica (67,7%); como persona natural, 32,3%.
- La asesoría que recibieron fue contratada (61,3%).
- Identifican como principales beneficios de la formalización:
 - “acceso a crédito bancario” (32,3%);
 - “contratos con grandes empresas” (16,1%);
 - “posicionarse en el mercado” (38,7%) y,
 - “credibilidad” (12,9%).

- Brindan empleo: de 1 a 4 trabajadores (48,4%); de 5 a 9 trabajadores (29,0%) pero solo registran en planilla el 45,2%.
- Capital de trabajo ¿Propio o terceros?, la mayoría trabaja con capital financiado (48,4%).

Gestión de Calidad

- Su negocio tiene oficinas de atención al público (71,0%) y el cargo directriz es denominado “Gerente” (38,7%). Buscan crear imagen positiva al cliente.
- “Sí” conocen los alcances de una gestión de calidad (61,3%); en razón que el 71,0% “Sí” se interesa por la mejora continua.
- El 77,4% viene utilizando documentos apropiados de gestión administrativa.
- En contraparte:
 - Sólo el 41,9% definió y exhibe su misión, visión y valores (35,5%).
 - No cuentan con estructura organizativa (45,2%) y tampoco plan de negocios (48,4%). Es decir, conducen empíricamente el negocio.
 - El 48,4% “No” ha estandarizado sus procesos operativos. Siendo imprescindible para la calidad de servicio.
- El 74,2% de las mypessi ha establecido un sistema de atención al cliente para evaluar, monitorear y mejorar el servicio.

- Finalmente, los emprendedores, luego de conocer en que consiste Gestión de Calidad, consideran estar de acuerdo que es el medio para alcanzar sus metas (64,5%)

5.2 Recomendaciones

Dentro de las recomendaciones que deseamos brindar, consideramos citar aquellas que anotó **Teresa Cruz (2000)** de su Tesis Doctoral: “El Diagnóstico de la Cultura Organizacional. La Experiencia en una Empresa”, que se ajustan a lo requerido en las mypes del sector servicios, Agencias de Tours Turísticos del distrito de Iquitos, con un especial enfoque en el cliente:

- Buscar crear la necesidad de mejorar la organización de la mype.
- Lograr mayor control de los recursos y organización integral.
- Movilizar los recursos humanos en la identificación de problemas y búsqueda de soluciones creativas.
- Crear capacidad entre los integrantes de la organización, el auto diagnóstico y auto diseño de la estrategia empresarial.
- Contar con una alta dirección que sean modelos positivos (marcan conductas).
- Crear o reemplazar ritos, hábitos que no aporten a la organización.
- Seleccionar, promover y apoyar a los trabajadores que adopten los valores nuevos deseados, como las iniciativas.

También:

- Sugerimos a las mypes del sector en estudio, culminar el proceso de trámites de formalización y mantenerse en estado “hábil”, en lo tributario, municipal, laboral y legal.
- Aplicar acciones a fin de brindar una imagen de formalidad a los clientes, tales como: contar con local propio, exhibir la misión, visión y valores, organigrama, política de gestión, entre otros.
- Identificar y estandarizar sus procesos, a fin de salvaguardar la calidad de servicio al cliente y desarrollarse en el marco de la mejora continua: “todo puede y debe ser mejorado”.

CAPITULO VI REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abreu H, Pedro Pablo. 2006. "La Guía de Turismo es más que..." Manual de Recreación Turística. Buenos Aires, Editorial Región.

Agutba (2010). "El Guía de Turismo" Presentación de la Asociación de Guías de Turismo de Buenos Aires. Tomado de: www.agutba.org.ar

Bayon Fernando, Albert Isabel, RenesesCasildo, Tomás Susana. Invertir en una agencia de viajes en España. El caso de Viajes FirstClass. EOT. Madrid 1994

Beyle, Henry (Stendhal). 2006. Paseos por Roma (1829.) España: Alianza Editorial, S.A. 2006. Memorias de un turista (1838). España: Alianza Editorial S.A.

Camacaro, Alonso. 2008. Turismo Básico. Un Enfoque Integral. Venezuela: Editorial Biosfera.

Castaño B., José Manuel y col. 2003. Aproximación psicosocial a la motivación turística: variables implicadas en la elección de Madrid como destino. Alfredo Moreno Sáez, Silvia García Dauder, Antonio Crego Díaz. Revista de Estudios turísticos. N°. 158. 2003, páginas. 5-42. Tomado de: www.dialnet.unirioja.net

Alarcon, Reynaldo 1991 Métodos y diseños de investigación del comportamiento. Fondo Editorial Universidad Peruana Cayetano Heredia

D. Polith B.H. 1997. Investigación científica en las Ciencias de la Salud 5ta. Edic. Editorial Mc, Graw-Hill Interamericana, México.

Calero, M. (1999) Técnicas de Estudio e Investigación, 1ª edición, Editorial San Marcos, Lima – Perú, pp. 245, p. 96.

Hernández, R. et. al (2006) Metodología de la Investigación Científica, 4ª edición, Edit. Mc Graw Hill, México, Pp. 850, P. 205.

Kreitner, R. (1997) Comportamiento de las Organizaciones, Tercera Edición, Editorial Mac Graw Hill, México, pp. 250, p. 87

Deming Edward “Calidad, Productividad y Competitividad: Como salir de la crisis” Díaz de Santos Madrid 1989 (bsb)

Drummond Helga “La calidad total, el movimiento de la calidad” Editorial Deustuo tomo 8 2001 (bsb)

Michael Hammer & James Champy. Grupo Editorial Norma S.A. “Reingeniería”, edición de 1994 (buigv)

Barragán Codina, J. y Barragán, J. A. 2002. Administración de las pequeñas y medianas empresas: retos y problemas ante la nueva economía global. México: Trillas.

Propuestas Por Michael J. Spendolini Administración. Bogotá; Norma; 2005. 312 p.

Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa Ley N° 28015 en Lima, 2/7/2003.

Castellanos, José Ramón y Castellanos, Carlos (2010). Formación y Desarrollo del Capital Humano en las empresas. Consultado noviembre 2011 en <http://www.gestiopolis.com/organizacion>.

Denis, Aurelio. Livas, Juan Alonso y López, José (2008). La competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa del sector agrícola exportador del estado de Colima, México. *Hitos de Ciencia Económico Administrativa*. No. 38. Enero - abril, pp. 2.

CAPITULO VII ANEXOS

7.1 Presupuesto y Financiamiento

CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO
	REMUNERACIONES • Asesoría	S/. 1,500.00
	BIENES • Materiales de Oficina • Materiales de procesamiento automático	S/. 400.00 S/. 300.00
	SERVICIOS • Fotocopiado • Anillado • Impresiones • Movilidad Subtotal	S/. 300.00 S/. 150.00 S/. 500.00 S/. <u>100.00</u> S/. 3.250.00
	• + Imprevistos (10% del subtotal)	S/. 325.00
	TOTAL	S/.3,675.00

7.2 Cronograma de Ejecución

CRONOGRAMA DE AVANCE	2016																2017																		
	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL										
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4							
Se recibió asesoramiento del docente para la realización del proyecto de investigación	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
Identificación de las variables.			X	X																															
Determinación del sector y rubro a estudiar.			X	X																															
Título del proyecto de investigación.			X	X																															
Elaboración de Planteamiento de la investigación.				X	X																														
Elaboración del Marco Teórico y conceptual.					X	X																													
Elaboración de Metodología de la investigación.							X	X																											
Presentación de Proyectos de Investigación.								X	X	X																									
Elaboración de Encuestas, tabulación, gráficos.										X	X	X	X																						
Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.											X	X	X	X																					
Revisión de referencias bibliográficas, APA.													X	X	X																				
Presentación del informe final de investigación.															X	X	X	X	X																
Revisión turnitin.																		X	X	X	X	X	X												
Elaboración de artículo científico y diapositivas.																							X	X	X										
Prebanca y sustentación del informe final.																																X			

7.3 Matriz

TÍTULO: GESTIÓN DE CALIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS, AGENCIAS TOURSTURÍSTICOS, DISTRITO DE IQUITOS, AÑO 2016

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
¿Cómo la gestión de calidad influye en la formalización de las Mypes en el sector Agencias Tours Turístico, distrito de Iquitos?	<p>General Determinar la influencia de la Gestión de Calidad en la formalización de las Mypes en el sector Agencias Tours Turístico, distrito de Iquitos.</p>	La gestión de la calidad influye en la formalización de las Mypes en el sector servicios, Agencias Tours Turístico, distrito de Iquitos.	VARIABLE INDEPENDIENTE “X” Gestión de Calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Gestión del personal - Información de calidad - Enfoque al cliente - Diseño de procesos - Gestión estratégica de la calidad - Benchmarking 	<p>Muy importante.</p> <p>Importante</p> <p>Poco importante</p> <p>Nada importante</p>
¿Qué doctrinas del enfoque de gestión de calidad y formalización predominan en las administraciones de las Mypes en el sector servicios, Agencias Tours Turístico, distrito de Iquitos?”	<p>Específicos Comprobar que la Gestión de Calidad y formalización, son las ideas principales entre los administradores de las Mypes en el sector servicios, Agencias Tours Turístico distrito de Iquitos</p>	Las ideas del enfoque de calidad y formalización son las que predominan en la gestión de los administradores de las Mypes en el sector servicios, Agencias Tours Turístico distrito de Iquitos.			

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<p>¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la formalización en el trabajo de las Mypes en el sector servicios, Agencias Tours Turístico distrito de Iquitos?</p> <p>¿Cuál es el grado de percepción de los clientes sobre la calidad de la administración y formalización de las Mypes en el sector servicios, Agencias Tours Turístico, distrito de Iquitos?</p> <p>¿Qué factores de calidad se deben considerar para desplegar la iniciativa de formalización en las Mypes en el sector servicios, Agencias Tours Turístico, distrito de Iquitos?</p>	<p>Determinar las características de la gestión de calidad en los administradores de las Mypes en el sector servicios, Agencias Tours Turístico distrito de Iquitos.</p> <p>Conocer el grado de percepción de los clientes de las Mypes estudiadas respecto a la Administración de Calidad y formalización que gestionan los microempresarios en el sector servicios, Agencias Tours Turísticos del Distrito de Iquitos.</p> <p>Proponer factores de calidad para incrementar la iniciativa de formalización de las Mypes en el sector servicios, Agencias Tours Turístico, distrito de Iquitos.</p>	<p>La gestión de los administradores de las Mypes en el sector servicios, Agencias Tours Turísticos del distrito de Iquitos se centraliza en la formalización de sus Mypes</p> <p>La gestión de los Administradores de Mypes en el sector Tours Turístico del Distrito de Iquitos en el país, se enfatiza en la calidad percibida del Cliente.</p> <p>Mediante la aplicación de factores en la gestión de calidad se incrementa la iniciativa de formalización de las Mypes en el sector servicios, Agencias Tours Turístico, distrito de Iquitos.</p>	<p>VARIABLE DEPENDIENTE “Y”</p> <p>Formalización de las Mypes sector servicios, Agencias Tours Turísticos del distrito de Iquitos.</p>		