



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA FORMALIZACIÓN DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO –
VENTA DE ABARROTES EN EL MERCADO CENTRAL DE LA
CIUDAD DE CASA GRANDE, AÑO 2016”.

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

AUTOR:

Bach. CAROLINA CARMEN CASANOVA PRETELL

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

**TRUJILLO – PERÚ
2017**

JURADO EVALUADOR

Dr. Santos Felipe LLenque Tume
PRESIDENTE

Mgtr. Carlos Enaldo Rebaza Alfaro
SECRETARIO

Dra. Gisela Benites Pacherras de Soto
VOCAL

AGRADECIMIENTO

A Dios todo poderoso, fuente inagotable de bondad y amor, por darme la fuerza necesaria y el estímulo para continuar.

A la memoria de mi madre:

Carmen Rosa Pretell Jiménez, por haberme dado la vida, su inmenso cariño y consejos y que desde el cielo me sigue guiando.

A mi Padre: Carlos Sigifredo Casanova Tello, por todo el apoyo moral, comprensión, amor, y ayuda en los momentos difíciles.

A nuestro Asesor Magister Reinerio Centurión Medina, por su apoyo incondicional en todo momento y ser un guía oportuno en el desarrollo de la presente investigación.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a todos aquellos que creyeron en mí, pero en especial:

A mis padres: Por su apoyo, consejos, comprensión, amor, y ayuda en los momentos difíciles.

A mi hija: Shirley Carolay mi mayor tesoro, por ser el motor y motivo de la razón de mi esfuerzo y superación.

A mis hermanos(as) por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizarme.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general, describir las principales características de la Gestión de la Calidad y la Formalización de las MYPES del sector comercio – rubro venta de abarrotes del mercado central de la ciudad de Casa Grande, 2016. La investigación fue diseño no experimental - transversal - descriptivo. Para el recojo de la información, no se seleccionó muestra, se trabajó con él 100% de la población en forma dirigida con una población de 10 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas cerradas, obteniéndose los siguientes resultados: El 70% de los encuestados tienen entre 31 a 50 años de edad, el 50% son de sexo femenino y el 100% solo llegó al nivel secundario en su formación académica. De acuerdo a las características de las MYPES, el 70% de estas, no están constituidas como una empresa formal, el 70% no se encuentran registrados en sunat, el 70% de estas MYPES no cuentan con un régimen tributario, el 80% no declara ni paga sus impuestos, el 90% no tiene licencia Municipal de funcionamiento, el 100% de estas MYPES no cuentan con certificado de defensa civil. De acuerdo a las características de la Gestión de Calidad, el 100% de las MYPES no conocen lo que es gestión de calidad, el 100% no ha aplicado ninguna estrategia de gestión de calidad, el 90% evalúa el nivel de satisfacción de sus clientes en la comercialización de sus productos, el 90% actualiza sus productos según los gustos y preferencias del cliente, el 90% comercializa productos fabricados mediante procesos estandarizados de producción, el 90% evalúa el nivel de satisfacción de sus clientes en la comercialización de sus productos y finalmente el 70% de MYPES encuestadas no se encuentran formalizadas, teniendo el 80% como motivo principal su falta de conocimiento sobre los trámites para la legalización de sus actividades comerciales, reconociendo el 20% de los encuestados que, formalizarse les traería como ventaja principal el acceso al sistema financiero y de esta manera crecer dentro de su rubro comercial.

Palabras Claves: Formalización y Gestión de Calidad

ABSTRACT

The main objective of the present investigation was to describe the main characteristics of the Quality Management and the Formalization of the MYPES of the commercial sector - item sale of groceries in the central market of the city of Casa Grande, 2016. The research was non-experimental design - transverse - descriptive. In order to collect the information, a sample of 10 MYPES from a population of 10 was selected, in a directed form, to which a questionnaire of 15 closed questions was applied, obtaining the following results: 70% of the respondents have between 31 At 50 years of age, 50% are female and 100% only reach the secondary level in their academic training. According to the characteristics of the MYPES, 70% of these are not constituted as a formal company, 70% are not registered in sunat, 30% of these MYPES are subject to the general tax regime, 80% Does not declare or pay its taxes, 10% does not have a Municipal Operating License, 100% of these MYPES do not have a civil defense certificate. According to the characteristics of the Quality Management, 100% do not know what quality management is, 10% of the MYPES has implemented a quality management strategy, 90% evaluate the level of satisfaction of their clients in the Marketing of its products, 90% update its products according to the tastes and preferences of the customer, 90% sells products manufactured through standardized production processes, 90% evaluate the level of customer satisfaction in the marketing of its products and finally 70% of MYPES surveyed are not formalized, with 80% of them being the main reason for their lack of knowledge about legal procedures for the legalization of their commercial activities, with 20% of those surveyed acknowledging that, Access to the financial system and in this way grow within its commercial area.

Key Words: Formalization and Quality Management

CONTENIDO

2.	Hoja de firma del jurado y asesor	ii
3.	Agradecimiento	iii
4.	Dedicatoria	iv
5.	Resumen	v
6.	Abstract	vi
7.	Contenido	vii
8.	Índice de gráficos, tablas y cuadros.	viii
I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	REVISION DE LITERATURA	4
III.	HIPÓTESIS	34
IV.	METODOLOGIA	35
	4.1 Diseño de la investigación	35
	4.2 Población y muestra	35
	4.3 Definición y Operacionalización de las variables y los indicadores.	36
	4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	37
	4.5 Plan de análisis	37
	4.6 Matriz de consistencia	37
	4.7 Principios éticos	38
V.	RESULTADOS	39
	5.1 Resultados	39
	5.2 Análisis de resultados	41
VI.	CONCLUSIONES	47
	Referencias bibliográficas	48
	Anexos	52-67

ÍNDICE DE TABLAS, CUADROS Y GRÁFICOS

Tabla 01: Características generales de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – venta de abarrotes en el Mercado Central de la ciudad de Casa Grande, año 2016.	39
Tabla 02: Características de las micros y pequeñas empresas del sector comercio – venta de abarrotes en el Mercado Central de la ciudad de Casa Grande, año 2016.	39
Tabla 03: Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del comercio – venta de abarrotes en el Mercado Central de la ciudad de Casa Grande, año 2016	40
Tabla 04: La formalización en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – venta de abarrotes en el Mercado Central de la ciudad de Casa Grande, año 2016.	41

FIGURAS (ANEXOS)

Figura N° 1: Edad de los representantes de las Mypes	59
Figura N° 2: Genero de los representantes de las Mypes	59
Figura N° 3: Grado de instrucción de los representantes de las Mypes	60
Figura N° 4: Esta constituido como una empresa formal	60
Figura N° 5: Se encuentra registrado en SUNAT	61
Figura N° 6: A qué régimen tributario se encuentra sujeto	61
Figura N° 7: Declara y paga puntualmente sus impuestos	62
Figura N° 8: Tiene licencia Municipal de Funcionamiento	62
Figura N° 9: Cuenta con Certificado de Defensa Civil	63
Figura N° 10: Conoce lo que es Gestión de Calidad	63
Figura N° 11: Su empresa ha aplicado alguna estrategia de Gestión de Calidad	64
Figura N° 12: Su empresa actualiza los productos, según los gustos y preferencias del cliente	64
Figura N° 13: Los productos que comercializa es fabricado mediante procesos estandarizados de producción	65
Figura N° 14: Evalúa usted el nivel de satisfacción de sus clientes en la comercialización de sus productos	65
Figura N° 15: Conoce los pasos para formalizar una MYPE	66
Figura N° 16: Cuanto tiempo duró los trámites para la formalización	66
Figura N° 17: Qué ventajas percibe usted de la formalización	67

I. INTRODUCCIÓN

La mayoría de países de América Latina se encuentran afectados por problemas sociales, como los de extrema pobreza, es en este contexto en el cual se desarrollan la mayoría de micro y pequeñas empresas, las cuales se encuentran en zonas urbanas, zonas rurales y en todos los sectores de la economía. Estas empresas representan un gran potencial para el crecimiento económico, desarrollo social y generación de empleo en la región.

La microempresa actualmente representa una parte importante de la fuerza laboral en muchos países y constituye en sí misma el centro de la actividad económica.

En la actualidad las Micro y pequeñas empresas (MYPES) en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, tienen una gran significación por que aportan con un 40% al PBI, y con un 80% de la oferta laboral, sin contar con el autoempleo que genera; el desarrollo de dichas empresas se encuentra estancado, principal mente por la falta de un sistema tributario estable y simplificado que permita superar problemas de formalidad de estas empresas y que motiven el crecimiento sostenido de las mismas, es por ello que a continuación revisaremos la problemática de estas empresas desde una perspectiva crítica y analítica, finalizando con una propuesta tributaria específicamente para este sector, enmarcada en nuestra realidad nacional.

Sin embargo, una preocupación fundamental es la informalidad de las MYPES y la búsqueda de alternativas para su formalización pero lamentablemente las MYPES no se desarrollan en su totalidad por la falta de un sistema tributario estable y simplificado que permita superar problemas de formalidad de sus empresa.

(Sánchez, B. 2006). En la ciudad de Casa Grande donde se desarrollará el presente estudio de investigación, existen varios establecimientos del rubro comercial de abarrotes conocidas como mypes, dedicadas a la venta de productos de primera necesidad, de quienes se desconoce si aplican técnicas de gestión de calidad y cuáles son los requisitos para formalizar su mypes. Para lo cual se planteó la siguiente pregunta de investigación; cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad y la Formalización de las micros y pequeñas empresas del sector Comercio - rubro venta de Abarrotes en el Mercado Central de la ciudad de Casa Grande, año 2016. Para dar respuesta al problema, hemos planteado el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de Calidad y la formalización de las micros y pequeñas empresas del Sector Comercio-rubro venta de Abarrotes en la ciudad de Casa Grande, año 2016. Además de plantear los siguientes objetivos específicos: En primer lugar describir las principales características del representante legal de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio-rubro venta de Abarrotes en la ciudad de Casa Grande, año 2016; en segundo lugar describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro venta de Abarrotes en la ciudad de Casa Grande, año 2016; en tercer lugar describir las principales características de la Gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio–rubro venta de Abarrotes en la ciudad de Casa Grande, año 2016 y finalmente describir cuales son las principales características de la Formalización de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – venta de Abarrotes en la ciudad de Casa Grande, año 2016. Asimismo, esta investigación se justifica porque permitirá obtener las principales características de la gestión de calidad y la formalización que se aplican en las mypes para su crecimiento y

desarrollo, dinamizando así el progreso económico y la mejora en la calidad de vida de la población, minimizando en cierta forma los índices de extrema pobreza en la cual se encuentran algunos sectores de la ciudad de Casa Grande. Por otro lado, brindará a la comunidad empresarial y a los emprendedores, conocimientos sobre los beneficios de la aplicación de la gestión de calidad y la formalización en sus micros y pequeñas empresas, consiguiendo así una mejor organización, mayores beneficios y por ende ser más competitivos.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Guzmán, I (2013). En su tesis titulado, “Caracterización de la Gestión de calidad y formalización de las MYPES rubro Librerías (ciudad Piura) año 2013, el tipo de la investigación es descriptiva porque busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas (propietarios y trabajadores de las MYPES) que se someten al análisis. En el caso de la presente investigación se está buscando encontrar la influencia de la Gestión de calidad y la Formalización las MYPES comerciales rubro librerías de la ciudad de Piura al año 2013. La población de la investigación está conformada por 46 personas de las cuales 18 son empresarios 28 colaboradores de la ciudad de Piura, por lo tanto es una población finita. Por lo que **Se concluye** que no hay una buena relación entre la calidad de gestión y formalización, por la falta de capacitaciones en atención al cliente. Se debe mejorar los factores de gestión de calidad de las Librerías, a pesar que se tiene conocimientos que la formalización vincula positivamente la competitividad y la rentabilidad. El nivel de manejos de mecanismos para el control de calidad y servicio no está muy bien claro, a pesar que la mayoría de las empresas del rubro conocen que la formalidad ayuda a desarrollar con éxito el nivel de rentabilidad a las empresas. La mayoría de los microempresarios encuestados coincidieron en que la gestión de calidad del rubro librerías si les genera beneficio siempre que la entendamos desde dos dimensiones. La primera tienes que ver con el bien o producto en sí mismo. Debe cumplir con cuatro requisitos: estar bien presentado, estar bien diseñado, ser durable, tener un buen funcionamiento. El segundo nivel de calidad tiene que ver con proveer un buen servicio. Los microempresarios objeto de la investigación en su mayoría respondieron que para la formalización de sus organizaciones se requiere complementar los factores de:

capacitación; disminución de las tasas; y una adecuada distribución de las diferentes actividades que se desarrollan. Un alto porcentaje de los microempresarios encuestados manifestaron que integrándose a la formalidad de su negocio tendrían ventajas como: Tendrás registrada legalmente la propiedad de tu tienda, tus equipos y tus productos; acceder a préstamos y créditos en los diferentes bancos, cajas o instituciones financieras; Tendrás mayores posibilidades de acceder a nuevos mercados, es decir expandirte como empresa si lo deseas; Poseer mayores posibilidades de generar posicionamiento en el mercado al cual incursionas; Tendrás la posibilidad de pertenecer a asociaciones empresariales; comprar con factura y acceder un crédito fiscal; participar en licitaciones públicas, es decir vender al estado o caso contrario ser proveedor de empresas particulares.

Gutiérrez, (2016). En su tesis titulado, “Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas del centro comercial galerías Alfa, Chimbote, 2013”. Obtuvo los siguientes resultados:

El 35,7% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas tienen una edad entre los 40 a 50 años.

El 64,3% pertenecen al género femenino.

El 64,3% tiene como grado de instrucción nivel secundario.

El 50% tiene conocimiento sobre administración.

El 100% son empresas formalizadas.

El 57,1% tiene de 8 años a más de antigüedad, no cuentan con equipos de alta tecnología un 78,6%.

El 85,7% cuenta con instalaciones físicas visualmente atractivas.

El 28,6% si realiza publicidad.

El 75% de las Mypes que aplica la publicidad si considera sus elementos visualmente atractiva.

El 85,7% no tiene conocimiento de la nueva ley.

Con respecto a la gestión de calidad:

El 57,1% no tiene conocimiento sobre gestión de calidad.

El 78,6% si muestra interés para solucionar problemas cuando los hay, el 100% tiene un trato amable con los clientes.

Para el 57,1% no existe un manual de calidad.

El 64,3% resuelve las necesidades de los clientes.

El 71,4% si identifica los problemas para dar un buen servicio. Concluyendo que referente a los empresarios, el 35.7% de las micro y pequeñas empresas están representadas por personas adultas entre 40 a 50 años, son mujeres, han culminado sus estudios secundarios y la mitad tienen conocimiento de administración de empresas. Referente a las micro y pequeñas empresas, el total de las micros y pequeñas empresas son formales, la mayoría tienen 8 años a más de antigüedad en el mercado, no cuentan con equipos de alta tecnología, sus instalaciones son visualmente atractivas, la mayoría no realizan publicidad pero de los que realizan si son visualmente atractivas y desconocen de la nueva ley. Referente a la variable Gestión de Calidad, la mayoría no tienen conocimiento sobre gestión de calidad. Pero si buscan dar soluciones a los problemas de su micro y pequeña empresa, la totalidad de las Micro y Pequeña Empresa si brinda un buen trato al cliente, de las mismas la gran mayoría no cuenta con un manual de calidad, así como también prioriza en resolver las necesidades del cliente e identificar procesos para dar un buen servicio.

Cieza, (2013). En su tesis titulado, “Gestión de Calidad y formalización de las Mypes del sector comercio – compra y venta de calzado en el centro comercial “el virrey” – Trujillo, años 2013”. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

El 50% de los representantes de las MYPE tienen entre 30- 50 años de edad.

El 75% de los representantes legales de las MYPE son de género masculino.

El 35% de los representantes legales de las MYPE tienen educación secundaria; un 87.5% conoce las normas ISO de certificación de calidad.

El 100% MYPE son formalizadas.

El 62.5% sabe que el beneficio más importante de la formalización es el acceso a un crédito financiero.

El 75% entiende que la formalización incrementará los costos laborales y con un 75% se contribuye a la expansión en la comercialización de la empresa. Concluyendo que con respecto a las empresas, la mitad de las MYPES encuestadas se establece que los representantes tienen entre 30 a 50 años, la mayoría son de género masculino y la mayoría relativa tienen secundaria completa. Con respecto a la gestión de calidad, todas las MYPES encuestadas comercializan productos fabricados mediante proceso estandarizado de producción, la mayoría de los encuestados no conoce las normas ISO de certificación de calidad, han implementado el servicio de pre y posventa con la ayuda de las redes sociales, capacitó al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente en el año 2013, actualizan modelos del producto, según gustos y preferencias del cliente, usan las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto, la mitad de los encuestados evalúa el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto.

Valderrama, (2015). En su tesis titulada, Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito del

Porvenir, año 2014”; se obtuvo los siguientes resultados: El 90% de sus representantes son del sexo femenino.

El 42.86% de los representantes de las 10 MYPES tienen la edad entre 50 y 60 años en el sexo masculino y con un 50% en el sexo femenino.

El 53.3% de los empresarios cuentan con estudios secundarios.

El 60% de estas organizaciones se encuentran realizando sus actividades más de 10 años.

El 66.7% de estas micro empresas tienen más demanda en calzado para damas, los micro empresarios dijeron que sus clientes al momento de hacerles una compra se fijan en la calidad con un porcentaje del 46.7%.

El 40% de los micro empresarios determinan su calidad de su calzado a través de su materia prima.

El 40% de los empresarios utilizan controles posteriores a su fabricación.

El 60% de las organizaciones capacitan a sus trabajadores cada año.

El 80% de las Mypes hacen cambio o mantenimiento de su maquinaria cuando es necesario, de las 15 microempresas 10 se consideran competitivas con 66.7%, los microempresarios indicaron que ellos se diferencian de su competencia por sus precios con un 33.3%, y por la calidad de su calzado con un 33.3%. Concluyendo que la edad por género de los representantes y dirigentes de las micro empresas de calzado del distrito del Porvenir, contamos que entre la edad promedio de los representantes de las MYPES está entre 50-60 años, lo que nos indica que son personas completamente maduras con un grado de instrucción básico con un 53.3% ya que la mayoría de los micro empresarios solo tienen estudios secundarios. Por lo general el 60% de estas MYPES vienen realizando sus actividades durante más de diez años lo que indica que cuentan con bastante experiencia en rubro de venta de calzado, contando con una

demanda del 66.75% en calzado para damas y menos del 50% en calzado para caballeros lo que indica que estas empresas tienen mayor representación en el mercado en venta de calzado para mujer. Se llegó a la conclusión que los clientes antes de adquirir los productos tienen en cuenta la calidad y el precio como requisito de compra con un 46.7% en calidad y en el precio con 33.3%; la variación que hay entre las dos es mínima por lo tanto se debe trabajar en los dos factores de manera equitativa. Por otro lado tenemos que estas empresas determinan su calidad a través de su materia prima con las que trabajan con un 40% y las demás en la mano de obra con los que cuentan para sus procesos con un 33.3%. Podemos concluir que mayormente estas empresas realizan controles posteriores a la fabricación del calzado con un 40% y un 26.7% no emplean ningún control en sus procesos por lo tanto corren el riesgo de que sus productos terminados resulten fuera de las especificaciones correctas o defectuosos que ocasione posiblemente pérdida de clientes. Tenemos un 26.7% de micro empresas que no capacitan a sus trabajadores por lo tanto es un 11 porcentaje representativo; en lo cual se debería trabajar ya que representa un punto débil para la organización a comparación de las demás que si capacitan a sus colaboradores. Las MYPES con un porcentaje del 80% si realizan cambios y mantenimiento de sus maquinarias de producción cuando es necesario, es decir que estas empresas si están pendiente de las circunstancias que se presentan en el desarrollo de sus actividades de fabricación. Según las encuestas el 33.3% de las MYPES no se consideran competitivas por la falta de maquinaria importada y escases de materia prima, representando un punto de baja competitividad ya que al no contar con materia prima oportuna y maquinaria que requieren ciertos zapatos la producción de los lotes de calzado se verá afectada por lo tanto en la rentabilidad de la micro empresa también. Los micro empresarios constataron en la encuesta que su diferenciación como empresa

tienen que ver con los precios y por la calidad de su calzado con un 33.3%, podemos decir que la diferencia de estas microempresas de las demás es mínima. La publicidad o los medios que usan estas microempresas para darse a conocer como empresas es mediante afiches con un 60% de representación en el mercado y un 33.3% con paneles publicitarios.

Berrú, (2014). En su tesis titulada, “Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro de zapaterías de la ciudad de Sullana, región Piura. Año 2014”; obtuvo los siguientes resultados:

El 50% de los representantes de las MYPES del sector comercial rubro zapatería tiene entre 36 y 50.

El 62.5% de los representantes de las MYPES son de género masculino.

El 37.5% de los representantes de las MYPES del sector comercial rubro zapatería tiene instrucción secundaria.

El 75% de los representantes de las MYPES del sector comercial rubro zapatería tiene como alternativa artesano.

El 37.50% de las MYPES encuestadas tienen más de 3 años en el mercado.

El 75% de las MYPES del sector comercial rubro zapaterías son informales.

El 50% tiene 01 trabajador permanente, del 100% de los encuestados.

El 37.50% tiene entre 01 y 02 trabajadores eventuales, del 100% de los encuestados.

El 75% se formó por subsistencia.

El 87.50% aprueban la competitividad para el buen desempeño de las MYPES, el 62.50% de las MYPES no asesoran al comprador.

El 50% de las MYPES entregan el producto al cliente con la menor demora posible.

El 75% de las MYPES procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores.

El 50% de las MYPES responden a sus consultas y/o reclamos posteriores a la compra.

El 75% no utilizan las redes sociales para atención a sus clientes.

El 57.50% de las MYPES son publicadas a través de la radio.

El 47.50% de las MYPES del sector comercial rubro zapaterías el empleador capacita e incentiva a los 12 trabajadores a más de 3 años.

El 50% de las MYPES considera regular el aspecto y estado físico de las instalaciones.

El 62.50% de las MYPES considera que el personal de ventas y servicio no es honesto en la información que le proporciona. Concluyendo que respecto al perfil del empresario, del 100% de los representantes legales de las MYPES encuestados se puede afirmar que el 50 % de los representantes tienen entre 36 y 50 años, el 25 % solo tienen estudios primarios, el 75% de los representantes legales de las MYPES encuestados son artesanos y el 75 % tiene como objetivo primordial la subsistencia.

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

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

Luciano, (2013). En su tesis titulada, “Caracterización del financiamiento y la formalización de las MYPES del sector comercio - rubro venta de computadoras de la ciudad de Chimbote, período 2011-2012” Concluyendo con respecto a la

formalización: que del 100% de la muestra el 94% son del sexo masculino, mientras el 6% son del sexo femenino, adicionalmente el 100% de los representantes de las MYPES tienen el grado de instrucción superior y que el 61% tienen a su cargo de 5 a 10 trabajadores, y en su totalidad se encuentran formalizados ya que perciben las ventajas que brinda la formalización a su empresa son el aumento de ventas, acceso a crédito y el incremento de clientes.

Huaccha, (2014). En su tesis titulada, “Caracterización de la formalización y el financiamiento en las MYPES del sector servicio - rubro Cevicherías de la ciudad de Chimbote, 2012”, Concluyendo con respecto a la Formalización: que el 59% sostuvo que los costos son muy elevados, a pesar de las facilidades que brindan tanto las municipalidades como las demás entidades del estado, pero aun así el 100% de los encuestados tiene conocimiento de que la formalización les permite acceder con facilidad a créditos futuros, esto es cierto debido a que las entidades financieras brindan préstamos solo a organizaciones formales.

Pastor, (2010). En su tesis titulada, “La informalidad de las Mypes y su influencia en el acceso a los créditos que ofrece el Sistema Financiero en la ciudad de Los Olivos en el año 2010”, Concluyendo con respecto a la Formalización que:

- a) En todo el territorio peruano el 70 % de las Mypes son informales, de los cuales un 16% corresponde a Lima y el 84% al resto del país.
- b) Muchas MYPES se mantienen en la informalidad deliberadamente porque los gastos y la carga de trámites para entrar al sector formal no compensan los beneficios de permanecer en el sector informal, acompañado de su corta visión empresarial.
- c) Los sectores informales contribuyen ampliamente a las economías de las naciones, en términos tanto humanos como financieros. Sin embargo, como son "invisibles" para las instituciones gubernamentales y compañías del sector formal, no se les alcanza

fácilmente planes de mejora para el desarrollo de sus capacidades, y no pueden competir con compañías más grandes en los mercados. d) Los trabajadores en el sector informal no tienen protección laboral ni beneficios, como acceso a prestaciones de salud y seguridad, protección salarial, seguros, pensiones y sindicatos. Las MYPES informales también tienen un acceso restringido a facilidades de inversión y crédito. Como las actividades del sector informal se encuentran fuera del marco regulador formal, no pueden ser sometidas a tributación, lo que representa una pérdida de ingresos para los gobiernos. De esa manera, los sectores informales pueden ser una barrera para un desarrollo económico más amplio.

2.2 Bases Teóricas

Gestión de Calidad

Los sistemas de gestión de calidad son actualmente un referente de la excelencia empresarial. Ante las exigencias que impone un entorno competitivo cada vez más dinámico y globalizado, la gestión de la calidad empresarial permite ofrecer productos y servicios que satisfacen las expectativas de los clientes, a la vez que logra mejorar de forma continua los procesos de la empresa. Las ventajas que ofrece la implantación de modelos de gestión de calidad total, de excelencia empresarial o sistemas certificados son numerosas. Los índices de satisfacción de los clientes, las ventas y la rentabilidad de la empresa aumentan, y disminuyen los costes. Por otra parte, la gestión de calidad es un elemento que favorece la motivación e integración de los trabajadores en la empresa, actuando de una manera muy positiva en el clima laboral. Estos y otros beneficios permiten afirmar que la gestión de la calidad empresarial es un enfoque gerencial básico para mejorar la competitividad de las empresas. Lloréns y Fuentes, (2005).

Gestión

El concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación. Pérez y Merino, (2012).

Calidad

La calidad se basa en 2 aspectos muy importantes una de ellas es, una manera de producir los bienes o entregar servicios cuyas características medibles satisfacen un determinado número de especificaciones que están numéricamente definidas por otro lado en cuanto a los Productos y servicios de calidad son aquellos que satisfacen las necesidades de los clientes para su uso o consumo. Saldaña, (2015).

Gestión de Calidad

La trilogía de Juran sobre la Gestión de la Calidad, se basa en tres aspectos: planificación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad.

Estos tres aspectos de la Gestión de la Calidad siguen un proceso de mejora continua: la organización se fija unos objetivos de “coste de la no calidad” en la fase de planificación y define acciones para alcanzarlos; después aplica el control de calidad durante el proceso de fabricación, tomando acciones correctoras cuando se aleja de los objetivos y, al mismo tiempo, va aplicando la mejora de la calidad para reducir el nivel de coste de la “no calidad”. Juran, (1954).

Sistema de Gestión de Calidad

Mateo, (2009). Un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) no es más que una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, es planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo.

Otra manera de definir un Sistema de Gestión de la Calidad, es descomponiendo cada una de sus palabras y definir las por separado:

Sistema: Conjunto de elementos que relacionados entre sí ordenadamente contribuyen a determinado objetos (Real Academia Española, 2001).

Como ejemplo podemos citar los ecosistemas, los cuales están compuesto de varios elementos relacionados entre sí, tales como: Agua, clima, tierra y aire.

Gestión: Es la acción o efecto de hacer actividades para el logro de un negocio o un deseo cualquiera (Real Academia Española, 2001).

De estas dos definiciones podemos concluir que un Sistema de Gestión de la Calidad son actividades empresariales, planificadas y controladas, que se realizan sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad.

Entre los elementos de un Sistema de Gestión de la Calidad, se encuentran los siguientes:

- a. La Estructura Organizacional, es la jerarquía de funciones y responsabilidades que define una organización para lograr sus objetivos. Es la manera en que la organización organiza a su personal, de acuerdo a sus funciones y tareas, definiendo así el papel que ellos juegan en la misma.
- b. La Planificación, constituye al conjunto de actividades que permiten a la organización trazar un mapa para llegar al logro de los objetivos que se ha planteado. Una correcta planificación permite responder las siguientes preguntas en una organización: ¿A dónde queremos llegar? ¿Qué vamos hacer para lograrlo? ¿Cómo lo vamos hacer? ¿Qué vamos a necesitar?
- c. El Recurso, es todo aquello que vamos a necesitar para poder alcanzar el logro de los objetivos de la organización (personas, equipos, infraestructura, dinero, etc).
- d. Los Procesos son el conjunto de actividades que transforman elementos de entradas en producto o servicio. Todas las organizaciones tienen procesos, pero no siempre se encuentran identificados. Los procesos requieren de recursos, procedimientos, planificación y las actividades así como sus responsables.
- e. Los Procedimientos son la forma de llevar a cabo un proceso. Es el conjunto de pasos detallados que se deben de realizar para poder transformar los elementos de entradas del proceso en producto o servicio. Dependiendo de la complejidad, la organización decide si documentar o no los procedimientos.

Criterios para una Gestión de Calidad

El modelo Baldrige (1996) implantó para la autoevaluación, siete grandes criterios:

- a. Liderazgo: El cual está referido a la medida en que la Alta Dirección establece y comunica al personal las estrategias y la dirección empresarial y busca oportunidades. Incluye el comunicar y reforzar los valores institucionales, las expectativas de resultados y el enfoque en el aprendizaje y la innovación.

- b. Planificación Estratégica: Esta referido a como la organización plantea la dirección estratégica del negocio y como esto determina proyectos de acción claves, así como la implementación de dichos planes y el control de su desarrollo y resultados
- c. Enfoque al Cliente: Esta referido a como la organización conoce las exigencias y expectativas de sus clientes y su mercado. Asimismo, en qué proporción todos, pero absolutamente todos los procesos de la empresa están enfocados a brindar satisfacción al cliente.
- d. Información y Análisis: Esta referido a como la organización examina la gestión, el empleo eficaz, el análisis de datos e información que apoya los procesos claves de la organización y el rendimiento de la organización.
- e. Enfoque al Recurso Humano: Examina como la organización permite a su mano de obra desarrollar su potencial y como el recurso humano está alineado con los objetivos de la organización.
- f. Proceso Administrativo: Examina aspectos como factores claves de producción, entrega y procesos de soporte. Cómo son diseñados estos procesos, cómo se administran y se mejoran.
- g. Resultados del negocio: Examina el rendimiento de la organización y la mejora de sus áreas claves de negocio: satisfacción del cliente, desempeño financiero y rendimiento de mercado, recursos humanos, proveedor y rendimiento operacional. La categoría también examina como la organización funciona en relación con sus competidores.

Factores que influyen en la Gestión de Calidad

Feigenbaum (1994). La calidad de los productos y servicios está influida directamente en nueve áreas básicas, o lo que se podría considerarse como las "9 eMes": Mercados, dinero, administración, hombres, motivación, materiales, máquinas, y mecanización,

métodos modernos de información y requisitos crecientes del producto. En cada área, la industria se encuentra hoy sujeta a condiciones que actúan sobre la producción en una forma experimentada en periodos anteriores.

- a. Mercados. El número de productos nuevos o modificados ofrecidos al mercado crece de una manera explosiva. Muchos de esos productos son el resultado de tecnologías nuevas que abarcan no solamente al producto en sí, sino también a los materiales y métodos empleados en su manufactura. Los negocios de hoy están identificando cuidadosamente los deseos y necesidades de los consumidores como una base para el desarrollo de productos nuevos.
- b. Dinero. Los costos de la calidad conjuntamente con los de mantenimiento y de mejoramiento se han remontado a alturas sin precedente. Este hecho a enfocado la atención de algunas gerencias hacia el campo de costo de la calidad como un "punto débil" ayudar a mejorar las utilidades, disminuyendo sus costos y pérdidas operativas.
- c. Administración. La responsabilidad de la calidad se ha distribuido entre varios grupos especializados. En otros tiempos, el jefe de taller y el ingeniero del producto eran los únicos responsables de la calidad del producto.
- d. Personal. El crecimiento rápido de conocimientos técnicos y la creación de campos totalmente nuevos, tales como la industria electrónica, han creado gran demanda de personas con conocimientos especializados. La especialización se ha hecho necesaria porque los campos de conocimiento se han incrementado no sólo en número sino en amplitud.
- e. Motivación. La investigación de la motivación humana ha mostrado que además de la recompensa en dinero, los trabajadores de hoy requieren de refuerzos con un

sentido de logro en sus tareas y el reconocimiento positivo de que están contribuyendo personalmente el logro de las metas de la compañía.

- f. Materiales. Debido a los costos de la producción y a las exigencias en cuanto a calidad, los ingenieros están usando los materiales dentro de los límites más estrechos que antes y empleando algunos metales raros y aleaciones metálicas para aplicaciones especiales.
- g. Máquinas y mecanización. La exigencia dentro de las compañías de lograr reducciones de costos y mayor volumen de producción para satisfacer al consumidor en mercados altamente competitivos ha conducido al uso de equipo más y más complicado, que depende en mucho de la calidad de los materiales empleados. A medida que las compañías transforman su trabajo haciéndolo más automático y más mecanizado a fin de reducir costos, se hace más crítica una buena calidad.
- h. Métodos modernos de información. Los nuevos y constantemente mejorados métodos de procesamiento de datos han puesto a la disposición de la administración información más útil, exacta, oportuna y predictiva sobre la cual basar las decisiones que guían el futuro de un negocio.
- i. Requisitos crecientes del producto. El aumento en la complejidad y los requerimientos de desempeño superior de todo producto han servido para hacer más grande la importancia de la confiabilidad y seguridad del producto. Debe ejercerse una vigilancia constante para evitar que factores, conocidos o desconocidos, se introduzcan en el proceso y disminuyan el grado de confiabilidad de los componentes o de todo el sistema. Solamente el ejercicio de tal vigilancia puede conducir a un diseño fundamental de confiabilidad.

Sistema de Indicadores

Elías, (2002). Los indicadores de calidad son instrumentos de medición, basados en hechos y datos, que permiten evaluar la calidad de los procesos, productos y servicios para asegurar la satisfacción de los clientes, es decir, miden el nivel de cumplimiento de las especificaciones establecidas para una determinada actividad o proceso empresarial. Los indicadores de calidad, idealmente pocos aunque representativos de las áreas prioritarias o que requieren supervisión constante de la gestión, deben ser: a) realistas: relacionados con las “dimensiones” significativas de la calidad del proceso, producto o servicio b) efectistas: que se centren en el verdadero impacto de la calidad c) visibles: en forma de gráficos de fácil interpretación, accesibles a las personas involucradas en las actividades medidas d) sensibles a las variaciones del parámetro que se está midiendo e) económicos: sencillos de calcular y gestionar.

En función de la característica medida, los indicadores pueden clasificarse como: a) Generales: índices de incumplimiento de requisitos sobre un servicio global. b) Específicos: similares a los anteriores pero referidos a un tipo de servicio concreto o a una casuística de fallos determinada c) Ponderados: considerando una valoración, no necesariamente económica, de la importancia del fallo / incumplimiento. y pueden ser de: a) Conformidad: índices con que se evalúa internamente el grado de cumplimiento con los requisitos o especificaciones del servicio, mediante inspección o “cliente anónimo”. b) Servicio: similares a los anteriores pero referidos a dimensiones no contractuales de la calidad del servicio (trato, amabilidad, capacidad de respuesta, etc.). Satisfacción: evalúan la percepción del cliente acerca de la calidad del servicio.

Tipos de Indicadores

Elías, (2002), establece los siguientes tipos de indicadores de calidad:

1. Indicador de calidad del proceso / actividad. Reflejan el nivel de cumplimiento de las especificaciones previstas en la realización de las actividades de uso Público, basándose en los datos generados por las mismas.
2. Indicador de calidad del servicio Reflejan las características del servicio final ofrecido al visitante, a partir de los datos de inspección o verificación recogidos internamente.
3. Indicador de calidad de la percepción del visitante Reflejan la opinión del visitante respecto al servicio recibido, recogándose mediante encuestas o métodos afines.

Un sistema de indicadores de calidad completo debe contemplar los tres tipos de indicadores, de manera que exista un control global de las actividades de Uso público del espacio natural protegido y de los resultados generados frente al visitante por las mismas. Las causas que motivan el resultado final del proceso deben buscarse en el origen, ya que un defecto o error detectado en la primera actividad evita la posible ejecución defectuosa del resto del proceso. Si se desea obtener un determinado resultado es necesario controlar las causas que lo motivan. Los indicadores de calidad de los procesos van orientados a controlar la cadena causa-efecto de las actividades del Uso público.

Teoría de la formalización

La formalización no es un concepto neutro. En verdad, el grado hasta el cual está compuesta una organización es una indicación de las perspectivas de quienes toman decisiones en ella respecto de los miembros organizacionales, pues tiene consecuencias importantes para la organización y las subunidades, en términos de procesos tales como las comunicaciones y la comunicación. Las reglas y

procedimientos diseñados para manejar las contingencias que enfrenta la organización forman parte de lo que se llama formalización, varía la extensión de las reglas y procedimientos. Y esto representa el uso de normas en una organización. La codificación de los cargos es una medida de la cantidad que definen las funciones de los ocupantes de los cargos, en tanto que la observancia de las normas es una medida de su empleo. La formalización aparece naturalmente cuando las organizaciones crecen, sea por el estilo de gestión o por condiciones de su entorno, algunas instituciones desarrollan características extremas, perdiendo flexibilidad. Las sucesivas generaciones de dirigentes que la organización pone al frente crean condiciones de distorsión de la formalización. En resumen la formalización es una técnica organizacional de prescribir como, cuando y quien debe realizar las tareas. Hall, (1996).

La Formalización como desarrollo de la MYPE

Para asegurar el desarrollo de las MYPE'S es indispensable la formalización de las MYPE'S que asegure su crecimiento de micro a pequeña empresa y de ésta hacia la mediana y gran empresa. Esto significa un cambio de legislación laboral y tributaria que aliente la formalización de las MYPE'S y destierre el atractivo de la informalidad, que sacrifica el beneficio del crecimiento virtuoso de las MYPE'S por falta de financiamiento. El reto del Perú y del nuevo gobierno está en identificar en cada región del Perú proyectos agroindustriales de alto impacto económico y social, que asegure una articulación competitiva de los diferentes actores económicos, las MYPE'S, la mediana y gran empresa, las instituciones financieras, las instituciones de apoyo y el Estado, de manera que asegure una razonable rentabilidad de mercado en cada eslabón de la cadena de valor, con mecanismos de

intervención del Estado y/o instituciones en el mercado, que asegure la ejecución de proyectos productivos de alto impacto social. La agroindustria y el turismo constituyen una oportunidad para el nuevo gobierno de una intervención decidida de crecimiento de las MYPE'S con medidas pragmáticas de legislación laboral y tributaria que permita la formalización real y concreta de las MYPES como lo hizo España en los años 80 a la fecha. Esta legislación debe ser proyectada para constituirse en el motor de la economía para generar empleo como una forma de capitalismo popular que aliente la formalización de MYPE'S y haga posible que la Banca pueda utilizar los US\$ 9,500 millones de liquidez y generar valor que tanto necesitan los empresarios y trabajadores de las MYPE'S para mejorar su calidad de vida. (Vela, 2007).

Instrumentos de la formalización

El Estado ha empleado diversas estrategias que buscan incorporar a los agentes informales al marco de legalidad. Sin embargo, el régimen general inicial que propiciaba un trato igualitario a todas las empresas, escondía una profunda discriminación y falta de conocimiento de la realidad socioeconómica de los sectores emergentes que no compartían el mismo nivel de producción que las inversiones de capitales de gran escala. Es así que el tratamiento homogéneo generaba desincentivos a las micro y pequeñas empresas que impedían su incorporación al sector formal; por lo que surgió la necesidad de generar regímenes especiales que se adecuaban a la naturaleza de la realidad, tal como determina nuestra constitución. A pesar de la existencia de estos diversos regímenes flexibles aplicables a las microempresas, no ha sido posible la reducción de informalidad en la economía peruana; por lo que se ha hecho necesaria la formulación de nuevos

esquemas 11 legales, como el mostrado en Decreto Legislativo N° 1086. De seguro que este no será el último dispositivo legal que el Estado dicte para regular la situación de las micro y pequeñas empresas, pues habrá muchos más de acuerdo a lo que la realidad del sector exija y a las políticas que el gobierno de turno pretenda implantar para las mismas. (Cárdenas, 2010).

Razón de formalizar una empresa

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

Importancia de la formalización de las MYPES

Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (2007). Las Mypes representan el 98% del tejido empresarial del país; no obstante, el 74.3% de ellas son informales. Esta situación de informalidad de un sector tan vital para la economía del país ocasiona bajos niveles de ingresos y competitividad de los mismos, repercutiendo negativamente en la calidad del empleo. De acuerdo con el estudio realizado por la Dirección Nacional de la MYPE - DNMYPE del MTPE, el 77% de las empresas que conforman la Mype tiene un volumen de ventas anuales menores a las 13 UIT (menos de S/.3, 500 mensuales, equivalentes a S/.42, 000 23 anuales), mucho menores que el rango máximo establecido por la Ley N° 28015, de 150 UIT anuales para la microempresa y de 850 UIT para la pequeña empresa. En este sentido, si se quiere revertir esta realidad, se debe establecer un sistema para la

formalización que contemple, entre otros elementos, la simplificación de trámites, la sensibilización en una cultura de la formalización, información, capacitación y asesoría en el proceso de formalización empresarial. Las razones para hacerlo son varias, las ventajas relacionadas son múltiples.

Pasos para formalizar una MYPE

La formalización de una empresa o negocio significa hacer que éste sea reconocido como tal por el Estado peruano, es cierto que esto genera un costo y se tiene que cumplir una serie de requisitos legales, pero ser formal tiene muchas ventajas; evitas que confisquen tus productos o que cierren o multen tu negocio, ganas credibilidad y confiabilidad ante tus clientes, puedes conseguir socios y pedir créditos o préstamos, acceder a beneficios tributarios o formar alianzas estratégicas con proveedores.

Pasos que debes seguir para formalizar tu empresa según Superintendencia Nacional de los Registros Públicos. (SUNARP).

1. Reservar el nombre de tu empresa. Debes ir a la Oficina de Registros Públicos y verificar que no exista otro nombre o razón social igual al que vas a usar para tu empresa. Luego, debes reservar el nombre que elegiste para que nadie más pueda inscribirse con él. La reserva dura 30 días, lo que significa que debes completar los pasos 2, 3 y 4 en ese lapso.
2. Hacer la minuta de constitución. Para hacer este documento necesitas de un abogado. El documento debe incluir el tipo empresa que vas a constituir y los estatutos, los datos de los socios/accionistas y sus aportes económicos, la dirección comercial, fecha de inicio de actividades y el número y tipo de bienes con los que iniciarás operaciones.

3. La escritura pública. Una vez redactada la minuta, debes llevarla a una notaría adjuntando una constancia del capital de la empresa, un inventario de los bienes, y el certificado de Registros Públicos con la reserva del nombre de tu empresa. Así se genera una Escritura Pública.
4. Inscripción en Registros Públicos. El notario realiza esta inscripción, oficializando así la existencia de tu empresa.
5. Obtención del RUC. Debes ir a la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (Sunat) con la documentación requerida según el tipo de empresa que estás formando. Para ello debes tener en cuenta si te presentas como persona natural o jurídica y la categoría de la renta que vas a escoger.
6. Legalización de libros contables. Una vez que tengas tu número de RUC y sepas tu tipo de renta, deberás comprar libros contables acordes a ella. Estos libros deben estar legalizados por un notario.
7. La licencia municipal. Debes solicitarla en la municipalidad de la ciudad donde se ubicará físicamente tu empresa. Como especifica la web de la Cámara de Comercio de Arequipa, por lo general, debes llevar una copia del RUC, el certificado de zonificación, un croquis de la ubicación, copias del contrato del local y de la Escritura Pública, recibo de pago por derecho de licencia y un formulario de solicitud otorgado por la municipalidad.
8. Autorizaciones especiales. Algunas empresas o negocios necesitan autorizaciones especiales para empezar a funcionar, como las de transporte de carga pesada, escuelas o veterinarias.
9. Autorización o presentación de planillas. Este trámite se realiza ante el Ministerio de Trabajo. Estás obligado a llevar planilla si eres persona jurídica o

eres persona natural con más de tres trabajadores a tu cargo o recibes al menos una prestación de servicio de terceros. (SUNARP, 2016).

Ventajas de la formalización

- Permite solicitar créditos en el sistema financiero formal.
- Permite participar en programas de apoyo a las microempresas y pequeñas empresas.
- Mayores posibilidades de acceder a nuevos mercados, y competir tanto en el mercado nacional como internacional.
- Puedes diseñar, fabricar y comercializar tus propios productos (marca registrada, patentes, diseños industriales).
- Puedes obtener beneficios sociales y seguro (ESSALUD) para tí, tu familia y tus trabajadores.
- Permite mejorar la atención a nuestros clientes e incrementar el número de estos.
- Permite participar en concursos públicos para ser proveedores de bienes o servicios al Estado.
- Al ser formales, las empresas tienen acceso, a través del Fondo de Investigación y Desarrollo para la Competitividad - FIDECOM, a los programas de capacitación de los trabajadores y de los conductores de las micro y pequeñas empresas, a fin de fortalecer su capacidad de conocimientos tecnológicos para la innovación en procesos, servicios y otros. (Boletín empresarial,2012)

Desventajas de ser Informal

- No tiene acceso al crédito formal, lo que impide la realización de mayores inversiones.

- No se puede acceder a financiamiento o, en su defecto, lo hace pero con costos financieros más altos por el mayor riesgo que esto implica.
- No puede expandirse más allá de su mercado local.(Morote, s.f)

Formalización legal de las MYPES

El proceso de formalización legal de la Mype en el Perú es realmente muy engorroso, según Aguilar, (1994) señala que “en promedio todo el trámite demora unos 120 días”. Empecemos con la constitución de una microempresa: El recorrido inicia en la Sunat donde deberá tramitar su número de RUC para lo cual solo se necesita el documento de identidad y los recibos de luz, agua y telefonía fija del local de la empresa. Luego debemos elegir el régimen tributario más conveniente, estos pueden ser:

- Régimen Único Simplificado (RUS)
- Régimen Especial.
- Régimen General.

Realizado esto procedemos a imprimir los comprobantes de pago (en caso de haber elegido la segunda o tercera opción) para lo cual hay que presentar los formularios N° 806 y N° 816.

Luego procedemos a la obtención de permisos especiales, estos son otorgados por la institución correspondiente al giro de la empresa. Ejemplo, si queremos abrir un hostel necesitamos el permiso del Ministerio de Turismo y Comercio Exterior (MINCETUR). Seguido a esto pasamos a los libros de contabilidad que se llevan según el nivel de ventas de la empresa. A continuación tramitamos la licencia de funcionamiento municipal para lo cual la empresa debe cumplir con los requisitos específicos por la Municipalidad de su Distrito ejemplo de esto es el Certificado de

Defensa Civil, entre otros. Luego debemos hacer visar el libro de planillas por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Luego pasamos al registro patronal y a la aseguración de los empleados en ESSALUD. Y finalmente el trámite con INDECOPI en la cual se hace el registro de marcas y patentes de la empresa”. (Aguilar, 1994).

2.3 Marco Conceptual

MYPES

Definición de MYPES

(Ministerio de Trabajo y Producción, s.f.) Una MYPE es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios.

Es importante resaltar que, la microempresa no necesita constituirse como persona jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario.

Según Ley N°30056

	Ventas Anuales en UIT	Ventas Anuales en Soles	Trabajadores
Micro Empresa	Hasta 150 UIT	592,500 soles	No hay limites
Pequeña Empresa	Más de 150 UIT y hasta 1,700 UIT	Más de 592,500 soles y hasta 6'715,000 soles	No hay limites
Mediana Empresa	Más de 1,700 UIT y hasta 2,300 UIT	Más de 6'715,000 soles y hasta 9'085,000 soles	No hay limites

El valor de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) para el año 2015 es de 3,950 soles. Establecida por D.S. N°397-2015-EF.

Definición de Bodega

La bodega o tienda es un tipo de establecimiento comercial en el cual la gente compra bienes o servicios a cambio del desembolso de una determinada cantidad de dinero, es decir, del valor monetario con el cual el producto o servicio ha sido asignado. (López, Segovia, García y Beade, 2013).

Tradicionalmente, las tiendas, son establecimientos pequeños que ofrecen atención directa por parte de un vendedor que asesora acerca de los productos y servicios que allí se venden, además, supone la presencia de un mostrador o mesa que cumple la función de separación, división, de la sala de ventas con respecto a los artículos que están a la venta. La tienda sería algo así como el opuesto al comercio conocido como de libre servicio en el cual es el propio consumidor, cliente, quien se acerca a los artículos, los escoge y los lleva.

Definición de RUC:

Es el registro administrativo a cargo de la SUNAT donde se encuentran inscritos los contribuyentes de todo el país, así como otros obligados a inscribirse en él por mandato legal.

Contiene información como el nombre, denominación o razón social, el domicilio fiscal, la actividad económica principal y las secundarias de cada contribuyente. Asimismo, recoge la relación de tributos afectos, teléfonos, la fecha de inicio de actividades y los responsables del cumplimiento de obligaciones tributarias.

Cada contribuyente es identificado con un número de 11 dígitos denominado RUC. Este número es de carácter único y permanente y debe utilizarse en todo el trámite que se realiza ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-SUNAT. (sunat, 2007).

Definición de NRUS – Nuevo RUS:

Es un régimen tributario creado para los pequeños comerciantes y productores, el cual les permite el pago de una cuota mensual fija en función a sus compras y/o ingresos, con la que se reemplaza el pago de diversos tributos. Este régimen está permitida la emisión de boletas de venta y tickets de máquina registradora como comprobantes de pago.

Para el Nuevo Régimen Único Simplificado - RUS está prohibida la emisión de facturas y otros comprobantes que dan derecho a crédito tributario y hay restricciones respecto al máximo de ingresos y/o compras mensuales y/o anuales y también respecto al desarrollo de algunas actividades no permitidas. (sunat. 2016).

¿Quiénes pueden tributar en el Nuevo Régimen Único Simplificado NRUS?

Las personas naturales que tienen un negocio cuyos clientes son consumidores finales. Por ejemplo: puesto de mercado, zapatería bazar, bodega, pequeño restaurante, juguería, sandwichería, entre otros.

También pueden acogerse al NRUS las sucesiones indivisas (grupos de herederos que comparten una herencia que no ha sido repartida) que tienen negocio y a las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L), debidamente inscritas en los Registros Públicos cuyos clientes son consumidores finales

Es necesario comentar que algunas personas, sucesiones indivisas y E.I.R.L. no pueden tributar en el NRUS por su actividad económica, giro de negocio y otros motivos previstos en las normas legales.

Las personas que desempeñan un oficio pueden tributar en el NRUS. Por ejemplo: un carpintero, gasfitero, electricista, jardinero, pintor de edificaciones, entre otros. (sunat, 2017).

Impedidos a acogerse a Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS).

No pueden acogerse al Nuevo RUS aquellos que:

- Presten el servicio de transporte de carga de mercancías utilizando sus vehículos que tengan una capacidad de carga mayor o igual a 2 TM (dos toneladas métricas).
- Presten el servicio de transporte terrestre nacional o internacional de pasajeros.
- Organicen cualquier tipo de espectáculo público.
- Los notarios, martilleros, comisionistas y/o rematadores; agentes corredores de productos, de bolsa de valores y/u operadores especiales que realizan actividades en la Bolsa de Productos; agentes de aduana y los intermediarios de seguros.
- Los titulares de negocios de casinos, máquinas tragamonedas y/u otros de naturaleza similar.
- Los titulares de agencias de viaje, propaganda y/o publicidad.
- Realicen venta de inmuebles.
- Desarrollen actividades de comercialización de combustibles líquidos y otros productos derivados de los hidrocarburos, de acuerdo con el Reglamento para la Comercialización de Combustibles Líquidos y otros productos derivados de los Hidrocarburos.
- Entreguen bienes en consignación.
- Presten servicios de depósitos aduaneros y terminales de almacenamiento.
- Realicen alguna de las operaciones gravadas con el Impuesto Selectivo al Consumo.
- Realicen operaciones afectas al Impuesto a la venta del Arroz Pilado (IVAP).

- Efectúen y/o tramiten algún régimen, operación o destino aduanero; excepto que se trate de contribuyentes:
 - ❖ Cuyo domicilio fiscal se encuentre en zona de frontera, que realicen importaciones definitivas que no excedan de US \$ 500 por mes, de acuerdo a lo señalado en el Reglamento.
 - ❖ Que efectúen exportaciones de mercancías a través de los destinos aduaneros especiales o de excepción previstos en los incisos b) y c) del artículo 83° de la Ley General de Aduanas, con sujeción a la normatividad específica que las regule.
 - ❖ Que realicen exportaciones definitivas de mercancías, a través del despacho simplificado de exportación, al amparo de lo dispuesto en la normatividad aduanera. (sunat, 2017).

III. Hipótesis

Por ser una investigación descriptiva no se está planteando hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizará el diseño no experimental – transversal - descriptivo.

- No experimental, porque se realizará sin manipular deliberadamente las variables gestión de calidad y formalización, se describirá tal como se encuentra dentro de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el Mercado del Distrito de Casa Grande, año 2016.
- Transversal, porque se realizará en un determinado tiempo-inicia 19.12.2016 y termina el 19.03.17.
- Descriptivo, porque sólo se describirá la parte más relevante de las variables gestión de calidad y formalización del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el Mercado Central del Distrito de Casa Grande, año 2016.

4.2 Población y Muestra

La población en estudio estará conformado por un total de 10 micro y pequeña empresa del sector comercio – rubro venta de abarrotes del mercado de la ciudad de Casa Grande, año 2016 y se obtuvo por medio de sondeo.

No se seleccionó muestra, se trabajó con él 100% de la población.

4.3 Definición y Operacionalización de variables

Composición de la Muestra

Variable	Definición de variable	Dimensión	indicadores	Medición
Gestión de calidad de las MYPE	Proceso de planificar, organizar, y controlar las actividades de una organización encaminada a la mejora continua	Gestión	SI No	Nominal
		Calidad	SI No	Nominal
		Gestión de Calidad	SI No	Nominal
		Calidad Total	SI No	Nominal
Formalización de la MYPES	Es dotarla de las herramientas mínimas que requiere para su constitución, operación y funcionamiento en una actividad económica determinada	Conoce los pasos para la formalización	SI No	Nominal
		Usted considera que la formalización le proporcionaría rentabilidad a su MYPE	SI No No sabe	Nominal
		Cuanto tiempo duro los trámites para la formalización	De 1 a 2 meses De 2 a más meses No sabe/ No opina	Nominal
		Que ventajas percibe usted de la formalización	Aumento de ventas Acceso a crédito Incremento de clientes Todos	Medición
		Cuál de estas medidas le motivaría para su formalización	Pagar impuestos cuando su bodega este en desarrollo. Que tenga un período de gracia de 3 años en los impuestos. Que el estado a través de las entidades le brinde facilidades.	Nominal
		Usted cree que la municipalidad ayuda a formalizar un MYPES	SI No	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo del presente estudio de investigación se aplicará como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario de preguntas el cual se les dará a los dueños o personas encargadas de las micro y pequeñas empresas para que respondan.

4.5 Plan de Análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se realizará el análisis de la estadística descriptiva; los resultados se presentarán en tablas de distribución de frecuencia absoluta y relativas porcentuales. Para el procesamiento de los datos se utilizará el programa informático Microsoft Excel.

4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología
¿Cuáles son las principales características de la Gestión de la Calidad y Formalización en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio - rubro venta de Abarrotes en el Mercado del Distrito de Casa Grande, 2016	<p>Objetivo General: Describir las principales características de la Gestión de Calidad y la Formalización en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio - rubro venta de Abarrotes en el distrito de Casa Grande, 2016.</p> <p>Objetivo Específico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir las principales características del representante legal de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio - rubro venta de Abarrotes en el Distrito de Casa Grande, año 2016. - Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro venta de Abarrotes en el Distrito de Casa Grande, año 2016. - Describir las principales características de la Gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – rubro venta de Abarrotes en el Distrito de Casa Grande, año 2016. - Describir las principales 	Por ser una investigación descriptiva no se planteará hipótesis	<p>Gestión de la Calidad</p> <p>Formalización</p>	<p>Tipo de investigación: Descriptivo</p> <p>Nivel de investigación: Cuantitativo</p> <p>Diseño: Diseño: No experimental – Transversal - descriptivo</p> <p>Población: El universo en el este estudio estará conformada por un total de 20 Micro y Pequeñas Empresas Sector Comercio - rubro venta de Abarrotes en el distrito de Casa Grande, 2016.</p> <p>Muestra: La muestra en estudio estará conformado por 12 Micro y</p>

	características de la Formalización de la micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – venta de Abarrotes en el Distrito de Casa Grande, año 2016.			Pequeñas Empresas Sector Comercio - rubro venta de Abarrotes en el distrito de Casa Grande, 2016.
--	---	--	--	---

4.7 Principios éticos

El presente trabajo de investigación científica se basará en los principios de:

Confidencialidad, Los nombres de las personas encuestadas serán reservados.

Confiabilidad, La información será de medios confiables y no han sido alterados.

Respeto, porque se respeta a los autores que sirvieron de referencia para la elaboración del presente trabajo.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla N° 1: Características generales de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de abarrotes en el Mercado Central de la ciudad de Casa Grande, año 2016.

Datos Generales del Representante	N° de Mypes	F. Relativa %
Edad (años)		
20 – 30 años	3	30.0
31 – 50 años	7	70.0
51 a mas	0	0.0
Total	10	100.0
Sexo		
Masculino	5	50.0
Femenino	5	50.0
Total	10	100.0
Grado de Instrucción		
Primaria	0	0.0
Secundaria	10	100.0
Superior técnico	0	0.0
Superior universitario	0	0.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio– venta de abarrotes en el Mercado Central de la ciudad de Casa Grande, año 2016.

Tabla N° 2: Características de las micros y pequeñas empresas del sector comercio sector comercio – rubro venta de abarrotes en el Mercado Central de Casa Grande, año 2016.

Datos Generales de la Empresa	N° de Mypes	F. Relativa %
Esta constituido como una empresa formal		
SI	3	30.0
NO	7	70.0
Total	10	100.0
Se encuentra registrado en SUNAT		
SI	3	30.0
NO	7	70.0
Total	10	100.0
A qué régimen tributario se Encuentra Sujeto		
Nuevo RUS	0	0.0
Régimen General	3	30.0
Régimen Especial	0	0.0
Total	3	100.0

Declara y Paga Puntualmente sus Impuestos		
SI	2	20.0
NO	8	80.0
Total	10	100.0
Tiene Licencia Municipal de Funcionamiento		
SI	9	90.0
NO	1	10.0
Total	10	100.0
Cuenta con Certificado de Defensa Civil		
SI	0	0.0
NO	10	100.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio– venta de abarrotes en el Mercado Central de la ciudad de Casa Grande, año 2016.

Tabla N° 3: De la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de abarrotes en el Mercado Central de la ciudad de Casa Grande, año 2016.

Gestión de Calidad	N° de Mypes	F. Relativa %
¿Conoce lo que es Gestión de Calidad?		
Si	0	0.0
No	10	100.0
Total	10	100.0
Su empresa ha aplicado alguna estrategia de Gestión de Calidad		
Si	0	0.0
No	10	10.0
Total	10	100.0
Su empresa actualiza los productos, según los gustos y preferencias del cliente?		
Si	9	90.0
No	1	10.0
Total	10	100.0
Los productos que comercializa es fabricado mediante procesos estandarizados de producción?		
Si	9	90.0
No	1	10.0
Total	10	100.0
Evalúa usted el nivel de satisfacción de sus clientes en la comercialización de sus productos?		
Si	9	90.0
No	1	10.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de abarrotes en el Mercado Central de la ciudad de Casa Grande, año 2016.

Tabla N° 4: La formalización en las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de abarrotes en el Mercado Central de la ciudad de Casa Grande, año 2016.

La formalización	N° Mypes	F. Relativa %
Conoce cuales son los pasos para formalizar una Micro y Pequeña Empresa?		
Si	2	20.0
No	8	80.0
Total	10	100.0
Usted considera que la formalización le proporciona rentabilidad a su Micro y Pequeña Empresa?		
Si	1	10.0
No	1	10.0
No sabe	1	10.0
No opina	7	70.0
Total	10	100.0
Cuanto tiempo duró los trámites para la formalización de su Micro y Pequeña Empresa?		
De 1 a 2 meses	0	0.0
De 2 a más meses	2	20.0
No sabe	0	0.0
No opina	8	80.0
Total	10	100.0
Qué ventajas percibe Usted de la formalización de una Micro y Pequeña Empresa?		
Aumento de ventas	0	0.0
Acceso a créditos	2	20.0
Incremento de clientes	0	0.0
Todos	0	0.0
Ninguna	8	80.0
Total	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de abarrotes en el Mercado Central de la ciudad de Casa Grande, año 2016.

5.2 Análisis de Resultados

Tabla N° 01: Referente al empresario legal de las micro y pequeña empresa.

Edad del representante

Con respecto a la edad de los representantes de las micro y pequeñas empresa del sector comercio - venta de abarrotes en el Mercado Central de la ciudad de Casa

Grande, el 70% tiene entre 31 a 50 años de edad, este resultado coincide con lo encuestado por **Cieza, (2013)** quien menciona que el 50% de los representantes de las MYPE tienen entre 30 a 50 años de edad. Asimismo, **Berrú (2014)** indica que el 50% de los representantes de las MYPES tiene entre 36 y 50 años de edad, contrastando con **Valderrama, (2015)** quien manifiesta que el 42.86% de los representantes de las MYPES tienen entre 50 y 60 años de edad. En estos resultados se aprecia que actualmente los representantes de las Mypes son dirigidos por personas que oscilan entre los 31 a 50 años de edad, que optaron por poner su empresa.

Sexo

Con respecto al sexo de los representantes de las micro y pequeñas empresas, el 50 % son de sexo femenino, lo cual es similar con los resultados obtenidos por **Valderrama, (2015)**, quien manifiesta que el 50% de los representantes de la MYPES son del sexo femenino coincidiendo ambos con lo encuestado por **Gutiérrez, (2016)**, quien indica que el 64,3% pertenecen al género femenino contrastando ellos con **Luciano, (2013)**, quien señala que del 100% de la muestra el 94% son del sexo masculino. Esto demuestra que las MYPES del sector comercio están siendo dirigidas por personas del género femenino y masculino.

Grado de Instrucción

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas han concluido sus estudios secundarios, este resultado se compara con los resultados encontrados por **Cieza, (2013)**, el cual muestra que el 35% de los propietarios tienen grado de instrucción secundario, también se compara con **Berrú (2014)**, el cual menciona que el 37.5% de los 35 representantes de las MYPES tiene instrucción secundaria, asimismo, compara con **Valderrama, (2015)**, el cual menciona que el 53.3% de los representantes de las MYPES tienen instrucción secundaria; así también con

Gutiérrez, (2016), el cual muestra que el 64.3% de los representantes de las MYPES tienen secundaria completa. Esto demuestra que las MYPES del sector en estudio están siendo dirigidas en su mayoría por personas con grado de instrucción secundaria.

Tabla N° 2: Características de las micros y pequeñas empresas del sector comercio–rubro venta de abarrotes en el Mercado Central de Casa Grande, año 2016.

Esta constituido como una empresa formal

El 70% señala que **no está constituido** como una empresa formal esto coincide con **Pastor, (2010)**, quien indica que en todo el territorio peruano el 70 % de las Mypes son informales, de los cuales un 16% corresponde a Lima y el 84% al resto del país, así también coincide con **Berru, (2014)**, donde menciona que el 75% de las Mypes del sector comercial rubro zapaterías son informales, esto contrasta con lo encuestado por **Gutiérrez, (2013)**, el cual indica que el 100% de empresas son formales, también contrasta con lo encuestado por **Cieza, (2013)**, quien indica que el 100 % de totalidad de las empresas si son formales, asimismo contrasta con lo encuestado por **Gutierrez, (2016)**, quien señala que el 100% de las MYPES encuestados son formales.

Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas encuestadas del sector comercio - rubro venta de abarrotes en el mercado modelo de Casa Grande, 2016, no están formalizados de acuerdo a las exigencias legales

Se encuentra registrado en SUNAT

El 70% de los propietarios encuestados no están registrado en la SUNAT, por otro lado, se puede apreciar que el 30% de los encuestados indican que están inscritos en el Régimen General, también se puede apreciar que el 80% de los representantes legales encuestados no declara ni paga puntualmente sus impuestos y el 90% de los propietarios encuestados manifiestan que tienen Licencia Municipal de Funcionamiento, así como el 100% de los propietarios encuestados, manifiestan que

no cuentan con un certificado de defensa civil . De los resultados obtenidos en la tabla, se tiene que los representantes legales de la MYPES encuestadas no cumplen con algunos indicadores legales de formalización de una MYPE, como son; el RUC, el régimen tributario, los comprobantes de pago, los libros de contabilidad que se llevan según el nivel de ventas de la empresa, el certificado de defensa civil, entre otros.

Tabla N° 3: De la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de abarrotes en el Mercado Central de la ciudad de Casa Grande, año 2016.

De la Gestión de calidad

Conoce lo que es Gestión de Calidad

El 100% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas, no conocen lo que es gestión de calidad, este resultado coincide con lo encuestado por **Gutiérrez, (2013)**, quien indica que el 57.1% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no tienen conocimiento sobre gestión de calidad, asimismo este resultado coincide con lo encuestado por **Cieza, (2013)**, quien indica que el 87.50% no conoce las normas ISO de Certificación de Calidad. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de abarrotes de la ciudad de Casa Grande, año 2016, no conocen de los sistemas de gestión de calidad que son actualmente un referente de la excelencia empresarial, esto se puede atribuir a la falta de conocimiento y capacitación, pero no necesariamente a que no brinden un servicio y/o producto de calidad.

Su empresa ha aplicado alguna estrategia de Gestión de Calidad

El 100% indica no haber aplicado ninguna estrategia de gestión de calidad.

Su empresa actualiza los productos, según los gustos y preferencias del cliente

El 90% de los encuestados indica que si actualiza sus productos según los gustos y preferencias del cliente y el 10% no lo hace.

Los productos que comercializa es fabricado mediante procesos estandarizados de producción

El 90% de los encuestados indica que si comercializa productos fabricados mediante procesos estandarizados de producción y el 10% indican que no.

Evalúa usted el nivel de satisfacción de sus clientes en la comercialización de sus productos

El 90% de los encuestados, indica que si evalúa el nivel de satisfacción de sus clientes en la comercialización de sus productos, y un 10% no lo hace.

Tabla N° 4: La formalización en las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de abarrotes en el Mercado Central de la ciudad de Casa Grande, año 2016.

De la formalización

Conoce cuales son los pasos para formalizar una Micro y Pequeña Empresa

El 80% de las empresas encuestadas no conocen los pasos para formalizar su MYPE, (Gutiérrez, (2016),) coincidiendo con Pastor, (2010) quien indica que en todo el territorio peruano el 70 % de las Mypes son informales, de los cuales un 16% corresponde a Lima y el 84% al resto del país.

Usted considera que la formalización le proporciona rentabilidad a su Micro y Pequeña Empresa

El 70% **no opino** respecto de si la formalización le proporciona rentabilidad a su MYPE

Qué ventajas percibe Usted de la formalización de una Micro y Pequeña Empresa.

El 80% indicó que la formalización no le brinda ninguna ventaja.

VI. Conclusiones

La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro comercialización de abarrotes del mercado modelo, Casa Grande, 2016, están representadas por personas adultas entre 31 a 50 años, son de sexo femenino y tienen estudios secundarios.

En cuanto a la Gestión de Calidad

La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro comercio – rubro venta de abarrotes del mercado modelo, Casa Grande 2016, no tienen conocimiento sobre gestión de calidad. Sin embargo, se observa que la mayoría de los encuestados afirman que sus productos se actualizan, según los gustos y preferencias del cliente, asimismo evalúan el nivel de satisfacción de sus clientes en la comercialización de sus productos.

Respecto de la formalización se observa que la mayoría de los encuestados no está constituido como una empresa formal, no cuentan con algunos indicadores legales de formalización de una MYPE, como son; el RUC, el régimen tributario, los comprobantes de pago, los libros de contabilidad que se llevan según el nivel de ventas de la empresa, el certificado de defensa civil, entre otros y desconocen los pasos para formalizar su negocio.

Referencias bibliográficas.

1. Aguilar, (1994) “Formación, crecimiento y proyección de las MYPES (Perú)”,
Extraído el 27 de diciembre del 2016 de:
<http://www.monografias.com/trabajos58/mypes/mypes2.shtml#ixzz4eTTxclPe>
2. Armand V. Feigenbaum, (1994) “Control Total de la Calidad, 1994, México, Continental - LAS NUEVE EMES: FACTORES FUNDAMENTALES QUE INFLUYEN EN LA CALIDAD Pág. 64”, Extraído el 27 de diciembre del 2016 de
http://yossen.blogspot.pe/2014_10_01_archive.html
3. Boletín empresarial. (2012) “Costos y beneficios de la formalización de las empresas. Actualidad empresarial” Extraído el 27 de diciembre del 2016 de:
<http://www.aempresarial.com/web/informativo.php?id=8557>
4. Baldrige, (1996) “Modelos de Gestión de Calidad”, Extraído el 27 de diciembre del 2016 de:
<http://www.jesuitasleon.es/calidad/Modelos%20de%20gestion%20de%20calidad.pdf>
5. Berrú, E. (2014) “*Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro de zapaterías de la ciudad de Sullana, región Piura año 2014*” Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú.
6. Morote N, (2011) “Revista de Pro Inversión – Mi pequeña empresa crece – Formalizando su MYPE: Trámites, requerimientos y soluciones – capítulo I”,
Extraído el 27 de diciembre del 2016 de:
<http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/Mype.pdf>
7. Cárdenas, D. (2010) “Influencia de la informalidad en la competitividad de la Micro y pequeña empresa en la región Arequipa 2010”, Extraído el 27 de diciembre del 2016 de: http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1079/instrumentos_promocion.html

8. Cieza, E., (2013) “Gestión de calidad y formalización de las MYPES del sector Comercio rubro – compra y venta de calzado en el centro comercial “el virrey” – Trujillo 2013”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
9. Chimoy, M. (2011) ”La Formalización de una Mype”, Extraído el 27 de diciembre del 2016 de: <http://www.slideshare.net/mecht/la-formalizacin-empresarial>
10. Elías, (2002) “MANUAL GUIA PARA LA DEFINICIÓN E IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE INDICADORES DE CALIDAD”, Extraído el 27 de diciembre del 2016 de: http://www.academia.edu/17477137/Manual_Guia_Indicadoresde_Calidad
11. Guzmán, I. (2013) “*Caracterización Gestión de calidad y formalización de las MYPE rubro Librerías (ciudad Piura) año 2013*”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
12. Hall, R (1996) “ORGANIZACIONES ESTRUCTURAS, PROCESOS Y RESULTADOS CAPITULO 3: La estructura organizacional: sus formas y resultados”, Extraído el 27 de diciembre del 2016 de: <http://www.saludcolectiva-unr.com.ar/docs/SC-189.pdf>
13. Huaccha, (2014) “*Caracterización de la formalización y el financiamiento en las MYPES del sector servicio - rubro Cevicherías de la ciudad de Chimbote, 2012*”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad los Ángeles de Chimbote.
14. Juran, (1954) “La calidad como filosofía de la gestión”, Extraído el 27 de diciembre del 2016 de: <http://www.pablogiugni.com.ar/httpwwwpablogiugnicomarp95/>
15. Luciano, I (2013) “*Caracterización del financiamiento y la formalización de las MYPES del sector comercio - rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote,*

período 2011-2012” Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad los Ángeles de Chimbote.

16. López, Segovia, García y Beade, (2013) “El sector de tiendas departamentales y de autoservicio en México, año 2013”- Procaduría Federal del Consumidor, Extraído el 27 de diciembre del 2016 de:

http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj_2013/bol244_tiendas_autoservicio.asp

17. Morote N, (2011) “Revista de Pro Inversión – Mi pequeña empresa crece – Formalizando su MYPE: Trámites, requerimientos y soluciones – capítulo I”, Extraído el 27 de diciembre del 2016 de:

<http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/Mype.pdf>

18. Mateo, (2009) “Sistema de Gestión de Calidad (SGC), un camino hacia la satisfacción del cliente Parte I”, Extraído el 27 de diciembre del 2016 de:

<http://sistemasintegralesdegestion.blogspot.pe/2011/10/gurus-de-la-calidad.html>

19. Pastor, (2010) “La informalidad de las Mypes y su influencia en el acceso a los créditos que ofrece el Sistema Financiero en el distrito de Los Olivos en el año 2010”, Extraída el 27 de diciembre del 2016 de: <http://es.scribd.com/doc/38494428/TESINA-FINANZAS-MYPES-2010>.

20. Pérez y Merino, (2012) “Definición de gestión”, Extraído el 27 de diciembre del 2016 de: <http://definicion.de/gestion/>

21. Saldaña, (2015) conceptualización de calidad, Extraído el 27 de diciembre del 2016 de: <http://www.degerencia.com/articulo/conceptualizacion-de-calidad>

22. SUNAT-PERÚ, (2007) “Pasos para la formalización de mi negocio”, Extraído el 27 de diciembre del 2016 de: <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/iniciarNegocio.htm>

23. Sánchez, B. (2006) “Las Mypes en Perú su Importancia y Propuesta Tributaria”.
Extraído el 27 de diciembre del 2016 de:
<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/viewFile/5433/46>
24. Valderrama, S. (2015) “*Gestión de Calidad y Competitividad de la MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito del Porvenir, año 2014*”.
Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
25. Vela, L. (2007) “Caracterización de la micro y pequeñas empresas (MYPES) en el
Perú y desempeño de las micro finanzas”, Extraído el 27 de diciembre del 2016 de:
http://www.sipromicro.org/fileadmin/pdfs_biblioteca_SIPROMICRO/001484.pdf

Anexos

Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES PROGRAMADAS	NOV. 2016		DIC. 1016		ENE. 2017		FEB. 2017		MAR. 2017		
	3	4	2	3	1	3	1	3	1	2	3
Planteamiento del Proyecto de Investigación	X										
Se realizó asesoramiento del docente para la realización del Proyecto		X									
Presentación del Proyecto de Investigación - Trabajo de Campo			X								
Trabajo de Campo – Tabulación – Resultados - Análisis y Conclusiones.				X							
Presentación de Resultados - Elaboración del Informe.					X						
Presentación del Informe a DTI (Docente Tutor Investigador)						X					
Presentación de Informe a Corrector estadístico y Corrector de Estilo.							X				
Presentación del Informe a la Comisión.								X			
Ingreso del Informe a Módulo “Pre Banca”									X		
Pre sustentación (Pre Banca).										X	
Sustentación.											X

Población y Muestra

La población de bodegas en la ciudad de Casa Grande es de 10 Mypes.

Nro.	Nombre de Bodega	Dirección
1	El Romano	Mercado Central de Casa Grande puesto S/N
2	Los Gemelos	Mercado Central de Casa Grande puesto S/N
3	El Chino	Mercado Central de Casa Grande puesto S/N
4	El Águila	Mercado Central de Casa Grande puesto S/N
5	Balbi	Mercado Central de Casa Grande puesto S/N
6	El Chavo	Mercado Central de Casa Grande puesto S/N
7	Los Ficus	Mercado Central de Casa Grande puesto S/N
8	Aguilar	Mercado Central de Casa Grande puesto S/N
9	El Cajamarquino	Mercado Central de Casa Grande puesto S/N
10	El Ascopano	Mercado Central de Casa Grande puesto S/N

Información obtenida por medio de la herramienta del sondeo



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CUESTIONARIO APLICADO A LOS DUEÑOS, ADMINISTRADORES Y/O
REPRESENTANTES DE LOS ESTABLECIMIENTOS EN EL MERCADO
CENTRAL DE LA CIUDAD DE CASA GRANDE, AÑO 2016**

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las micro y pequeñas empresas del rubro indicado anteriormente, la misma que servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominado

**“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTION DE CALIDAD Y LA
FORMALIZACIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑA EMPRESAS DEL
SECTOR COMERCIO – RUBRO VENTA DE ABARROTÉS EN EL
MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE CASA GRANDE – AÑO 2016”**

Instrucciones:

Mucho le agradeceré se sirva completar las siguientes preguntas relacionadas a su empresa, la información que Usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se agradece anticipadamente.

I. DATOS GENERALES DEL PROPIETARIO DE LA MYPE

1. Edad:.....

2. Sexo:

- a) Masculino b) Femenino

3. Grado de instrucción:

- a) Primaria
b) Secundaria
c) Superior No Universitario
d) Superior Universitario
e) Ninguna

II. DATOS GENERALES DE LA MYPE

1. Esta constituido como una empresa formal

a) SI

b) NO

2. Se encuentra registrado en sunat

a) SI

b) NO

3. A que régimen tributario se encuentra sujeto

a) Nuevo RUS

b) Régimen General

c) Régimen Especial

4. Declara y paga puntualmente sus impuestos

a) SI

b) NO

5. Tiene licencia municipal de funcionamiento

a) SI

b) NO

6. Cuenta con Certificado de Defensa Civil

a) SI

b) NO

III. RESPECTO DE LA GESTION DE CALIDAD

¿Conoce lo que es Gestión de Calidad?

a) SI

b) NO

7. ¿Su empresa ha aplicado alguna estrategia de Gestión de Calidad?
- a) SI
 - b) NO
8. ¿Su empresa actualiza los productos, según los gustos y preferencias del cliente?
- a) SI
 - b) NO
9. ¿Los productos que comercializa es fabricado mediante procesos estandarizados de producción?
- a) SI
 - b) NO
10. ¿Evalúa usted el nivel de satisfacción de sus clientes en la comercialización de sus productos?
- a) SI
 - b) NO

IV. DE LA FORMALIZACIÓN

11. Conoce los pasos para formalizar una mype
- a) SI
 - b) NO
12. Usted considera que la formalización le proporciona rentabilidad a su mype?
- a) SI
 - b) NO
 - c) No sabe
 - d) No opina

13. Cuanto tiempo duró los trámites para la formalización

- a) De 1 a 2 meses
- b) De 2 a más meses
- c) No sabe
- d) No opina

14. Qué ventajas percibe usted de la formalización

- a) Aumento de ventas
- b) Acceso a créditos
- c) Incremento de clientes
- d) Todos

TABULACION

Preguntas	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Relativa %
1. Sexo	Masculino	IIII	5	50.0
	Femenino	IIII	5	50.0
	Total	10	10	100.0
2. Edad del representante legal de la empresa	20 – 30 años	III	3	30.0
	31 – 50 años	IIIIII	7	70.0
	51 a mas	0	0	0.0
	Total	10	10	100.0
3. Grado de Instrucción	Primaria	0	0	0.0
	Secundaria	IIIIIIII	10	100.0
	Superior No universitario	0	0	0.0
	Superior universitario	0	0	0.0
	Total	10	10	100.0
4. Esta constituido como una empresa formal?	Si	III	3	30.0
	No	IIIIII	7	70.0
	Total	10	10	100.0
5. Se encuentra registrado en SUNAT	Si	III	3	30.0
	No	IIIIII	7	70.0
	Total	10	10	100.0
6. A qué régimen tributario se encuentra sujeto	Nuevo RUS	0	0	0.0
	Régimen General	III	3	30.0
	Régimen Especial	0	0	0.0
	Total	3	3	100.0
7. Declara y paga puntualmente sus impuestos?	Si	II	2	20.0
	No	IIIIII	8	80.0
	Total	10	10	100.0
8. Tiene licencia Municipal de Funcionamiento?	Si	IIIIIIII	9	90.0
	No	I	1	10.0
	Total	10	10	100.0
9. Cuenta con Certificado de Defensa Civil?	Si	0	0	0.0
	No	IIIIIIII	10	100.0
	Total	10	10	100.0
10. Conoce lo que es Gestión de Calidad?	Si	0	0	0.0
	No	IIIIIIII	10	100.0
	Total	10	10	100.0
11. Su empresa ha aplicado alguna estrategia de Gestión de Calidad?	Si	0	0	0.0
	No	IIIIIIII	10	10.0
	Total	10	10	100.0
12. ¿Su empresa actualiza los	Si	IIIIIIII	9	90.0

productos, según los gustos y preferencias del cliente?	No	I	1	10.0
	Total	10	10	100.0
13. ¿Los productos que comercializa es fabricado mediante procesos estandarizados de producción?	Si	IIIIIIII	9	90.0
	No	I	1	10.0
	Total	10	10	100.0
14. ¿Evalúa usted el nivel de satisfacción de sus clientes en la comercialización de sus productos?	Si	IIIIIIII	9	90.0
	No	I	1	10.0
	Total	10	10	100.0
15. Conoce los pasos para formalizar una MYPE	Si	II	2	20.0
	No	IIIIIIII	8	80.0
	Total	10	10	100.0
16. Cuanto tiempo duró los trámites para la formalización	De 1 a 2 meses	0	0	0.0
	De 2 a más meses	II	2	20.0
	No sabe	0	0	0.0
	No opina	IIIIIIII	8	80.0
	Total	10	10	100.0
17. Qué ventajas percibe usted de la formalización	Aumento de ventas	0	0	0.0
	Acceso a créditos	II	2	20.0
	Incremento de clientes	0	0	0.0
	Todos	0	0	0.0
	Ninguna	IIIIIIII	8	80.0
	Total	10	10	100.0

FIGURAS

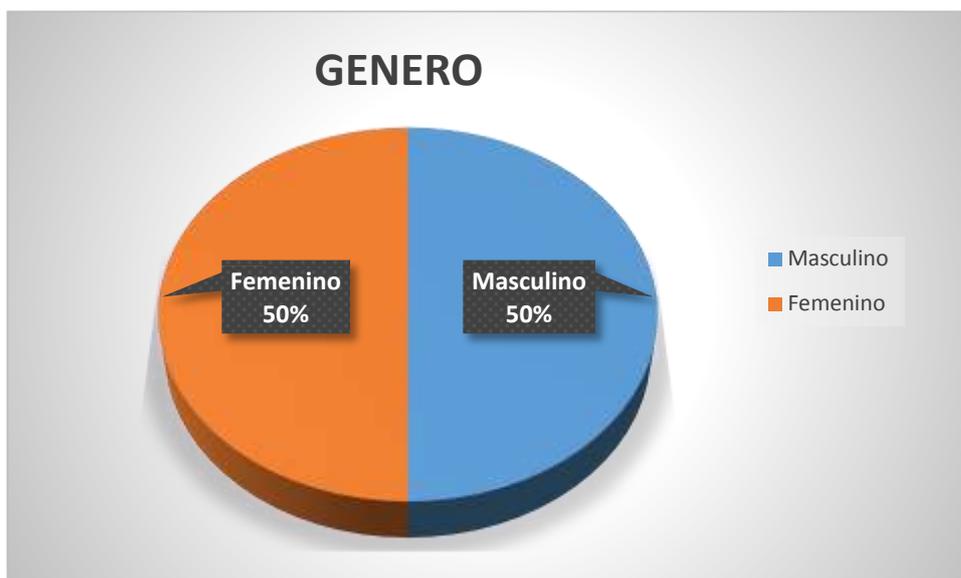


Figura N° 1: Genero de los Representantes de las Mypes.
Fuente: Tabla N° 1

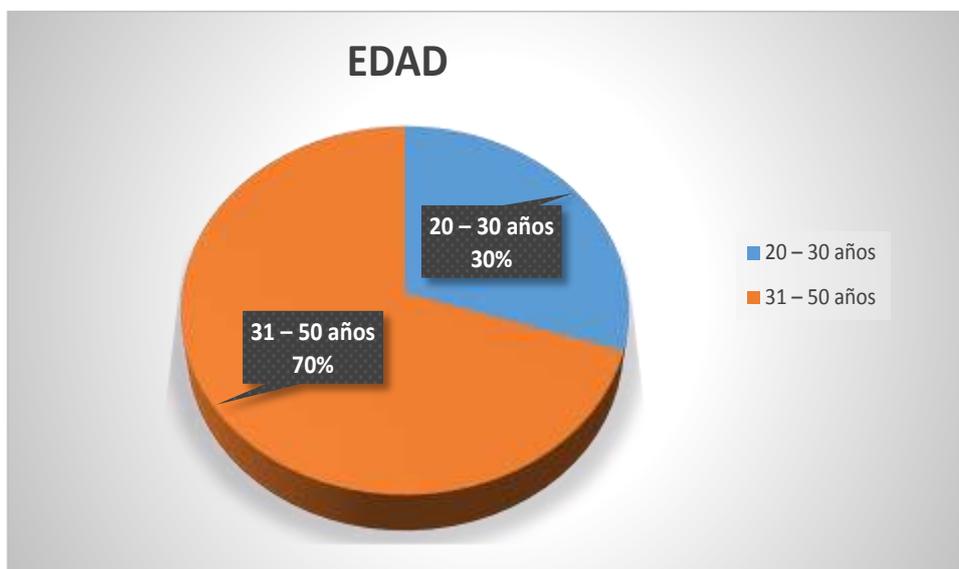


Figura N° 2: Edad de los Representantes de las Mypes.
Fuente: Tabla N° 1



Figura N° 3: Grado de Instrucción de los Representantes de las Mypes.
Fuente: Tabla N° 1

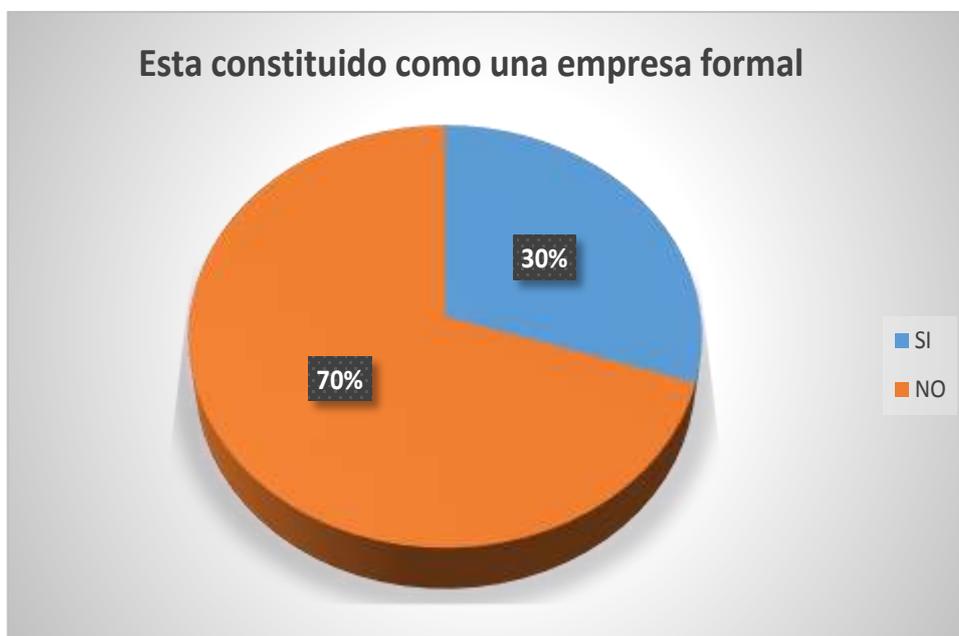


Figura N° 4: Esta constituido como empresa formal.
Fuente: Tabla N° 2



Figura N° 5: Se encuentra registrado en SUNAT.
Fuente: Tabla N° 2

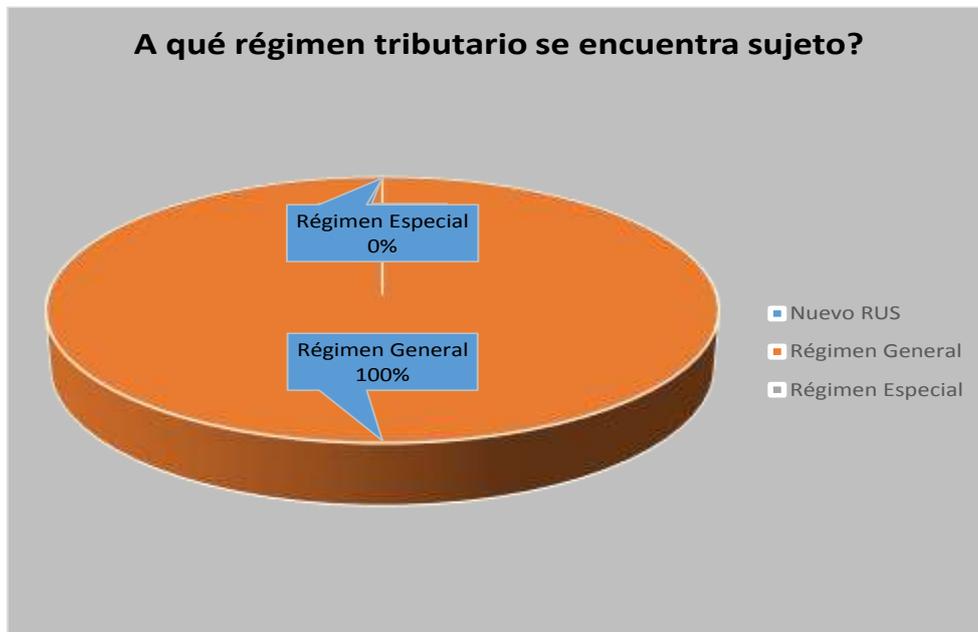


Figura N° 6: A qué régimen tributario se encuentra sujeto.
Fuente: Tabla N° 2

Declara y paga puntualmente sus impuestos?

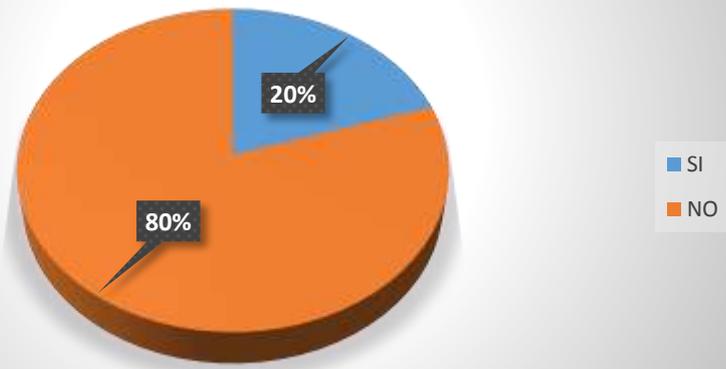


Figura N° 7: Declara y paga puntualmente sus impuestos.
Fuente: Tabla N° 2

Tiene licencia de Municipal de funcionamiento?

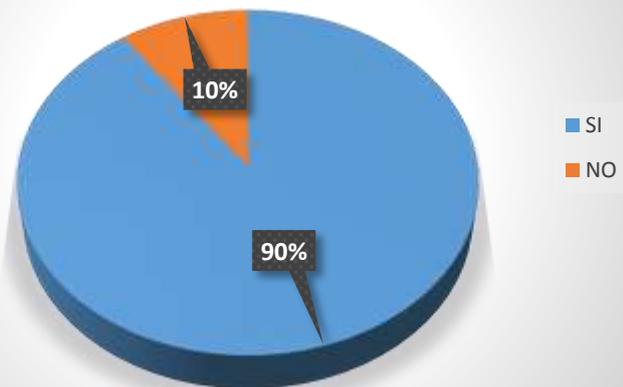


Figura N° 8: Tiene licencia municipal de funcionamiento.
Fuente: Tabla N° 2



Figura N° 9: cuenta con certificado de defensa civil.
Fuente: Tabla N° 2

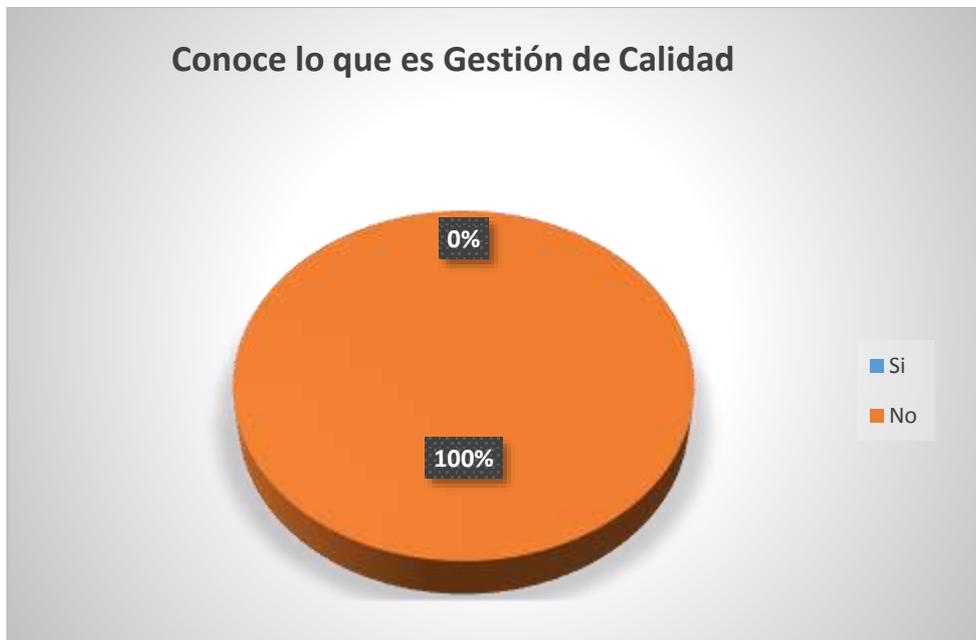


Figura N° 10: Conoce lo que es Gestión de Calidad.
Fuente: Tabla N° 3



Figura N° 11: Su empresa ha aplicado alguna estrategia de Gestión de Calidad.
Fuente: Tabla N° 3



Figura N° 12: Su empresa actualiza los productos, según los gustos y preferencias del cliente.
Fuente: Tabla N° 3

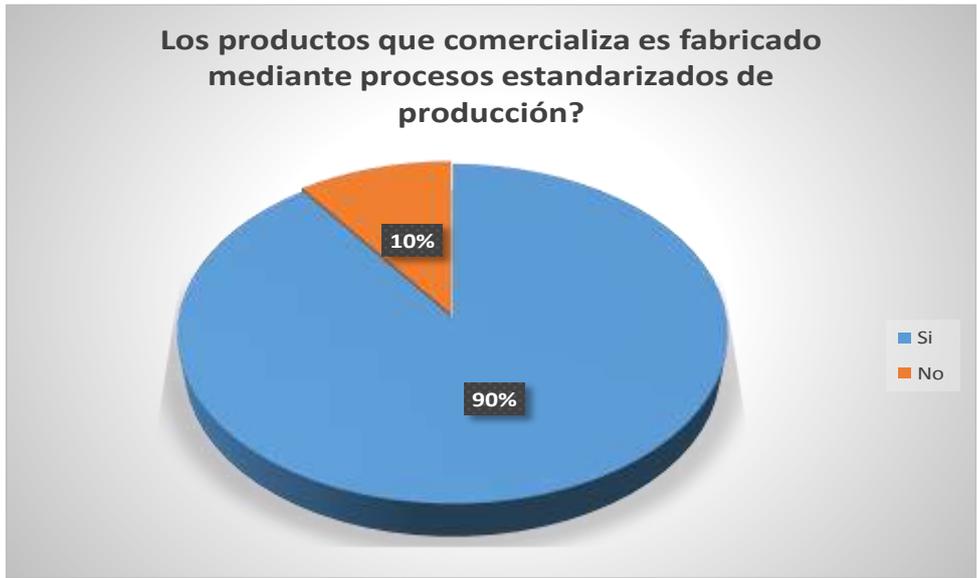


Figura N° 13: Los productos que comercializa es fabricado mediante procesos estandarizados de producción.
Fuente: Tabla N° 3



Figura N° 14: Evalúa usted el nivel de satisfacción de sus clientes en la comercialización de sus productos.
Fuente: Tabla N° 3



Figura N° 15: Conoce cuales son los pasos para formalizar una micro y Pequeña Empresa.
Fuente: Tabla N° 4

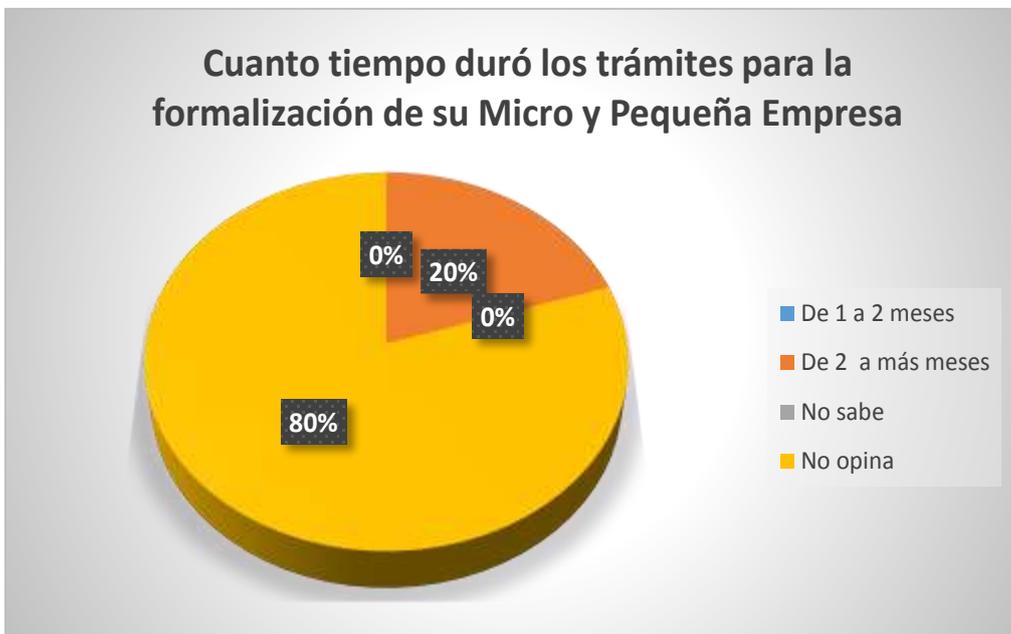


Figura N° 16: Cuanto tiempo duro los trámites para la formalización de su micro y Pequeña Empresa.
Fuente: Tabla N° 4

Qué ventajas percibe Usted de la formalización de una Micro y Pequeña Empresa

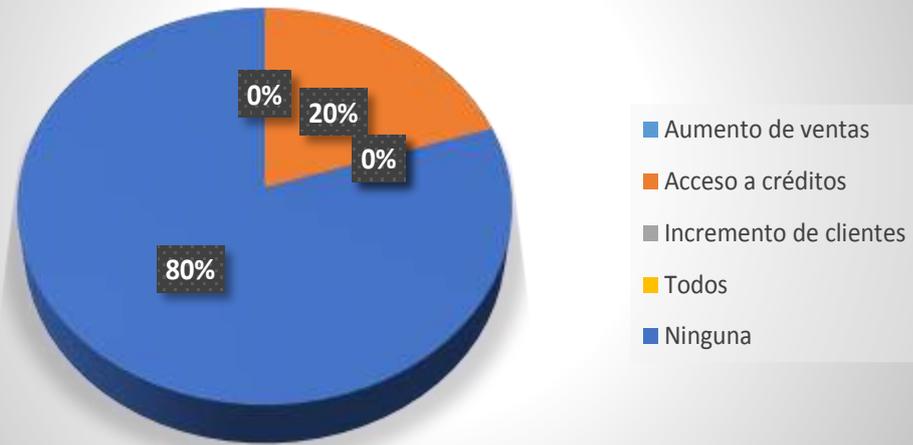


Figura N° 17: Que ventajas percibe usted de la formalización de una micro y Pequeña Empresa.
Fuente: Tabla N° 4