



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS
MYPES DEL SECTOR COMERCIALIZACIÓN DE
BEBIDAS ALCOHÓLICAS, RUBRO LICORERÍAS, DEL
DISTRITO DE IQUITOS, AÑO 2016**

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

AUTOR:

BACH. ADM. JUAN ANTONIO DIAZ MUÑOZ

ASESOR:

MBA. CRYSBER MOISES VALDIVIEZO SARAVIA

IQUITOS - PERU

2016

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mg. Sergio Ortíz García

Secretario

Lic. ADM. Marleni Sáenz Villaverde

Miembro

Dr. Geider Grandes García

Presidente

MBA Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

Asesor

AGRADECIMIENTO

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

DEDICATORIA

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

RESUMEN

La investigación, tuvo como objetivo principal determinar la gestión de calidad y formalización del Sector Comercialización de Bebidas Alcohólicas-Rubro Licorerías del distrito de Iquitos-2016. Este documento académico con metodología de investigación del tipo descriptivo – transversal - no experimental, aplicó un cuestionario estructurado de 27 preguntas a través de la técnica de encuesta, obteniéndose como resultados: Respecto al microempresario: edad joven-adulto de 30 a 44 años (58,3%), de 18 a 29 años (25,0%), más de 65 años (16,7%). Predomina el sexo femenino (58,3%); 58,3% cuenta con instrucción universitaria, 33,3% instrucción técnica y 8,3% nivel secundario. Respecto a formalización: el 91,7% está formalizado y constituido como persona jurídica y 8,3% como persona natural; el 58,3% está en el Régimen General y considera como principal ventaja de la formalización el “acceso a crédito bancario”(50,0%). Respecto a Gestión de Calidad: el 66,7% conoce los alcances de la gestión de calidad; 83,3% se interesa por la mejora continua; 33,3% no utiliza ningún documento de gestión; el 66,7% no definió su misión, visión y valores (41,7%). El 58,3% no ha diseñado su estructura organizativa y definido su Plan de Negocios (66,7%). 84,2% si capacita a su personal y ha enfocado su preocupación por brindar buena atención con un sistema de trabajo que evalúa su servicio (66,7%). Finalmente, el 66,7% de los emprendedores está de acuerdo implementar una Gestión de Calidad que permita alcanzar sus objetivos sosteniblemente.

Palabras clave: Gestión de Calidad, formalización.

ABSTRACT

The main objective of the investigation was to determine the quality management and formalization of the Liquor Marketing Sector of the district of Iquitos-2016. This academic document with research methodology of the descriptive - transversal - non - experimental type applied a structured questionnaire of 27 questions through the survey technique, obtaining as results: Regarding the microentrepreneur: young - adult age from 30 to 44 years (58.3%), 18 to 29 years old (25.0%), over 65 years old (16.7%). The female sex predominates (58.3%); 58.3% have university education, 33.3% technical instruction and 8.3% secondary level. Regarding formalization: 91.7% is formalized and constituted as a legal entity and 8.3% as a natural person; 58.3% is in the General Regime and considers "access to bank credit" (50.0%) as the main advantage of the formalization. Regarding Quality Management: 66.7% knows the scope of quality management; 83.3% are interested in continuous improvement; 33.3% do not use any management document; 66.7% did not define their mission, vision and values (41.7%). 58.3% did not design their organizational structure and defined their Business Plan (66.7%). 84.2% if it trains its staff and has focused its concern to provide good care with a system of work that evaluates its service (66.7%). Finally, 66.7% of the entrepreneurs agree to implement a Quality Management that allows them to achieve their objectives sustainably.

Key words: Quality Management, formalization.

ÍNDICE GENERAL

TITULO DE LA TESIS	i
FIRMA DE JURADO Y ASESOR.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
INDICE DE TABLAS	ix
INDICE DE GRÁFICOS	xi
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACION.....	3
1.1 Caracterización del Problema.....	3
1.2 Enunciado general del problema.	4
1.3 Objetivos de la Investigación.	4
1.3.1 Objetivo General	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	4
1.4 Justificación de la Investigación.....	5
CAPITULO II MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL	6
2.1 Antecedentes	6
2.2 Bases teóricas de la Investigación	10
2.2.1 Gestión de Calidad	10
2.2.2 Formalización	14
2.3 Marco Conceptual.....	17
2.4 Hipótesis	25
CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	26
3.1 Tipo de investigación.....	26
3.2 Nivel de investigación	26

3.3	Diseño de la investigación.....	26
3.3.1	No experimental.....	27
3.3.2	Descriptivo.....	27
3.3.3	Transversal.....	27
3.4	Población y muestra.....	27
3.4.1	Población.....	27
3.4.2	Muestra.....	28
3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28
3.5.1	Técnicas.....	28
3.5.2	Instrumentos.....	29
3.6	Plan de análisis de datos.....	29
3.7	Principios éticos.....	29
	CAPITULO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
4.1	Resultados.....	32
	A: DATOS GENERALES.....	32
	B: DE LA EMPRESA.....	37
	C. DE LA GESTION DE CALIDAD.....	48
4.2	Análisis de los resultados.....	59
	CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	65
5.1	Conclusiones.....	65
5.2	Recomendaciones.....	67
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	68
6.1	Referencias Bibliográficas.....	68
6.2	páginas Web consultadas.....	70
	CAPITULO VIIANEXOS.....	71
1	Cronograma.....	71
2	Presupuesto General.....	72
3	Encuesta.....	73

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Caracterización de las Mypes según número de trabajadores (GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes)	18
Tabla 2: Características de las Mypes en el Perú, según la Ley N°28015.....	19
Tabla 3 : Características de las Mypes en el Perú, según el DS N° 007-2008.....	20
Tabla 4: Características de las Mypes en el Perú, según la Ley N° 30056.....	20
Tabla 5: Ventajas y desventajas de las distintas definiciones encontradas acerca de Mypes.....	21
Tabla 6: Edad del emprendedor.....	32
Tabla 7: Sexo del emprendedor.....	33
Tabla 8: Grado de instrucción del emprendedor.....	34
Tabla 9: Profesión u ocupación del emprendedor.....	35
Tabla 10: ¿Cómo define al cargo directriz que desempeña en la mype?.....	36
Tabla 11: ¿Su empresa se encuentra formalizada?.....	37
Tabla 12: ¿Cómo está constituida su empresa?.....	38
Tabla 13: ¿A qué régimen tributario esta afecta la mype?.....	39
Tabla 14. ¿Ha recibido asesoría por parte de entidades públicas o privadas?.....	40
Tabla 15: ¿Qué beneficios identifica de la formalización?.....	41
Tabla 16: Capital de trabajo ¿Propio o terceros?.....	42
Tabla 17: Su empresa. ¿Cuántos años tiene en el rubro?.....	43
Tabla 18: ¿Pertenece a algún gremio comercial?.....	44

Tabla 19: ¿Representa ventajoso pertenecer a alguna agremiación comercial?.....	45
Tabla 20: ¿Cuántos trabajadores cuenta su empresa?.....	46
Tabla 21: ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?.....	47
Tabla 22: ¿Conoce los alcances de una gestión de calidad?.....	48
Tabla 23: ¿Se interesa por la mejora continua?.....	49
Tabla 24: ¿Qué documentos de gestión ya utiliza?.....	50
Tabla 25: ¿Ha definido y exhibe la visión y misión de su empresa?.....	51
Tabla 26: ¿Ha elaborado y difundido valores que se practican en su organización?.....	52
Tabla 27: ¿Ha definido su estructura organizativa?.....	53
Tabla 28: ¿Su empresa ha definido un Plan de Negocios?.....	54
Tabla 29: ¿Ha implementado un sistema de servicio de atención al cliente, para evaluar y mejorar su nivel de servicio?.....	55
Tabla 30: ¿Capacita al personal para mejorar la realización de tareas o procesos?.....	56
Tabla 31: ¿Está de acuerdo que aplicar gestión de calidad permite alcanzar metas a la mype?.....	57
Tabla 32: ¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de calidad?.....	58
Tabla 33: Cronograma.....	71
Tabla 34: Presupuesto General.....	72

INDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1: Edad del emprendedor	32
Grafico 2: Sexo del emprendedor.....	33
Grafico 3: Grado de instrucción del emprendedor.....	34
Grafico 4: Profesión u ocupación del emprendedor.....	35
Grafico 5: ¿Cómo define al cargo directriz que desempeña en la mype?.....	36
Grafico 6: ¿Su empresa se encuentra formalizada?.....	37
Grafico 7: ¿Cómo está constituida su empresa?.....	38
Grafico 8: ¿A qué régimen tributario esta afecta la mype?.....	39
Grafico 9. ¿Ha recibido asesoría por parte de entidades públicas o privadas?.....	40
Grafico 10: ¿Qué beneficios identifica de la formalización?.....	41
Grafico 11: Capital de trabajo ¿Propio o terceros?.....	42
Grafico 12: Su empresa. ¿Cuántos años tiene en el rubro?.....	43
Grafico 13: ¿Pertenece a algún gremio comercial?.....	44
Grafico 14: ¿Representa ventajoso pertenecer a alguna agremiación comercial?.....	45
Grafico 15: ¿Cuántos trabajadores cuenta su empresa?.....	46
Grafico 16: ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?.....	47
Grafico 17: ¿Conoce los alcances de una gestión de calidad?.....	48
Grafico 18: ¿Se interesa por la mejora continua?.....	49
Grafico 19: ¿Qué documentos de gestión ya utiliza?.....	50
Grafico 20: ¿Ha definido y exhibe la visión y misión de su empresa?.....	51

Grafico 21: ¿Ha elaborado y difundido valores que se practican en su organización?.....	52
Grafico 22: ¿Ha definido su estructura organizativa?.....	53
Grafico 23: ¿Su empresa ha definido un Plan de Negocios?.....	54
Grafico 24: ¿Ha implementado un sistema de servicio de atención al cliente, para evaluar y mejorar su nivel de servicio?.....	55
Grafico 25: ¿Capacita al personal para mejorar la realización de tareas o procesos? ..	56
Grafico 26: ¿Está de acuerdo que aplicar gestión de calidad permite alcanzar metas a la mype?.....	57
Grafico 27: ¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de calidad?.....	58

INTRODUCCIÓN

El contexto actual del mercado se presenta muy complejo, tanto en la ciudad de Iquitos como a nivel nacional y es porque las empresas tienen como prioridad mantener bajos costos para conseguir utilidades en un ambiente de alta competencia, con productos y servicios muy parecidos.

Sin embargo, algunos atribuirán que el despegue económico que experimenta nuestro país, el que se percibe directamente en los bolsillos de los ciudadanos; deben atraer oportunidades, las que deben estar promocionadas con consecuentes medidas económicas de parte del gobierno y en consecuencia un desarrollo económico del país y de nuestra región selvática.

Son nuestros emprendedores que, con gran iniciativa, proponen diversas soluciones para atender las necesidades del mercado de Iquitos, cada vez más moderno, con clientes más exigentes en sus preferencias y hoy con una amplia gama de posibilidades.

Para el año 2016, el mercado de bebidas alcohólicas, sector licores ya tenía una proyección de crecimiento de un 6%, así lo sostuvo Salvador López Cano, presidente del Gremio de Vinos y Licores de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), (Diario El Comercio, 09 de junio de 2016) y eso se refleja en la inversión de empresarios que han

aperturado nuevos locales de expendio de Licores, Ron, Wisky, Gin y otros en el distrito de Iquitos, con la consiguiente e interesante acogida del público consumidor,

haciendo un espacio interesante en ventas frente al también competitivo y agresivo mercado cervecero.

Iniciamos esta investigación porque nos interesa conocer cuál es el estado de formalización el que se encuentran las mypes de este dinámico rubro y como se vienen gestionando, tanto operativa como administrativamente y si aplican una Gestión de Calidad, que les permita sostenimiento en el mercado.

La investigación buscará obtener información actualizada, la cual esperamos sea posible por la aplicación de encuestas y entrevistas con los representantes o emprendedores de estos negocios; los mismos que plasmarán sus intereses, percepciones y aspiraciones.

CAPITULO I PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN

1.1 Caracterización del Problema

El mercado de Iquitos en general, es permisible a instalar diversos tipos de negocios, justamente por el clima caluroso y la apertura de su gente que da la posibilidad de ofrecer los mismos servicios que se dan en otras localidades de la selva y que por su pujante comercio, muy dinámico, es vista por los emprendedores como viable de negocio, por lo que llevan adelante interesantes inversiones para atender al exigente y frecuente cliente que busca pasar momentos de descanso y placémenes luego de sus otras actividades rutinarias.

Sin embargo, nuestro país espera que las inversiones de los emprendedores se de en el marco de la formalización. En ese sentido, las mypes del sector comercialización de bebidas alcohólicas, rubro licorerías, del distrito de Iquitos, año 2016, estarían presentan características que rozan con la informalidad y otras que si bien, aparentemente formalizadas, las evidencias indicarían que no se gestionan con herramientas administrativas que aseguren una gestión de calidad y consecuentemente pueda ser causal de que no supere los primeros años de operaciones y finalmente desaparezcan con consiguientes complicaciones económicas para sus propietarios.

Las mypes que han aparecido de este rubro en el mercado, no habrían realizado un concienzudo análisis del mercado; tanto la visión como el manejo sería empírico y que estaría sostenido por estacionales ventas originadas por la alta rotación de los

productos de bebidas alcohólicas, muy novedosos y del alcance de las economías del distrito.

1.2 Enunciado general del problema

De la caracterización del problema se desprende la motivación de la presente investigación de examinar ¿Si las mypes del sector comercialización de bebidas alcohólicas, rubro licorerías, del distrito de Iquitos, están hoy formalizados y si estas vienen administrándose con una gestión de calidad?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Comprobar si las Mypes del sector comercialización de bebidas alcohólicas, rubro licorerías, del distrito de Iquitos están formalizadas y hacen uso de herramientas de gestión de calidad.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Comprobar si las Mypes del sector comercialización de bebidas alcohólicas, rubro licorerías, del distrito de Iquitos están formalizados.
- Comprobar si las Mypes del sector comercialización de bebidas alcohólicas, rubro licorerías, del distrito de Iquitos utilizan herramientas de Gestión de Calidad.

1.4 Justificación de la Investigación

Las mypes del sector comercialización de bebidas alcohólicas, rubro licorerías, del distrito de Iquitos constituyen un rubro comercial de gran dinamismo muy particular y velar por su formalización urge tanto en el interés laboral, tributario y social.

Por consiguiente, el incremento de la población de Iquitos y su expansión urbana, constituyen la principal justificación para nuevos emprendimientos. Para nuestro estudio esto reviste importancia, porque compone varias interrogantes respecto a cómo se organizan, dirigen y se gestionan. Así la aparición de nuevos locales del sector comercialización de bebidas alcohólicas, rubro licorerías, del distrito de Iquitos confirma el interés puesto de los emprendedores por atender el nuevo mercado, sin embargo, no debe dejarse de lado la importancia de formalizar la mype y gestionarla en el marco de la gestión de calidad.

Consideramos que los intereses que se generen con relación a lo investigado sean atendidos con la ayuda de los resultados y respectivas conclusiones a que se lleguen de la propia investigación.

CAPITULO II MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

El aspecto teórico constituye en toda investigación una guía práctica para entender mejor los conceptos e ideas que se plantean al interior de un estudio, como también, propone una estructura general que ayuda comprender mejor los objetivos de la investigación y su solución.

2.1 Antecedentes

Se recurrieron con el apoyo y búsqueda de diferentes bibliotecas que son especializados en administración y se logró encontrar los siguientes estudios similares acerca de los temas tratados, y que a continuación se detallan:

- **Ramiro, M. (2009)**, investigó la clasificación de las empresas basada en la existencia de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) que puede ser utilizada para catalogar a la Micro y Pequeña Empresa del país. También se proponen dos índices para comparar en cuanto a infraestructura TIC a dichas empresas. Además, se describe el desarrollo e implementación de un sistema computacional que puede ser accesado vía Web, el que almacena en una Base de Datos la información de uso de TIC de una determinada empresa y la clasifica de acuerdo con la clasificación propuesta. Este sistema computacional permite que las empresas puedan ver en línea su situación de uso de y puedan compararse con otras empresas de su sector comercial. Se espera que el uso de este sistema mejore la penetración del uso de TIC en las Micro y Pequeña Empresa.

- **Cárdenas, N. (2010)**, para optar el grado de Magister en Derecho de la Empresa, sobre “Influencia de la informalidad en la Competitividad de la Micro y Pequeña Empresa en la Región Arequipa 2010”, aquí se desarrollan dos variables y se determina la relación de una sobre la otra. Estas variables son la informalidad y la competitividad de la micro y pequeña empresa en la región de Arequipa, año 2010. Concluyendo en lo siguiente: “En la presente investigación se ha llegado a demostrar que el índice formalidad del sector de la Micro y Pequeña Empresa en la región Arequipa es bajo, pues si bien el sector tiene la intención de ser formal mediante la inscripción en la SUNAT, sin embargo mantiene aspectos y realiza actos que los mantienen en la informalidad, como es la adquisición de insumos sin comprobante de pago, el no pago de impuestos y la situación irregular de sus trabajadores, que no le permiten acogerse a los beneficios de la Ley MYPES, creyendo erróneamente muchos de ellos que su no acogimiento trae mayores beneficios económicos, cuando lo que ocasiona son consecuencias nefastas como la pronta desaparición de empresa y la nula posibilidad de desarrollar y mejorar es su aspecto económico y de infraestructura total”.

Se investigará si la realidad descrita en este estudio se replica en las mypes del sector comercialización de bebidas alcohólicas, rubro licorerías, del distrito de Iquitos, año 2016

- **Sánchez R. (2011)**, investigaron sobre el “Surgimiento de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) e impacto de los Microcréditos sobre la reducción de la pobreza. El caso de Lima Metropolitana (Perú)”, llegando a las siguientes conclusiones: el emprendimiento en Lima se sustenta en la constitución de Micro y Pequeñas Empresas MYPES (Formadas por un número de trabajadores comprendido

entre 1 y 10 para las Microempresas y entre 11 y 100 para las Pequeñas Empresas) y de Trabajadores Independientes. En este sentido, una parte significativa de la población busca, a través de su participación en estas iniciativas empresariales, bien como empresarios, bien como trabajadores, obtener un nivel de renta que le permita abandonar los umbrales de pobreza y acceder a los medios mínimos de subsistencia. Sin embargo, las MYPES y el Trabajo Independiente, lejos de resolver el problema de la pobreza, lo acentúa aún más, ya que dentro de dichas iniciativas se esconden prácticas empresariales abusivas, ilegales y desleales, que ignoran los derechos más elementales relacionados con el trabajo.

Así, estas empresas se caracterizan por generar unos niveles de ingresos medios muy bajos, inferiores en la mayoría de los casos a la cesta básica de consumo, que es la que garantiza un nivel de ingresos mínimo para acceder a los bienes de primera necesidad en las cantidades suficientes. Además, más del 70% de las MYPES no están registradas legalmente, formando parte de redes informales de empresas sustentadas en prácticas ilegales y de impactos negativos sobre la población. En este contexto socioeconómico, las reformas legales emprendidas, lejos de reconocer la realidad y de introducir mejoras tendentes a mejorarlas, han agravado aún más la situación, al establecer unas normas más liberalizadas y permisivas que las que existían tradicionalmente.

Por otra parte, los programas de Micro finanzas y de concesión de microcréditos a colectivos emprendedores con escasos recursos (dentro de los cuales tiene una gran importancia las mujeres), aunque representan un instrumento financiero que puede contribuir a la creación y posterior desarrollo de MYPES y trabajo autónomo o independiente, son totalmente insuficientes para paliar la pobreza. Los

microcréditos representan una solución parcial (estrictamente financiera) y microeconómica (enfocada únicamente al ámbito de las empresas privadas), mientras que la reducción de la pobreza exige de soluciones globales (políticas asistenciales para favorecer el acceso a los bienes y servicios de primera necesidad y políticas activas de apoyo a la generación de empleo) y de carácter macroeconómico (donde los estados nacionales y las instituciones mundiales han de jugar un papel fundamental). Situación muy similar a la que viene ocurriendo en nuestra localidad, donde contrariamente a lo esperado, las microempresas –como, por ejemplo- exigen más de ocho horas de trabajo diario a sus colaboradores.

- **Hernando M. Navarrete (1993)**, en su libro *Planeación Estratégica de la Calidad Total* y a manera de síntesis de las aportaciones dadas por varios autores sugiere como concepto de calidad total la siguiente definición: “Es una filosofía empresarial coherente orientada a satisfacer mejor que los competidores, de manera permanente y plena, las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, mejorando continuamente todo en la organización, con la participación activa de todos para el beneficio de la empresa y el desarrollo humano de sus integrantes, con impacto en el aumento del nivel de calidad de la comunidad”.

Para las mypes del sector comercialización, rubro licorerías esto es imperioso. Los emprendedores sí reconocen que por la alta competitividad la calidad no se arriesga, por eso invocan a un mejor servicio con mayor detalle de edificación.

- **Humberto Gutiérrez Pulido (1999)** señala que la competitividad de una empresa está determinada por la calidad, el precio y el tiempo de entrega de sus productos o servicios. Será más competitivo si se puede ofrecer mejor calidad, a bajo

precio y en un menor tiempo de entrega. Estos tres elementos tendrán que ser atendidos por las autoridades de cada organización si desean fabricar un producto u ofrecer un servicio que sea capaz de competir en el mercado.

Esta conclusión será verificada en la investigación del estudio en el distrito de Iquitos, el cliente ha evolucionado y es más exigente y busca calidad en los bienes y servicios que adquiere.

2.2 Bases teóricas de la Investigación

2.2.1 Gestión de Calidad

Teoría de Deming

El Dr. Edwards Deming, conocido en algunos círculos como el padre de la Calidad. En los años treinta impartió cursos de control y calidad y se da cuenta que enseñar estadística sólo al área de manufactura de la organización no resolvería los problemas de estas. Después de la segunda guerra mundial fue invitado a Japón para ayudar a encumbrar la nación y es ahí donde Deming predica la importancia del liderazgo de la gerencia, asociación cliente-proveedor, y mejora continua en el desarrollo de productos y procesos (Evans y Lindsay, 2000).

La filosofía de Deming, es la calidad, una forma de trabajar con y hacia la excelencia lo cual implica para las organizaciones: un espíritu de prevención, no de corrección; autocontrol como proceso de crecimiento, búsqueda de servicio, entre otras.

Para lograr que este movimiento se dé dentro de una empresa es necesario que el personal administrativo adquiera un compromiso de alta dirección por medio de un espíritu reto y motivación de logro. Algo muy importante dentro del concepto de calidad es retribuir no por el esfuerzo sino por los resultados. En si para dar a la empresa un enfoque de calidad es necesario elaborar un proceso educativo que requiere compromiso, capacitación, entrenamiento, motivación, participación y autocontrol. Es la creación de una cultura de la empresa, lo cual requiere técnicas y métodos de cambio por cada una de las personas que integren la organización. Deming propuso a Japón la calidad y Japón demostró al mundo que la calidad es la filosofía que brinda resultados y que lleva a empresas mediocres a lograr niveles de alta competitividad mundial.

De sus aportaciones se encuentra el modelo del proceso administrativo dividido en cuatro fases: Plan, Do, Check, Act.

- **Plan (Planear).**

Proyectar un producto con base a una necesidad de mercado, señalando especificaciones y el proceso productivo.

- **Do (hacer)**

Ejecutar el proyecto.

- **Check (Controlar)**

Verificar o controlar el producto conforme a indicadores de calidad durante las fases del proceso de producción y comercialización.

- **Act (Analizar y actuar)**

Interpretar reportes, registros para actuar a través de cambios en el diseño del producto de los procesos de producción y comercialización para lograr la mejora continua.

Teoría de la planificación de la calidad (Joseph Juran)

Esta teoría señala la "Aptitud para el uso a nivel de empresas y conformidad con los requerimientos a nivel individual o de departamento, la calidad es medida por el usuario". Para lograr un índice elevado de calidad, Juran expone la trilogía de la calidad, la cual consiste en Planificar, Controlar y Mejorar.

Planificación de la calidad. En este proceso se determina quienes son los usuarios y sus necesidades, se define las características del producto, así como desarrollar procesos capaces de producir las características del producto y ejecutar lo planificado.

Control de la calidad. En esta etapa se evalúa el procedimiento hasta el producto, y se contrasta con sus objetivos, para intervenir sobre la diferencia.

Mejoramiento de la calidad. Es el momento que se produce los cambios ventajosos, hacia un avance en la forma de administrar el producto, el cual conlleva tres acciones:

Establecer la infraestructura, o sea las actividades de los gerentes, patrocinadores y ayudantes de calidad.

Identificar los proyectos de mejoramiento y establecer equipos para los proyectos.

Proporcionar recursos a los equipos; formación y motivación para diagnosticar la unión causas, fomentar los remedios y establecer controles para conservar los beneficios.

Las etapas que Juran proponen son las siguientes:

- Crear un comité de calidad.
- Formular políticas de calidad.
- Establecer objetivos estratégicos de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes.
- Planificar para cumplir los objetivos.
- Proveer los recursos necesarios.
- Establecer controles para evaluar el comportamiento respecto de los objetivos.
- Unidades comunes de medida para evaluar la calidad.

Teoría de Stephen Covey

Otra teoría importante para el área de liderazgo y calidad es la de Stephen Covey con los siete hábitos de la gente altamente eficiente, una renovada filosofía de vida sustentada en la comprensión y aplicación de los siete hábitos de efectividad personal y organizacional. Tales hábitos son: proactividad; comenzar con un fin en mente; primero lo primero; ganar - ganar; segundo comprender y después ser comprendido; sinergia; y por último, afilar la sierra.

Teoría de Kaplan y Norton

Con su cuadro de mando Integral (CMI), o mejor conocido como Balance Score Card (BSC), sistema originalmente desarrollado para la medición de procesos financieros, el cual se ha convertido en un reconocido Sistema Integral de Administración de la Eficiencia o del Desempeño. La aportación de los creadores del CMI, Robert Kaplan y David Norton, se centra sobre la estructuración de los criterios que deben seguirse en la elaboración del cuadro de mando empresarial.

Todos estos autores han definido con diferentes o parecidos principios la Gestión de la Calidad Total en las Organizaciones. Con toda esta variedad de valiosos aportes de teorías y mejores prácticas organizacionales.

2.2.2 Formalización

Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Ley Nro. 28015 del 03/07/2003.

Esta Ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.

En el Artículo 2, conceptualiza a la Micro y Pequeña Empresa como la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando en esta Ley se hace

mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante de tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

En el Artículo 4 de la Ley, nos habla sobre el Marco Institucional de las Políticas de Promoción y Formalización y sus lineamientos en la cual El Estado, promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través del Gobierno Central, Regional y Local; y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las MYPE, estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenible. Concordancias: D.S. N° 047-2006-EF (Aprueban ejecución de Operaciones y Servicios que celebre el Banco de la Nación con entidades que otorgan créditos a las micro y pequeñas empresas, en las localidades donde sea única oferta bancaria); R.M. N° 356-2006-TR (Programa mi Empresa).

El Artículo 5 engloba los lineamientos principales para la formalización. La acción del Estado en materia de promoción de las MYPE se orienta con los siguientes lineamientos estratégicos:

- a) Promueve y desarrolla programas e instrumentos que estimulen la creación, el desarrollo y la competitividad de las MYPE, en el corto y largo plazo y que favorezcan la sostenibilidad económica, financiera y social de los actores involucrados.

- b) Promueve y facilita la consolidación de la actividad y tejido empresarial, a través de la articulación inter e intersectorial, regional y de las relaciones entre unidades productivas de distintos tamaños, fomentando al mismo tiempo la sociabilidad de las MYPE y la integración en cadenas productivas y distributivas y líneas de actividad con ventajas distintivas para la generación de empleo y desarrollo socio económico.
- c) Fomenta el espíritu emprendedor y creativo de la población y promueve la iniciativa e inversión privada, interviniendo en aquellas actividades en las que resulte necesario complementar las acciones que lleva a cabo el sector privado en apoyo a las MYPE.
- d) Busca la eficiencia de la intervención pública, a través de la especialización por actividad económica y de la coordinación y concertación interinstitucional.
- e) Difunde la información y datos estadísticos con que cuenta el Estado y que gestionada de manera pública o privada representa un elemento de promoción, competitividad y conocimiento de la realidad de las MYPE.
- f) Prioriza el uso de los recursos destinados para la promoción, financiamiento y formalización de las MYPE organizadas en consorcios, conglomerados o asociaciones.
- g) Propicia el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen o laboran en las MYPE, a las oportunidades que ofrecen los programas de servicios, formalización y desarrollo.
- h) Promueve la participación de los actores locales representativos de la correspondiente actividad productiva de las MYPE, en la implementación de políticas e instrumentos, buscando la convergencia de instrumentos y acciones en los espacios regionales y locales o en las cadenas productivas y distributivas.

- i) Promueve la sociabilidad y agremiación empresarial, como estrategia de fortalecimiento de las MYPE.
- j) Prioriza y garantiza el acceso de las MYPE a mecanismos eficientes de protección de los derechos de propiedad intelectual.
- k) Promueve el aporte de la cooperación técnica de los organismos internacionales, orientada al desarrollo y crecimiento de las MYPE.
- l) Promueve la prestación de servicios empresariales por parte de las universidades, a través de incentivos en las diferentes etapas de los proyectos de inversión, estudios de factibilidad y mecanismos de facilitación para su puesta en marcha.

2.3 Marco Conceptual

La micro y pequeña empresa

El concepto MYPES tiene un sinnúmero de acepciones, dependiendo de la institución que lo define o a la realidad en la que se ubica. A continuación, se exponen algunas de ellas, para posteriormente determinar qué acepción se tomará en cuenta en esta investigación.

Según un estudio promovido por la GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes, Álvarez y Durán proponen definir homogéneamente a las empresas según su tamaño, como se observa en la Tabla 1 (2009, pp.31-32):

Tabla 1. Caracterización de las MYPES según número de trabajadores (GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes).

Tamaño de economía vs Empresa	Micro	Pequeñas
Grandes	1 a 10	76 a 250
Medianas	1 a 10	11 a 50
Pequeñas	1 a 10	11 a 35

Adaptado de: Álvarez y Durán (2009)

Según este estudio, el Perú se encuentra caracterizado como una economía mediana, por lo cual, las MYPES, para este contexto, se definen como empresas que tienen entre 1 a 50 trabajadores (Álvarez y Durán, 2009, p.32).

Por otro lado, la Organización Internacional del Trabajo, define a las MYPES según el número de los asalariados, tal como se muestra en la Tabla 05 (Oficina Internacional del Trabajo, 2004, párr.322):

La definición de MYPES en el Perú ha variado a través del tiempo. Para este estudio analizaremos las tres últimas variaciones: la Ley N° 28015 correspondiente al año 2003, el Decreto Legislativo N°1086, correspondiente al año 2008, y la Ley N°30056, correspondiente al año 2013. A continuación, se exponen los dos casos:

Según la Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios ((Ley N° 28015, 03/07/2003).

Asimismo, según la Ley en mención, las MYPES tienen como características esenciales poseer de 1 a 50 trabajadores y ventas de 1 a 850 UIT, tal como se muestra en la Tabla 02:

Tabla 2. Características de las MYPES en el Perú, según la Ley N°28015

Tamaño de empresa	N° Trabajadores	Ventas anuales
Microempresa	1-10	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	1-50	De 150 a 850 UIT

Adaptado de: Ley N°28015 (2003)

Según el Artículo N°4 del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPES (Decreto Supremo N° 007-2008-TR,2008), se define a la Micro y Pequeña Empresa como “la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar

actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

De igual modo, según el Decreto Supremo en mención, las MYPES tienen como características esenciales poseer hasta 100 trabajadores y ventas anuales de hasta 1700 UIT, tal como se muestra en la siguiente Tabla 03:

Tabla 3. Características de las MYPES en el Perú, según el DS N° 007-2008.

Empresa según criterio	N° Trabajadores	Ventas anuales
Microempresa	1-10	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	1-100	De 150 a 1700 UIT

Adaptado de: Decreto Supremo N° 007-2008-TR, 2008

De acuerdo a las modificaciones a los artículos 1, 5,14 y 42 Ley que Modifica Diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial (Ley N° 30056), las MYPES se definen sólo por el volumen de ventas anuales, como se detalla en la Tabla 04:

Tabla 4. Características de las MYPES en el Perú, según la Ley N° 30056

Tipo de empresa	Ventas anuales
Microempresa	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	De 150 a 1700 UIT

Adaptado de: Ley N° 30056 (2013).

A partir de estos conceptos recogidos a través de estas tres instituciones, se ha elaborado un cuadro de ventajas y desventajas para poder definir el término MYPE para esta investigación. A continuación, se detalla en la Tabla 5:

Tabla 5. Ventajas y desventajas de las distintas definiciones encontradas acerca de MYPES.

Propuesta según la entidad	Ventajas	Desventajas
GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y CenproMYPES	Es un indicador que trata de abordar un concepto común de MYPES en el mundo, lo cual nos permitirá medir a las MYPES peruanas en términos de desarrollo de comercio electrónico, no sólo en el Perú, sino con respecto a otros países.	Sólo proponen un indicador, el cual aborda el número de trabajadores en la empresa, más no el de ventas u otras características. El indicador no es igual para las MYPES de todos los países, sino que difiere en función a tres niveles económicos, lo cual nos limita en cierto grado la comparación
Organización Internacional del Trabajo	Es un indicador que dentro de un rango general, de 1 a 50 trabajadores, es igual al que propone la GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes en la opción elegida para el Perú	Sólo proponen un solo indicador para medir a las MYPES: número de trabajadores en una empresa. Los rangos propuestos para este indicador son muy imprecisos y no se logra ubicar en qué posición se encuentra el Perú
Gobierno Peruano	Muestra dos indicadores: el número de trabajadores y el rango de ventas.	Los rangos propuestos, sobre todo con el número de trabajadores, son muy disímiles a los propuestos por las otras dos entidades.

	Existen dos estudios para definir MYPES	El nivel de ventas se mide a través del indicador UIT (monto no fijo).
--	---	--

A partir de este análisis de ventajas y desventajas acerca del uso de conceptos, se ha optado por crear una definición apropiada de MYPE para esta investigación, al acoplar las definiciones propuestas por la GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes y la definición propuesta por Gobierno Peruano en la Ley N°28015 del año 2003.

Con respecto a esto último, se tomará en cuenta la legislación anterior, ya que nos permitirá comparar el nivel de ventas y juntar este indicador con aquel propuesto por la GTZ- Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes, el cual es el número de empleados.

En este sentido la definición de MYPES que se utilizará en esta investigación estará definida por tener 1 a 50 trabajadores y ventas de 1 a 850 UIT.

Nivel de innovación de las MYPES en el Perú

Existe poca cultura e innovación en las MYPES del Perú, ya que, según la investigación de la OCDE para el Perú en el 2011, las empresas que representan el mayor porcentaje del empresariado nacional peruano tienen aversión al riesgo, lo cual posiblemente ha sido generada por experiencias fallidas que usualmente son relacionadas a cambios que ha sufrido el entorno, como económicos, políticos, efectos sobre tasas de interés, inflación, etc. Además, se ha encontrado que existe “predominio

de estrategias rentistas” y “bajos niveles de presión competitiva” en los empresarios conservadores, lo cual ocasiona que éstas MYPES no logren innovar (OCDE O., 2011).

Asimismo, lo explica Gladys Triveño (2010), en la MYPES debe incorporarse la innovación en todas las áreas de la empresa, principalmente, en las áreas de la gestión, comercialización y diseño, ya que de esta depende el factor de éxito y competitividad de las organizaciones. Además, es necesario el empoderamiento de los empresarios en términos de innovación.

Triveño (2010) también reconoce que las MYPES conocen de competitividad, porque saben de ella en el día a día, sin embargo, existe una falta de esta. Afirma que es el deber del Gobierno promover un entorno favorable para todo el tejido empresarial. En la Figura 7 se muestran las conclusiones claves que Triveño desarrolla en su investigación, las cuales destacamos para la presente investigación:

- La alianza público-privada para el desarrollo de una plataforma que ayude a crear y desarrollar productos nuevos de las MYPES.
- Se debe dar empoderamiento a los empresarios, éstos deben estar comprometidos con iniciar la innovación y competitividad

Limitaciones de las MYPES

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2006, p.19), las MYPES presentan factores, tanto internos como externos, que les impiden llevar a cabo sus actividades de forma satisfactoria ante la fuerte competencia en el mercado (MTPE M., 2006). Estos se detallan a continuación:

- Presentan un ambiente laboral deficiente, en tanto no pueden ofrecer un clima que satisfaga de manera económica y psicológica a sus trabajadores (sensación de competencia, seguridad, reconocimiento, satisfacción, retribución, etc.) (MTPE M., 2006, p. 19).
- Existe competencia a través del juego de precios, en tanto los empresarios al no tener la capacidad económica-financiera suficiente frente a las grandes corporaciones no hacen análisis económicos ni de mercadeo.
- Las empresas tienen dificultad en planificar sus ingresos, a través de sus ventas, establecer precios y formas ingeniosas de darle valor agregado al cliente o consumidor (MTPE M., 2006, p.20).
- Existe un problema de apalancamiento financiero para nuevas inversiones, ya que no están dispuestos a hacerlo o no tienen los recursos necesarios. Esta realidad les resta nuevas oportunidades de crecimiento, lo que podría traducirse en mayores ingresos por defecto (MTPE M., 2006, p.20).
- Existe una estrategia de ventas muy precaria, en la cual las personas designadas a estas funciones deberían tener un conocimiento profundo sobre el tema y esta debería de estar en estrecha coordinación con todas las áreas de la empresa, ya que son el elemento necesario para la prosperidad de la empresa (MTPE M., 2006, p.20).
- Existen muchas ventas por cobrar vencidas, lo que deviene en ingresos planificados no efectuados y, por tanto, en pérdidas para la empresa. Esto se debe al estilo de funcionamiento de las MYPES, las cuales trabajan a consignación y al crédito. En este punto, es necesario que la empresa aplique políticas de cobranza muy rigurosas (MTPE M., 2006, p.20).

- Deficiente gestión y de conocimiento de los empresarios, lo que resulta en el desconocimiento de los factores que presionan el sector, la industria o el mercado en el que se desenvuelve la empresa y, peor aún, el desconocimiento del uso adecuado de herramientas internas de gestión para poder afrontarlas de manera exitosa (MTPE M., 2006, p. 21)

Estos limitantes identificados representan una realidad de las MYPES hoy en día en el Perú, por lo que es importante remarcarlos.

2.4 Hipótesis

La informalidad que habría en la mayor parte de las mypes del sector comercialización de bebidas alcohólicas, rubro licorerías, del distrito de Iquitos, se da en razón que los emprendedores concluyen que es más ventajoso que la formalización por el aspecto económico, menos impuestos, menos control de las autoridades y en consecuencia no aplican técnicas de gestión de calidad.

CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

Es del tipo cuantitativa, porque para la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

3.2 Nivel de investigación

Descriptivo, ya que se pretende comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y la composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

3.3 Diseño de la investigación.

El diseño que se utilizó en la investigación es no experimental – transversal-descriptivo. Esto significa la recolección de datos en un solo momento, en un tiempo único.



Dónde:

M = Muestra conformada por las Mypes a encuestar.

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

3.3.1 No experimental.

La investigación fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran en su contexto.

3.3.2 Descriptivo.

La investigación descriptiva refiere e interpreta minuciosamente lo observado; ésta se relaciona con las condiciones existentes, prácticas que prevalecen, opiniones, puntos de vista o actitudes y procesos en marcha, efectos experimentados o tendencias que se desarrollan. Hernández R. Fernández C. & Baptista P. (1999: P, pág. 60).

3.3.3 Transversal.

Porque el estudio se realizó en un determinado espacio de tiempo.

3.4 Población y muestra.

3.4.1 Población

Constituida por las micro y pequeñas empresas del sector comercialización de bebidas alcohólicas, rubro licorerías, del distrito de Iquitos. El número de estos negocios es de 13, que engloba a todos los negocios cuyo giro principal es la comercialización de licores, cerveza, entre otros y se determinó consultando las fuentes de la Municipalidad distrital de Iquitos y Sunat.

3.4.2 Muestra

Para la determinación de la muestra, que sirvió para la realización de la investigación, ésta se determinó por el siguiente instrumento estadístico:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{E^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

Dónde:

- n = x
- N = 13 mypes (población).
- E = 0.05 (5%) error absoluto.
- P = 0.50 proporcionalidad del evento de estudio.
- q = 0.50 complemento de P.
- Z² = 1.96 (coeficiente de confianza) nivel de confianza 95%.

Reemplazando...

$$n = \frac{3,8416 \times 0.5 \times 0.5 \times 13}{0,0025 \times 12 + 3,8416 \times 0.5 \times 0.5} = \frac{12.48}{0.99} = 12$$

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.5.1 Técnicas

Se utilizó la observación, entrevistas y la encuesta para la obtención de los datos para la investigación.

3.5.2 Instrumentos

Para obtener los datos necesarios para la investigación, se hizo mediante la elaboración de un cuestionario contenido en una encuesta.

3.6 Plan de análisis de datos

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación, se hizo uso del análisis descriptivo y para la tabulación de los datos se utilizó el programa IBM SPSS STATISTICS 22, para estadística e investigación.

3.7 Principios éticos.

Se refiere a aquellos juicios generales que sirven como justificación básica para las muchas prescripciones y evaluaciones éticas particulares de las acciones humanas.

Tres principios básicos, entre los generalmente aceptados en nuestra tradición cultural, son particularmente relevantes para la ética de la investigación con seres humanos; ellos son: respeto por las personas, beneficio y justicia.

Respeto por las personas.

Este principio incorpora al menos dos convicciones éticas; primera: que los individuos deben ser tratados como agentes autónomos; segunda: que las personas con autonomía disminuida tienen derecho a protección. El principio del respeto por las personas se divide entonces en dos requerimientos morales separados: el de reconocer la autonomía y el de proteger a quienes la tienen disminuida.

Beneficencia

Las personas son tratadas éticamente no sólo respetando sus condiciones y protegiéndolas del daño, sino también haciendo esfuerzos para asegurar su bienestar. Tal tratamiento cae bajo el principio de "beneficencia"; este término se entiende a menudo como indicativo de actos de bondad o caridad que sobrepasan lo que es estrictamente obligatorio. Se han formulado dos reglas generales como expresiones complementarias de acciones de beneficencia en este sentido: 1) no hacer daño; 2) aumentar los beneficios y disminuir los posibles daños lo más que sea posible.

El proverbio Hipocrático "no hagas daño" ha sido desde hace mucho tiempo un principio fundamental, de ética médica. Claude Bernard lo extendió al campo de la investigación, diciendo que uno no debería lesionar a una persona independientemente a los beneficios que pudieran derivarse para otras.

Justicia

¿Quién debiera recibir los beneficios de la investigación y quién soportar sus cargas?; esta es una cuestión de justicia en el sentido de "equidad en la distribución" o "lo que se merece". Ocurre injusticia cuando se le niega a una persona algún beneficio al que tiene derecho sin que para ello haya una buena razón, o se le impone indebidamente alguna carga. Otra manera de concebir el principio de la justicia es que los iguales deben ser igualmente tratados. Sin embargo, este planteamiento requiere explicación. ¿Quién es igual y quién desigual?; ¿qué consideraciones justifican apartarse de la distribución igual?; casi todos los tratadistas conceden que las distinciones basadas en la experiencia, la edad, la carencia, la competencia, el mérito

y la posición si constituyen algunas veces criterios que justifican el tratamiento diferencial para ciertos propósitos. Es entonces necesario explicar en qué aspectos la gente debe ser tratada igualmente. Hay varias formulaciones ampliamente aceptadas de formas justas para distribuir las cargas y los beneficios.

CAPITULO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Resultados

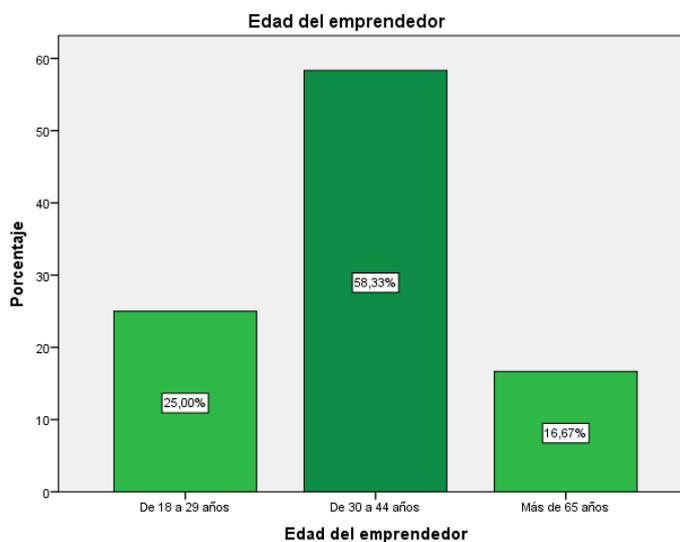
A: DATOS GENERALES

TABLA 6

		Edad del emprendedor			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 18 a 29 años	3	25,0	25,0	25,0
	De 30 a 44 años	7	58,3	58,3	83,3
	Más de 65 años	2	16,7	16,7	100,0
Total		12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 1



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

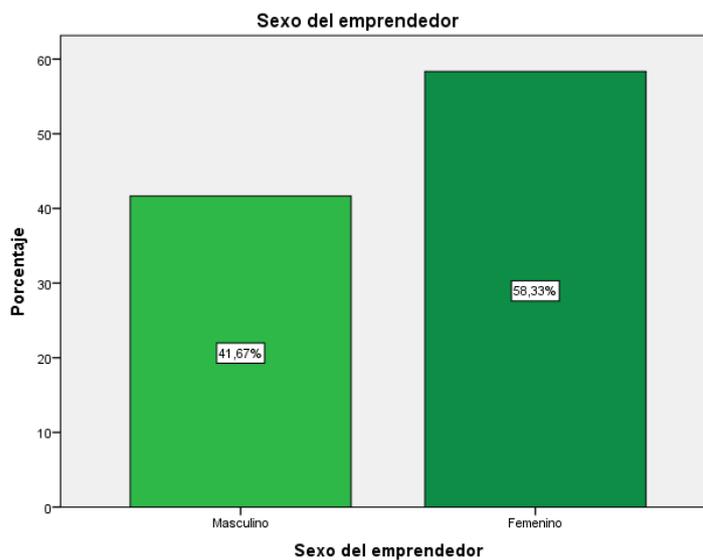
INTERPRETACIÓN: Los emprendedores en su mayoría están en el rango de 30 a 44 años de edad (58,3%), el rango de 18 a 29 años, 25,0%. En el rango de más de 65 años 16,7%. En este rubro hay mayor presencia de jóvenes microempresarios.

TABLA 7

		Sexo del emprendedor			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	5	41,7	41,7	41,7
	Femenino	7	58,3	58,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 2



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

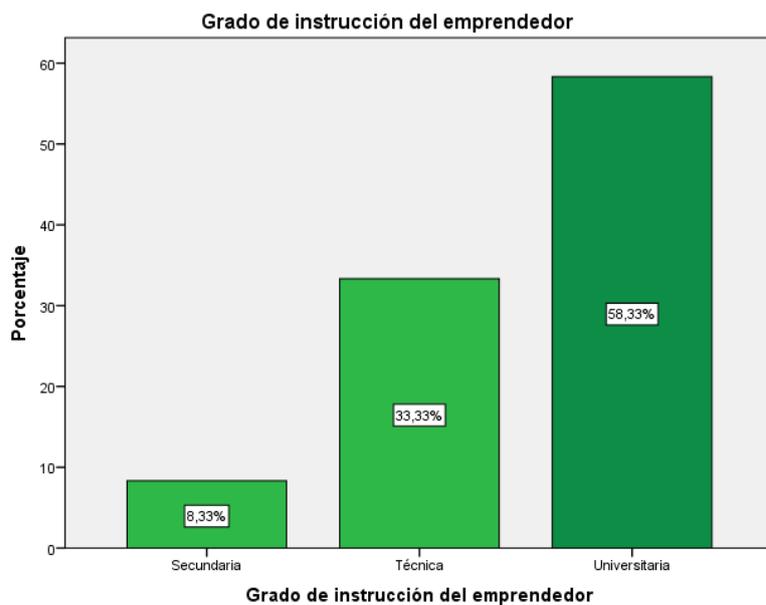
INTERPRETACIÓN: Los resultados indican que un 58,3% (la mayoría) de los encuestados son del género femenino. Un 41,7% masculino. Según explican las encuestadas, son más firmes en el negocio que los varones.

TABLA 9

		Grado de instrucción del emprendedor			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	1	8,3	8,3	8,3
	Técnica	4	33,3	33,3	41,7
	Universitaria	7	58,3	58,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 3



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

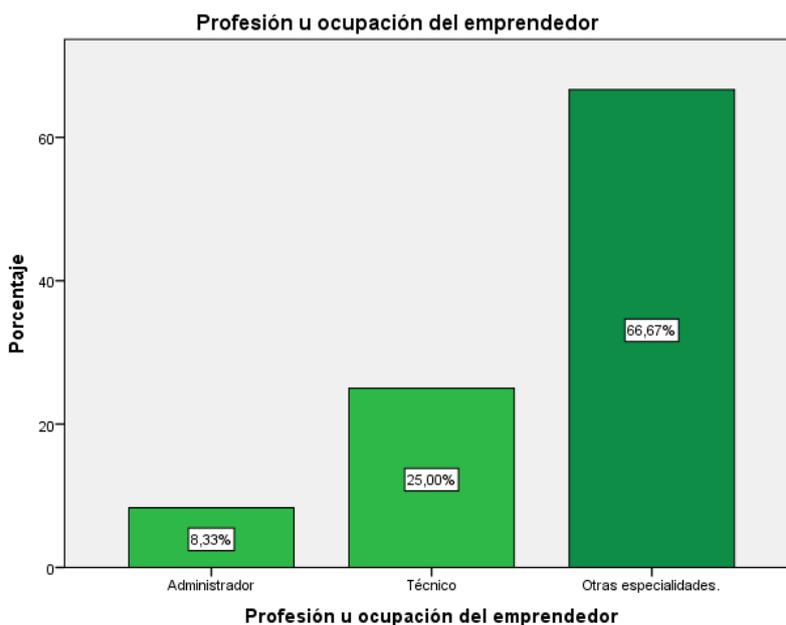
INTERPRETACIÓN: Del total de personas encuestadas, el 58,3% tiene instrucción universitaria, un 33,3% instrucción técnica y 8,3% nivel secundaria.

TABLA 10

		Profesión u ocupación del emprendedor			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Administrador	1	8,3	8,3	8,3
	Técnico	3	25,0	25,0	33,3
	Otras especialidades.	8	66,7	66,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 4



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: En la investigación, destaca “otras especialidades” con (66,7%), “técnico” (25,0%) y “administrador”, (8,3%). Este sector, por el mercado de demanda que existe brinda apertura a muchos interesados.

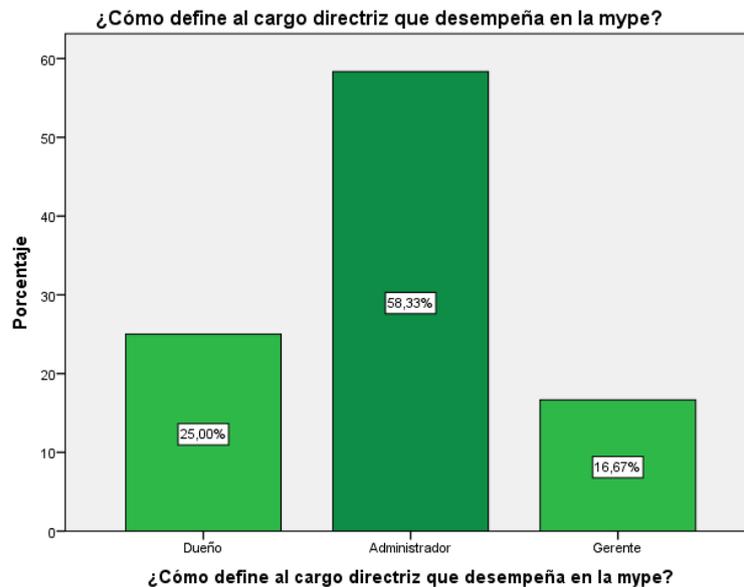
TABLA 11

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

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dueño	3	25,0	25,0	25,0
	Administrador	7	58,3	58,3	83,3
	Gerente	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 5



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

INTERPRETACIÓN: Según la investigación, los emprendedores de este sector ocupan el cargo de “Administrador” (58,3%). También, “dueño” (25,0%) y “Gerente” (16,7%). La nomenclatura de los cargos se da por el factor imagen que desean brindar los emprendedores.

B: DE LA EMPRESA

TABLA 12

¿Su empresa se encuentra formalizada?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	11	91,7	91,7	91,7
	Trámite inconcluso	1	8,3	8,3	100,0
Total		12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 6



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

INTERPRETACIÓN: El 91,7% de las mypes encuestadas se encuentran formalizadas. Según la investigación, este porcentaje es alto debido a que este rubro recibe frecuente fiscalización de las autoridades municipales.

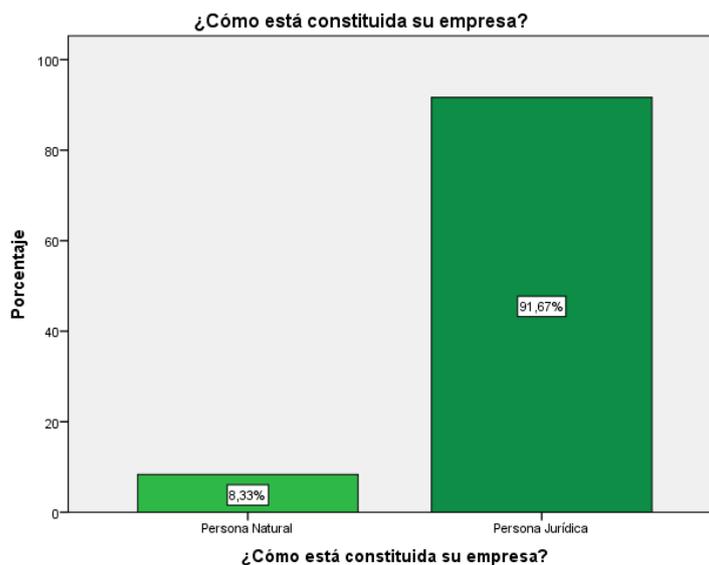
TABLA 13

¿Cómo está constituida su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Persona Natural	1	8,3	8,3	8,3
	Persona Jurídica	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 7



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

INTERPRETACIÓN: Según la investigación, el 91,7% de las mypes del sector están constituidas como persona jurídica. Este resultado es coherente con el grado de preparación universitario que tienen sus emprendedores, en el sentido de tener una visión más técnico empresarial.

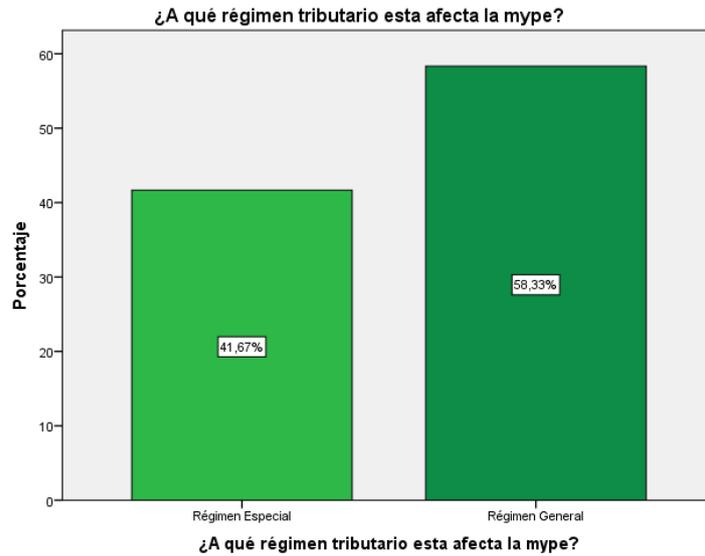
TABLA 14

¿A qué régimen tributario esta afecta la mype?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Régimen Especial	5	41,7	41,7	41,7
	Régimen General	7	58,3	58,3	100,0
Total		12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 8



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: En su mayoría, las mypes del sector comercialización de bebidas alcohólicas, rubro licorerías, están en el Régimen General (58,3%), y en el Régimen Especial (41,7%).

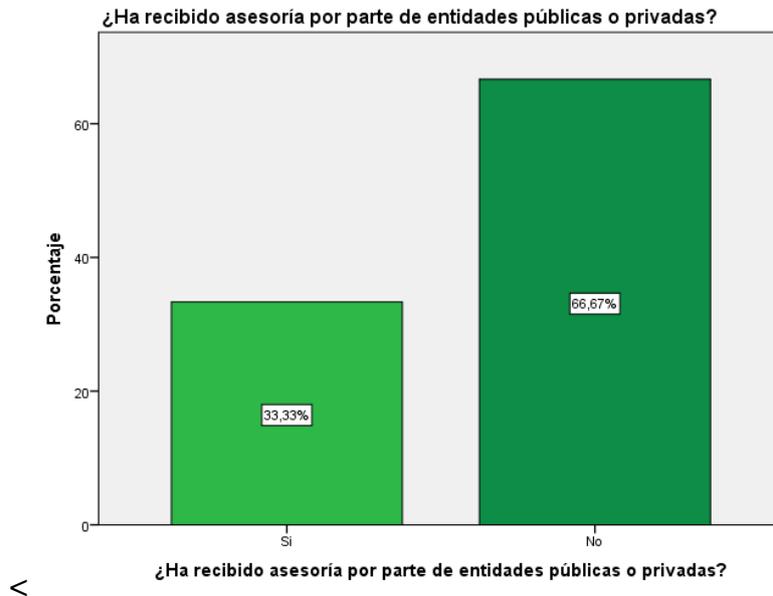
TABLA 15

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

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	4	33,3	33,3	33,3
	No	8	66,7	66,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 9



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

INTERPRETACIÓN: Los emprendedores indican que para constituir sus empresas “No” recibieron asesoría pública (66,7%), en tal sentido, contrataron asesoría especializada privada. Aquellos que indican que “Si” es porque acudieron hasta la autoridad municipal.

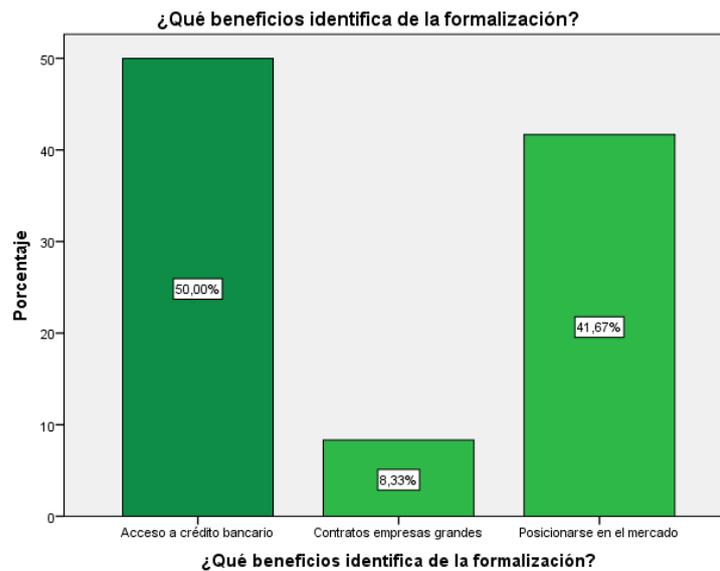
TABLA 16

¿Qué beneficios identifica de la formalización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Acceso a crédito bancario	6	50,0	50,0	50,0
	Contratos empresas grandes	1	8,3	8,3	58,3
	Posicionarse en el mercado	5	41,7	41,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 10



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

INTERPRETACIÓN: En la investigación se evidencia que los microempresarios del sector en estudio, identifican de la formalización como “acceso a crédito bancario” (50,0%); “posicionarse en el mercado” (41,7%) y “contratos empresas grandes” (8,3%).

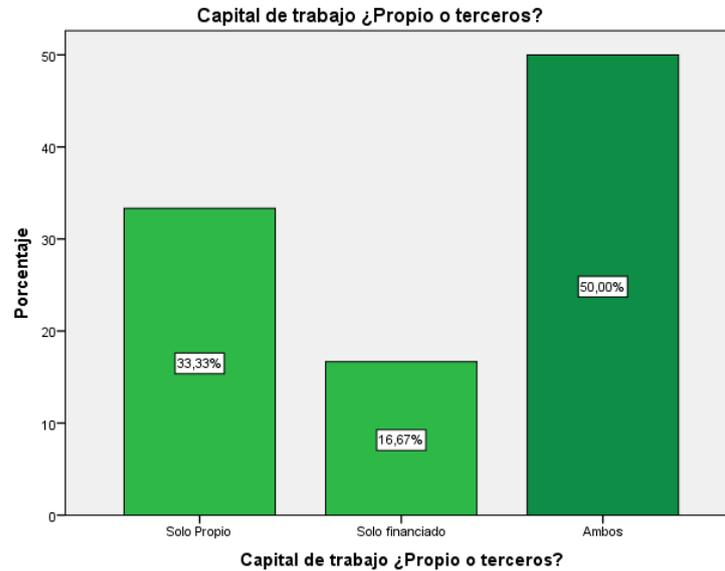
TABLA 17

Capital de trabajo ¿Propio o terceros?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Solo Propio	4	33,3	33,3	33,3
Solo financiado	2	16,7	16,7	50,0
Ambos	6	50,0	50,0	100,0
Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 11



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

INTERPRETACIÓN: Los emprendedores indican que se han financiado combinando su capital y un préstamo para realizar sus operaciones (50,0%). Otro grupo de empresarios indica tener su propio capital (33,3%).

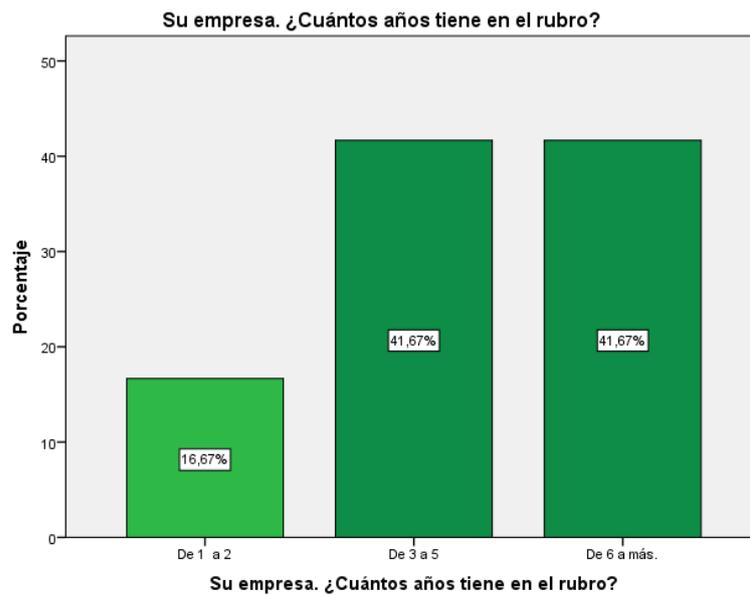
TABLA 18

Su empresa. ¿Cuántos años tiene en el rubro?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 2	2	16,7	16,7	16,7
	De 3 a 5	5	41,7	41,7	58,3
	De 6 a más.	5	41,7	41,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 12



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

INTERPRETACIÓN: Las mypes del sector comercialización tienen de “6 años a más” en el rubro (41.7%) y “de 3 a 5 años (41,7%). Hay presencia significativa de negocios nuevos, ellos representan 16,7%.

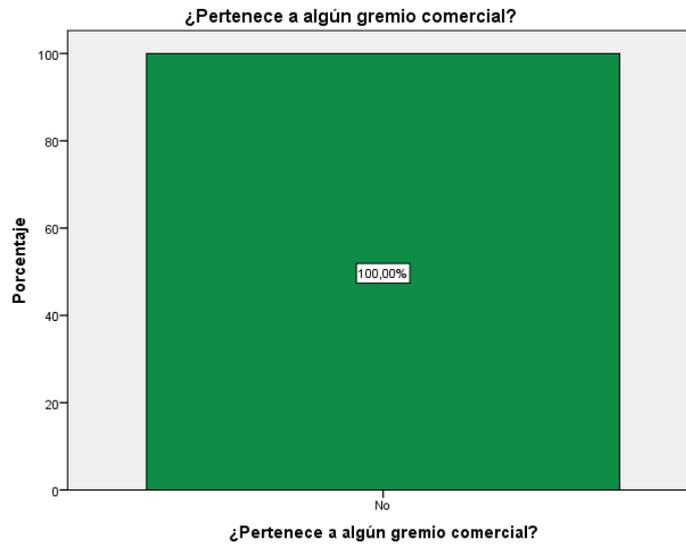
TABLA 19

¿Pertenece a algún gremio comercial?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	12	100,0	100,0	100,0

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

GRÁFICO 13



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

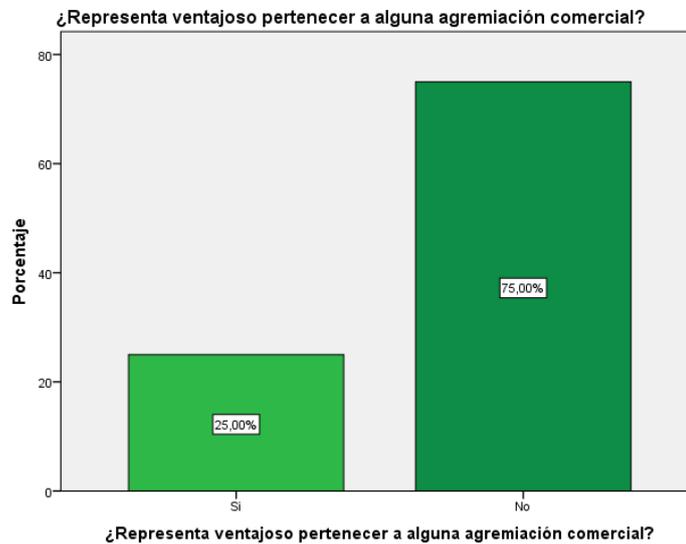
INTERPRETACIÓN: De acuerdo a la investigación, los empresarios prefieren su independencia y “No” agremiarse (100,0%).

TABLA 20

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	3	25,0	25,0	25,0
	No	9	75,0	75,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 14



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

INTERPRETACIÓN: Un 75,0% indica que “No” parece ventajoso pertenecer a alguna agremiación comercial, y un 25,0% da la posibilidad.

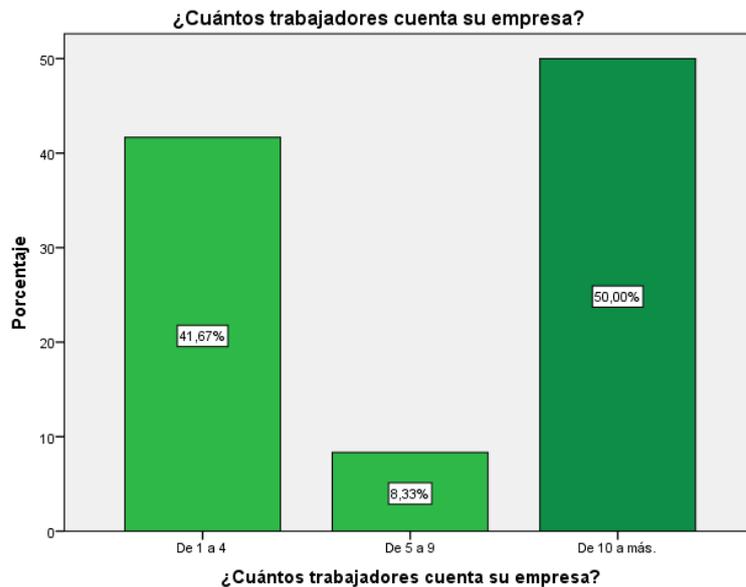
TABLA 21

¿Cuántos trabajadores cuenta su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 4	5	41,7	41,7	41,7
	De 5 a 9	1	8,3	8,3	50,0
	De 10 a más.	6	50,0	50,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 15



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

INTERPRETACIÓN: La investigación nos muestra que las empresas de este sector, tienen 10 a más trabajadores (50,0%), de 1 a 4 trabajadores (41,7%) y de 5 a 9 trabajadores (8,3%).

TABLA 21

		¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	12	100,0	100,0	100,0

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

GRÁFICO 16



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

INTERPRETACIÓN: Según la investigación, los emprendedores si registran a todos sus trabajadores en planilla (100,0%), conllevando a la formalidad en el aspecto laboral.

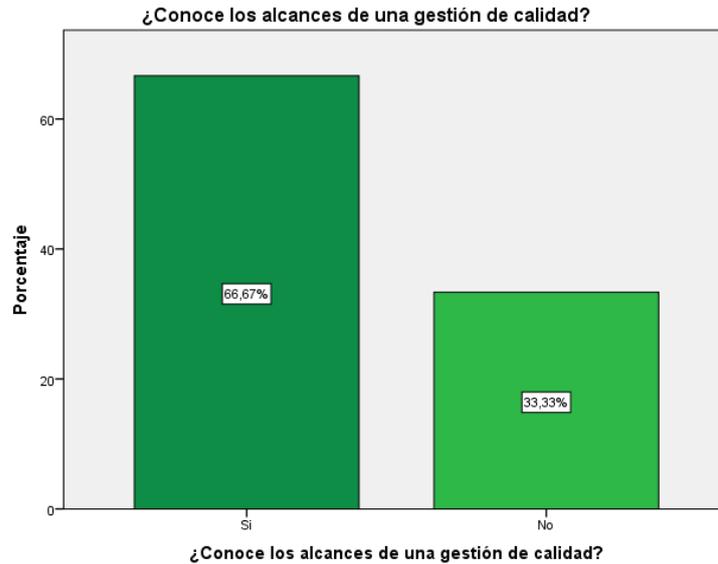
C. DE LA GESTION DE CALIDAD

TABLA 22

		¿Conoce los alcances de una gestión de calidad?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	8	66,7	66,7	66,7
	No	4	33,3	33,3	100,0
Total		12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 17



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

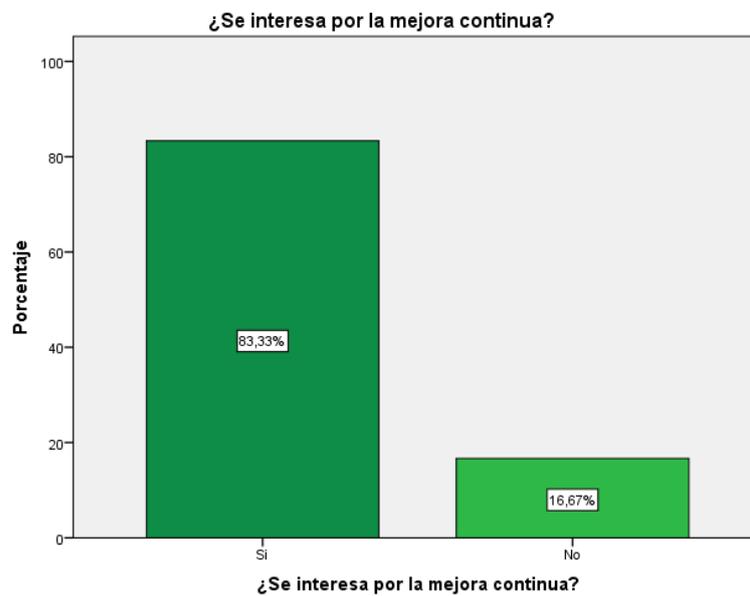
INTERPRETACIÓN: En su mayoría, los emprendedores encuestados indican que sí conocen los alcances de una Gestión de Calidad (66,7%). Otro importante grupo de estas mypes en estudio (33,3%), indican que “No”.

TABLA 23

		¿Se interesa por la mejora continua?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	83,3	83,3	83,3
	No	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 18



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

INTERPRETACIÓN: Los encuestados en su mayoría indican que “Sí” (83,3%) están enfocados en la mejora continua y lo evidencian en su infraestructura y servicios. Un grupo que representa el 16,7% indica que no es prioritario.

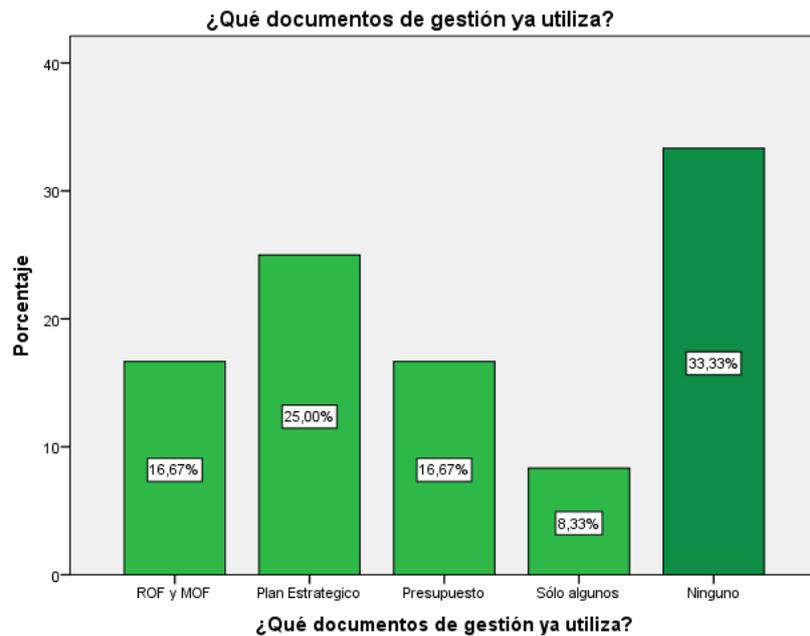
TABLA 24

¿Qué documentos de gestión ya utiliza?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ROF y MOF	2	16,7	16,7	16,7
Plan Estratégico	3	25,0	25,0	41,7
Presupuesto	2	16,7	16,7	58,3
Sólo algunos	1	8,3	8,3	66,7
Ninguno	4	33,3	33,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 19



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: El gráfico muestra una variedad de documentos de gestión que los emprendedores indican ya utilizar. Solo (33,3%) indica que aún no utiliza ninguno.

TABLA 25

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

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	4	33,3	33,3	33,3
	No	8	66,7	66,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 20



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: De las mypes encuestadas, el 66,7% no ha definido su visión y misión de su empresa por desconocimiento de la importancia de esta herramienta.

TABLA 26

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	7	58,3	58,3	58,3
	No	5	41,7	41,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 21



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes

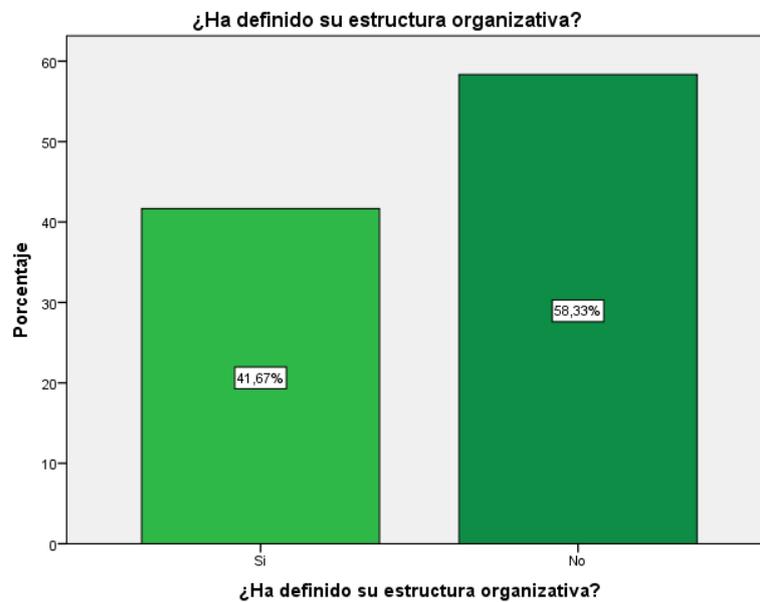
INTERPRETACIÓN: Sólo el 58,3% de los emprendedores definieron y han difundido los valores de la organización. Ellos manifiestan que es muy importante para los trabajadores y visitantes en sus locales comerciales.

TABLA 27

		¿Ha definido su estructura organizativa?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	5	41,7	41,7	41,7
	No	7	58,3	58,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 22



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: En la investigación se aprecia que los emprendedores que no establecieron su estructura organizativa 58,3%. Según indican porque solo se visualiza al dueño.

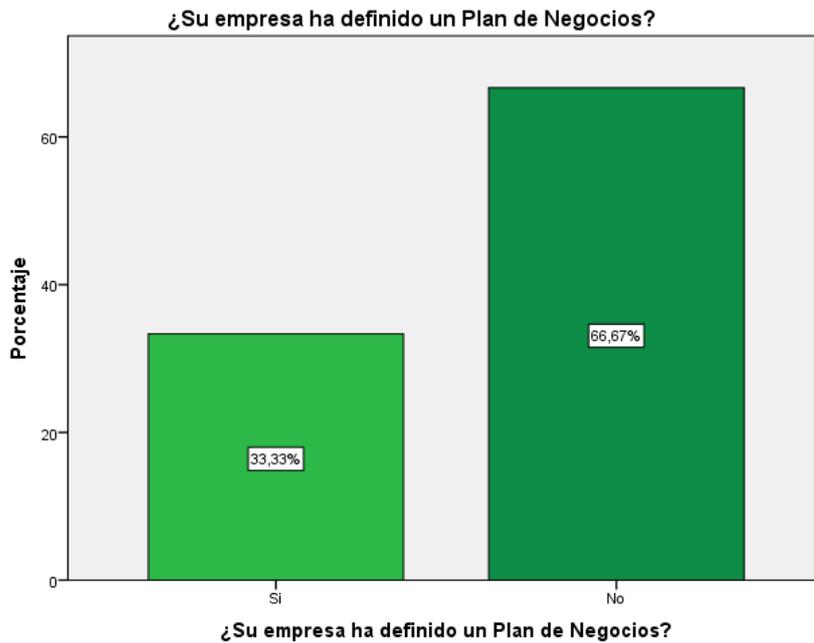
TABLA 28

¿Su empresa ha definido un Plan de Negocios?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	4	33,3	33,3	33,3
	No	8	66,7	66,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 23



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las mypes

INTERPRETACIÓN: Los microempresarios “No” definieron un Plan de Negocios por desconocimiento técnico 66,7%.

TABLA 29

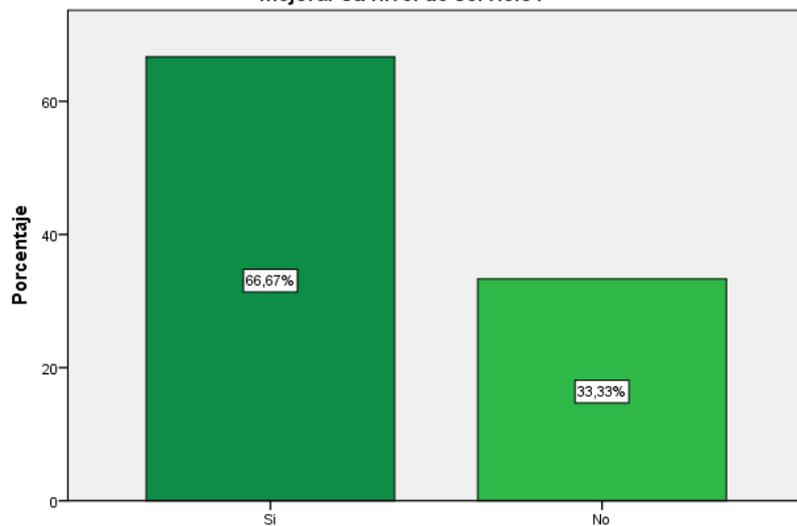
¿Ha implementado un sistema de servicio de atención al cliente, para evaluar y mejorar su nivel de servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	8	66,7	66,7	66,7
	No	4	33,3	33,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 24

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



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

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

INTERPRETACIÓN: Si se ha implementado un del sistema de servicio de atención al cliente (66,7%), para evaluar y mejorar su nivel de servicio. Un 33,3%, indicó que no.

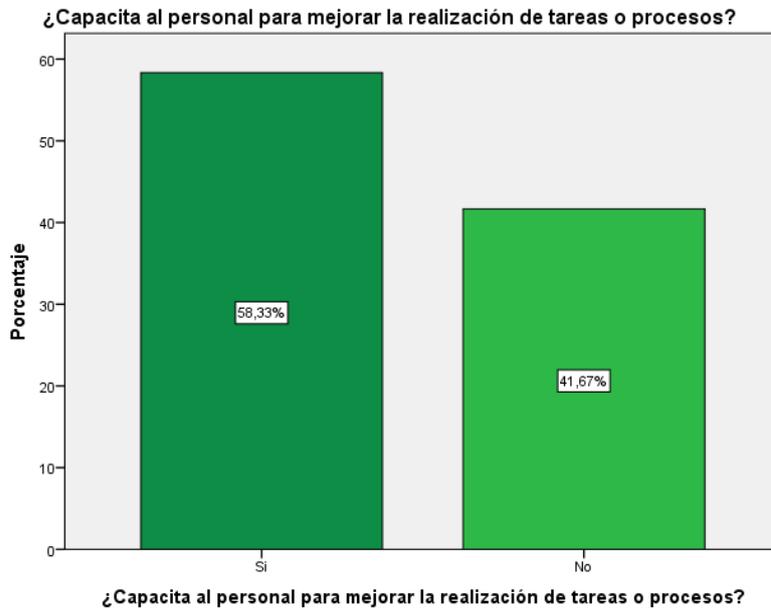
TABLA 30

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

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	7	58,3	58,3	58,3
	No	5	41,7	41,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 25



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

INTERPRETACIÓN: El 58,3% de los emprendedores encuestados si ha capacitado a sus trabajadores; el 41,7% de las mypes “No”.

TABLA 31

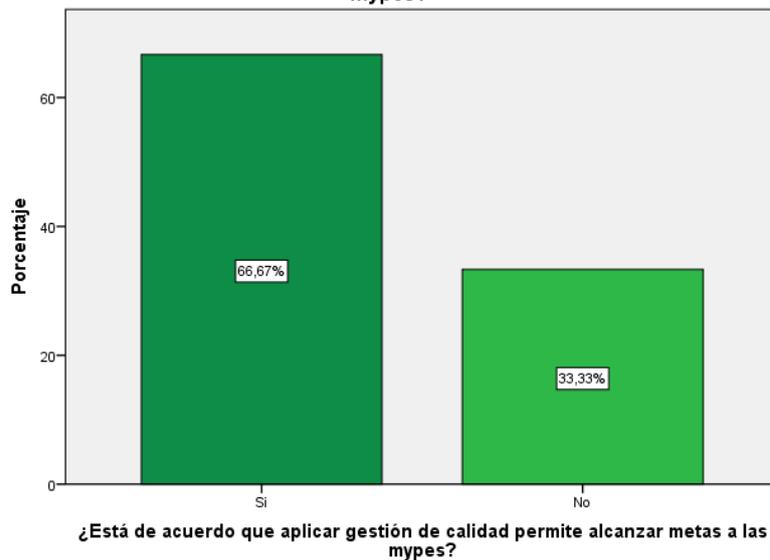
¿Está de acuerdo que aplicar gestión de calidad permite alcanzar metas a las mypes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	8	66,7	66,7	66,7
	No	4	33,3	33,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 26

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



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes

INTERPRETACIÓN: Según la investigación, los emprendedores manifiestan estar de acuerdo que la gestión de calidad es la estrategia para alcanzar sus metas (66,7%). Un 33,3% indica “No” lo ha comprado.

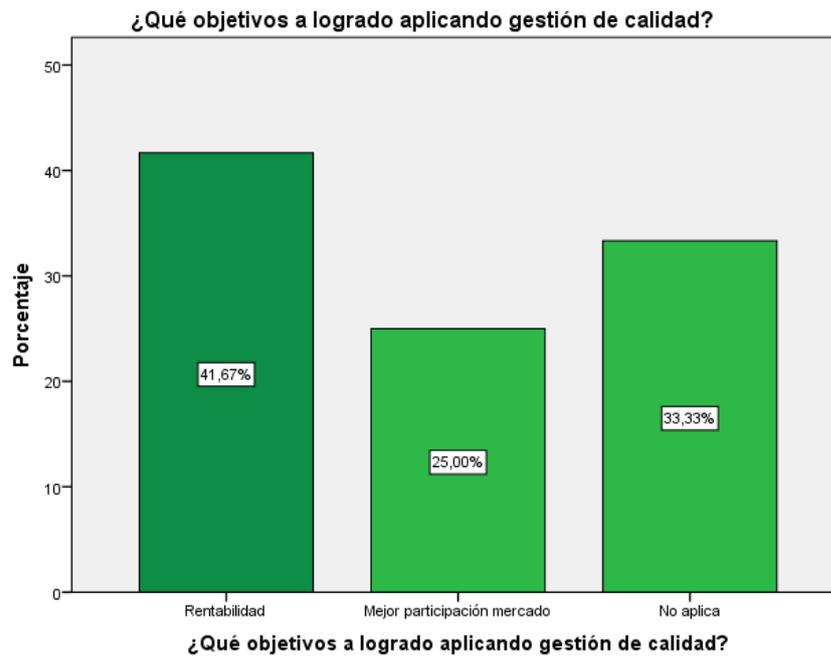
TABLA 32

¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rentabilidad	5	41,7	41,7	41,7
	Mejor participación mercado	3	25,0	25,0	66,7
	No aplica	4	33,3	33,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

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

GRÁFICO 27



Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes

INTERPRETACIÓN: Los microempresarios del sector comercialización de bebidas alcohólicas que aplicaron gestión de calidad lograron “rentabilidad” (41,7%) y “mejor participación en el mercado” (25,0%), frente a un 33,3% que aún no la aplica.

4.2 Análisis de los resultados

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

A: DATOS GENERALES

Respecto a *¿Edad del emprendedor?*.- Los emprendedores en su mayoría están en el rango de 30 a 44 años de edad (58,3%), de 18 a 29 años, 25,0% y en el rango de más de 65 años 16,7%. En este rubro hay mayor presencia de jóvenes microempresarios.

Sexo del emprendedor.- Los resultados indican que un 58,3% (la mayoría) de los encuestados son del género femenino. Un 41,7% masculino. Según explican las encuestadas, son más firmes en el negocio que los varones.

En *¿Grado de instrucción del emprendedor?*.- Del total de personas encuestadas, el 58,3% cuenta con instrucción universitaria, un 33,3% instrucción técnica y 8,3% nivel secundaria.

Respecto al resultado obtenido *¿Cómo define al cargo directriz que desempeña en la mype?*.- Según la investigación, los emprendedores de este sector definen al cargo directriz del negocio como: “Administrador” (58,3%), “dueño” (25,0%) y “Gerente” (16,7%). La nomenclatura de los cargos se da por el factor imagen que desean brindar los emprendedores.

B: DE LA EMPRESA

Siguiendo la investigación a la pregunta *¿Su empresa se encuentra formalizada?.*- El 91,7% de las mypes encuestadas se encuentran formalizadas. Según la investigación, este porcentaje es alto debido a que este rubro recibe frecuente fiscalización de las autoridades municipales.

¿Cómo está constituida su empresa?.- Según la investigación, el 91,7% de las mypes del sector están constituidas como persona jurídica. Este resultado es coherente con el grado de preparación universitario que tienen sus emprendedores, en el sentido de tener una visión más técnico empresarial.

Por otro lado *¿A qué régimen tributario esta afecta la mype?.*- En su mayoría, las mypes del sector comercialización de bebidas alcohólicas, rubro licorerías, están en el Régimen General (58,3%), y en el Régimen Especial (41,7%).

¿Ha recibido asesoría por parte de entidades públicas o privadas?.- Los emprendedores indican que para constituir sus empresas “No” recibieron asesoría pública (66,7%), en tal sentido, contrataron asesoría especializada privada. Aquellos que indican que “Si” es porque acudieron hasta la autoridad municipal.

Asimismo *¿Qué beneficios identifica de la formalización?.*-

En la investigación se evidencia que los microempresarios del sector en estudio, identifican de la formalización como “acceso a crédito bancario” (50,0%); “posicionarse en el mercado” (41,7%) y “contratos empresas grandes” (8,3%).

Capital de trabajo ¿Propio o terceros?

Los emprendedores indican que se han financiado combinando su capital y un préstamo para realizar sus operaciones (50,0%). Otro grupo de empresarios indica contar con su propio capital (33,3%).

Su empresa. ¿Cuántos años tiene en el rubro?

Las mypes del sector comercialización de bebidas alcohólicas, rubro licorerías, tienen de “6 años a más” en el rubro (41,7%) y “de 3 a 5 años (41,7%). Hay presencia significativa de negocios nuevos, los que representan 16,7%.

En la pregunta ¿Pertenece a algún gremio comercial?

Al respecto, los empresarios prefieren su independencia y “No” agremiarse (100,0%).

¿Representa ventajoso pertenecer a alguna agremiación comercial?

Un 75,0% indica que “No” parece ventajoso pertenecer a alguna agremiación comercial, y un 25,0% baraja la posibilidad.

Al consultar a las mypes *¿Cuántos trabajadores tiene su negocio?.-* La investigación nos muestra que las empresas de este sector, tienen 10 a más trabajadores (50,0%), de 1 a 4 trabajadores (41,7%) y de 5 a 9 trabajadores (8,3%).

¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?

Según la investigación, los emprendedores si registran a todos sus trabajadores en planilla (100,0%), conllevando a la formalidad en el aspecto laboral.

C. DE LA GESTION DE CALIDAD

A la pregunta *¿Conoce los alcances de una gestión de calidad?.-* En su mayoría, los emprendedores encuestados indican que sí conocen los alcances de una Gestión de Calidad (66,7%); pero un importante grupo de estas mypes en estudio (33,3%), indican que “No”.

- En consecuencia, los resultados de la pregunta *¿Se interesa por la mejora continua?*. Los encuestados en su mayoría indican que “Sí” (83,3%) están enfocados en la mejora continua y lo evidencian en su infraestructura y servicios. Un grupo que representa el 16,7% indica no es prioritario.

Al respecto, hacemos referencia de lo indicado por **Hernando M. Navarrete** (1993), en su libro *Planeación Estratégica de la Calidad Total*. Navarrete define que calidad “Es una filosofía empresarial coherente orientada a satisfacer mejor que los competidores, de manera permanente y plena, las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, mejorando continuamente todo en la organización, con la participación activa de todos para el beneficio de la empresa y el desarrollo humano de sus integrantes, con impacto en el aumento del nivel de calidad de la comunidad”.

En tal sentido, hemos verificado que los microempresarios del rubro de comercialización de bebidas alcohólicas, rubro licorerías del distrito de Iquitos tiene disposición para continuar realizando sus operaciones comerciales bajo el enfoque de la mejora continua, buscando interceptar los requerimientos de sus clientes vs los servicios comerciales que está dispuesto a ofrecer con calidad.

¿Qué documentos de gestión ya utiliza?.- El gráfico muestra una variedad de documentos de gestión que los emprendedores indican ya utilizar. Solo (33,3%) indica que aún no utiliza ninguno.

Respecto a la pregunta *¿Ha definido y exhibe la visión y misión de su empresa?* De las mypes encuestadas, el 66,7% no ha definido su visión y misión de su empresa por desconocimiento de la importancia de esta herramienta.

Asimismo *¿Ha elaborado y difundido valores que se practican en su organización?*. Sólo el 58,3% de los emprendedores definieron y han difundido los valores de la organización. Ellos manifiestan que es muy importante este conocimiento tanto para los trabajadores y visitantes en sus locales comerciales.

Respecto a la pregunta *¿Ha definido su estructura organizativa?*.- En la investigación se aprecia que los emprendedores que no establecieron su estructura organizativa (58,3%). Según indican porque solo se visualiza al dueño.

¿Su empresa ha definido un Plan de Negocios?. Los microempresarios “No” definieron un Plan de Negocios por desconocimiento técnico 66,7%.

¿Ha implementado un sistema de servicio de atención al cliente, para evaluar y mejorar su nivel de servicio?.- Si se ha implementado un sistema de servicio de atención al cliente (66,7%), para evaluar y mejorar su nivel de servicio. Un 33,3%, indicó que no.

Asimismo *¿Capacita al personal para mejorar la realización de tareas o procesos?*. El 58,3% de los emprendedores encuestados si ha capacitado a sus trabajadores; el 41,7% de las mypes “No”.

Siguiendo el análisis, citamos lo que señala **Humberto Gutiérrez Pulido (1999)** respecto a la competitividad de una empresa. Indica que está determinada por la calidad, el precio y el tiempo de entrega de sus productos o servicios. Será más competitivo si se puede ofrecer mejor calidad, a bajo precio y en un menor tiempo de entrega. Estos tres elementos tendrán que ser atendidos por las autoridades de cada organización si desean fabricar un producto u ofrecer un servicio que sea capaz de competir en el mercado.

Según la investigación, el rubro en estudio es un sector comercial muy dinámico y las empresas que participan tienen que ser necesariamente competitivas para ganar espacio en el mercado, entonces operar con calidad, sea en servicio o comercialización de un bien, debe devenir de un proceso de planificación y ejecución, nada a la casualidad.

¿Está de acuerdo que aplicar gestión de calidad permite alcanzar metas a las mypes?.- Según la investigación, los emprendedores manifiestan estar de acuerdo que la gestión de calidad es la estrategia para alcanzar sus metas (66,7%). Un 33,3% indica “No” aún lo ha comprobado.

¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de calidad?.- Los microempresarios del sector comercialización de bebidas alcohólicas que aplicaron gestión de calidad con la limitaciones que se pudieron presentar, han logrado mejoras en: “rentabilidad”(41,7%) y “mejor participación en el mercado” (25,0%), frente a un 33.3% que aún no la aplica.

CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

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

Empresa y Formalización

- Las mypes del sector comercialización de bebidas alcohólicas, rubro licorerías, son iniciativas mayormente de empresarios jóvenes (18 a 29 años) y jóvenes-adulto (30 a 44 años), que representan 25,0% y 58,3%, respectivamente.
- Son dirigidas en su mayoría por microempresarias (sexo femenino 58,3%), según indican porque son más firmes en este tipo de negocio. El 58,3% cuenta con instrucción universitaria y profesiones de diversas especialidades (66,7%).
- La formalización alcanza al 91,7%: como persona jurídica 91,7% y persona natural (8,3%) y se constituyeron contratando servicios de asesoramiento privados de asesoramiento (33,7%).
- Los microempresarios encuentran como principal ventaja de la formalización, el “acceso al crédito bancario” 50,0% y el “posicionamiento en el mercado” 41,7%.
- Por la apertura que brinda el rubro, es decir no especializado, existen en el mercado nuevos empresarios, constituyen el 16,7% (rango de 1 a 2 años).
- Un 75% no está agremiado a ningún tipo de asociación de comerciantes y tampoco lo desea hacer en el futuro.

- No se registra informalidad laboral, ya que todos los trabajadores se encuentran en planilla.

Gestión de Calidad

- Para los microempresarios del Sector Comercialización de Bebidas Alcohólicas, Rubro Licores, la calidad está enfocada en el servicio que brinda a sus clientes: está caracterizada por la implementación de un sistema de atención al cliente que es de conocimiento de sus colaboradores y que permite atender con -la mejor predisposición- al cliente desde el momento que ingresa a su local a realizar una compra hasta el despacho de la misma (66,7%).
- En la parte operativa, los microempresarios del sector en estudio si utilizan documentos de gestión como “Plan Estratégico” (25,0%) y “Presupuesto” para monitorear las operaciones de ventas vs estados financieros pero “No” como plan de dirección futura sino inmediata. No han diseñado su “estructura organizativa” (58,4%), ni “Plan de Negocio” (66,7%).
- La investigación demuestra que los microempresarios desean adoptar un sistema de gestión de calidad (66,7%) y por lo tanto requieren apoyo técnico que los conduzca a resultados evidentes. Por esta razón, muchos de ellos no han implementado estrategias como su misión y visión (41,7%).
- Finalmente, el 33,3% de los microempresarios que no aplican gestión de calidad, es por razones de desconocimiento y en su condición, han priorizado sus esfuerzos principalmente en buscar rentabilidad para equilibrarse económicamente.

5.2 Recomendaciones

Se brinda las siguientes recomendaciones:

- En el aspecto de la formalización, sugerimos mantener el status de legalidad del negocio, como por ejemplo la vigencia de la Licencia de Funcionamiento. Si bien, este status de formalidad es también producto de las constantes fiscalizaciones de la autoridad, pero que debe ser sostenible para constituirse en referente.
- Se sugiere también la definición y publicación en los respectivos locales, la visión, misión y valores de la empresa. Son clave no solo para una empresa que aspira a administrarse con calidad, sino que ayuda a que los integrantes de la organización a visualizar la dirección a donde deben llegar; integrándose como equipo.
- Asesorarse para adoptar el uso correcto de los documentos de gestión que son herramientas de gran alcance y sirven adicional al control, en documentos de dirección empresarial.
- Finalmente, el enfoque en atención al cliente: debe ser interiorizado tanto por la parte directiva de la microempresa como el total de la organización. Este binomio generará integración y un cambio sostenible en la gestión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

6.1 Referencias Bibliográficas

Congreso de la República. (2008). *Ley 29157. Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña empresa y del acceso al empleo decente.* Obtenido de http://www.5cityweb.com/apemives/nuevo//arch_prod_13.pdf. **Trabajo de Consulta en línea.**

Congreso de la República del Perú (1997). *Ley 26887. Ley General de Sociedades.* 05 de diciembre 1997.

Cueva, J.C., Ferradas, R. H., & O'Brien, J. (2005). *Un nuevo enfoque de proceso estratégico.* Perú: Lima: CENTRUM. Colección Gerencia al día.

D'Alessio, F. (2008). *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia.* México, D.F.: Pearson Educación.

Gestión.pe (2016). “Venta de licores se recupera de la “resaca” y crecería 6% en el 2016, estima CCL”, Recuperado de: <http://gestion.pe/mercados/venta-licores-se-recupera-resaca-y-creceria-6-2016-estima-ccl-2162859>. **Trabajo de consulta en línea.**

Gestión, & Alegría, L. (1 de 7 de 2015). “*El flagelo de la informalidad o el Perú que emerge a espaldas del Estado*”. pág. Economía. (Citado el 12 de noviembre del 2016). Disponible en: <http://gestion.pe/economia/flagelo-informalidad-peru-que-emerge-espaldas-estado-2135974>. **Trabajo de consulta en línea.**

Hernández, Fernández, & Baptista. (1998). “*Metodología de la investigación científica*”. México D.C.: Editorial, McGraw-Hill; 2° edición. Páginas 501- 207

Harrington, H.J. (1993) “Mejoramientos de los procesos de la empresa, Bogotá: Mc Graw-Hill”.

Flores, A. (2004). “Metodología de gestión para las micros, pequeñas y medianas empresas en Lima Metropolitana”. Lima. [Citado 2012, p.11]; Disponible en: <http://sisbib.unmsm.edu.pe>. **Trabajo de Consulta en línea.**

Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE, Decreto Supremo N° 007-2008-TR (2008).

Porter, M. (2004). *Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia* (Trigésima segunda reimpresión ed.). México, D. F.: Compañía Editorial Continental.

Prompyme (2005). Identificación de necesidades de las MYPES con respecto a las Tecnologías de la Información y Comunicaciones – TIC’s. Informe Final. Lima, Perú. Recuperado de:
http://www.eqsoft.net/documentos/estudio_necesidades_TIC_2005.pdf.

Trabajo de consulta en línea.

Player Steve y Roberto LACERDA (2002) Gerencia basada en actividades. ¿Cómo construir una organización más fuerte, más rentable y más efectiva?, Colombia: McGraw Hill.

Revista América Economía. (2016). Recuperado de:

<http://rankings.americaeconomia.com/las-500-mayores-empresas-de-peru-2014/ranking-500/las-mayores-empresas-del-peru/bebidas-y-licores/>.

Trabajo de consulta en línea.

Riquez Eva. (1995). “Guía para la Elaboración de Proyectos de Investigación”

1ra. Edición Lima Editorial San Marcos.

6.2 páginas Web consultadas

www.camaralima.org.pe

www.produce.gob.pe/

<http://gestion.pe/>

<http://www.cuanto.org>

ANEXOS

1 Cronograma

En el adjunto se detalla el desarrollo de las actividades de realización del informe final de investigación.

Tabla 33

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

2. Presupuesto General

Para la realización del informe final de investigación, se realizó una inversión de S/. 6,525.30

Tabla 34

Item	Concepto	Unidad Medida	Cantidad	V Unitario S/.	C. Total S/.
1	Asesoramiento	Sesiones	9	200	1800
2	Adquisición de documentos y libros	Und	2	30	60
3	Adquisición de copias	Juegos	326	0.05	16.3
4	Redes / Celular.	Und	2	55	110
5	Impresiones	Und	4	15	60
6	Anillados	Und	5	8	40
7	Transportes	Und	33	3	99
8	Alimentación	Und	28	10	280
9	Empastado de tesis	Und	2	180	360
10	Curso de Titulación	Und	1	1650	1650
11	Trámites de Titulación	Und	1	1200	1200
12	Gastos diversos	Und	1	850	850

Total S/. 6525.30

3. Encuesta

**UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Gestión de Calidad y Formalización de las mypes del sector comercialización de bebidas alcohólicas, rubro licorerías, del distrito de Iquitos año 2016”.

ENCUESTA

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

Encuestado:

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

A. DATOS GENERALES:

1. Edad del emprendedor de la empresa:

De 18 a 29 años () De 30 a 44 años () De 45 a 64 años () Más de 65 años ()

2. Sexo:

a) Masculino.....b) Femenino.....

3. Grado de instrucción:

a) Sin instrucción

b) Primaria:

c) Secundaria:

- d) Técnica
- e) Universitaria:

4. ¿Cuál es la profesión del emprendedor?

Lic. Administración ()

Ingeniero ()

Técnico ()

Otro ()

5. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?

Dueño

Administrador

Gerente

B.- DE LA FORMALIZACIÓN

6. ¿Su empresa se encuentra formalizada?

Si (), No ()

7. ¿Por qué motivo no se formalizó?

No entiende ()

Trámites costosos ()

No es prioritario ()

No tiene apoyo ()

8. ¿Considera que los trámites de formalización son burocráticos?

Si (), No ()

9. Si el Estado concedería beneficios para la formalización de las MYPES, ¿formalizaría su empresa?
- Si () No ()
10. ¿Se ha constituido como persona jurídica?
- Si () No ()
11. ¿En qué régimen está constituido su empresa?
- Régimen General ()
- Régimen Especial ()
- RUS ()
12. ¿Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial?
- Si (), No ()
13. ¿Qué beneficios identifica para su empresa formalizada?
- Acceso a crédito bancario (),
- Ruedas de Negocios ()
- Otros ()
14. ¿La formalización le ayuda a crecer en participación en el mercado?
- Si (), No ()
15. ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?
- De 1 a 2 () De 3 a 5 () De 6 a más ()

16. ¿Pertenece o conforma alguna agremiación comercial?

Si () No ()

17. ¿Representa ventajoso pertenecer a alguna agremiación comercial?

Si () No ()

18. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

De 1 a 4 () De 5 a 9 () De 10 a más ()

19. ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?

Si (), No ()

20. ¿Considera que la formalización aumenta los costos laborales?

Si (), No ()

C.- De la gestión de la calidad

21. ¿Conoce cuáles son los alcances de una gestión de calidad?

Si (), No ()

22. ¿Cuenta su empresa con procesos estandarizados, tanto en la parte administrativas como operativa?

Si (), No ()

23. ¿Qué documentos de gestión ya utiliza en la administración de su empresa?

a). Procedimientos o Reglamento b). Plan estratégico c). Otros d).
Ninguno

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

Si (), No ()

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

Si (), No ()

26 ¿A definido su estructura organizativa?

Si (), No ()

27 ¿Su empresa tiene definido y sigue un Plan de Negocios Estratégicos?

Si (), No ()

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

Si (), No ()

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

Si (), No ()

30. ¿Percibe que aplicar una gestión de calidad en su empresa le proporciona resultados que le ayuda a lograr sus objetivos?

Si (), No ()

31. ¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de calidad?

Aumento de ventas ()

Clientes Satisfechos ()

Mejor posicionamiento en el mercado ()

Iquitos, diciembre 2016