

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES

E.A.P. DE CONTABILIDAD

**Sistemas de información gerencial en Mypes
gastronómicas de la zona B, San Juan de Miraflores,
2015 - 2016**

TESIS

Para optar el Título Profesional de Contador Público

AUTOR

Edward Emilio Rojas Melgarejo

ASESOR

Víctor Ricardo Masuda Toyofuku

Lima - Perú

2017

Dedicatoria

*El presente trabajo está dedicado a mis padres
Y hermanos, quienes cada día me apoyan y
Orientan con sus consejos para así poder tener
Una mejor formación profesional y personal.*

Agradecimiento

*Agradezco a dios por haberme permitido
estudiar esta maravillosa carrera,
asimismo, a todas las personas que creyeron en mí
y me brindaron su apoyo incondicional.*

ÍNDICE

RESUMEN	V
ABSTRACT	VI
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	1
1.1.Situación Problemática	1
1.2.Formulación Del Problema	2
1.3 Justificación Teórica	3
1.4 Justificación Práctica	3
1.5. Objetivos de la Investigación	4
1.5.1. <i>Objetivo General</i>	4
1.5.2. <i>Objetivos Específicos</i>	4
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	5
2.1 Marco Filosófico o Epistemológico	5
2.2. Antecedentes de la Investigación	9
2.3. Bases Teóricas	19
2.3.1. <i>Teoría General de Sistemas</i>	19
2.3.2. <i>Las Mypes en el Perú y el mundo</i>	24
2.3.2.1 Ley 30056 MIPYMES	24
2.3.2.2 Tamaño de participación de las Mypes en el PBI del país.	28
2.3.2.3 Porcentaje de la PEA que ocupan las Mypes en el Perú.	28
2.3.2.4 Las Mypes en México y España	30
2.3.3 La Informalidad de Las Mypes en el Perú	33
2.3.4. Régimen tributario de las Mypes en el Perú	39
2.3.4.1. El Régimen único Simplificado (RUS).	39
2.3.4.2 Régimen Especial de Renta.	40
2.3.4.3 Régimen PYME Tributario	41
2.3.5. <i>La Evasión Tributaria de las Mypes en el Perú</i>	45
2.3.6. <i>Régimen laboral MYPE</i>	48
2.3.7. <i>El sector gastronómico en el Perú</i>	50
2.3.7.1 Desarrollo gastronómico en el Perú.	52
2.3.7.2 Calidad de la Gastronomía Peruana	56
2.3.7.3. La Importancia de las Vedas en la Gastronomía Peruana.....	60
2.3.7.4. Tratamientos de residuos en la Gastronomía Peruana.	62
2.3.7.5. El uso de Preservantes en la Gastronomía Peruana.....	63

2.3.7.6. La Salubridad en la Gastronomía Peruana.	64
2.3.7.7. Seguridad y Salud en la Gastronomía Peruana.....	66
2.3.8. <i>Sistemas de Información Gerencial para Mypes</i>	68
2.3.8.1 Proceso de Ventas.....	70
2.3.8.2. Producción y Comercialización.....	74
2.3.8.3. Control Contable.....	76
2.3.8.4. Planeación y Control.	80
2.3.9. <i>Estructura de un Sistema de Información Gerencial para Mypes</i> ...	81
2.3.9.1 Control Eficiente y Eficaz en las Mypes.	84
2.3.9.2. Control de Inventarios.....	85
2.3.9.3. Control de Cuentas por Cobrar.	87
2.3.9.4. Control de Cuentas por Pagar.	89
2.3.10. <i>Competitividad de las Mypes</i>	92
2.3.11. <i>Evaluación de mercados y Clientes Potenciales</i>	94
CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA	103
3.1. Tipo y Diseño de Investigación	103
3.2. Unidad De Análisis	103
3.3. Población De Estudio	104
3.4. Tamaño De La Muestra.....	104
3.5 Selección de la muestra	105
3.6 Técnicas de Recolección de Datos	105
CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	107
4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados	107
4.2. Pruebas De Hipótesis	133
4.3. Presentación De Resultados.....	139
CONCLUSIONES	140
RECOMENDACIONES	141
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	142
ANEXOS	152

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó con la finalidad de demostrar que el uso de los Sistemas de Información Gerencial en las Mypes del sector Gastronómico, permiten un mayor crecimiento empresarial, algo realmente importante porque nos encontramos en un mercado altamente competitivo en el cual influyen muchos factores que permiten el crecimiento de estas empresas y uno de esos factores son los sistemas de información gerencial, los cuales ayudan a la toma de decisiones y sobre todo a una buena organización de la empresa.

Por ello se realizó un estudio con las Mypes del sector gastronómico de la zona B en el distrito de San Juan de Miraflores, para describir el impacto de los sistemas de información Gerencial en el crecimiento de las mismas, para ello se abordará el tema de los sistemas de información (SI), sobre todo como pueden contribuir para que las Mypes logren ser más competitivas y logren un crecimiento destacado en el mercado, además de los beneficios y oportunidades de negocio a las que pueden aspirar estas empresas gracias al uso de sistemas de información Gerencial.

Para poder analizar el impacto de los SI en estas Mypes se revisarán diversos conceptos relacionados a la actividad propia de este sector, como la normatividad legal aplicable, el desarrollo y crecimiento, así como los sistemas de información y su aplicación práctica, finalmente se mostraran los resultados de la investigación mediante encuestas y sus respectivos gráficos, analizando cada uno de ellos e interpretando los resultados, para finalmente demostrar nuestra hipótesis y brindar nuestras conclusiones y recomendaciones.

ABSTRACT

The present investigation was carried out with the purpose of demonstrating that the use of the Management Information Systems in the Gas Sector's Mypes allows a greater business growth, something really important since we are in a highly competitive market in which they influence Many factors that allow the growth of these companies and one of these factors are management information systems, which help decision making and above all a good organization of the company.

For this reason, a study was carried out with the Mypes of the gastronomic sector of zone B in the district of San Juan de Miraflores, to describe the impact of the management information systems in the growth of the same ones. Information systems (IS), especially as they can contribute to make the Mypes more competitive and achieve outstanding growth in the market, in addition to the benefits and business opportunities to which these companies can aspire through the use of Management information.

In order to analyze the impact of the IS in these Mypes will review various concepts related to the activity of this sector, such as applicable legal regulations, development and growth, as well as information systems and their practical application, will finally be shown the Results of research through surveys and their respective graphs, analyzing each one of them and interpreting the results, to finally demonstrate our hypothesis and provide our conclusions and recommendations.

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1. Situación Problemática

En la actualidad, han surgido nuevas formas de guiar empresas y hacer negocios en el mundo, forzadas quizás por un proceso de globalización que se impone en todo el mundo, que exige en los actuales momentos un cambio de mentalidad centrada en la maximización de las mejoras continuas de todo negocio.

Los Sistemas de Información Gerencial, van a la vanguardia de esta nueva forma de hacer negocio, es por ello que la implementación de sistemas en las organizaciones se está convirtiendo en la herramienta más utilizada por las empresas hoy en día, nuestro país no es ajeno a esta realidad, en los últimos años hemos venido experimentando diversos cambios, ahora son cada vez más las empresas que utilizan Sistemas de Información Gerencial para gestionar sus negocios.

Sin ir muy lejos en nuestro país se liquidan empresas a diario, sobre todo micro y pequeñas empresas las cuales no logran adaptarse a los nuevos cambios que vienen presentándose en el mundo de los negocios, carecen de falta de información y asesorías, muchas de estas empresas no cuentan con Sistemas de Información Gerencial y en la mayoría de los casos ni siquiera con un computador o un sistema que les ayude en el manejo de la información, impidiéndoles crecer empresarialmente.

El tema de esta investigación está centrado principalmente en el distrito de San Juan de Miraflores, distrito muy prospero en el ámbito empresarial, siendo una de las nuevas zonas comerciales, el sector gastronómico ubicado en la zona B de este distrito, cuenta con innumerables pollerías, centros de comida rápida y

diversos negocios dedicados a la gastronomía, muchas de estas empresas son familiares y no tienen más de 2 años de ser creadas, la gran mayoría de ellas ha logrado un importante crecimiento empresarial en este último año pasado, destacándose de las demás principalmente por el uso de Sistemas de Información Gerencial en sus negocios.

Toda esta situación motiva a cuestionarse si es o no necesario la presencia de un Sistema de Información Gerencial en estas MYPES del sector gastronómico, existirá una relación entre el uso de Sistemas de Información Gerencial y el crecimiento empresarial en estos negocios, además como afecta el uso de Sistemas de Información Gerencial en los negocios, por ultimo debemos cuestionarnos si son los Sistemas de Información Gerencial la clave para el crecimiento de estas Mypes.

1.2. Formulación Del Problema

¿Qué relación existe en las Micro y Pequeñas empresas (Mypes) del sector gastronómico ubicadas en la Zona B del distrito de San Juan de Miraflores, entre las que utilizan los Sistemas de Información Gerencial y el crecimiento de sus negocios en el periodo 2015-2016?

- ¿Qué importancia tienen los Sistemas de Información Gerencial en las Mypes del sector gastronómico ubicadas en la Zona B del distrito de San Juan de Miraflores, periodo 2015-2016?
- ¿Cuán competitivos pueden llegar a ser estos negocios, además de las muchas oportunidades a las que pueden tener acceso, gracias al uso de los Sistemas de Información Gerencial, periodo 2015-2016?

1.3 Justificación Teórica

La realización del presente estudio permitirá un nuevo punto de vista sobre el uso de los Sistemas de Información Gerencial aplicados a las MYPES, ya que en mucho de los casos no se les da la debida importancia por considerar que solo deben utilizar Sistemas de Información Gerencial las empresas grandes.

La permanente aparición de nuevos productos y el desarrollo del mercado, nos lleva a la necesidad de estar en constante evolución para poder reaccionar de una manera rápida y eficaz, con la finalidad de no ser apartados del mercado por la competencia o por la falta de tecnología.

Lo dicho anteriormente nos lleva a considerar que es imprescindible tomar en cuenta que las micro y pequeñas empresas deben conservarse en forma duradera, con permanente capacitación y optar por modelos de gestión empresarial que están en constante evolución.

1.4 Justificación Práctica

La presente investigación permitirá encontrar beneficios y opciones que nos ayuden al mejoramiento continuo de estas MYPES, brindándoles una mayor oportunidad de crecimiento y eficiencia en sus negocios, mostrándose en la práctica los beneficios obtenidos por estos negocios.

Por último el fin que busca esta investigación es la debida importancia que se le debe dar a los Sistemas de Información Gerencial, tal vez la mayoría no lo utiliza pues piensan que los Sistemas de Información Gerencial son complejos e inútiles y desconocen sus beneficios y oportunidades que brindan en la práctica diaria, por eso mediante este trabajo mostraremos que un Sistema de Información Gerencial es la mejor herramienta para el crecimiento de los negocios, así como los diversos beneficios que se obtienen mediante ellos.

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Determinar la relación que existe en todas las MYPES del sector Gastronómico ubicadas en la Zona B del distrito de San Juan de Miraflores, entre las que utilizan Sistemas de Información Gerencial y el crecimiento de sus negocios en el periodo 2015-2016.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Analizar la importancia de los Sistemas de Información Gerencial en las Mypes del sector gastronómico ubicadas en la Zona B del distrito de San Juan de Miraflores en el periodo 2015-2016.
- Evaluar cuan competitivos pueden llegar a ser estos negocios, además de las muchas oportunidades a las que pueden tener acceso, gracias al uso de los Sistemas de Información Gerencial en el periodo 2015-2016.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Filosófico o Epistemológico

La evolución paulatina de las Mypes puede ser atribuida a diversos factores dentro del país, por lo que es importante revisar cómo es que nacieron este tipo de empresas y como fueron adquiriendo importancia en la economía nacional.

A la mitad del siglo xx y debido a los cambios que se produjeron como la exportación de la harina de pescado, la reforma agraria y el creciente centralismo que se venía suscitando en la capital, la tendencia de la población rural a migración hacia la capital se intensificó.

Esta migración aumentó la cantidad de población en la capital variando así su nivel de consumo y sus gustos generales, es lo que dio paso al surgimiento de nuevos negocios que se adaptan a estos nuevos requerimientos por parte de la gente.

En los últimos cuarenta años, la migración indígena ha hecho que la población urbana se quintuple y que necesariamente la ciudad se reorganice. Han aparecido, así, nuevas actividades que poco a poco vienen reemplazando a las tradicionales. Viviendas modestas apiñadas en torno a la ciudad, una multitud de talleres instalados en éstas, ejércitos de ambulantes vendiendo en las calles e incontables líneas de microbuses surcándolas parecen haber brotado de la nada, ensanchando y densificando el espacio urbano. (Cárdenas Dávila, 2010)

La migración sin embargo no fue un proceso fácil para las personas que venían de las zonas rurales, muchas de ellas vinieron a la capital en busca de nuevas oportunidades de progreso que no encontraban en sus lugares natales. El mejoramiento de la infraestructura vial como ya se menciono fue un factor que influye a que se más accesible en viaje hacia la capital, también los constantes anuncios que promocionaban a la capital como un lugar de mayores comodidades así como las mejores oportunidades educativas y los mayores ingresos remunerativos que percibían los trabajadores.

Otro factor fue la importancia de la crisis que afecto al agro entre los años 1940 a 1945. El esfuerzo de modernización y la poca seguridad de la venta del azúcar y el algodón, como consecuencia de la Segunda Guerra Mundial, provocaron el despido masivo de los peones en las haciendas tradicionales de la sierra y en las grandes explotaciones agroindustriales de la costa. (Cárdenas Dávila, 2010).

También otro factor fue el problema de los derechos de propiedad en el campo, sumándose a esto en los años 50 la reforma agraria, concebido como un proceso largo e inestable.

Una vez que los inmigrantes ingresaron a la capital no fueron recibidos de la mejor manera, en muchos casos y que se les veía como una competencia en los trabajos y eran discriminados por su condición de campesinos. Además, no contaban con leyes que apoyaran su acceso a la vivienda, la educación o al trabajo.

Al encontrarse con estas condiciones no les quedo más opción que recurrir a la informalidad. En este sentido la informalidad o ilegalidad describe la manera en que tuvieron que proceder para conseguir vivienda, por ejemplo, tuvieron que invadir los terrenos para vivir o para producir, se instalaron en calles para ser ambulantes o tomaban algún terreno para formar algún mercado y creaban sus propios puestos de trabajo.

Así al transcurrir los años algunos empezarían a incorporarse como pequeños comerciantes, artesanos y otros, por lo cual llegarían a conformar a principios de los años 80 la primera definición de «Empresas con menos de 10 trabajadores y Trabajadores Independientes No Profesionales».

De esta manera se inicia el crecimiento del sector empresarial de las ahora llamadas Mypes, todo ello contribuyó a la creación de zonas y sectores que contribuyeron en la generación de esta masa empresarial, como Gamarra, Parque Industrial de Villa El Salvador, a Las Malvinas, Tacora, Polvos Azules, La Asociaciones de comerciantes de calzado de Caquetá, Conglomerado de reparación y servicios electrónicos de Paruro, etc. y las muchas asociaciones que se formaron también en el interior del país.

Las Mypes llegaron a constituir para esta época en Lima Metropolitana el tercio de la PEA (población económicamente activa), mientras que el resto de la población se desempeñaba en empleos de pequeñas y medianas empresas tanto del sector privado como del sector público.

Sin embargo, no es hasta 1990 que se hace visible el aporte de las micro y pequeñas empresas tanto a la economía como el desarrollo nacional. Ya que, hasta ese entonces, las micro y pequeñas empresas eran consideradas como una estrategia de sobre vivencia en los sectores populares.

En los años 1993, Fernando Villarón en su trabajo para el Seminario de "Microempresas y Medio Ambiente" realizado en Lima durante el mes de Julio de 1993, empieza a hablar de esta micro industria, que está caracterizada por su reducido tamaño, además está caracterizada por tener de 1 a 4 personas ocupadas y presenta una escasa densidad de capital equivalente a 600 dólares por puesto de trabajo. Utiliza poco equipo de capital y es intensiva en mano de obra. Además, presenta bajos niveles de capacitación y productividad. Con ingresos que se mantienen a niveles de subsistencia, inestabilidad económica y la casi nula generación de excedentes. (Hidalgo Santos, 2008)

Así pues, en setiembre de 1998 se llevó a cabo el Primer Foro Internacional de Sociedades de Caución Mutua y Sistemas de Garantías para las MYPE, en la ciudad de Burgos, España donde se trató de definir qué es lo que se

entiende por Mype. Llegado a la conclusión de que tenía una distinta aplicación para estado en particular.

Debido a la gran cantidad de importancia que adquirieron las Mypes en el Perú se le dio una definición formal según La Ley 28015 , Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, dictada el 02 de Julio del 2003, en su artículo segundo 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 o comercialización de bienes o prestación de servicios”. Los ejes principales de esta ley son la competitividad y las exportaciones, los organismos Institucionales de las MYPES y las tributaciones correspondientes. Pero no se hablaba nada sobre las condiciones laborales.

Recién a mediados de los años 2008 cuando se promulga una ley correctiva de la anterior, en la que se incluye el derecho a un trabajo digno y se otorgan a los trabajadores de las MYPES el acceso a un seguro social, lo cual supuso para el estado de ese tiempo un coste de 40 millones de dólares, así como también mejoraba las condiciones de acceso a la financiación y un menor impuesto a la renta.

Con el transcurrir de los años, los gobiernos en toda América se han dado cuenta de la importancia que tienen las pequeñas y micra empresas en la cadena del progreso social y económico de un país, debido a que representan un porcentaje importante del universo de empresas y, además, porque son una fuente generadora de empleo que puede explotarse cada día más si se diseñara una política de Incentivos adecuada y razonable. (Valdi, 2015).

En la actualidad las Mypes se han constituido como uno de los principales para combatir la pobreza, dando trabajo a las personas y ayudando a al desarrollo y crecimiento del mercado tanto interno como externo del país.

2.2. Antecedentes de la Investigación

Para efectos del desarrollo de la presente investigación, se han tomado como referencia ciertos trabajos realizados en distintos centros de investigación, tales como los que se indican a continuación:

Los Sistemas de información y su efecto en las MYPES del sector comercial en Barranquilla – Colombia.

La investigación llevada en Colombia trata de ilustrarnos como es que se lleva el manejo de los sistemas contables en algunas pequeñas empresas de barranquilla, se menciona lo siguiente:

La investigación se realizó con la intención de analizar las principales deficiencias contables de las MYPES del sector comercial ubicado en el centro de Barranquilla, para establecer las características generales y el grado de competitividad de este tipo de empresas dentro del mercado, ya que en este país la mayoría de las empresas existentes en el mercado a nivel local, y también a nivel nacional tienen la característica de ser pequeñas, y que además son las que generan más empleo en Colombia. Para el desarrollo de la investigación se utilizaron encuestas además de un análisis selectivo de las principales Mypes, buscando de esta manera analizar su gestión realizada en diferentes periodos, así como la implicancia de este en su desarrollo. (Montero Cardozo, 2015)

Luego de desarrollada toda la investigación se concluye.

Llegando a la conclusión que una deficiencia importante en el crecimiento de estas empresas es el no uso de tecnologías de información para la administración, por lo que se determinó que la implementación de un sistema de información en estas empresas ayudaría a mejorar su gestión y posterior crecimiento en el mercado local y nacional, por ello esta investigación nos proyecta hacia una nueva forma de hacer negocio teniendo como soporte la tecnología como una oportunidad de crecimiento, debido a los múltiples beneficios que otorga así como las diferentes estrategias que pueden brindar. (Montero Cardozo, 2015)

El alcance de los Sistemas de información en las MYPES– España, en el año 2013.

Esta investigación fue llevada a cabo para una tesis doctoral y nos expresa lo siguiente.

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el proceso de cambio de un sistema de contabilidad de gestión (SCG) en las MYPES y el éxito del cambio. Para el estudio se tomó como referencia una MYPE del Sector de la madera de la Comunidad Valenciana, de las cuales se pudo obtener evidencias empíricas a cerca de las cuestiones inicialmente trazadas, de acuerdo con el objetivo general. (Lavarda, 2013)

Luego del estudio se evidencio que el principal problema al implantar un sistema de información era el difícil proceso de adaptación y la resistencia al cambio, ya que inicialmente estas empresas tomaron de manera extraña la implantación del nuevo sistema de información que reemplazaba al tradicional.

Todo ello llevo a la conclusión siguiente.

Por ello se determinó que si bien es cierto los sistemas de información ayudan de manera significativa al mejoramiento del negocio, no solo basta con implantarlos y ya, es necesario además adaptar a la organización a esta nueva forma de trabajar ya que si no logramos que la organización se adapte a los cambios tecnológicos nuestra gestión seguirá siendo deficiente y por ende nuestro pequeño negocio no podrá seguir creciendo en este mundo tan competitivo. (Lavarda, 2013)

La interrelación entre los sistemas informatizados de contabilidad y los indicadores de rendimiento: el caso de las MYPES en España - El presente trabajo de investigación fue desarrollado en la universidad Complutense de Madrid en el año 2014.

Se presenta el estudio realizado a las Mypes en España tratando analizando sus gestiones bancarias y fiscales, así como su rendimiento.

El presente estudio empírico pretende conocer el grado de desarrollo e implantación de los sistemas informáticos contables (SIC) para la gestión bancaria y fiscal en las MYPES, así como, analizar el grado en que esa implantación puede influir en unos mejores resultados de rendimiento y productividad. La investigación se desarrolló a través de una encuesta realizada a las pequeñas y medianas empresas en España, ya que éstas juegan un importante rol dentro de las economías mundiales y están presentes en todas las actividades. (Pérez Estébanez, Urquía Grande, & Muñoz Colomina, 2014)

Toda esta investigación conlleva a un resultado sobre los rendimientos de las Mypes.

Luego del estudio realizado se pudo llegar a la conclusión de que la relación entre la inversión y manejo de las TIC para la gestión contable, bancaria y fiscal y los indicadores de rendimiento, según los resultados, es directamente proporcional, es decir se puede afirmar que a medida que las empresas hacen un mayor esfuerzo en utilizar las TIC, en concreto en los SIC, éste se ve correspondido con unos mejores resultados en tasas de rendimiento económico y financiero. Por lo tanto, esta investigación recomienda la implantación y uso de los sistemas de información en las MYPES ya que generan desarrollo y crecimiento tanto económico como financiero, sin olvidar también que los resultados positivos creados por estos sistemas deberán alinearse con la cultura organizacional y la estrategia a largo plazo. (Pérez Estébanez, Urquía Grande, & Muñoz Colomina, 2014)

Las MYPES y los sistemas de información de apoyo a la innovación tecnológica en Chile - Trabajo de investigación desarrollado en Chile en el año 2013.

El estudio llevado a cabo nos explica cómo es que el impacto de las nuevas tecnologías tiende a afectar más a las MYPES que a otro tipo de empresa, se explica pues:

En este estudio se tomó como referencia las grandes y pequeñas empresas en Chile, dando como resultado que la innovación tecnológica se encuentra en las grandes empresas y no en las pequeñas, además los centros académicos le restan importancia a este pequeño sector de la economía. Esto genera una dificultad para transferir los desarrollos científicos y tecnológicos a las empresas pequeñas debido a la poca importancia que se les brinda, por tanto, la innovación tecnológica en este tipo de empresas se encuentra relativamente vacío en cuanto a instrumentos específicos de apoyo. (Monsalves, 2013)

Llegando a una conclusión importante sobre el importante papel que deberían desempeñar las grandes empresas.

En cuanto al ámbito privado, la opción institucional para desarrollar una acción de apoyo en este espacio son las asociaciones gremiales, sin embargo, las experiencias de apoyo a la innovación tecnológica a través de estas organizaciones, ha tenido históricamente resultados poco auspiciosos. Finalmente, esta investigación llama a la reflexión sobre la poca importancia que se le da al uso de la tecnología en las pequeñas empresas por lo que se debería impulsar su uso con el apoyo de las grandes empresas, promoviendo de esta manera el desarrollo y crecimiento de este sector. (Monsalves, 2013)

Percepción y uso de los Sistemas Informáticos en la Gestión de las MYPES como oportunidad de crecimiento - Trabajo de investigación desarrollado por la Universidad Complutense de Madrid – España, en el año 2014.

La investigación tiene como objetivo determinar el grado de incorporación de las MYPES en la sociedad de la información a través del manejo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y su grado de conocimiento de las tecnologías de información más novedosas.

El estudio realizado mediante encuestas y analizando algunas empresas se pudo determinar que la mayoría de MYPES viene utilizando sistemas de información en sus operaciones generándoles muchos beneficios y una adecuada utilización de sus recursos, sin embargo muchas de las empresas analizadas utilizan el mismo sistema de información por más de 8 años lo cual lleva a la conclusión de que las MYPES no conocen en su gran mayoría las nuevas tecnologías y tampoco parecen muy interesadas en ello, a pesar de las nuevas ventajas que pueden ofrecerles. (Urquía Grande & Pérez Estébanez , 2014)

Además, se llega a identificar un problema importante por el que atraviesan muchas Mypes actualmente.

Este problema se presenta ya que si bien es cierto las MYPES adoptaron la tecnología como parte de sus operaciones cotidianas estas empresas no se modernizan pues piensan que es innecesario un nuevo sistema, es decir hay una resistencia a los cambios tecnológicos por ello las consecuencias en un futuro podrían ser que estas empresas queden desfasadas y con el avance de las tecnologías no puedan sobrevivir en este mundo cambiante, por ello se debe mejorar la infraestructura en tecnologías de información. (Urquía Grande & Pérez Estébanez , 2014)

Desarrollo de un Sistema de Gestión Empresarial para la MYPES en México - Trabajo de investigación desarrollado por la Universidad Autónoma de México en el año 2013.

El estudio tuvo como objetivo determinar la necesidad de contar con un sistema de información para MYPES como una oportunidad de crecimiento, desarrollo y ayuda para la toma de decisiones.

El estudio utilizó las encuestas, así como algunas simulaciones para determinar el impacto de las nuevas tecnologías y aplicación de los sistemas de información en las MYPES, llegando a la conclusión que la mayoría de estas empresas utilizan sistemas manuales y debido a ello sus operaciones se realizan de manera más lenta y en muchos de los casos presentan errores, generando una mala gestión en estas empresas. (Palomo Gonzales, 2013)

Es por ello que se pasó a instalar sistemas de información en algunas de las Mypes estudiadas y se dieron los siguientes resultados.

Luego que se implementaron algunos sistemas de información en las principales operaciones de la empresa y luego de una adecuada capacitación del personal se pudo determinar que los procesos habían mejorado y que los errores que antes existían casi habían desaparecido, además la información generada por estos nuevos sistemas ayudaba de manera más eficiente a la toma de decisiones, es por ello que se concluye que el uso de sistemas de información también debe ser implementado en las MYPES pues estas empresas crecen día a día y necesitan al igual que las grandes empresas de nuevas tecnología que les ayuden a crecer y desarrollarse en este nuevo mundo tecnológico. (Palomo Gonzales, 2013)

La contabilidad y el impacto de las tecnologías de la información en las MYPES - Trabajo de investigación desarrollado en la universidad de Buenos Aires – Argentina en el año 2014.

La cual tuvo como objetivo determinar el impacto de las tecnologías de información en la contabilidad.

Para este trabajo se utilizaron análisis y encuestas determinando que las ventajas evidentes de los recientes desarrollos de la tecnología de la información y de las comunicaciones para la gestión eficiente de las organizaciones y su vinculación con diferentes mercados –actuales o potenciales- a través de la difusión de información de distinta índole deben ser evaluadas a la luz de los riesgos que trae aparejada su utilización. Se destaca el desafío que plantean estas nuevas tecnologías para investigadores, docentes y profesionales contadores en la idea de conformar una visión amplia y flexible de la contabilidad que permita brindar un servicio útil para una cada vez más amplia gama de usuarios en un contexto en permanente cambio. (Rodríguez de Ramírez , 2014)

Se llega pues a la conclusión que los sistemas de información son en estos tiempos elementos imprescindibles para el procesamiento de datos.

Por ello se concluye que los sistemas de información antes que considerarlos como una ventaja o desventaja, simplemente es necesario considerarlo como un elemento que nos proporciona y que nos brinda un soporte para canalizar los múltiples datos que circulan en las organizaciones y convertirlos en información valiosa para las mismas y para todos los interesados en su accionar. (Rodríguez de Ramírez , 2014)

Los sistemas de Información y la innovación: Su efecto sobre el rendimiento de las MYPES - Trabajo de investigación del primer año del Programa de Doctorado “Metodología y Líneas de Investigación en Contabilidad y Auditoría”, impartido por la Universidad de Cantabria (UC) en colaboración con la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT) y por el Consorcio de Universidades Mexicanas (CUMex), en el año 2013.

Tuvo como objetivo analizar empíricamente la relación existente entre el uso de sistemas de control de gestión (SCG) y la innovación sobre el Rendimiento de las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en México.

Para el presente estudio se utilizaron muestras y modelos así como análisis de las principales MYPES llegando a la conclusión de que los sistemas de información son una fuente de desarrollo para las MYPES al constatar la necesidad de implantar en mayor grado el uso de SCG para la mejora de su competitividad además de conservar su capacidad innovadora, mediante el desarrollo y mantenimiento de una cultura hacia la innovación en su tránsito hacia el crecimiento, generando una ventaja en este mundo tan cambiante. (Uc. Heredia, García Pérez de Lema, & Bastida A., 2011)

Diseño de un sistema de información en pequeñas empresas comercializadoras de repuestos de vehículos aplicable al almacén “Imbarepuestos” de la Ciudad de Ibarra – Ecuador - Diana Fausto Chamorro de la universidad Tecnológica del Norte –año 2014

La presente tesis fue desarrollada tuvo como objetivo determinar la importancia de la implementación de un sistema de información en una pequeña empresa dedicada al comercio de repuestos de vehículos se analizó el impacto de la implementación de un sistema de información, para lo cual se utilizaron encuestas así como un análisis de sus procesos, llegando a la conclusión de que si se implanta un sistema de información en esta empresa generaría grandes beneficios tanto económicos como financieros , sobre todo en el manejo de sus almacenes ya que inicialmente no cuenta con una adecuado control generándose en muchos de los casos perdidas injustificadas, por ello la conclusión es implementar un sistema de información en el área de almacenes , las cuales deberán estar a cargo del contador, incentivando de esta manera una mejor toma de decisiones con apoyo de la tecnología. (Chamorro, 2014)

2.3. Bases Teóricas

El presente estudio, se sustenta entre otras, en la siguiente teoría;

2.3.1. Teoría General de Sistemas

La teoría general de sistemas es parte de un movimiento investigativo del sistema general, el cual llevan siglos estudiándose y desarrollándose con ayuda de las disciplinas científicas y de la ingeniería con el fin de expandir la comprensión de sí misma entre las personas, se define como una forma ordenada y científica de aproximación y representación del mundo real y como practica de estimulante para muchas formas de trabajo. (Abril Gonzalo, 2012)

Se distingue de otras ya que posee una perspectiva integradora donde es considerado el conjunto y las interacciones que a partir de sí misma se crean. ***“Gracias a la teoría general de sistemas se crea un ambiente en el cual se comparten ideas entre los especialistas y las especializaciones. También es vista como una teoría matemática convencional, un pensamiento y orden de niveles de teorías de sistemas.”*** (Mora Echeverry , 2012)

La ciencia de los sistemas o sistémica para su realización práctica, y su puesta en obra, ha partido del reconocimiento de su propia limitación y de la necesidad de colaborar con otros, logrando de esa manera llegar a captar la realidad en la forma más adecuada para sus fines.

Objetivos de la teoría general de sistemas

- Promover y difundir el desarrollo de una terminología general que permita describir las características, funciones y comportamientos sistémicos.
- Generar el desarrollo de un conjunto de normas que sean aplicables a todos estos comportamientos.
- Dar impulso a una formalización matemática de estas leyes.

Surgimiento de las TGS

La teoría general de sistemas fue desarrollada por I. von Bertalanffy en 1930. Esta teoría causa gran revuelo en la sociedad científica de ese entonces y motivo el interés de muchos a investigar más sobre el tema. De esa manera se crea lo que se conoce como la sociedad para la investigación de sistemas generales que incluía a Bertalanffy conjuntamente con Anatol Rapoport, Kennet Boulding, Ralph Gerard y otros en el año 1954.

Según kennet boulding las prioridades básicas de las TGS la cual dedujo que podíamos llamarle postulados, presuposiciones y juicio de valor. La primera sociedad que dio origen a las TGS fue conocida como “society for general” y luego conocida como “international society general” la cual se centró en realizar investigaciones, desarrollar, promover lo relacionado con las leyes y modelos de sistemas para mejorarla.

Definiciones generales de sistema

“Es un conjunto de elementos que actúan de forma conjunta relacionándose entre sí, manteniendo el sistema unido funcionando de una forma correcta, la cual si uno falla todos fallan y si uno funciona los demás tienen posibilidades de que también.” (Segovia, 2012)

Se puede definir también a un sistema como “la orientación en la perspectiva de sistemas en donde las distinciones conceptuales se concretan en una relación entre el sistema y sus partes, y las perspectivas de sistemas en donde las distinciones conceptuales se concretan en el sistema y ambiente, es importante tener en cuenta que el sistema está conformado por entrada y salida de datos las cuales permiten establecer funciones con el sistema interrelacionando así la información de forma correcta.” (Arnold & Osorio, 2013)

Concepto de sistema

El sistema es una base de datos la cual juntando todos los códigos se realiza una función, dependiendo uno del otro para el funcionamiento en sí de el mismo, en la informática se dice que el sistema es el que se encuentra conformado por hardware y un sistema operativo el cual junta todas las funciones para crear un programa el cual usaremos para un beneficio. (Mora Echeverry , 2012)

Los sistemas se dividen en 2 partes:***Cerrados:***

Es aquel en que las variaciones del medio que afectan al sistema son conocidas. Su ocurrencia no puede ser predicha y la naturaleza de sus variaciones es conocida.

Abiertos:

El sistema abierto es aquel en la que existe un intercambio de energía de información entre el subsistema (sistema) y su medio o entorno. El intercambio es de naturaleza tal que logra mantener alguna forma de equilibrio continuo, y las relaciones con el entorno son tales que admiten cambios y adaptaciones. (Johansen Bertoglio , 1982)

En decir un sistema abierto tiene gran dependencia de lo que pueda suceder en el exterior, lo cual puede afectar su capacidad de sobrevivir, debido a que se encuentra abierto ante cualquier estímulo o intercambio con el exterior.

La teoría general de sistemas desde un punto epistemológico:

Según bertalanffy se puede hablar de una filosofía de sistemas, ya que toda teoría científica de gran alcance tiene aspectos metafísicos. Se dice que la "teoría" no debe entenderse en su sentido restringido, esto es, matemático, sino que la palabra teoría está más cercana, en su definición, a la idea de paradigma de Kuhn. La ontología trata de definir mejor las diferencias que existen entre sistema real y sistema conceptual. Los sistemas reales son, por ejemplo, galaxias, perros, células y átomos. Los sistemas conceptuales son la lógica, la matemática, la música y, en general, toda construcción simbólica.(C. Murdick & Munson , 2010)

Bertalanffy entiende la ciencia como un subsistema del sistema conceptual definiéndola como un sistema abstraído, es decir, un sistema conceptual correspondiente a la realidad. El señala que la distinción entre un sistema real y conceptual está sujeta a debate y que aún no se ha llegado a un acuerdo final con respecto a su definición, por lo que no debe considerarse en forma rígida. (Murillo Alfaro, 2012)

2.3.2. Las Mypes en el Perú y el mundo

2.3.2.1 Ley 30056 MIPYMES

El 02 de Julio del 2013, el Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). Incluye modificaciones a varias leyes entre las que esta la actual “Ley MYPE” D.S. N° 007-2008-TR. “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”.

Se cambian los criterios de clasificación para las Micro, Pequeñas y medianas empresas de la siguiente manera:

Cuadro N° 1: Modificaciones a la ley Mype

	Ley MYPE D.S. N° 007-2008-TR		Ley N° 30056	
	Ventas Anuales	Trabajadores	Ventas Anuales	Trabajadores
Microempresa	Hasta 150 UIT	1 a 10	Hasta 150 UIT	No hay límites
Pequeña Empresa	Hasta 1,700 UIT	1 a 100	Más de 150 UIT y hasta 1,700 UIT	No hay límites
Mediana Empresa			Más de 1700 UIT y hasta 2,300 UIT	No hay límites

Fuente: *Elaboración propia*

Además dicha Ley presenta las siguientes modificaciones tanto en materia laboral como tributaria;

- Se transferirá la administración del Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) pasando del Ministerio de Trabajo (MINTRA) a la SUNAT.
- Las microempresas que se inscriban en el REMYPE gozarán de amnistía en sanciones tributarias y laborales durante los tres primeros años contados a partir de su inscripción y siempre que cumplan con subsanar la infracción. Las empresas que se acogieron al régimen de la microempresa establecido en el D. Leg. N° 1086, Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, gozan de un tratamiento especial en materia de inspección del trabajo por el plazo de 03 (tres) años desde el acogimiento al régimen especial, específicamente en relación con las sanciones y fiscalización laboral. Así, ante la verificación de infracciones laborales leves, deberán contar con un plazo de subsanación dentro del procedimiento inspectivo.
- El régimen laboral especial establecido mediante el D. Leg. N° 1086 es ahora de naturaleza permanente.
- El régimen laboral especial de la microempresa creado mediante la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, se prorrogará por 03 (tres) años. Sin perjuicio de ello, las microempresas, trabajadores y conductores pueden acordar por escrito, durante el tiempo de dicha prórroga, que se acogerán al régimen laboral regulado en el D. Leg. N° 1086. El acuerdo deberá presentarse ante la Autoridad Administrativa dentro de los 30 (treinta) días de suscrito.

- El TUO de la Ley de Promoción de la MYPE que fuera aprobado por Decreto Supremo 007-2008-TR, a partir de esta norma se denominará “Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial”
- La microempresa que durante 02 (dos) años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (150 UIT por año), podrá conservar por 01 (un) año calendario adicional el mismo régimen laboral.
- La pequeña empresa que durante 02 (dos) años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (1,700 UIT), podrá conservar por 03 (tres) años calendarios adicionales el mismo régimen laboral.

Sobre este punto, cabe recordar que en el año 2003 se publicó la Ley N° 28015, Ley de Formalización y Promoción de la Micro y Pequeña Empresa. Esta norma estuvo vigente hasta el 30 de setiembre de 2008. A partir del 01 de octubre de 2008 entro en vigencia el Decreto Legislativo N° 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y de acceso al empleo decente. Esta norma y sus modificaciones (recopiladas en el Decreto Supremo N° 007-2008-TR, 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) son las que se encuentran vigentes a la fecha, y que han sido modificadas por la Ley N° 30056.

Cuadro N° 2: Características de las Mypes

MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Fuente: SUNAT - Elaboración: propia

2.3.2.2 Tamaño de participación de las Mypes en el PBI del país

En la actualidad las micro y pequeñas empresas desempeñan un papel fundamental para la economía de nuestro país. Las MYPES aportan aproximadamente el 40% del PBI y dan empleo a gran cantidad de personas, gran número de estas gracias al autoempleo. Lamentablemente muchas de estas empresas se encuentran estancadas por la falta de un sistema tributario mejor organizado que le permita formalizarse con mayor facilidad y seguir creciendo.

Hablando al nivel latinoamericano las MYPES dan empleo al 47% de las personas. Considerado por ello de gran importancia para las economías. La gran cantidad de MYPES cuentan con ciclos de vida cortos, pero aquellas que logran pasar el año se volverán cada vez más grandes, ampliarán su capacidad y por lo tanto serán mayores sus aportes en tributos al estado.

2.3.2.3 Porcentaje de la PEA que ocupan las Mypes en el Perú

Los desarrollos rápidos de las MYPES sean formales e informales ha caracterizado los últimos años debido a la gran cantidad de personas provenientes de diversas zonas del país y que llegan a la capital buscando trabajo, ello ha originado el autoempleo y pequeñas unidades de negocio. Todo esto debido a los limitados puestos de trabajo existentes.

Las MYPES poseen gran importancia en la estructura económica e industrial del país ya que representan aproximadamente un 40% del PBI según PROMYPE y dan empleo al 80% aproximadamente de trabajadores del sector privado. Sin embargo, dado los altos niveles de informalidad estos empleos no ofrecen elevados niveles salariales, índices altos de subempleo y de baja productividad.

Cuadro N° 3: Importancia de la MYPE en la generación de empleo

2015 -2016		
	ABSOLUTO	PORCENTUAL
Micro empresa	3,482,580	22%
Pequeña empresa	1,565,190	10%
Mediana y gran empresa	1,622,382	10%
Sector publico	1,404,935	9%
Trabajador del hogar	357,141	2%
independientes	5,549,459	35%

Fuente: Informe anual de empleo en el Perú- MTPE - Elaboración propia

Además de los resultados de la ENAHO 2015 se puede obtener 2 datos que miden el impacto laboral de las MYPE:

- Las MYPE concentran el 36% de los empleos totales, siendo la microempresa la que más empleos genera: 25% de la PEA ocupada a nivel nacional (el restante 11% pertenece a la pequeña empresa).
- Las MYPE concentran el 76% de los empleos del sector privado, generando 5.047 millones de puestos de trabajo. De éstos, la microempresa genera 3.482 millones (52% de PEA ocupada en el sector privado a nivel nacional) y la pequeña empresa, 1.565 millones (dando trabajo al 24% de la PEA del sector privado).

2.3.2.4 Las Mypes en México y España

México

Las MYPES como en toda economía juegan un rol importante para el desarrollo de cada país, y México no es la excepción. Según datos de la propia Secretaria de Economía, de los 4 millones de empresas que existen en el país, el 99 por ciento representan a las MIPYMES, es decir a las micro, pequeñas y medianas empresas generando una fuerza laboral formal del 72 por ciento y contribuyendo con la producción de alrededor del 52 por ciento. (Hernandez, 2010)

En México el acceso a la financiación es prácticamente nulo en lo correspondiente a la pequeñas y medianas empresas debido en su mayoría a la situación de informalidad existente en estas. Esto es alarmante, mas aun sabiendo que el 99.8% de las empresas son calificadas como MYPES.

El nivel de bancarización de las micro y pequeñas empresas en México es muy bajo, la informalidad de las Mypes es el principal obstáculo para que los bancos aumenten el financiamiento hacia este sector, lo que se refleja en la baja penetración del crédito para este segmento, que en América Latina no rebasa 20% de la cartera total. (Huerfano, 2014)

Además, los bancos que operan actualmente en México carecen de fuentes confiables para obtener información de las MYPES, por ello se mantiene cautelosos al momento de otorgar algún tipo de financiamiento a este segmento.

Según reportes sobre el otorgamiento de créditos a las Mypes, el banco central informa que aquellas Mypes que no acceden a créditos buscan financiamiento en otros tipos de fuentes como proveedores o amigos y familiares.

El escaso uso de crédito bancario en México por parte de las empresas pequeñas es aún más evidente en sus etapas iniciales de desarrollo. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Micro negocios de 2012, 64% de las microempresas en México iniciaron con recursos del dueño o de familiares y amigos. Mientras tanto, el financiamiento bancario sólo figuró en 2.7% de los casos. (Anonimo, 2015)

España

En España las Mypes son aproximadamente 3.110.522 lo que representa el 99.9% de las empresas existentes en España. Hay que tomar en cuenta que en España son consideradas micro, pequeñas y medianas empresas a aquellas que cuentan con menos de 250 trabajadores y su volumen de negocio anual no rebasa los 50 millones de euros.

“Y casi la mitad de estas Mypes adquieren el calificativo de microempresas sin empleados, ya que representan un total de 1.670.329 negocios, de los cuales 1.050.714 son personas físicas (53%).” (Garcia Iglesias , 2015)

Hay diversas razones por las que las Mypes deciden quedarse en el sector informal, principalmente por que el coste de formalizarse y pertenecer a la economía formal del país es muy elevado, y por el contrario los costes por penalización por pertenecer al sector informal son relativamente bajos. El seguir en la economía informal conlleva gastos para la economía en conjunto, ya que los trabajadores de dichas empresas o los propios emprendedores, serían más productivos si trabajaran en empresas de mayor tamaño.

El tener una economía competitiva y productiva significa tener la capacidad de apoyar a las pequeñas empresas que tengan éxito para que estas aceleren su crecimiento, y aquellas que fracasen puedan cerrar rápidamente y volver a empezar.

Si una empresa fracasa y el empresario está condenado a la informalidad, nunca crecerá. La clave son cambios en la legislación laboral, fiscal y financiera que eliminen el subsidio implícito para las pequeñas empresas; cambios legales que eliminen ese concepto tan extendido en España de que cuanto más se facture en negro, mejor; cambios que faciliten el acceso al crédito y a los mercados de capitales para las empresas de menor tamaño, donde el fracaso esté contemplado. (Ubide, 2014)

2.3.3 La Informalidad de Las Mypes en el Perú

En la realidad actual en la cual las personas tratan de aumentar sus ingresos y el ser el empleado de alguien más no siempre es una opción agradable para algunos, la iniciativa por ser “emprendedor” nace de las personas.

Como muchos otros aspectos de la vida el emprendimiento es un proceso largo a través del cual las personas tratan de salir adelante. Las MYPES se muestran como la puerta de entrada a una mejor posición individual y colectiva. Y es que, si muchos crecen individualmente, este generara un crecimiento colectivo.

El Perú es la quinta economía con mayor nivel de emprendimiento a nivel mundial, según el reporte de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2014. Sin embargo, el emprendimiento se ha colocado dentro de la economía informal peruana donde el 74% de las Mypes es informal. (PQS, 2016)

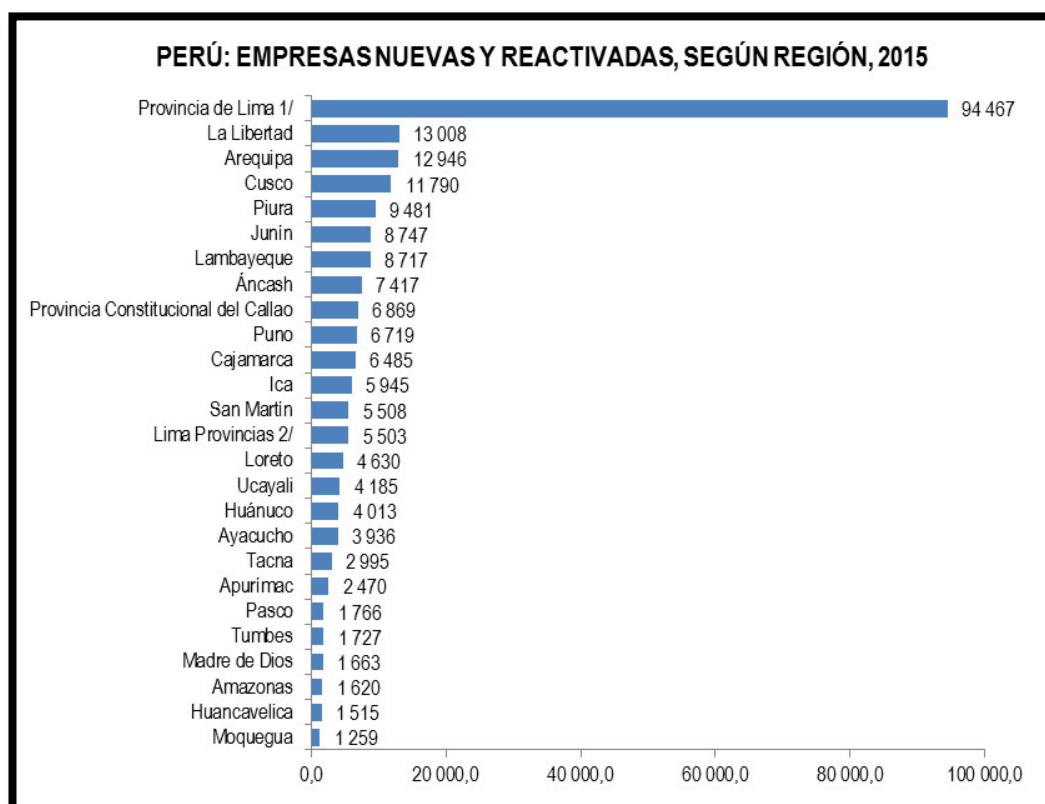
Sin duda las MYPES tienen gran importancia en la economía del país, por ello se le toma mucha consideración en los planes del gobierno. Siendo pues las MYPES productoras del 47% del PBI y que da empleo a cerca del 80% de la fuerza laboral.

En el Perú el fenómeno de las Mypes no es nuevo, se viene desarrollando en el país desde hace cuarenta años, lamentablemente la regulación y apoyo respecto a este tipo de empresas aún sigue siendo muy pobre.

“Como resultado de esto, el emprendimiento se ha concentrado dentro de la economía informal peruana, una de las más grandes del mundo, donde 74% de las Mypes en el Perú es informal.” (Pantigoso, 2015)

El desarrollo de la MYPE (Micro y Pequeña Empresa) y del sector informal urbano en el Perú ha sido un fenómeno característico en la última época debido al acelerado proceso de migración y urbanización que sufrieron muchas ciudades, la aparición del autoempleo y de una gran cantidad de unidades económicas de pequeña escala, frente a las limitadas fuentes de empleo asalariada y formal para el conjunto de integrantes de la PEA. (Arbulú , 2010)

Gráfico N° 1: Cantidad de empresas creadas en el año 2015

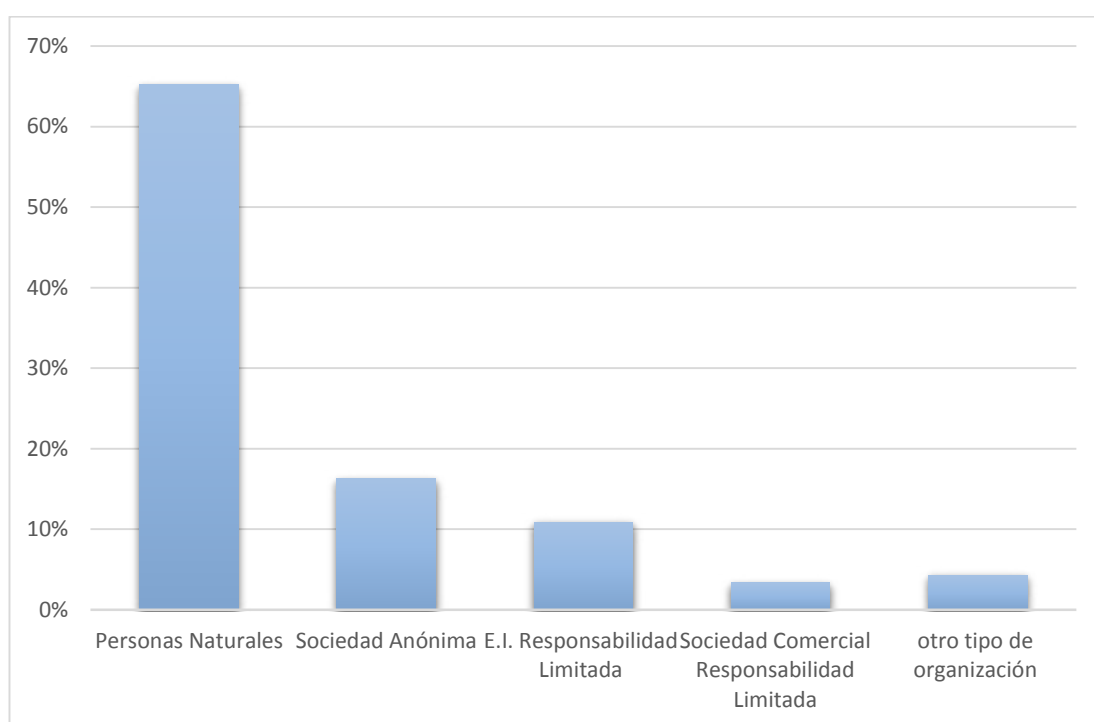


Fuente: INEI 2015 – Elaboración Propia

Un factor importante que influye en la informalidad en las MYPES del Perú es su relación entre las micro y pequeñas empresas y la empresa familiar, esto debido a que la mayoría de empresas pertenecientes a tipo ocupan mano de obra de sus propios familiares, los cuales son poco remunerados.

Es por ello que la gran mayoría de las MYPES creadas formalmente son registradas como personas naturales, como se muestra en el siguiente grafico;

Gráfico N° 2: MYPES creadas formalmente en el año 2016

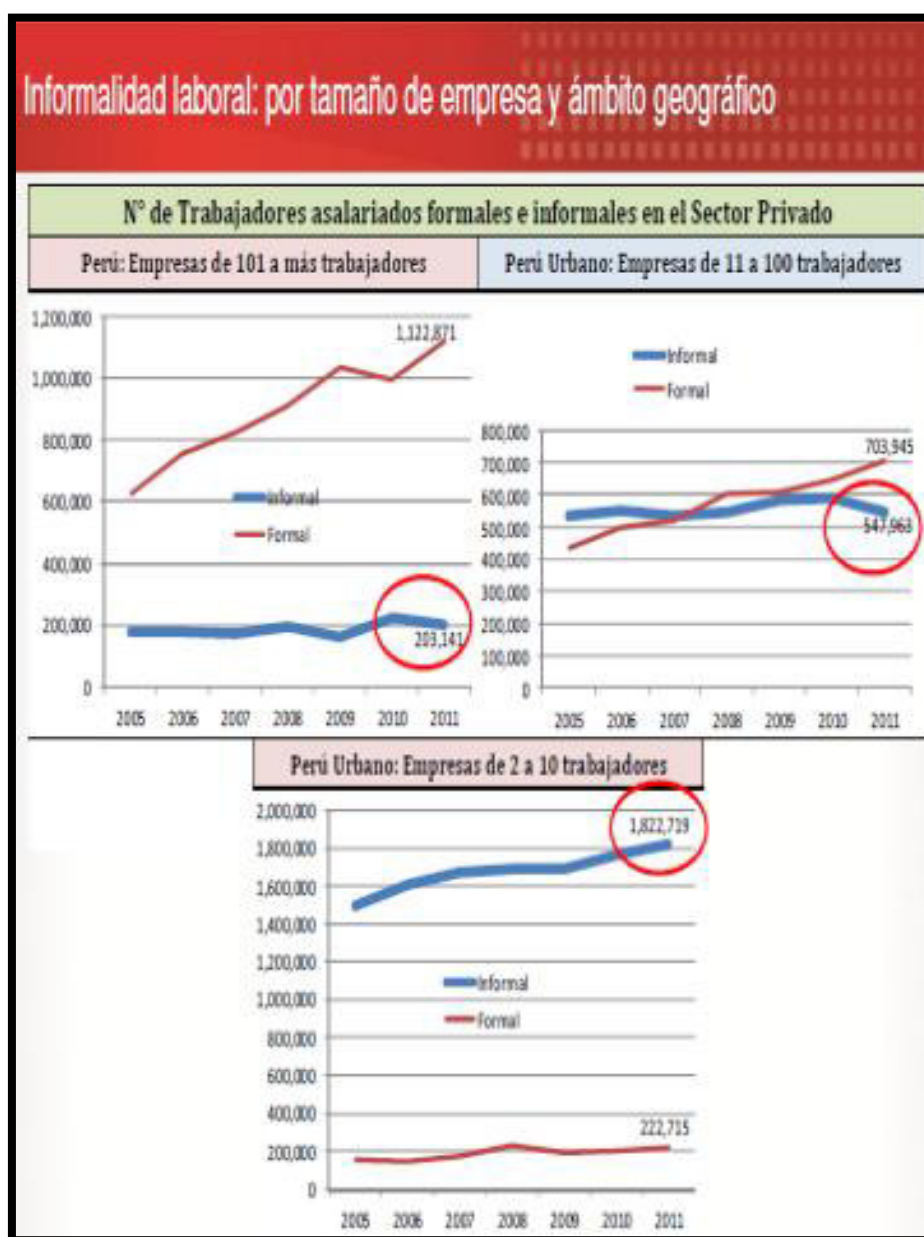


Fuente: INEI 2016- Elaboración: Propia

La informalidad está presente en diversos sectores de la economía peruana. La informalidad es perjudicial para el desarrollo económico del país, y para la propia población ya que estos no pueden recibir los beneficios como pensiones y seguros de salud.

Además, la informalidad también genera un problema de competitividad ya que las empresas formales compiten en desigualdad de condiciones: mientras las empresas formales cumplen con cargas tributarias que implican un mayor costo, las informales se “ahorran” dicho costo. Adicionalmente, al no poder cobrar los impuestos al sector informal, los gobiernos suelen aumentar la carga tributaria (tanto en montos como en fiscalización y recaudación) a las empresas formales. (Valencia D., 2014)

Gráfico Nº 3: Informalidad laboral

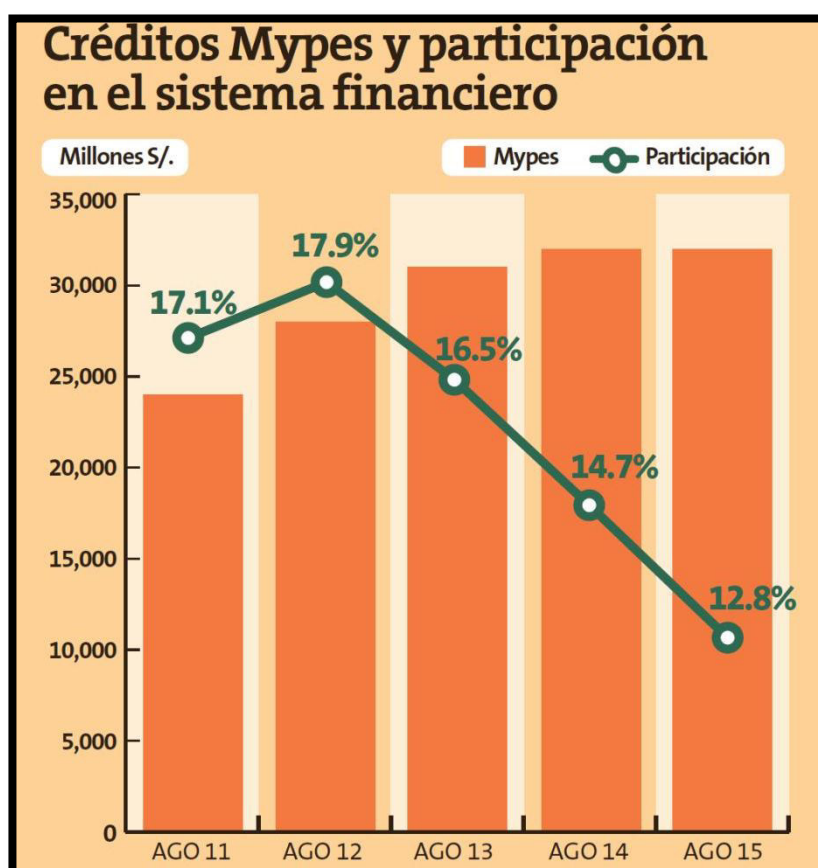


Fuente: PRODUCE - Elaboración: Propio

Para reducir las cifras anteriormente mencionadas, la medida tomada por el gobierno para la reducción del IGV no será suficiente, sino es acompañada con otras medidas para la eliminación de otras barreras burocráticas.

El alto grado de informalidad de las MYPES también afecta al Estado, ya que deja de recibir los impuestos correspondientes por la actividad económica que realizan. Y las empresas pierden sus oportunidades de acceder al financiamiento por parte del sistema bancario, así como o pueden incorporarse a cadenas productivas de empresas formales. Por ello como se ve en el siguiente grafico no la participación de las Mypes en el sector financiero ha bajado en los últimos años.

Gráfico N° 4: Créditos Mypes y participación financiera



Fuente: SBS – Elaboración propia

Cuadro N° 4: Las Mypes y el crédito financiero

MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA QUE ACCEDIERON AL FINANCIAMIENTO, SEGÚN CIUDAD, 2012 (Participación porcentual)			
Ciudad	Total MYPE	MYPE que accedieron al financiamiento	
		Absoluto	%
Total	11 937	5 145	43,1
Lima - Callao	9 373	3 821	40,8
Arequipa	839	370	44,1
Ayacucho	48	30	62,5
Chiclayo	252	139	55,3
Cusco	163	117	72,0
Huancayo	195	129	66,4
Iquitos	97	39	39,7
Juliaca	147	94	63,9
Piura	114	68	59,4
Trujillo	709	338	47,7

Fuente: INEI 2013, Encuesta MYPE – Elaboración Propia

Esto preocupa más cuando vemos que este sector emplea a 7.7 millones de trabajadores (45% de la PEA, casi la mitad). Los empresarios y sus trabajadores no perciben los beneficios sociales, por lo que no gozan de seguro de salud, de pensión, entre otros. (Trelles, 2016)

2.3.4. Régimen tributario de las Mypes en el Perú

El sistema tributario peruano para Mypes cuenta con 03 opciones: el Nuevo Régimen único Simplificado (RUS), el Régimen Especial de Renta (RER) y el régimen PYME tributario, vamos a definir las características de cada uno para conocer sus beneficios.

2.3.4.1. El Régimen único Simplificado (RUS)

El RUS es un régimen diseñado para ciertos tipos de negocios el cual permite ubicarse en una categoría, de acuerdo con su realidad económica, no hay obligación de llevar libros contables, no hay obligación de declarar o pagar el Impuesto a la Renta ni el Impuesto General a la Venta e Impuesto de promoción Municipal, permite realizar el pago sin formularios, por este concepto, a través del sistema pago fácil. (SUNAT, 2016)

Los comprobantes de pago que pueden emitir las empresas dentro de este régimen son diversos, entre ellos tenemos: Tickets o cintas de máquina registradoras, Boletas de venta entre otros.

Las empresas en este tipo de régimen como se mencionó no se encuentran obligadas a llevar libros contables, pero deben de tener ordenado los comprobantes de pago que sustentan el crédito deducible. Se debe de considerar, que, si se tiene trabajadores dependientes, deberá llevar Libro de Planillas de Sueldos y Salarios.

Cada contribuyente paga la cuota mensual del Nuevo RUS según los montos mínimos y máximos de ingresos brutos y de adquisiciones mensuales, estos montos han variado con la publicación del Decreto Legislativo N° 1270.

Cuadro N° 5: Categorías del nuevo RUS

CATEGORÍA	INGRESOS BRUTOS O ADQUISICIONES MENSUALES	CUOTA MENSUAL EN S/.
1	HASTA S/. 5,000	20
2	MÁS DE S/. 5,000 HASTA S/.8,000	50

Fuente: SUNAT – Elaboración propia

2.3.4.2 Régimen Especial de Renta

El Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría, es decir rentas de naturaleza empresarial o de negocio. (SUNAT, 2016)

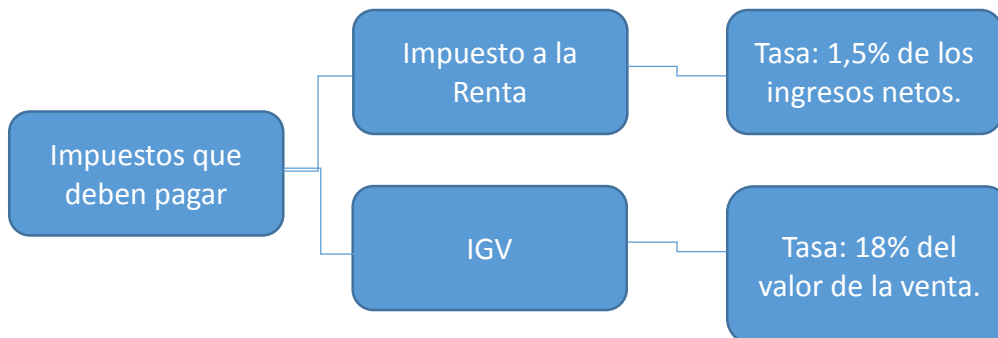
Las actividades comprendidas son las siguientes:

Extractivas	Industriales	Comercio	Servicios	Actividades Agropecuarias
<ul style="list-style-type: none"> • Minería • Pesquería 	<ul style="list-style-type: none"> • Se dedican a la transformación de productos primarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compra y venta de bienes que adquieran, produzcan o manufacturen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cualquier otra actividad no señalada en los rubros anteriores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se incluye la cría de animales y el cultivo de plantas.

Fuente: SUNAT - Elaboración: Propia

El acogimiento al Régimen Especial tiene carácter permanente, salvo que el contribuyente opte por ingresar al Régimen General, acogerse al Nuevo Régimen Único Simplificado, se encuentre obligado a incluirse en el Régimen General por ser considerada una empresa no comprendida en el presente régimen debido a tener las características o desarrolle las actividades excluidas. (SUNAT, 2016)

Los contribuyentes que se acojan al RER, deben cumplir con declarar y pagar mensualmente el Impuesto a la Renta (Régimen Especial) y el IGV, de acuerdo a las siguientes tasas:



Fuente: SUNAT - Elaboración: Propia

La declaración y pago de los impuestos aplicables para las empresas acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER), se realizará cada mes de acuerdo al plazo establecido en los cronogramas mensuales. Además, los contribuyentes bajo el régimen del RER se encuentran excluidos de la presentación de la Declaración Anual del Impuesto a la Renta.

2.3.4.3 Régimen Mype Tributario

Mediante Decreto Legislativo N° 1269 publicado el 20/12/2016 se establece un régimen jurídico-tributario especial para las micro y pequeñas empresas denominado Régimen MYPE Tributario – RMT, con vigencia a partir del 01 de enero de 2017.

Acogimiento al RMT

Los contribuyentes a los que se refiere el artículo 14 de la Ley del Impuesto a la Renta (LIR), domiciliados en el país, siempre que sus ingresos netos no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable. Así, las empresas que opten por acogerse a este nuevo régimen a partir de enero 2017, sus ingresos netos no deben superar el importe de S/ 6'715,000 (1700 x S/ 3,950).

De acuerdo al artículo 3° de esta norma, no están comprendidos en el RTM los contribuyentes que incurran en cualquiera de los siguientes supuestos:

- a) Tengan vinculación, directa o indirectamente, en función del capital con otras personas naturales o jurídicas; y, cuyos ingresos netos anuales en conjunto superen el límite de las 1,700 UIT.
- b) Sean sucursales, agencias o cualquier otro establecimiento permanente en el país de empresas unipersonales, sociedades y entidades de cualquier naturaleza constituidas en el exterior.
- c) Hayan obtenido en el ejercicio gravable anterior ingresos netos anuales superiores a 1700 UIT. En el caso que hubiese estado en más de un régimen tributario respecto de las rentas de tercera categoría, deberán sumar todos los ingresos, de acuerdo al siguiente detalle, de corresponder:

Determinación de impuesto Anual

Los sujetos del RMT determinarán la renta neta de acuerdo a las disposiciones del Régimen General y sus normas reglamentarias. Sin embargo, la propia norma ha previsto que vía reglamento podrá disponerse la no exigencia de los requisitos formales y documentación sustentatoria establecidos en el artículo 37 de la LIR, o establecer otros requisitos que los sustituyan.

Sobre la renta neta así determinada, se aplicará la siguiente escala progresiva acumulativa:

<i>Renta Neta Anual</i>	<i>Tasas</i>
<i>Hasta 15 UIT</i>	<i>10%</i>
<i>Más de 15 UIT</i>	<i>29.50%</i>

Pagos a cuenta mensuales

Los sujetos del RMT con ingresos anuales hasta 300 UIT efectuarán sus pagos a cuenta mensuales aplicando la tasa del 1% a los ingresos netos obtenidos en el mes. En el mes en que superen el límite establecido, realizarán sus pagos a cuenta bajo las reglas del régimen general, pudiendo asimismo suspender sus pagos a cuenta y/o modificarlos según corresponda.

Libros Contables en el Régimen MYPE Tributario

Los libros contables que deberán llevar los contribuyentes de éste régimen son:

Con ingresos netos anuales hasta 300 UIT:

- Registro de Ventas,
- Registro de Compras y
- Libro Diario de Formato Simplificado.

Con ingresos netos anuales superiores a 300 UIT: Están obligados a llevar los libros conforme a lo dispuesto en el segundo párrafo del artículo 65° de la Ley del Impuesto a la Renta.

Beneficios del Régimen MYPE Tributario

Tratándose de contribuyentes que inicien actividades durante el 2017 y aquellos que provengan del Nuevo RUS, durante el ejercicio 2017, la SUNAT no aplicará las sanciones correspondientes a las siguientes infracciones, siempre que cumplan con subsanar la infracción, de acuerdo a lo que establezca la SUNAT mediante resolución de superintendencia:

- Omitir llevar los libros de contabilidad, u otros libros y/o registros u otros medios de control exigidos por las leyes y reglamentos
- Llevar los libros de contabilidad, u otros libros y/o registros sin observar la forma y condiciones establecidas en las normas correspondientes.

- Llevar con atraso mayor al permitido por las normas vigentes, los libros de contabilidad u otros libros o registros.
- No exhibir los libros, registros u otros documentos que la Administración Tributaria solicite.
- No presentar las declaraciones que contengan la determinación de la deuda tributaria, dentro de los plazos establecidos.

Este régimen entro en vigencia el 01 de enero de 2017

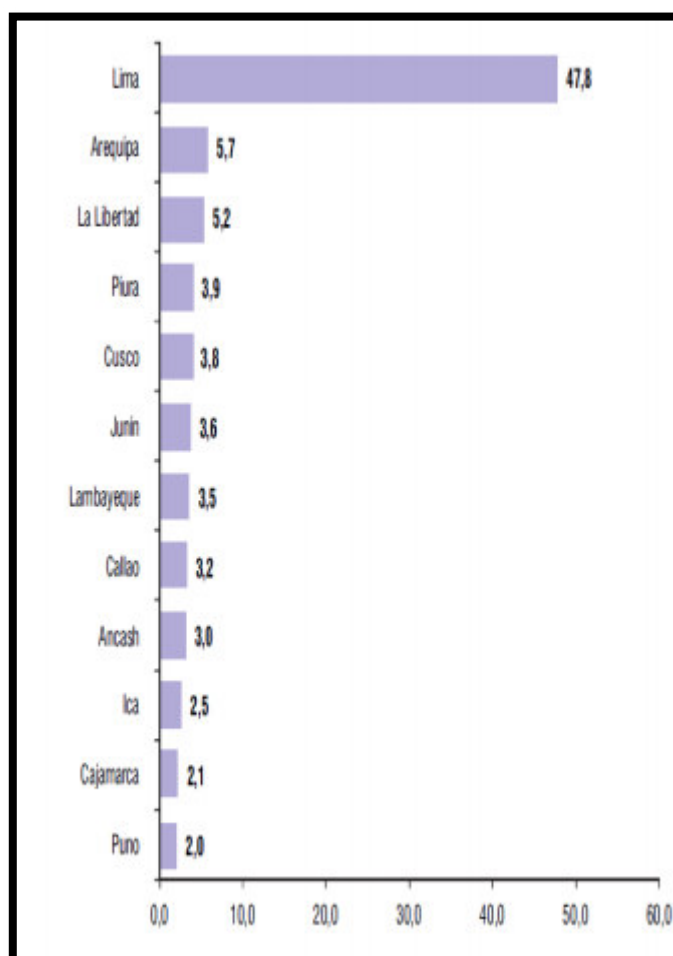
2.3.5. La Evasión Tributaria de las Mypes en el Perú

La evasión es la disminución de un monto de tributo producido dentro de un país por parte de las empresas o personas que están obligados a pagarlo y no lo hacen, y en cambio deciden obtener “beneficios” mediante comportamientos fraudulentos.

Las MYPES que se encuentran dentro del sector informal no adquieren derechos u obligaciones. Además, siguen existiendo deficiencias en los procedimientos de control y fiscalización dirigidos a la formalización de las MYPES, por lo que las recaudaciones de impuestos se ven agravadas.

En el siguiente gráfico se visualiza el porcentaje de MYPES que se encuentran registradas formalmente por cada departamento:

Gráfico N° 5: Mypes registradas formalmente



Fuente: INEI 2016- Elaboración Propia

Causas de la evasión tributaria

Una de las principales causas de la evasión es la ausencia de una verdadera conciencia tributaria individual y colectiva, motivada por la imagen que la comunidad tiene del Estado y la percepción frente a la imparcialidad en sus gastos e inversiones, al no tener conocimiento de los programas de gobierno y las políticas de redistribución del ingreso. (Hanco Polo, 2015)

Por ello muchos empresarios evaden impuestos porque consideran que el Estado no hace un buen trabajo en la redistribución de los ingresos, o porque no confían que el Estado de buena destinación a los recursos procedentes de las recaudaciones. Además, hay otros quienes piensan que es una forma de lograr mayor rentabilidad en la labor que realizan y obtener algún tipo de ventaja sobre quienes tributan correctamente.

Otras causas de evasión fiscal son: la falta de una educación basada en la ética y la moral, el contar con un sistema tributario poco transparente y flexible.

Ante las evasiones existentes no se dirigen suficientes procedimientos de orientación, control y fiscalización oportuna por parte de los órganos administradores de tributos, disminuyendo la formalización de contribuyentes, reduciendo la recaudación que deberían cumplirse por ley, ocasionando incluso que se genere una cadena de evasiones. (Hanco Polo, 2015)

Por ello es que se están tomando medidas para reducir la evasión fiscal, como la reducción del Impuesto General a las Ventas (IGV) junto con otras medidas como la formalización de la economía, todo esto debido a que si más gente paga impuestos; habrá mayor crecimiento de la recaudación fiscal y la reducción de la evasión tributaria, que se calcula alcanza el 40 por ciento. (ANDINA, PPK plantea amnistía tributaria para pymes que se formalicen, 2016)

La evasión fiscal en el mundo globalizado

La evasión tributaria por el contrario a lo que se piensa, afecta a países con bajos impuestos como Estados Unidos, así como a naciones con altos niveles de impuestos como Alemania.

Según una organización que lucha contra la evasión fiscal, Tax Justice Network (TJN), Estados Unidos encabeza la tabla, seguido por Brasil, Italia, Rusia y Alemania. John Christensen, director de TJN, explicó a BBC Mundo la metodología usada para esta clasificación. Se mide en términos absolutos por la cantidad de dinero perdido por la evasión de la economía 'en negro' o subterránea a nivel doméstico. Esto explica que, por mera gravitación de su enorme poderío económico, Estados Unidos esté en lo más alto de la tabla. (Gaggero, 2015)

La Situación en el Resto de América Latina

Brasil es el único país latinoamericano en esta medición comparativa de naciones debido a que el ranking está íntimamente relacionado con el tamaño de la economía. Pero el fenómeno de la economía en negro es extendidísimo en la región.

Una clara señal de la profundidad del problema es que en el sector informal no entran únicamente los cuentapropistas (plomeros, carpinteros, etc.) o los empleados de las micro y pequeñas empresas, sino que las grandes corporaciones y hasta el estado mismo subcontratan a personal en negro.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) estima que unos 127 millones de personas, 47% del mercado laboral de la región, son trabajadores informales. En muchos casos estos trabajadores no evaden impuestos porque sus ingresos son de subsistencia, pero en otros las empresas y comercios sí eluden una carga tributaria que, según suelen argumentar con variadas dosis de razón, los condenaría a la bancarrota. (Gaggero, 2015)

2.3.6. Régimen laboral MYPE

A través de la Ley MYPE (Decreto Legislativo N° 1086), su reglamento (DS N° 008-2008-TR) y modificaciones (DS N° 024-2009-PRODUCE) se diseñó un Régimen Laboral Especial (RLE) para las MYPES. El RLE simplifica los requisitos y obligaciones que tiene el empleador al momento de contratar a sus trabajadores, las cuales se ajustan más a la realidad del mercado laboral del país.

Para poder acogerse a los beneficios de este régimen la empresa debe ser declarada como microempresa o pequeña empresa.

A continuación, se presenta un cuadro comparativo entre el Régimen Laboral General (RLG) y el Régimen Laboral Especial (RLE):

Tabla N° 1: Cuadro comparativo

Beneficios para los trabajadores	Régimen Laboral	Microempresas	Pequeña Empresa
Remuneración mínima vital	S/.850	S/.850	S/.850
CTS	SI (1 RM al año depositada en dos armadas semestrales en mayo y en noviembre, TUO Dec. Leg. N° 650)	NO	Si (15 RD por año completo de servicios hasta un máximo de 90 RD)
Descanso Semanal Obligatorios y feriados No Laborables	Si (Dec. Leg. N° 713)	Si (Dec. Leg. N° 713)	Si (Dec. Leg. N° 713)
Vacaciones	Si (30 días por año de servicios. Dec. Leg. N° 713)	Si (mínimo de 15 días calendario por año de servicios)	Si (mínimo de 15 días calendario por año de servicios)
Reducción de Descanso Vacacional	Si (hasta por 15 días previos acuerdo de las partes)	Si (hasta 7 días, previo acuerdo de las partes, Regl. TUO MYPES Art. 37°)	Si (hasta 7 días, previo acuerdo de los aportes. Regl. TUO MYPES Art. 37°)
Vacación trunca	Si (Dec. Leg. N° 713)	Si (Dec. Leg. N° 713)	Si (Dec. Leg. N° 713)
Gratificación de Fiestas Patrias y Navidad	Si (Equivalente a una remuneración. Ley	No	Si (Fiestas Patrias y Navidad, equivalente

	N°27773 y su Reglamento)		a medio TUO Ley MYPES Art. 47°)
Jornada Máxima	Si (jornada de trabajo de u horas diarias o 48 horas semanales)	Si (jornada de 8 horas diarias) TUO Ley MYPES Art. 47°)	Si (ornada de trabajo de 8 horas diarias) TUO Ley MYPES, Art. 47)
Seguro Social de Salud	Si (asegurados regulares de ESSALUD, con la opción de afiliarse a una EPS)	Si (Régimen especial de salud semi subsidiado del SIS () o ESSALUD Si así lo decide el empleador)	Si (asegurados regulares de Salud : 9%)
Sistema Pensionario	Si (asegurados obligatorios de ONP o AFP)	Si (ONP, AFP o acogerse al régimen de sistema de pensiones sociales para las microempresas, el cual no ha sido implementado)	Si (asegurados obligatorios de la ONP o AFP)
Participación de las Utilidades	Si (se aplica Dec. Leg N° 892)	No	Si (se aplica Dec. Leg. N° 892)
Seguro de Vida	Si (de acuerdo a lo dispuesto en el Dec. Leg. N°688, Ley de Consolidaciones de Beneficios Sociales	No	Si (se aplica lo dispuesto en el Dec. Leg. N° 68, Ley de Consolidación de Beneficios Sociales)
Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo	Si (de acuerdo a la Ley N° 26790 , Ley de Modernización de la seguridad Social en Salud)	No	Si (se aplica a la Ley N° 26790 Ley de Modernización de la Seguridad Social en Salud)
Asignación Familiar	Si 8 10% de la RMV, Ley N° 25129)	No	No
Indemnización por Vacaciones no Gozadas	Si (Dec. Leg. N° 713)	Si (Dec. Leg. N°713)	Si (Dec. Leg. N° 713)
Indemnización por Despido Arbitrario	Si (1.5 RM por año completo de servicio, máximo 12 RM TUO Dec. Leg. N° 728)	Si (10 RD por cada año completo de servicios Máximo 90 RD)	Si (20 RD por cada año completo de servicios Máximo 120 RD, TUO Ley MYPES, Art. 47°)
Derechos Colectivos	Si 8 TUO de la ley de Relaciones Colectivas de Trabajo y su Reglamento)	Si (TUO de la Ley de Relaciones Colectivas de trabajo y su Reglamento)	Si (TUO de la Ley de Relaciones Colectivas de Trabajo y su reglamento)

Fuente: SUNAT - Elaboración Propia

2.3.7. El sector gastronómico en el Perú

Uno de los sectores de que mayor crecimiento ha presentado en los últimos años, es el sector gastronómico. Este sector da empleo a cerca de 6 mil trabajadores en uno 20 mil comercios.

"La gastronomía representa el 6% del PBI anual y es un sector importante para el crecimiento de nuestro país, más aún cuando tenemos al sector minero de baja". (Morelli, 2016)

Justo en estos momentos que en que la gastronomía empieza a globalizarse y a ganar reconocimiento cuando aparecen nuevos desafíos por superar.

"El primero de ellos es combatir la informalidad en el rubro. Se calcula que de 22,000 restaurantes que existen en el país, solo 800 están certificados en las buenas prácticas de salubridad." (Hundskopf, Gastronomía peruana apunta alto, 2016)

Otro desafío es el referido a la necesidad de coordinar entre los sectores privado y público, es por ello que se ha tomado la determinación de formar una mesa de coordinación entre ministerios, asociaciones empresariales y entidades públicas.

Así pues, también durante la realización de la feria gastronómica Mistura, se dictó una charla sobre el Clima de Negocios e Inversión en el Perú para las delegaciones de empresarios gastronómicos provenientes de Estados Unidos, Chile, Honduras y Cuba. La presentación incluyó datos clave del sector y proyecciones para fortalecer el conocimiento de los asistentes, resaltando el ritmo de crecimiento del sector que se sitúa en un 7 y 8 % anual.

El emprendedurismo juega un rol fundamental en este sector en particular, ya que por ejemplo se puede notar una duplicación del número de sangucherías y cafeterías en tan solo 4 años. Además, el 45% de los emprendedores no pasan de los 25 años de edad y 54.3% de emprendedores en el sector son mujeres, con un 45.4% de éstas teniendo un título universitario. (Guerra , 2016)

La cantidad de restaurantes creados a los años ha ido en aumento tal y como se muestra en el gráfico.

Gráfico N° 6: Ventas real del sector restaurantes



Fuente: INEI 2016 – Elaboración propia

El ritmo constante de crecimiento del sector gastronómico lo sitúa como una verdadera oportunidad de inversión en el país. La gastronomía peruana cuenta en la actualidad con renombre internacional y se ha convertido en un recurso valioso por ser aprovechado.

Toca ahora acoplar un buen clúster gastronómico donde los intereses públicos y privados se entrelacen y relacionen de manera eficiente.

2.3.7.1 Desarrollo gastronómico en el Perú

El gran dinamismo y desarrollo presente en el sector gastronómico en los últimos años ha venido generando una mayor generación de empleos.

Se resalta pues que a pesar de la desaceleración económica que el país ha está sufriendo, el crecimiento en el sector económico se ha mantenido constante. Esto se ve reflejada en los numerosos nuevos negocios de comida que se han abierto como cafeterías o restaurantes.

Existe un crecimiento de la oferta gastronómica que se adecúa a los distintos precios requeridos por el cliente.

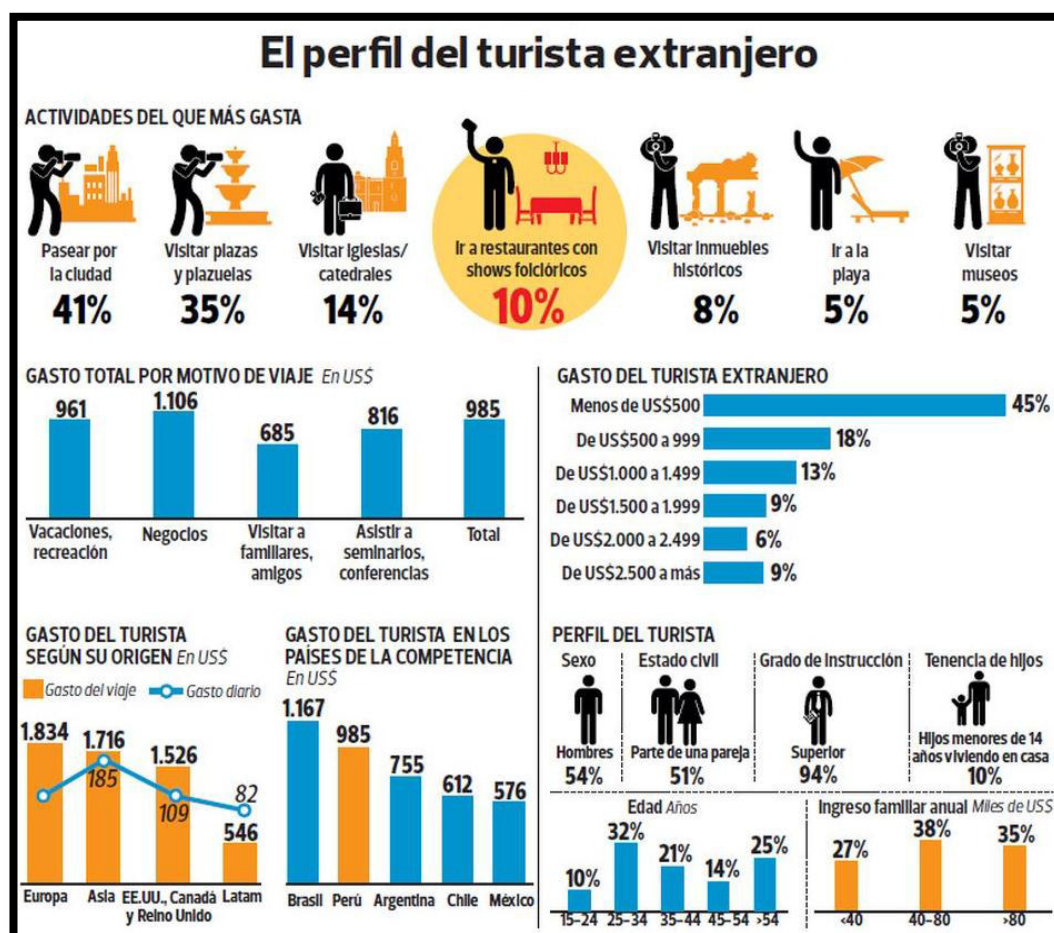
Según datos de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), el 50% de restaurantes que abren sobrevive luego del primer año, lo cual, es un buen indicativo. Hay un 34% de personas que comen fuera de sus casas y este número va creciendo año a año” (Carranza, 2015)

Además, en el marco del Plan Nacional de Diversificación Productiva (PNDP), el Ministerio de la Producción (PRODUCE) se hizo oficial la creación de la mesa ejecutiva gastronómica, la cual buscara principalmente que la gastronomía peruana siga desarrollándose y se convierta en uno de los principales pilares para el crecimiento. La mesa ejecutiva está conformada por entidades públicas y privadas.

Además otra gran logro para la industria gastronómica fue dado a conocer por la ministra de comercio exterior y turismo anunció que **“El Perú fue designado como Mejor Destino Culinario de Sudamérica en la edición regional de los World Travel Awards (WTA) 2016, obteniendo el galardón por quinta vez consecutiva.”** (Álvarez, 2016)

Es por ello que los turistas que llegan al país gastan una parte significativa de su dinero en probar la gastronomía peruana. En el siguiente grafico se ve como gastas su dinero los visitantes extranjeros.

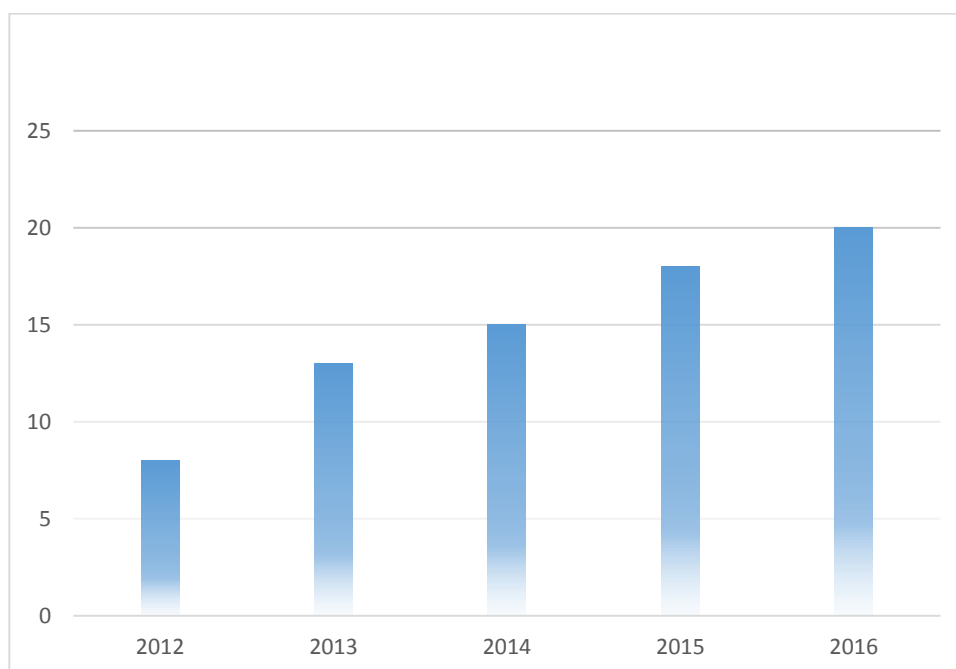
Gráfico N° 7: Perfil del turista extranjero



Fuente: PROM-PERÚ

En consecuencia, a los diversos premios que ha recibido la gastronomía peruana y las ferias gastronómicas que se vienen realizando, siendo la más significativa la feria gastronómica de Mistura, muchos turistas tienen como motivo principal de su visita al país el degustar la comida peruana.

Gráfico N° 8: Crecimiento del turismo gastronómico



Fuente: APEGA - Elaboración: Propia

Todos estos hechos parecen pues predecir que la gastronomía peruana seguirá en crecimiento y se consolidará como una de las mejores al nivel mundial.

“Desde hace 15 años, la gastronomía peruana experimenta toda una revolución, cuyo ejemplo es imitado por Colombia, Chile, Bolivia y Ecuador, que también han reconocido la potencialidad de nuestra cocina.” (Hundskopf, 2016)

En lo referente a la gastronomía propiamente dicha, se está pasando por uno de los mejores momentos, con la idea de situar al país como de los mejores en tradición y cultura gastronómica los chefs y aprendices están ofreciendo cada día mejores elaboraciones en sus platos. Las comidas están cruzando las fronteras y la hora de comer se está convirtiendo en toda una experiencia nueva.

A las nuevas propuestas en las cartas se une también la transformación de los restaurantes. Nuevos conceptos de espacio y diseño que sin duda contribuyen a mejorar la experiencia y a atraer nuevos públicos. Sin embargo, la mayoría de los propietarios de restaurantes (pequeños y medianos normalmente) siguen gestionando sus negocios como hace años. Apenas tienen conocimientos de marketing y muchos de ellos creen que la apertura de un perfil en Facebook ya cubre la parte digital del negocio. (Covadonga Odriozola, 2016)

Las personas que establecen un negocio en el rubro gastronómico tienden a desestimar la importancia de contar con una estrategia de marketing bien estructurada y tienden a dejar fuera de sus prioridades u objetivos.

El internet en las estrategias de marketing ha dado un gran giro a la forma de acceder a los clientes en este sector, dejando desfasadas las clásicas pizarras y anuncios.

“Los usuarios pasan una gran parte de su tiempo frente a la pantalla del ordenador o móvil y es ahí donde debemos estar e impactar. Conocer a nuestro cliente es una parte fundamental del negocio si queremos ofrecerle lo que busca y quiere.” (Covadonga Odriozola, 2016)

Todo esto llevado a cabo bajo una estrategia, herramientas tecnológicas, apps, redes sociales, etc. Estas deben de ser guiadas por un plan y objetivos bien definidos.

2.3.7.2 Calidad de la Gastronomía Peruana

El salir a comer es una de las actividades preferidas por los peruanos en sus días libres, la gente reconoce que la comida peruana es una de las mejores, así también los turistas reconocen la calidad de los platos peruanos.

En este contexto en que el desarrollo y la importancia de nuestra gastronomía crece de manera sorprendente, nace la necesidad de desarrollar nuestras agricultura, ganadería y pesca, debido a la demanda que están teniendo nuestros productos para la elaboración de dichos platillos. La demanda de nuestros productos tanto en el Perú como en el mundo provoca la creación de nuevos negocios, así como también eleva la valla para la calidad con la que se producen.

Por ello los productores deben asegurar que el producto sea bueno, conseguir una fórmula en la que puedan competir sin necesidad dañarse el uno al otro y para nosotros tener un producto de calidad óptima. Y siempre manteniendo un balance ecológico y de sostenibilidad, que sea lo más natural posible. (Alegría, 2013)

Lamentablemente en el país parece no existir una relación consecuente entre la riqueza gastronómica y los estándares de calidad mínimos requeridos garanticen un servicio de calidad en los establecimientos de comida.

Por ello es que se planea empezar a implementar los Planes de Calidad HACCP cuya finalidad es la de crear sellos de garantía, que permitan dale una nueva imagen de calidad a la gastronomía del país y permitan desarrollar herramientas que mejoren los productos para los clientes.

Los restaurantes en particular deben desplegar estrategias para atraer a sus potenciales clientes con un servicio de calidad, que comprenda condiciones de higiene, inocuidad de los alimentos y una atención orientada a cubrir las expectativas de los mismos. (Ugarte Casafranca, 2015)

La integración de estas cualidades permitiría a los restaurantes contar con una herramienta nueva y muy competitiva para mejorar su imagen y por ende su desarrollo empresarial aunque la mayoría de las personas **“cuando desea identificar la calidad de servicio de un restaurante se ha reconocido de manera institucional la clasificación por número de tenedores que otorga vía sus dependencias regionales el Mincetur.”** (Ugarte Casafranca, 2015)

En la realidad este tipo de calificación solo es poseído por un pequeño número de restaurantes que generalmente se encuentran asociados a alguna cadena hotelera o que se encuentren en lugares turísticos, dicha categoría tiende a ser muy genérica dentro de los aspectos de seguridad alimentaria y define la categoría que puede ostentar un establecimiento en función de variables, tales como la infraestructura, equipos, capacidad instalada, cartas, personal, entre otras.

En definitiva, dicha manera de calificación no es apta para la realidad de los restaurantes peruanos, ni tampoco sirve como una herramienta útil para poder medir los productos y servicios que brindan los establecimientos de expendio de comida.

Volviendo al tema del HACCP (análisis de peligros y control de puntos críticos), es una de las vallas más altas en la seguridad de alimentos y bebidas, es obligatorio para el sector industrial, pero no lo es para los restaurantes.

En los negocios que se dedican a la fabricación o procesamiento de alimentos y bebidas la industria peruana está obligada a contar sistemas de gestión de inocuidad, siendo uno de los más elevados que se puede conseguir el HACCP. Pero para el sector gastronómico propiamente dicho no es obligatorio adoptar este sistema.

“Los restaurantes, desde medianos a grandes, ya tienen políticas de buenas prácticas de manufacturas, así como programas de higiene y saneamiento, no hay norma que les recomiende implementar la valla más alta de la inocuidad: el sistema HACCP.” (Montoya G., 2014)

Sea cual sea el tamaño de la empresa es muy importante ya sea en el sector industrial de alimentos o en sector gastronómico se tenga una cultura de inocuidad sanitaria, claro que esto depende de cada empresa tomando en cuenta a que valla se quiere llegar para brindar mejores alimentos y más seguros, así como a que mercados se tiene pronosticado llegar.

Además, los clientes son cada vez más exigentes en que se cuenten con sistemas de inocuidad para proteger su salud, por lo que con el tiempo se hará algo obligatorio contar con estos.

Un caso concreto de lo que se está haciendo por mejorar la calidad de nuestra gastronomía se presenta en mistura. Por ello la Sociedad Peruana de Gastronomía (Apega) se está encargando de certificar la calidad total de los alimentos y bebidas ofrecidas durante la VIII edición de Mistura.

Es así que por quinto año consecutivo Apega está liderando un programa de buenas prácticas de manipulación (BPM) de alimentos, que busca sensibilizar a los dueños de los más de 150 restaurantes y puestos presentes en la feria sobre la importancia de garantizar la total inocuidad de los productos entregados al público. (Muguruza, 2016)

Se está realizando dos tipos de vigilancia a los establecimientos. El primero consiste en un análisis microbiológico que se realiza a todos los alimentos y bebidas que son servidos a los comensales que asisten a la feria, para ello el equipo de BPM de Mistura cuenta con materiales de última tecnología.

El segundo tipo de vigilancia que se realiza son las BPM en sí, estas se realizan a la totalidad de puestos de comida y bebidas. Para que los puestos aprueben deben de cumplir con todos los estándares de calidad impuestos por la DIGESA.

Aunque más allá de estos controles, absolutamente todos los asistentes al evento gastronómico más importante del año deberían exigir la máxima calidad de los platillos, bocados y refrescos que adquieren y consumen. Solo así se logrará generar una cultura en el Perú que no solo exige comer rico, sino también muy saludable. (Muguruza, 2016)

Por otra parte, el estado está iniciando actividades para que las micro y pequeñas empresas en general tengan posibilidad de mejorar su gestión y calidad. Gracias a una nueva norma las Mipyme tendrán la oportunidad de ser más competitivas. La Norma Técnica Peruana “Gestión Integral de la Mipyme”, que es un modelo de gestión para micro, pequeña y mediana empresa que es trabajado por el Instituto Nacional de Calidad (Inacal).

La Norma Técnica Peruana 933.961:2015 es una adaptación del ISO 9001, norma mundialmente reconocida que representa un estándar internacional que alberga un conjunto de normas internacionales, estableciendo lineamientos, directrices y modelos para la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad. (Inacal, 2016)

Este sistema servirá de guía para que las Mipyme implementen un modelo de gestión de productos y servicios que este orientado hacia la satisfacción del cliente y de sus grupos de interés.

2.3.7.3. La Importancia de las Vedas en la Gastronomía Peruana

Para la ejecución y cumplimiento de las vedas el Perú siempre se han presentado dificultades, por ello se ha decidido involucrar a diversas entidades como la ONG Pro Delphinus, la cual cuenta con el respaldo del Ministerio del Ambiente (MINAM) y el Ministerio de Producción (PRODUCE). Colaboran también la Asociación Peruana de Gastronomía (APEGA), la ONG Ecopesca, Inkaterra Asociación (ITA), la Asociación de Pescadores Amigos de la Naturaleza y el Estudio Grau.

Para que la gente empiece a tomar más conciencia sobre la importancia de respetar las vedas, los científicos de la ONG Pro Delphinus que realiza investigación y conservación en fauna marina, crearon la aplicación gratuita para dispositivos con sistema Android denominada bóVEDA, la cual informa sobre las temporadas de veda de las diversas especies que habitan el mar peruano.

“En bóVEDA se puede encontrar cuatro áreas de información (Vedas y Tallas, Pescadores Verdes, Restaurantes y Nosotros, el área donde el usuario puede conocer más acerca de los biólogos de Pro Delphinus).”
(Montes Iturrizaga, 2015)

Figura N° 1: Vedas



Fuente: Ministerio de la producción

La aplicación cuenta con diversas pestañas, la primera de ellas por ejemplo muestra datos sobre las especies que pueden ser consumidas y aquellas que se encuentran bajo protección por las vedas. Como se trata de una aplicación que intenta comprometer a la población, existe una opción para denunciar cualquier irregularidad en el incumplimiento de estas leyes de protección a los recursos marinos.

Las vedas de Cochabambas Negras en el norte del país, específicamente en los manglares de Tumbes son una de las más conocidas en el país, razón por la cual la Dirección General de Supervisión y Fiscalización del Ministerio de la Producción (Produce) ejecuta operaciones especiales en dicha área, con el apoyo del personal del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp).

Las tareas de control no se restringirán a tierras tumbesinas. En todo el país se realizarán intervenciones inopinadas en mercados, carreteras y restaurantes. Los infractores serán sancionados conforme a la Ley General de Pesca, el Reglamento de Inspecciones y Sanciones Pesqueras y Acuícolas (Rispac) y demás disposiciones legales vigentes. (Sernanp, 2016)

2.3.7.4. Tratamientos de residuos en la Gastronomía Peruana

La generación de residuos en la industria de alimentos en general es un tema crítico, esto se debe principalmente al potencial que este tiene para generar residuos que puedan afectar al medio ambiente. Por ello se hace necesario la formulación de un programa de manejo de los desechos sólidos.

Actualmente cuando hablamos de residuos en restaurantes y bares, son dos las cosas más importantes tener en cuenta: contenedor de botellas de vidrio, y la recuperación de grasas desechadas.

Además, están los residuos en la cocina que son todos aquellos productos, envases, alimentos, desperdicios, que no tienen un uso directo para la actividad de nuestro negocio. Por ejemplo, los “cascos” no los consideraremos residuos como tal, sino como productos de retorno, al igual que las botellas y los barriles de cerveza vacíos.

Clasificación de residuos en la Gastronomía Peruana

- **Residuos reciclables:** Estos residuos serán todos aquellos que podemos reciclar con los servicios comunes de recolección de basuras. Siempre y cuando separemos de la forma adecuada

- **Residuos grasos:** Este tipo de residuos, no solo es muy bueno para el medio ambiente el poder reciclarlo, sino que deben de ser obligatorio para todas las empresas, estos desechos deben ser recogidos por una empresa autorizada. Aquí pondremos todas las grasas desechadas de nuestro servicio, principalmente los aceites de las freidoras u otros restos de grasas.

Se debe también contar con el apoyo de los miembros del restaurante, por ello se le debe de capacitar en la cultura del reciclaje. Se deben de colocar tachos para vidrio, plástico, papel y desechos orgánicos, y se pueden ofrecer algún tipo de recompensa al equipo que mejor manejo de los residuos obtuvo.

Sabemos que en los restaurantes siempre hay productos alimenticios que caducan o que los clientes no terminan todo lo que se les sirvió en el plato. Junta estos desechos en el tacho adecuado y haz compost con él, así tendrás un abono orgánico que te servirá para mejorar la tierra tu jardín o huerto y alimentar a tus plantas. (Greenpeace, 2014)

En lo que se refiere al aceite usado por el establecimiento lo mejor es verterlo en una botella de plástico tirarlo a la basura, ya que, si se arroja directamente al desagüe, este podría obstruirlas además de contaminar las aguas.

Otra opción interesante es reciclar el aceite, por ejemplo, en España son cada vez más los municipios que disponen de “puntos limpios” donde se puede dejar el aceite para que sea reciclado, el cual posteriormente es convertido en biodiesel. Esta iniciativa debe de ser seguida por otros países.

2.3.7.5. El uso de Preservantes en la Gastronomía Peruana

Los conservantes siempre han sido un tema de debate público ya que muchos los consideran como dañinos al ser utilizados en los alimentos de consumo general.

Sin embargo, los conservantes se vienen usando desde hace mucho tiempo atrás, como por ejemplo la sal que se usaba para conservar el pescado en épocas antiguas. A pesar de todas estas críticas los conservantes son un componente indispensable para los alimentos que consumimos.

Esto se debe principalmente a la creciente demanda de productos que sean fáciles de cocinar, prácticos. Así también a las estrictas normas de seguridad alimentaria que se han impuesto para asegurar que los productos no se malogren.

Es por ello que la comida peruana ha sabido aprovechar estas críticas en contra de los preservantes y ha logrado ser apreciada por usar siempre productos frescos y naturales, y ser reparada poco tiempo antes de ser

consumida. Es decir, la comida peruana no usa preservantes, ni colorantes por el contrario es sana y rica.

La comida peruana no usa ningún tipo de sustancias químicas artificiales para realzar su sabor, para imitar algún otro sabor natural o para impedir que los productos se pudran mientras esperan ser vendidos.

Al usar ingredientes naturales y ser preparada el mismo día, nuestra comida peruana es rica y es saludable y no contiene ni colorantes ni preservantes artificiales (Huerta, 2014)

2.3.7.6. La Salubridad en la Gastronomía Peruana

Para podrá abrir un negocio en el sector gastronómico es indispensable cumplir las normas sanitarias que disponen los ministerios de Salud (Minsa) y de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), claro que no hay que olvidar lo importante que es tener conocimiento del sector y de la competencia.

Las medidas que se dispongan para regular este rubro gastronómico afectan tanto a los negocios como juguerías, sangucherías, cafeterías y otros que manipulen alimentos y bebidas.

Por ello se exhorta a los empresarios a tener en cuenta la 'Norma sanitaria para el funcionamiento de restaurantes y servicios afines' (resolución ministerial N° 363-2005/Minsa) para evitar problemas con las municipalidades locales, encargadas de dar licencias de funcionamiento o clausurar a los infractores. (Arrese, 2015)

La Norma Sanitaria establece que en caso se incurra en alguna infracción, la autoridad competente podrá imponer diferentes tipos de sanciones llegando incluso a la suspensión temporal o total del establecimiento.

Por ejemplo los funcionarios de la Municipalidad de Lima toman en cuenta para entregar la licencia de funcionamiento a estos negocios, el carné de sanidad de cada trabajador. Todo trabajador de restaurantes o empresas que traten con alimentos y bebidas debe tramitar este documento en la Gerencia de Desarrollo Social de la comuna.

Para mejorar esta situación lo importante es combatir la informalidad con la que opera la mayoría de los restaurantes peruanos, este es el reto más difícil que tienen ante sí los empresarios del sector gastronómico.

“El 75% de los restaurantes en nuestro país opera bajo la sombra de la informalidad, y los bajos estándares de salubridad con los que trabajan afectan negativamente a los aún minoritarios negocios formales del sector”. (Hundskopf, 2015)

La falta de competitividad que trae el alto índice de informalidad se ve reflejado en que solo ochocientos de los más de 22 mil restaurantes al nivel mundial, es decir el 3.6% del total, cuentan con una certificación del Mincetur, que garantice sus buenas prácticas de salubridad.

Respecto a las buenas prácticas, es importante concientizar a tu personal, sobre todo a la alta dirección. El que ha fallado es la cabeza, por lo que no se le puede echar la culpa a un empleado o un funcionario de segundo nivel. Este tipo de herramientas se debe ejercer desde la cabeza y fluye hasta lo más mínimo de la empresa. (Silva Guevara, 2015)

Todo esto en conformidad con el artículo 6° del Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA.

2.3.7.7. Seguridad y Salud Ocupacional en la Gastronomía Peruana

La salud y seguridad ocupacional, son dos temas que toda MYPES decide implementar para asegurar la integridad de sus trabajadores, equipos y local. La salud ocupacional está referido al conjunto de normas que están implementadas para proteger el bienestar integral de las personas, y la seguridad laboral son las acciones tomadas para que los trabajadores no sufran ningún tipo de accidente y tengan que ausentarse de sus funciones dentro de las MYPES.

Prevenir el riesgo y estar preparados ante accidentes protege nuestra salud y nuestro trabajo. Su base legal es:

- Decreto Supremo N° 009-2005-TR “Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo”
- Ley N° 2815” Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa”
- Decreto Legislativo N° 1086
- Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al empleo Decente.
- Decreto Supremo N° 008-2008-TR “Reglamento de la Ley MYPE.

Lamentablemente durante el año 2015 se registraron un gran número de accidentes en el trabajo que ascendía a más de 20000, dentro de ello 250 muertes y más 80 personas padecieron algún tipo de enfermedad ocupacional todo estos según cifras proporcionadas por el Ministerio del Trabajo y Promoción Social.

Muchas veces estos accidentes son causados por no cumplir adecuadamente las normas de seguridad o por la falta de compromiso de los empleadores al no brindar los recursos necesarios.

“Por ello la alta dirección, debe estar convencida de la importancia de preservar la vida e integridad de los trabajadores, así como la de minimizar cualquier posible efecto que sus actividades puedan generar en la sociedad en general.” (Velásquez, 2016)

Es la dirección de la empresa, la que dará impulso necesario y dotará los recursos suficientes para la buena implementación de una política de SST.

Además, en función a la promulgación de la Ley 29783 de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) y su posterior modificatoria, las empresas están en la obligación de implementar un Sistema de Gestión SST.

Este sistema ayudara tener un enfoque preventivo en los procesos que se llevan a cabo y a identificar las fuentes de peligro a las que están expuesto los trabajadores. Con toda esta información podemos implementar sistemas adecuados y proporcionales para prevenir futuros accidentes o daños en la salud.

Por otro lado, la Ley de Seguridad y Salud en el trabajo reconoce expresamente la necesidad de implementar una cultura de prevención de riesgos laborales, esto aumentando el grado de sensibilización, conocimiento y compromiso de la población en general en materia de seguridad y salud.

Resulta significativo que la Ley comprenda tanto el ámbito público como el privado en la medida que el derecho a un ambiente de trabajo seguro y saludable es en sí un derecho humano y que no admite exclusiones. El trabajo es una actividad social imprescindible que puede implicar riesgos para la salud y la seguridad de los trabajadores. El trabajo y la salud están íntimamente relacionados ya que, hoy en día, es difícil encontrar alguna actividad laboral que no presente ningún tipo de riesgo. El Perú no podría estar exento de esta realidad de inseguridad en el trabajo. (Vegas & Del Rocio , 2014)

2.3.8. Sistemas de Información Gerencial para Mypes

En la actualidad, la información en tiempo real ha tomado un papel importantísimo en el proceso productivo de las organizaciones, jugando un rol fundamental a la hora de tomar decisiones para lograr una mejora en el rendimiento de las empresas.

“La información es un recurso vital para toda organización, y el buen manejo de esta puede significar la diferencia entre el éxito o el fracaso para todos los proyectos que se emprendan dentro de un organismo que busca el crecimiento.” (Cruz, 2015)

Si bien los denominados Sistemas de Información Gerencial (SIG) en un principio fueron privativos de las grandes corporaciones, lo cierto es que en la actualidad se ha convertido en una vital necesidad de cualquier tipo de empresa, incluso hasta para el más pequeño emprendimiento. (Daniel Cohen, 2005, pág. 47)

Todos los datos y la información que se genera dentro de los departamentos de cada empresa por las actividades que realizan y el éxito que consigan estas, dependen de la visión que tengan y las metas en las que se apoyen. Por ello se toma en cuenta la información que se genera en cada departamento para usarla de base para establecer posibles tareas futuras.

Por ello primeramente, tendremos que identificar que es un sistema de información, un sistema de información es un conjunto de elementos que interactúan entre sí con el fin de apoyar las actividades de una empresa o negocio. (Trasobares, 2009, pág. 14)

La información como ya sabemos es suma importancia para las organizaciones desarrollen sus funciones de manera normal, por ello un sistema de información sería suma importancia para todas las empresas, con su aplicación se logra obtener un mejor manejo de la información que se genere a lo largo del tiempo y poderla usar cuando sea necesario.

Los sistemas de información cumplen tres objetivos básicos dentro de las organizaciones:

- Automatizar Procesos.
- Proporcionar Información que sirva de apoyo para la Toma de Decisiones.
- Lograr ventajas competitivas a través de su implantación y uso.

En las empresas pequeñas los datos que se generan cada día a pesar de parecer sin importancia, deben de ser centro de atención de los dueños o de los encargados del negocio, ya que si se logran interpretar de manera adecuada estos datos se podrán crear bases sólidas para crear una empresa exitosa, generando mayores oportunidades de crecimiento y expansión.

“Ante esta situación, las Mypes deben responder a las necesidades del mercado en forma rápida y creativa, integrándose en conglomerados o redes de empresas para sopesar y dar respuesta a los eventos suscitados.” (Fernández D. & Plata de Plata, 2010, pág. 4). Para ello son de suma importancia los datos.

En general, las pequeñas y medianas empresas que se manejan sin la utilización de un adecuado sistema de información gerencial sufren una serie de inconvenientes que podrían haber sido evitados si la administración de la compañía hubiera obtenido los datos necesarios para tomar las resoluciones correctas. (Anonimo, 2015)

Lamentablemente las micro y pequeñas empresas o aquellas empresas que recién están comenzando sus operaciones se ven afectadas porque no son capaces de implementar sistemas de información que les permitan lograr una mejora de sus resultados.

2.3.8.1 Proceso de Ventas

“La venta no es una actividad única, es un conjunto de actividades diseñadas para promover la compra de un producto o servicio.”
(Thompson, 2014)

Es por ello, que la venta requiere de todo un proceso que ordene la implementación de sus diversas actividades y funciones, de no realizarse de la manera correcta no se podría llegar a satisfacer de manera óptima las necesidades y deseos de los clientes, ni contribuir al logro de los objetivos de la organización.

Según Stanton, Etzel y Walker, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el proceso de venta ***"es una secuencia lógica que emprende el vendedor para tratar con un comprador potencial y que tiene por objeto producir alguna reacción deseada en el cliente (usualmente la compra)"***.
(Walker, J. Stanton, & J. Etzel, 2007)

El ciclo o proceso de venta es la sucesión de pasos que una empresa realiza desde el momento en que intenta captar la atención de un potencial cliente hasta que la transacción final se lleva a cabo, es decir, hasta que se consigue una venta efectiva del producto o servicio de la compañía. (Inboundcycle, 2015)

Este proceso cuando es graficado toma la forma de un embudo debido a que no todos los clientes potenciales llegan a convertirse en compradores reales.

El proceso de venta puede ser representado por diversos esquemas, pero uno de los más usados y conocidos es la del modelo AIDA.

- **Atención:** en esta fase la empresa va a intentar llamar la atención de sus potenciales clientes hacia su producto o servicio. Puede hacerlo utilizando muchas técnicas, pero todas ellas deben estar relacionadas con la acción final que será la venta.
- **Interés:** Una vez que hemos captado la atención del cliente, por ejemplo, con un blog en el que hablamos de las principales novedades en terminales móviles del mercado, debemos despertar su interés.
- **Deseo:** si tras captar la atención del cliente en la primera fase, logramos despertar su interés en la fase anterior, es muy probable que el cliente potencial llegue a la fase 3. En ella, se experimenta el deseo por tener ese producto o servicio.
- **Acción:** si el cliente pasa por todas estas fases sin desistir, entonces se producirá la fase final, la de la acción. En esta fase ya está convencido de lo que quiere y, por lo tanto, se produce la transacción económica y la compra del bien o servicio.

Uno de los principales deseos de los propietarios de las MYPES es poder cumplir satisfactoriamente con toda la demanda de productos y poderse concentrar en las actividades que se realizan diariamente. Pero para poder ganar nuevos clientes y hacer crecer el negocio, esto no es suficiente, sino que además es necesario ver las actividades de las ventas como todo un proceso secuencial.

Otros consideran que el proceso de ventas se puede dividir en ocho pasos claves. Las ventas exitosas siguen estos pasos, el tiempo para este proceso no está determinado, puede durar unos minutos o meses. Es aplicable para las micro, pequeñas y las medianas empresas.

- **Prospección:** no todas las personas van a comprar tus productos, es importante administrar el tiempo y no gastarlo con personas que no pueden, no necesitan o no quieren comprar nuestros artículos; un buen prospecto es aquel que necesita nuestro producto, lo quiere, lo puede comprar y además puede tomar la decisión de comprarlo.
- **Preparación:** una vez que tengas la lista de prospectos calificados, es muy importante tener la mayor cantidad de información acerca de ellos como sea posible. Entre más información recopilas de tu prospecto, más herramientas tendremos para cerrar la venta.
- **Acercamiento:** el único objetivo del acercamiento es concertar una cita con el prospecto y nada más ¡no vendas tu producto por teléfono! Si el prospecto insiste en que le proporciones mayor información, responde que tienes algo para "mostrarle en persona". La información que brindes en la llamada debe ser lo suficientemente interesante para que el prospecto piense que vale la pena tener una reunión con nosotros.
- **Detección de necesidades:** en tu primera reunión con el posible cliente debes presentarte, brindar una primera impresión y posteriormente dedicar tu atención a escuchar las necesidades del prospecto. Aprende a hacer solamente las preguntas correctas que te permitan descubrir las necesidades específicas que tu producto puede satisfacer.
- **Oferta:** basándote en la información recolectada, debes preparar una propuesta o cotización enfocada a satisfacer las necesidades específicas del prospecto. Nunca inflas las propuestas en busca de

beneficios adicionales para el negocio que no represente un valor agregado para el cliente.

- **Manejo de objeciones:** aunque se mencione el manejo de objeciones hasta este punto, esto es algo que debe hacerse a lo largo de todo el proceso. La mayoría de los vendedores tiene miedo de las objeciones porque piensan que son razones por las cuales el prospecto no va a comprar, pero no debes temerles. Tome las objeciones como si fueran preguntas. Cuando un prospecto pone una objeción, en realidad está diciendo: "estoy interesado, pero tengo una duda". Si logramos despejar todas sus dudas, ¡la venta está cerrada!
- **Cierre:** el cierre suele ser el momento de mayor tensión durante todo el proceso de venta. Lo interesante de todo esto radica en que si seguimos el proceso al pie de la letra, como lo hemos descrito en los pasos anteriores, el cierre se dará por añadidura. Si nuestro prospecto está calificado, si nuestro producto satisface sus necesidades y si despejamos todas sus dudas, el prospecto se convertirá en nuestro cliente. No hay razón alguna para que no realice la compra.
- **Servicio postventa:** es indispensable mantener contacto con los clientes para saber si hay algún problema con el producto o si ha surgido alguna nueva necesidad que puedas satisfacer.

Es por ello que los vendedores con más éxito no son aquellos que logran vender más sino aquellos que logran que sus clientes estén más satisfechos y por lo tanto compran más recurrentemente.

2.3.8.2. Producción y Comercialización

Las empresas son las encargadas de la producción, es decir, de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. La actividad económica productiva consiste en la transformación de materias primas y productos semielaborados en bienes, mediante el empleo del trabajo, el capital y otros factores. (Ballinas, 2015)

La actividad productiva está compuesta no solamente por la producción de bienes físicos como alimentos, vestidos, computadoras, celulares, etc., sino también incluye la prestación de servicios como los de transporte, telefonía, investigación, etcétera.

La producción de una empresa puede medirse en un determinado volumen. La diferencia entre el volumen de lo producido en términos monetarios y los bienes consumidos para su producción dan cuenta del valor que se ha añadido a esos recursos durante el proceso.

Así, según la diferencia que se haga de la utilización de los factores de producción con respecto a los valores de producción final, se tendrá referencia de la rentabilidad de la empresa u organización.

Las micro y pequeñas empresas juegan un rol importante como unidades de producción de bienes y/o servicios en el país, es por esta razón que les está dando un mayor grado de importancia.

Gracias a que las pequeñas empresas desarrollan un volumen menor de actividad productiva, estas poseen una mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y poder emprender proyectos innovadores, que son en muchas ocasiones fuente generadora de empleo para algunos profesionales.

“En la casi totalidad de las economías de mercado las empresas pequeñas y medianas, incluidos los micro emprendimientos, constituyen una parte sustancial de la economía.” (Cárdenas, 2016)

Comercialización

“Por comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.” (Castillo, 2015)

Así también pues la comercialización es considerada como *“uno de los factores claves de una empresa MYPE, por lo cual toda la organización deberá encaminar sus esfuerzos a satisfacer a sus clientes, y lograr la mayor eficiencia y así maximizar las utilidades.”* (CAME, 2011)

Los tres elementos fundamentales que abarca la comercialización son:

- La orientación al cliente
- Involucrar a todas las áreas de la empresa con su máximo esfuerzo
- Poner foco en las utilidades como un gran objetivo y no en el volumen de ventas.

La comercialización es uno de los principales desafíos que las MYPES tienen que afrontar, por ello las MYPES buscan contar con una estrategia que permita que los consumidores relacionen el producto o servicio que se ofrece con la MYPE que la produce. De esa manera se busca que los consumidores puedan distinguir los productos que uno produce de los de otras MYPES, esto mediante la diferenciación de alguna característica.

Cuando se usa de manera eficaz, la propiedad intelectual es un instrumento importante en la creación de la imagen que tienen de su empresa sus clientes actuales y potenciales, así como en la posición que su empresa ocupa en el mercado. (OMPI, 2014)

Los derechos de propiedad intelectual, en combinación con otras herramientas o instrumentos de comercialización como los anuncios y otras actividades de promoción de ventas, son esenciales para:

- Distinguir sus productos y servicios y hacerlos fácilmente reconocibles por los clientes o consumidores.
- Promover sus productos o servicios y crear una clientela fiel.
- Diversificar su estrategia de mercado para dirigirla a distintos grupos de clientes
- Comercializar sus productos o servicios en el extranjero, expandiendo así el mercado.

2.3.8.3. Control Contable

“El control interno financiero o contable se ocupa de proteger los activos de la empresa, de que no se haga mal uso de los activos y de que no se incurra en pasivos de manera indebida.” (Fundación Universidad de las Américas-Puebla, 2014)

El control contable incluye generalmente controles a los sistemas de autorización, aprobación y separación de deberes que se encargan del manteniendo de los informes de contabilidad, controles físicos sobre activos y auditoría interna. Además, comprende el plan de organización, procedimientos y métodos que están relacionados con la fiabilidad de los estados financieros.

“El control interno contable también puede describirse como un sistema en que la responsabilidad de quien maneje los activos y el trabajo de una persona sea comprobada por otra persona; sin que exista duplicidad en la función o esfuerzo desempeñado.” (Fundación Universidad de las Américas-Puebla, 2014)

Control interno contable, es el relativo a la realidad económica y financiera de la empresa.

Según Paul Grady, nos expresa que:

El control interno contable comprende el plan de organización y procedimientos coordinados usados en el negocio para: salvaguardar los activos de pérdidas provenientes de fraudes o errores, verificar la exactitud y confianza de los datos contables que la administración usa para la toma de decisiones y promover eficiencia en sus operaciones y fomentar la adhesión a las políticas adoptadas en aquellas áreas, en las cuales la contabilidad y los departamentos financieros. (Grady, 2000) (González Cristóbal , 2014)

Como se mencionó anteriormente el control interno contable abarca los estados financieros, así como la existencia los principios contables dentro de la organización y el cumplimiento de la norma vigente. Para ello se debe de comprobar si:

- Los activos y pasivos de la empresa existen realmente y se encuentran registrados y clasificados correctamente.
- Los criterios contables son los adecuados.
- La información que se está obteniendo de la contabilidad está en la cantidad y calidad suficiente para ser utilizada.

Cualquiera sea el tamaño de una empresa, los encargados de la empresa, sea los dueños o los administradores, deben ser conscientes de la relevancia que juegan los sistemas y controles contables, el tamaño de la empresa no es un factor que delimitará la importancia del sistema ya que en organizaciones donde existe un solo dueño el cual toma las decisiones y participa en las operaciones requiere igualmente de un sistema contable. Los registros contables se llevan por varias razones.

“Una razón primordial es para ayudar a los administradores a operar entidades de manera más eficiente y efectiva. Cualquier persona que constituye una empresa pronto descubrirá que es absolutamente esencial llevar registros.” (Canahuri Mamani, 2015, pág. 4)

Los documentos y los registros varían de manera considerable, desde documentos fuente como facturas de venta y órdenes de compra hasta diarios y mayores. El objetivo es el registro inmediato, completo y a prueba de manipulación indebida. Se promueve utilizando el barrido óptico de datos de códigos de barras, utilizando dispositivos tales como cajas registradoras y diseñando formas para un registro fácil. (Zavala, 2015).

El registrar de manera inmediata cada venta que se ha realizado, resulta muy útil e importante cuando se realizan las ventas en efectivo y no por crédito, para este propósito existen muchas herramientas que podemos emplear como cajas registradoras con señales o cintas de recopilación.

El contar con un Control Interno adecuado a cada tipo de empresa nos permitirá maximizar la utilización de recursos con calidad para alcanzar una adecuada gestión financiera y administrativa, para obtener mejores niveles de productividad; también ayudará a contar con recursos humanos motivados, comprometidos con su organización y dispuestos a brindar al cliente servicios de calidad. (González Cristóbal, 2014)

La gran competitividad existente, las disposiciones legales y las necesidades de llevar una administración eficiente han permitido que las pequeñas empresas tomen conciencia de la importancia de contar con un control interno el cual les permita mejorar su gestión.

Sistemas de Información Gerencial para Mypes

Los gerentes o administradores de las empresas dependen tanto de medios formales o informales para obtener los datos que le permitan tomar decisiones. La información formal llega a los gerentes mediante informes administrativos y estadísticas de rutina. Estos informes son estandarizados, se generan con regularidad y constituyen el ejemplo más claro de lo que se denomina Sistema de Información Gerencial (SIG).

La información informal por el contrario incluye la experiencia personal del trabajador, educación, intuición, sentido común y el conocimiento de los medios social y político. También incluye rumores o difusiones no oficiales de información con los colegas.

“Los sistemas de información gerencial son una colección de sistemas de información que interactúan entre sí y que proporcionan información tanto para las necesidades de las operaciones como de la administración.” (Velasco, 2010)

Se podría decir teóricamente que una computadora no es necesariamente forma parte de un Sistema de Información Gerencial (SIG), pero en la realidad no es imposible que pueda existir un Sistema de Información Gerencial (SIG) sin la ayuda de las computadoras y su capacidad de procesar datos.

Es considerado también pues ***“un conjunto de información extensa y coordinada de subsistemas racionalmente integrados que transforman los datos en información en una variedad de formas que ayuden a mejorar la productividad de acuerdo con los estilos y características implantadas por los administradores.”*** (Tiuzo, 2013)

Actividades Principales de los Sistemas de Información Gerencia (SGI)

- Reciben datos como entrada: procesan los datos por medio de cálculos, combinan elementos de los datos, etc.
- Proporcionan información en manuales: electromecánicos y computarizados
- Sistema de Información de Procesamiento de Transacciones, sistema de Información para Administradores y sistema de Información de Informes Financieros Externos.

2.3.8.4. Planeación y Control

Todas las funciones gerenciales, la Planeación, Organización, Dirección y Control son necesarias para las actividades de las empresas se desarrollen de manera adecuada. Pero son las actividades de planeación y de control las que más hacen uso y apoyan sus actividades en los sistemas de información gerencial.

Por ello la información proporcionada por un buen sistema debe incluir y cumplir con cuatro supuestos básicos:

- **Calidad:** Para los gerentes es de suma importancia que los datos sean verídicos y vayan de acorde con la realidad
- **Oportunidad:** Para que el control sea eficaz las posibles medidas correctivas deben sr aplicadas en el momento oportuno antes que se presente una mayor desviación respecto a los objetivos planteados
- **Cantidad:** Es casi imposible para los gerentes tomar información sino cuentan con los datos suficientes, pero tampoco es factible si existe una sobrecarga de datos, lo cual imposibilitaría la toma de decisiones.
- **Relevancia:** La información que se proporciones a los gerentes debe de estar relacionada a la actividad y funciones que realizan.

2.3.9. Estructura de un Sistema de Información Gerencial para Mypes

Para crear un sistema de información gerencial que produzca información completa e integrada, se requiere de un gran esfuerzo, experiencia, tiempo y dinero. Sin embargo, si la empresa no se haya impuesto aun el compromiso de hacer esto, puede hacer algunas actividades para mejorar el sistema.

Tal vez no sea posible hacer cambios en los archivos o formularios de registro, pero puede empezarse por cambios más superficiales como por ejemplo el mejoramiento en la exactitud de los datos y la puntualidad de la entrega de los informes.

Actualmente la Alta Gerencia está destinada a ampliar los horizontes de planificación y a la toma de decisiones bajo grados de incertidumbres cada vez mayores, a causa del aumento de la competencia en el medio empresarial, (incremento en el número de competidores), y a la disminución en la disponibilidad de los recursos. (Pulgar de Diaz, 2015)

Esto conduce a la empresa a cada vez necesitar más información para poder tomar una decisión acertada, por ello la gerencia de la información es la base fundamental para que se pueda llevar a cabo una gerencia estratégica adecuada.

La paulatina introducción de los sistemas computarizados los cuales procesan datos con gran facilidad, ha llevado a que los sistemas de información se conviertan en elementos de gran importancia para la empresa. Es por ello que los computadores y su capacidad para procesar datos se han convertido en una ventaja para las organizaciones que los emplean.

Por ello debe dársele a la tecnología de cómputos, la gran importancia y el suficiente tiempo que merecen para ayudar en forma fructífera, la integración efectiva del análisis y la intuición; en vez de considerarlo simplemente como una forma o manera de reducir los costos. (Barroso, 2015)

Los pasos para analizar los SIG:

1. Identificar a todos los miembros de la empresa que están utilizando o deberían utilizar los distintos tipos de información (profesionales, trabajadores de campo, supervisores, administradores, etc.)
2. Establecer los objetivos a largo y corto plazo de la organización, departamento o punto de prestación de servicios.
3. Identificar la información que sería necesaria para ayudar a que los miembros de la empresa puedan desarrollar sus funciones de manera efectiva y eficiente, eliminando los datos o relevantes.
4. Determinar cuáles de los formularios y procedimientos actuales, son sencillos, no requieren demasiado tiempo y cubren las necesidades de los diferentes trabajadores, y qué formularios y procedimientos necesitan mejorarse.
5. Revisar todos los formularios y procedimientos existentes para recolectar y registrar información que necesiten mejorarse o preparar nuevos instrumentos si es necesario.
6. Mejorar y si no existiesen, establecer sistemas manuales o computarizados para mejorar la recolección, análisis de la información para que sea de mayor utilidad a los trabajadores.
7. Desarrollar procedimientos para confirmar la exactitud de los datos.
8. Realizar capacitaciones y supervisar al personal para el adecuado uso de los formularios u otro instrumento para recolectar, analizar, presentar y utilizar información.
9. Optimizar un sistema de información gerencial: qué preguntar, qué observar, qué verificar.

Diseño de la estructura

Un sistema integrado usuario –maquina, el cual implica que algunas tareas son mejor realizadas por el hombre, mientras que otras son muy bien hechas por la máquina, para prever información que apoye las operaciones, la administración y las funciones de toma de decisiones en una empresa. (Turmeros Astros, 2015)

El sistema utiliza equipos de computación y software, procedimientos, manuales, modelos para el análisis la planeación el control y la toma de decisiones y además una base de datos.

El sistema de información gerencial se puede informar como una estructura piramidal.

1. **La parte inferior** de la pirámide está comprendida por la información relacionada con el procesamiento de las transacciones preguntas sobre su estado.
2. **El siguiente nivel** comprende los recursos de información para apoyar las operaciones diarias de control.
3. **El tercer nivel** agrupa los recursos del sistema de información para ayudar a la planeación táctica y la toma de decisiones relacionadas con el control Administrativo.
4. **El nivel más alto** comprende los recursos de información necesarios para apoyar la planeación estratégica y la definición de política de los niveles más altos de la administración

2.3.9.1 Control Eficiente y Eficaz en las Mypes

Eficacia del Sistema de Control Interno.

Algunos criterios a tomar en cuenta también para calificar la eficacia de un Sistema de Control Interno, es el juzgar y calificar las siguientes materias de control:

- La información acerca del avance en el logro de sus objetivos y metas y en el empleo de criterios de economía y eficiencia;
- Las operaciones.
- La validez y confiabilidad de los informes y estados financieros
- El cumplimiento con las leyes, decretos, y cualquier tipo de normativa.

Otras características de un control interno satisfactorio y adecuado. Serían las siguientes:

- Un plan de organización que proporciona la segregación apropiada de responsabilidades funcionales.
- Un sistema de autorización y procedimientos de registro adecuados para proporcionar control razonable sobre el activo, pasivo, ingresos y gastos.
- Prácticas razonables a seguir en el desempeño de deberes y funciones de cada uno de los departamentos de la organización.
- Un grado de calidad del personal en relación con sus responsabilidades.

Para que el control interno de una MYPE funcione adecuadamente todas estas características deben de ser aplicada y estar presentes en el control interno. Por ello es que para que este control funcione de manera adecuada el primer paso es informar a todos los empleados cuáles son sus responsabilidades y funciones.

Se tiene que dar a cada uno de ellos sus propias responsabilidades dentro de la empresa. Para empezar, por ello es necesario dividir en áreas a empresa señalando y especificando cuales son las funciones de dicha área, cuales sus responsabilidades y sus tareas. (Morris L., 2011)

Una vez realizado todo esto cada empleado dentro de la organización sabe a qué área pertenece, cual es la labor que desempeñará en dicha área y que es lo que se espera de ellos.

Además de todo ello, se debe de informar los pasos que se deben de seguir para el correcto registro de los activos, pasivos, ingresos y gastos de la empresa es muy importante por lo que deben de existir políticas en las cuales se explique y detalle cómo es que se deben autorizar los pagos o de qué manera se van a registrar en el libro contable.

2.3.9.2. Control de Inventarios

“El conjunto de productos y/o recursos utilizados en una organización (materias primas, productos terminados, repuestos, producto en proceso) empleados para satisfacer una demanda futura, también se le puede considerar como un desfase temporal entre la oferta y demanda.” (Vasconez, 2009)

Los inventarios comprenden también los materiales, repuestos y accesorios que son consumidos en la producción de los bienes fabricados para la venta o que sean utilizados en las prestaciones de servicios.

En las empresas se está muy al pendiente de mantener las cantidades mínimas necesarias que mantengan el flujo de la cadena logística, así también esta cantidad debe de ser la suficiente para enfrentar posibles variaciones o incertidumbres durante el proceso productivo. Por ello las empresas actuales necesitan llevar a cabo un adecuado control y gestión de sus inventarios, y

así mantener las funciones de manera óptima.

“El control de inventario se realiza con la finalidad de desarrollar pronósticos de ventas o presupuesto, para así determinar los costos de inventarios, compras u obtención, recepción, almacenaje, producción, embarque y contabilidad.” (Márquez, 2016)

La inversión que se realiza en los inventarios es un tema de sumo cuidado para las empresas por la gran cantidad de dinero que se maneja, es por ello que las organizaciones tratan de mantener niveles bajos en los inventarios para que los gastos que se generen sean lo más bajos.

Un ejemplo son las empresas dedicadas a la compra y venta de mercancías, que por ser esta su principal función es la que da origen a todas las restantes operaciones, requieren constantemente de información resumida y analizada de los inventarios con los que cuentan, lo cual obliga a la apertura de una serie de cuentas principales y auxiliares relacionadas con esos controles.

Pero controlar un inventario no es cosa fácil, por ejemplo, una micro y pequeña empresa que está iniciando en el mercado debe evaluar como mínimo los procedimientos de entradas y salidas de los productos; y utilizar técnicas de control de inventario que se adapten a los requerimientos del ramo de la empresa y de los clientes. (Perdomo, 2016)

En los libros de logística e inventario establecen que en la gestión de inventarios deben ser consideradas las siguientes actividades:

- Toma física de inventarios
- Auditoria de existencias
- Procedimientos de Inventarios
- Conteos cíclicos
- Análisis de Inventarios

Esta serie de actividades nombradas son las más elementales que se tiene que seguir si se quiere mejorar los indicadores del inventario y mejorar la gestión logística. Además, el área de inventarios debe tratarse de manera separada de las otras áreas involucradas en la red de logística.

2.3.9.3. Control de Cuentas por Cobrar

Las cuentas por cobrar constituyen el crédito que la empresa concede a sus clientes a través de una cuenta abierta en el curso ordinario de un negocio, como resultado de la entrega de artículos o servicios. Con el objetivo de conservar los clientes actuales y atraer nuevos clientes, la mayoría de las empresas recurren al ofrecimiento de crédito. Las condiciones de crédito pueden variar según el tipo de empresa y la rama en que opere, pero las entidades de la misma rama generalmente ofrecen condiciones de crédito similares. (Kester , 2009)

Para que una compañía esté en condiciones de otorgar crédito a sus clientes debe:

- Establecer políticas de crédito y cobranzas
- Evaluar cada solicitud de cada cliente, el crédito en particular.

“El establecimiento de una política óptima de concesión de crédito exige que la empresa examine y trate de medir los costos y rendimientos marginales asociados a las diversas políticas.” (UNAD, 2014)

El aumento de las ventas, las utilidades y rendimientos son algunos de los beneficios que trae consigo el otorgamiento de crédito de la empresa, sin embargo, estos aumentos se ven neutralizados por diversos tipos de costos marginales relacionados con el crédito como son los costos de oportunidad de los fondos adicionales empleados para mantener un mayor nivel de cuentas por cobrar.

Es por esta razón que cuando una empresa establece sus políticas de créditos sea a través de su gerente financiero o alguna otra autoridad, se deben de tomar algunas variables en cuenta las cuales nos permitirán controlar los niveles de las cuentas por cobrar, estas son:

- Normas y estándares de crédito
- Condiciones de crédito
- Procedimientos y control de cobranza.

Las cuentas por cobrar deben ser vigiladas por las empresas por ello:

- El total de las cuentas individuales de ser conciliado periódicamente con la cuenta control en el mayor general.
- La antigüedad de los saldos debe ser revisada periódicamente por un Empleado.
- Los estados de cuentas deben ser enviados con regularidad todos los deudores.

Se debe contar con la aprobación de específica del funcionario para:

- Otorgar descuentos especiales
- Pagar saldos acreedores

2.3.9.4. Control de Cuentas por Pagar

Los documentos y cuentas por pagar representan obligaciones presentes provenientes de las operaciones de transacciones pasadas, tales como la adquisición de mercancías o servicios o por la obtención de préstamos para el financiamiento de los bienes que constituyen el activo. (Vasconez, 2009)

Las cuentas por pagar son las que mantienen activa y operativa a la empresa, por ello es una de las principales cuentas que maneja la entidad, ya que esta cuenta controla las deudas que mantiene la empresa con otras organizaciones, siendo estas las que nos brindan bienes o servicios para nuestras operaciones.

Por otro lado, es conocido que el objetivo que se persigue con respecto al procedimiento de las cuentas por pagar debe ser acertadas al momento de cancelar las deudas contraídas con terceras personas ajenas a la empresa así como también el beneficio que cumplen dichas cuentas, ya que sin ella sería imposible cumplir con todas las metas trazada por la organización. (Zapata, 2010)

Las cuentas por pagar son muy usadas en los pequeños negocios, por ejemplo, una tienda de abarrotes, comprará mercancía para tenerla a la venta en los estantes y vitrinas. La tienda recibirá la mercancía en adelanto y el pago correspondiente irá a las cuentas por pagar. Lo mismo se aplica con la electricidad y otros servicios públicos.

La tienda utilizará electricidad y la pagará en el período siguiente, cuando reciba la factura de la compañía eléctrica. Sin realizar acciones de crédito con los proveedores sería muy difícil para la tienda operar con eficacia; la tienda necesitaría pagar por todos los bienes y servicios por adelantado o al recibirlos, colocando presión en el flujo de fondos del negocio.

Una tienda puede tener una larga lista de entradas en el archivo de cuentas por pagar, una vez que se esté de acuerdo en los términos de crédito de sus proveedores. Al obtener el recibo, la tienda lo confirmará con una orden de compra y con el hecho de que los bienes estén en posesión de la tienda. La tienda registrará el recibo en el archivo de cuentas por pagar.

Al revisar el archivo, podrán verificar los recibos con las órdenes de la tienda, saber que están correctas y por consiguiente pagarlas a tiempo. Al pagar a un acreedor la tienda reducirá las cantidades sobre el archivo de cuentas por pagar y marcará la factura como cancelada.

La importancia de mantener un registro de las cuentas por pagar existentes se ve reflejada cuando somos capaces de percatarnos de que cuentas están por vencer y evitara la acumulación de varias cuentas a la vez.

Al revisar el archivo de las cuentas por pagar el administrador o dueño de la empresa sabrá cuánto dinero es el que se debe y podría mantener el control sobre sus deudas.

Además, todas las cuentas por pagar deben de estar a la par con los recibos de los acreedores. Si esto no es así se puede haber omitido algún pago o no se registró algún pago que ya ha sido efectuado.

Por ello debe de estar atento a estos hechos para evitar futuros problemas, ya que una empresa que no pague sus recibos podría encontrarse con dificultades para conseguir créditos o la pérdida de confianza por parte de los proveedores. Así cuando una empresa es capaz de llevar todos sus pagos al día puede aprovechar los descuentos por el pronto pago y no tener que pagar intereses. Todo esto ayuda a que el empresario gane credibilidad y tenga más facilidad para acceder a los créditos.

Principios y Procedimientos de Cuentas por Pagar

- Deben separarse las funciones de recepción en el almacén, de autorización del pago y de firma del cheque para su liquidación.
- Es preciso conciliar periódicamente los importes recibidos y pendientes de pago según controles contables, con los de los suministradores.
- Deben elaborarse Expedientes de Pago por proveedores contentivos de cada Factura, su correspondiente Informe de Recepción (cuando proceda) y el cheque o referencia del pago, cancelándose las Facturas con el cuño de "Pagado".
- Es preciso mantener al día los Submayores de Cuentas por Pagar, los de Cuentas por Pagar Diversas y no presentar saldos envejecidos.
- Las Cuentas por Pagar a Proveedores y las Diversas deben desglosarse por cada Factura recibida y cada pago efectuado; así como por edades y analizarse por el Consejo de Dirección.
- Las devoluciones y reclamaciones efectuadas a suministradores deben controlarse para garantizar que los pagos se realicen por lo realmente recibido.
- Mensualmente debe verificarse que la suma de los saldos de todos los Submayores de las Cuentas por Pagar coincidan con los de las cuentas de control correspondientes.

2.3.10. Competitividad de las Mypes

“La competitividad indica cómo se han de administrar los recursos de las empresas, para maximizar su productividad y hacer frente a las exigencias del mercado.” (Bettner, 2010)

Toda empresa sin importar su tamaño o tipo posee una estrategia de competitividad ya se ha de manera explícita o implícita. Algunas empresas implementan una estrategia de competitividad específica mediante un plan y otras se dan por el buen funcionamiento interno de la empresa, ya sea por el desempeño de los procesos o los productos.

Una buena estrategia competitiva garantiza una posición ventajosa con respecto a las otras empresas competidoras, con ello nos aseguramos una posición rentable en el mercado.

Así también la competitividad está muy estrechamente ligada a la productividad. Es importante recalcar por ello que la productividad no solo beneficia a una población específica o a algún sector.

La productividad beneficia a la mayoría de la gente, en una economía de libre mercado las empresas procuran elevar su productividad constantemente para aumentar sus beneficios como respuesta a la competitividad en comparación con su competencia, a la mayoría de Mypes y de esta manera lograrán llegar a nuevos mercados o asegurar la capacidad productiva a los mercados cautivos y a los consumidores menores de estos. (Landazuri Aguilera & Valenzuela Reynaga, 2012)

El principal problema de las MYPES es que trabajan de manera individual y no se alían con empresas del mismo rubro o que estén dentro de la misma cadena productiva, lo cual les permitiría empezar a producir productos estandarizado, todo esto por miedo a ser desplazados por la competencia.

Además, la falta de una buena tecnología en los procesos genera que su competitividad productiva sea muy baja y que los productos no adquieran la suficiente calidad para ser exportados y sus costos unitarios tiendan a aumentar.

La gran parte de las MYPES cuentan con un nivel de competitividad medio y bajo, es decir algunas de las MYPES solo se subsisten en el mercado y no logran algún progreso a lo largo del tiempo, otras intentan sobrevivir en el mercado, pero acaban fracasando y acaban formando parte del porcentaje de emprendimientos fallidos.

Para poder medir la productividad y clasificarla en alta, mediana o baja, es necesario conocer indicadores o parámetros como la productividad y la rentabilidad.

Un reto de suma importancia es medir la productividad de una empresa MYPE en cuanto es menos difícil para una empresa grande que casi siempre opera en mercados oligopólicos, esto implica que estas empresas simplemente se miden con respecto a la empresa líder que generalmente es del mismo grupo financiero y los retos productivos son casi siempre como "verse en un espejo". (Ribón, 2013)

Luego de analizado todos estos aspectos presentes se puede concluir que el mayor reto por el que atraviesan las Mypes es el de la competitividad. Sin embargo, esto no solo es responsabilidad de las Mypes ya que es también el estado es el responsable de crear un ambiente competitivo en las distintas industrias del país, motivando a la mejora continua de sus servicios o productos.

Las Mypes en el Perú no están preparadas para entrar en competencia con otras empresas debido a su bajo nivel de competitividad. El lograr que las pequeñas empresas adquieran un nivel óptimo de competitividad es uno de ellos principales desafíos actuales, el cual determinara su éxito, subsistencia o la extinción de la empresa.

2.3.11. Evaluación de mercados y Clientes Potenciales

Las empresas siempre están buscando expandirse y una de las estrategias más comunes es la ingresar a nuevos mercados o sectores. Pero esto no es nada fácil por lo que se requiere de mucha preparación para que la incursión en nuevos mercados sea exitosa.

Algunas de las pautas que deberían seguir las Mypes antes de incursionar a nuevos mercados son las siguientes:

Asegurarse de que existe demanda suficiente

Si encuentra un nicho de mercado atractivo, eso no significa que sea un sector con alta demanda o que su empresa pueda incursionar con facilidad en este, ya que podría estar saturado.

Por ello antes de ingresar a un nuevo mercado las MYPES deben de asegurarse de que existen clientes potenciales, que el mercado tiene predicciones positivas futuras, para todo ello es necesario efectuar un estudio de mercado.

Conocer futuras licitaciones dentro de un mercado determinado es una buena fuente de información, lo que le puede dar a la empresa la pauta de hacia dónde se dirige las necesidades del sector.

Conocer las reglas

Sea cual sea al sector al cual se pretende entrar se debe de cumplir con todas las regulaciones. Las empresas que no cumplan con todas las normas relevantes no serán tomadas en cuenta por las demás empresas para sus actividades. Por ello se debe investigar si la empresa cumple con todas las normas requeridas para su funcionamiento óptimo.

Hacer un plan para generar conexiones

Es por esto que es importantísimo contar con un plan que nos permita ganar contratos ya sea a través del marketing o por ser parte de asociaciones. Si las MYPES no cuentan con estas estos planes o estrategias será muy difícil que puedan entrar a nuevos mercados con facilidad.

Convertirse en experto

Muchas personas conocen muy bien su negocio en el sector en donde se encuentran actualmente, pero cuando se mueven a otro sector todo cambia. Es por ello que las empresas conozcan cómo es que servicios o productos pueden funcionar en distintos sectores.

Los compradores siempre están en busca de proveedores que sepa todo acerca de lo que se produce en el sector, por lo que la Mype no llegara muy lejos si no sabe responder a las preguntas de los compradores.

Dé el paso decisivo

Como hemos visto comenzar en un nuevo mercado no es algo fácil, pero si se logra encontrar un buen sector, región o país, los beneficios por aprovechar serán muy grandes. Para ello primero conozca los mercados potenciales, analícelos, prepárese y finalmente entre al mercado.

Para los servicios o productos que la empresa ofrezca se deben de evaluar las siguientes componentes y si es necesario añadir algunos más dependiendo del sector en el que se encuentre, su competencia o el riesgo empresarial.

Clientes

- El número o el tamaño de la empresa o la dispersión geográfica de los clientes más importantes.
- Dificultad de los clientes para obtener productos o servicios similares en el mercado.
- La ventaja significativa en materia de costes de los productos o servicios para sus clientes frente a sus competidores.
- La calidad o el valor añadido de sus productos o servicios.
- La lealtad de sus clientes a sus productos o servicios.

Proveedores

- El número y la dispersión de sus proveedores más importantes.
- La facilidad para obtener suministros de otros proveedores de confianza.
- La disponibilidad de los proveedores con materiales sustitutivos viables.
- La importancia de sus pedidos de material para la actividad de negocio de sus proveedores más importantes.
- La facilidad para cambiar de proveedor en términos de costes o inconvenientes para el cambio.

Amenazas por la competencia y amenazas de sustitución

- El grado de dificultad que tendría un nuevo competidor de introducirse en su sector de mercado con costes similares o inferiores a los suyos.
- Las dificultades que existen para atacar su sector.
- Las barreras existentes para introducirse en sus canales de distribución.
- Las dificultades que supondrían introducirse en su mercado.
- Las limitaciones a la introducción de productos o servicios sustitutivos en su sector.

Dinámica de mercado

- El grado de diversificación de su sector.
- El porcentaje de competidores que tienen elevados costes fijos y capacidad limitada.
- La frecuencia de variación de precios en su sector que le permita flexibilizar los precios.
- La frecuencia de los cambios en los competidores del sector.
- La tasa de crecimiento de su sector de mercado.

Evaluar Clientes Potenciales

Las Mypes cuentan con una ventaja de que al ser pequeños negocios tiene un contacto más directo con los clientes y ello le permite conocer más cercanamente que es lo que quieren, que piensan, etc.

A pesar de esto son pocas las MYPES que invierten tiempo en investigar a sus clientes. La mayoría de las empresas conocen a grandes rasgos su tipo de clientes, pero no los estudian a profundidad, perdiendo de esta manera muchos datos sobre sus clientes que le podrían ayudar a desarrollarse.

Conocer, estudiar, analizar y clasificar a nuestros clientes y a nuestros no clientes puede marcar la diferencia entre tener una organización exitosa o el fracaso.

No olvidemos que si nos esforzamos por conocer, estudiar, analizar y clasificar a nuestros clientes nos permitirá:

- Entender cuál es nuestro mercado potencial y evaluar posibles vías de desarrollo de la empresa
- Conocer cómo consumen nuestros clientes
- Seleccionar cuál es el segmento o nicho de clientes más interesante para nuestra empresa
- Adaptar nuestros productos y servicios para que respondan a necesidades concretas de nuestros clientes y no clientes
- Adelantarnos a las futuras necesidades de nuestros clientes
- Crear estrategias específicas para cada tipología de cliente
- Desarrollar estrategias efectivas de ventas, de marketing y de comunicación
- Solucionar brechas de comunicación que afectan a nuestro posicionamiento
- Mejorar el posicionamiento en la mente de nuestros consumidores
- Fidelizar a nuestros clientes
- Conocer su lenguaje, la forma como interpretan los mensajes y qué les moviliza a comprar
- Conocer la mejor manera y el mejor medio para comunicarnos con ellos
- Entender por qué parte de nuestro público potencial no es cliente nuestro y cómo captarlo
- Aumentar las ventas minimizando esfuerzos y gastos.

Un error común que cometen los dueños de las MYPES es estudiar a sus posibles clientes antes de abrir su negocio, pero no volver a hacer los mismos estudios una vez que el negocio ya se puso en marcha.

Por ello se requiere hacer un seguimiento constante a los clientes ya que sus gustos y necesidades van cambiando continuamente según pasa el tiempo. Por lo que es probable que los resultados arrojados por algún estudio hace años sean muy distintos a la realidad actual.

Para evitar que nuestros datos se desactualicen o se pierdan en el tiempo y podamos salir perjudicados, es imprescindible contar con una base de datos que contenga a detalle los datos sobre nuestros clientes, y se pueda observar que evoluciones han surgido a través del tiempo.

Se debe de tener en cuenta que la rentabilidad no necesariamente se correlaciona estrictamente con la cantidad de dinero que un cliente haya entregado a la empresa, en algunas ocasiones son las pequeñas ventas son muy rentables, y las grandes pueden generar grandes costos administrativos o en la entrega, ocasionando que el margen de ganancia sea menor.

Para saber cuáles son los clientes más rentables se pueden tomar en consideración las siguientes pautas:

Calcular los costos de adquisición

Para evaluar la rentabilidad de los clientes usted debe determinar cuánto le cuesta a su empresa captar a cada uno de ellos. Muchas empresas pequeñas pueden manejarse adecuadamente con un análisis de costos de venta mucho más simple del que utilizan las más grandes. Tenga en cuenta que las cifras de costos de ventas que arrojan estos cálculos son promedios, que deben ser utilizados para hacer evaluaciones aproximativas de su base de clientes. (SME Toolkit, 2010)

Para efectuar un análisis simple, se procederá primero a estimar cuanto esfuerzo supone cerrar una venta típica. Incluya en el cálculo gastos de los vendedores, desarrollo de los sitios web y otros. Estime el total de estos gastos y divídalo por la cantidad de ventas que se realizan anualmente. Esto proveerá de un análisis rápido.

Calcular los costos de atención al cliente

Para saber que tan rentables son nuestros clientes también es importante hacer un seguimiento a los gastos que se incurren por la atención al cliente. El cálculo es parecido al de los costos de ventas, en los cuales hay que tomar en cuenta el costo del personal que toma los pedidos, los salarios de directores de proyectos y la entrega de su productos o servicio a cada cliente.

Luego se debe de estimar el costo medio de la atención al cliente dividiendo el total de costos entre la cantidad total de clientes que atendió en el año. Para tener una mayor certeza sobre si los costos están dentro del promedio habitual puede consultar al contador de la empresa. Además, se debe recordar que estas cifras son promedio y que deben de ser utilizados para hacer evaluaciones aproximativas de su base de clientes.

Cree un perfil de alto potencial

Con las dos cifras mencionadas arriba y los ingresos que genera cada uno de sus clientes usted puede lograr una estimación aproximada de la rentabilidad por cliente. Puede utilizar esta información para desarrollar un perfil de su cliente de alto potencial. Busque características y comportamientos comunes.

Con los cálculos de los costos y teniendo en cuenta los ingresos que genera cada uno de los clientes se puede obtener la rentabilidad aproximada por cliente. Con ello se puede desarrollar un perfil de los clientes con más alto potencial considerando comportamientos y características comunes.

Algunas organizaciones crean perfiles a sus distintos tipos de clientes los cuales los clasifican según su potencial, se clasifican como alto, medio y bajo potencial. Esto se hace con el fin de generar técnicas de marketing para que la mayor cantidad de clientes entren la categoría de alto potencial es decir son más rentables.

Reasignar esfuerzos que hoy dedica a los clientes menos rentables

Para mantener su concentración en el 20% superior de su base de clientes, usted debe esforzarse por no atraer clientes no rentables.

Examine sus registros en busca de aquellos clientes que le cuestan tiempo y dinero valioso, y cree un perfil para ellos del mismo modo en que lo hizo para los de alto potencial. Evite incluir a estos clientes en sus programas de marketing hasta donde pueda, con el fin de mantener a su empresa eficaz y confiable. (SME Toolkit, 2010)

Dado que tener una buena relación con los clientes es buena para mantener la imagen de la empresa no es pertinente discutir con los clientes haciéndoles saber que no quieren trabajar con ellos. Solo no gaste recursos tratando de llegar a estos clientes no rentables.

Cuando se trata de concretar negocios, la calificación de clientes potenciales puede ser extremadamente útil. No solo te da una mejor perspectiva en términos de ventas y marketing, sino que, además, con un proceso de calificación refinado, serás capaz de identificar si necesitas “cultivar” (nurturing) mejor la relación con tus clientes potenciales. (Perez Castro, 2015)

La más efectiva oportunidad de concretar los negocios, es estrechar las relaciones con nuestros clientes y guiarlos a través del proceso de venta asegurando que cuenten con información útil y de relevancia.

Además, como se ha visto resulta muy atractivo para los clientes la personalización de los productos o servicios que se le ofrezcan, por ello la clasificación de los clientes en grupos según sus características brinda la oportunidad de generar un enfoque de ventas y de marketing personalizado.

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

El presente proyecto es de tipo descriptivo y explicativo; en el desarrollo del proceso investigativo se empleará la investigación bibliográfica para la elaboración del marco teórico y la investigación de campo para la recolección de datos, que servirá de base para la elaboración de las recomendaciones adecuadas.

La investigación abarcará desde el nivel descriptivo hasta el nivel explicativo, pues se reconocerá las variables que competen al problema, se establecerá las características de la realidad a investigarse, el grado de relación que existe entre variables, las causas y consecuencias del problema y se llegará a la comprobación de la hipótesis.

3.2. Unidad de Análisis

Se analizarán las MYPES del sector gastronómico ubicadas en la Zona B del distrito de San Juan de Miraflores que utilizan y están implementando Sistemas de Información Gerencial en sus negocios.

3.3. Población de Estudio

Todas las MYPES del sector gastronómico ubicadas en el distrito de San Juan de Miraflores, siendo aplicable a otras MYPES de todo Lima Metropolitana.

3.4. Tamaño De La Muestra

Actualmente existen en la zona 50 MYPES del sector gastronómico en la zona B que utilizan Sistemas de Información Gerencial en sus negocios. A partir de estos datos se procedió a estimar la muestra utilizando la siguiente fórmula:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

e = Error muestral, es el margen de error que aceptamos.

z = Valor de z correspondiente al nivel de confianza.

pq = Varianza de la población.

Formula:

$$n = \frac{N}{\frac{(e)^2(N - 1)}{z^2pq} + 1}$$

3.5 Selección de la muestra

Para la selección de la muestra utilizaremos los siguientes datos:

- $n = ?$
- $N = 50$
- $e = 0.05$
- $z = 1.96$
- $pq = 0.25$

$$n = \frac{50}{\frac{(0.05)^2(50 - 1)}{1.96^2(0.25)} + 1}$$

$$n = 44 \text{ (Mypes)}$$

3.6 Técnicas de Recolección de Datos

Con la finalidad de recabar información suficiente, confiable y válida para el desarrollo de la investigación, se utilizó para la fase de campo la técnica de la observación directa, además de otros instrumentos de recolección de datos, mediante cuestionarios a los dueños y administradores de las Mypes, finalmente para la posterior contrastación de la hipótesis general se utilizará la prueba de distribución de Chi cuadrado con la información recopilada previamente mediante cuadros estadísticos

Finalmente, Los resultados se presentarán por cada pregunta con su respectiva distribución de frecuencias, seguido de su interpretación, para luego ser mostrados de manera Gráfica, finalmente se utilizará la prueba Chi-Cuadrado para la hipótesis principal, luego de ello se mostrarán sus resultados paso a paso hasta llegar a la conclusión final.

CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

Para este análisis se visitaron el número de empresas definidas previamente en la muestra (44 Mypes), el estudio se hizo de manera individual por cada empresa, dicha encuesta fue orientada básicamente a los dueños y administradores de las empresas, los cuales respondieron dichas preguntas con total confidencialidad y compromiso de mi parte.

El cuestionario en mención abarca una serie de preguntas, las cuales fueron elaboradas de manera objetiva y cuyas respuestas permitirán obtener el fundamento de esta investigación.

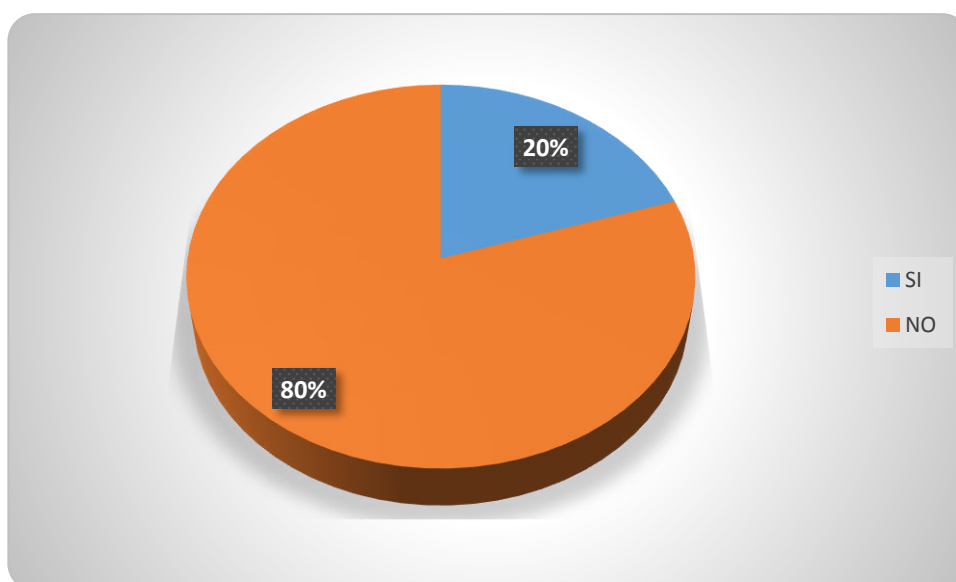
A continuación, se detallan las preguntas realizadas en las encuestas y sus respectivas respuestas; luego de cada respuesta se realiza un análisis, para finalmente concluir con la respectiva interpretación y discusión de resultados.

PREGUNTA N° 1: ¿Su empresa cuenta con un Sistema de Información estructurado por áreas de negocios?

RESPUESTA	EMPRESAS ENCUESTADAS				TOTAL ENCUESTADOS	
	POLLERIAS	RESTAURANTES CRIOLLOS	CENTROS DE COMIDA RAPIDA	CEVICHERIAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	19	6	7	3	35	80%
NO	1	4	1	3	9	20%
TOTAL ENCUESTADOS	20	10	8	6	44	100%

Como se observa en el cuadro anterior el 80% de las Mypes de este sector cuentan con un sistema de información por áreas de negocios, es decir los SI son utilizados para diversos fines de su actividad empresarial, se observa además que son las pollerías las que mayormente los utilizan en casi todas las áreas, esto debido al entorno tan competitivo puesto que muchas de ellas se encuentran muy cerca de las otras y es preciso optimizar y generar un valor agregado al cliente, se puede concluir que de manera general que los SI ya son parte de la estructura de cada negocio.

Gráfico N° 9: Empresas que cuentan con SI



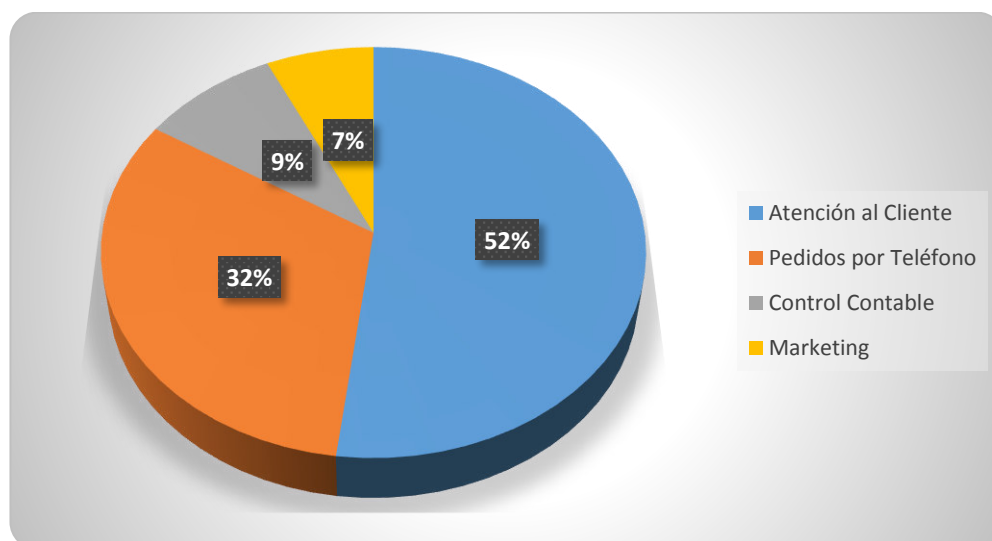
Fuente: Elaboración propia.

PREGUNTA N° 2: ¿En qué áreas de la empresa utilizan más los sistemas de información?

RESPUESTA	EMPRESAS ENCUESTADAS				TOTAL ENCUESTADOS	
	POLLERIAS	RESTARURANTES CRIOLLOS	CENTROS DE COMIDA RAPIDA	CEVICHERIAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
ATENCIÓN AL CLIENTE	10	6	4	3	23	52%
PEDIDOS POR TELÉFONO	6	2	4	2	14	32%
CONTROL CONTABLE	2	1	0	1	4	9%
MARKETING	2	1	0	0	3	7%
TOTAL ENCUESTADOS	20	10	8	6	44	100%

Se puede observar en el cuadro anterior las áreas donde las empresas utilizan más los sistemas de información son el área de atención al cliente con un 52%, seguido del área de pedidos por teléfono con un 32%, dichas áreas representan los mayores usos de los sistemas de información, esto debido a que son fundamentales para captar y retener clientes potenciales, dándose a conocer por el tipo de servicio que brindan, de igual manera se puede observar su uso en otras áreas como por ejemplo el área contable con 9% del total, y finalmente el área de marketing con un 7% del total, siendo estos porcentajes considerables también pues ayudan a gestionar mejor dichos negocios.

Gráfico N° 10: Áreas de las empresas que utilizan SI



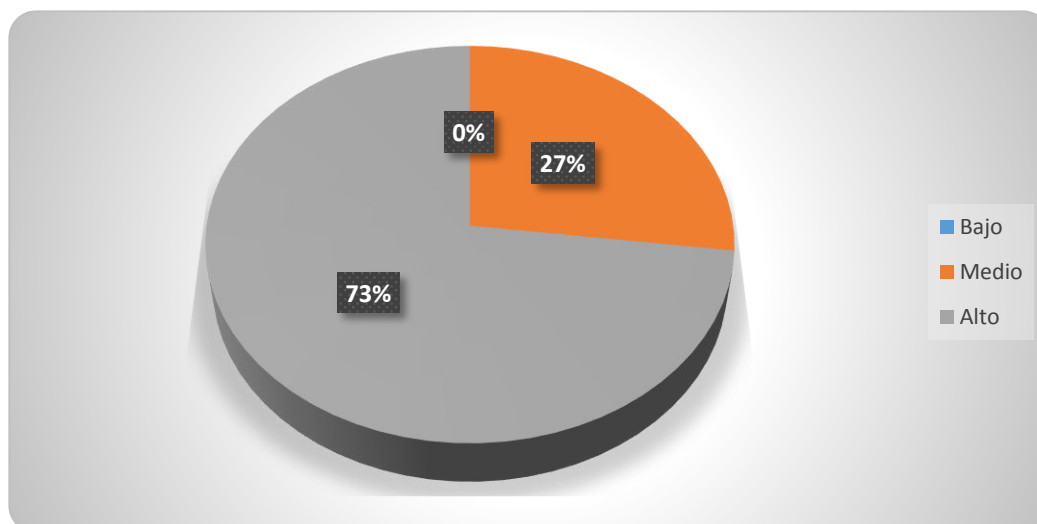
Fuente: Elaboración propia.

PREGUNTA N° 3: ¿En qué nivel considera que los SI han incidido en una transformación positiva de su actividad empresarial?

RESPUESTA	EMPRESAS ENCUESTADAS				TOTAL ENCUESTADOS	
	POLLERIAS	RESTARURANTES CRIOLLOS	CENTROS DE COMIDA RAPIDA	CEVICHERIAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
BAJO	0	0	0	0	0	0%
MEDIO	6	2	2	2	12	27%
ALTO	14	8	6	4	32	73%
TOTAL ENCUESTADOS	20	10	8	6	44	100%

Como se puede observar en el cuadro anterior un 73% de los empresarios considera que el uso de sistemas de información en sus negocios ha permitido que su actividad empresarial se torne positivo, debido a que ha transformado la manera tradicional de hacer negocios, incidiendo dichos cambios en las diversas actividades de la empresa y mejorándolo en muchos aspectos de manera positiva, tales como atención al cliente y sobre todo adaptándose a las nuevas tendencias del mercado.

Gráfico N° 11: Nivel de Incidencia de los SI en las empresas



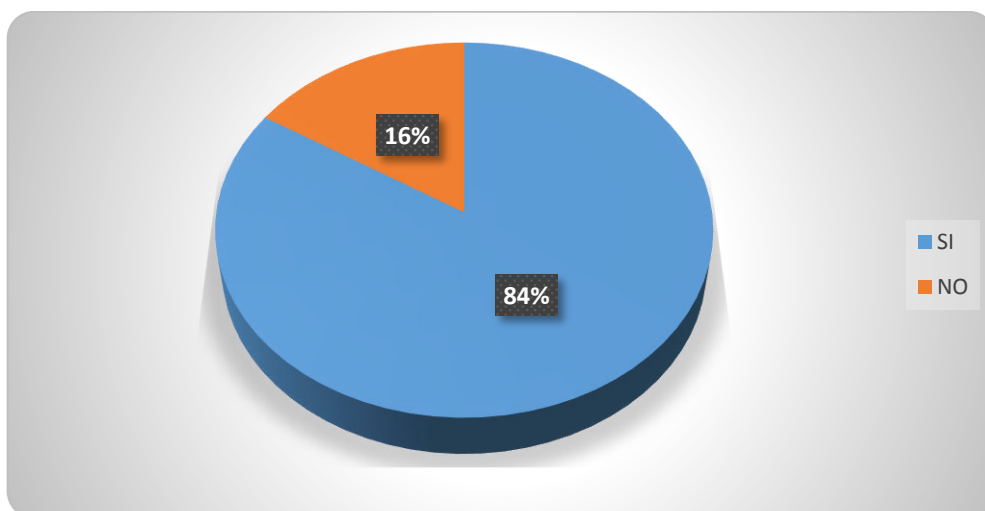
Fuente: Elaboración propia.

PREGUNTA N° 4: ¿Considera usted que con el uso de los SI su negocio ha tenido la posibilidad de poder expandirse a nuevos mercados?

RESPUESTA	EMPRESAS ENCUESTADAS				TOTAL ENCUESTADOS	
	POLLERIAS	RESTARURANTES CRIOLLOS	CENTROS DE COMIDA RAPIDA	CEVICHERIAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	19	8	6	4	37	84%
NO	1	2	2	2	7	16%
TOTAL ENCUESTADOS	20	10	8	6	44	100%

En el cuadro anterior se visualiza que un 84% de los empresarios considera que sus empresas se han expandido a nuevos mercados gracias a la ayuda de los sistemas de información, permitiendo que sus negocios puedan llegar a nuevos nichos de mercado, todo gracias al uso de los SI en cada una de sus actividades comerciales, permitiendo una mayor globalización y acceso a estos mercados, rompiendo la manera tradicional de hacer negocio, lo cual implica mayor crecimiento de estas Mypes.

Gráfico N° 12: Expansión de las Mypes hacia nuevos mercados



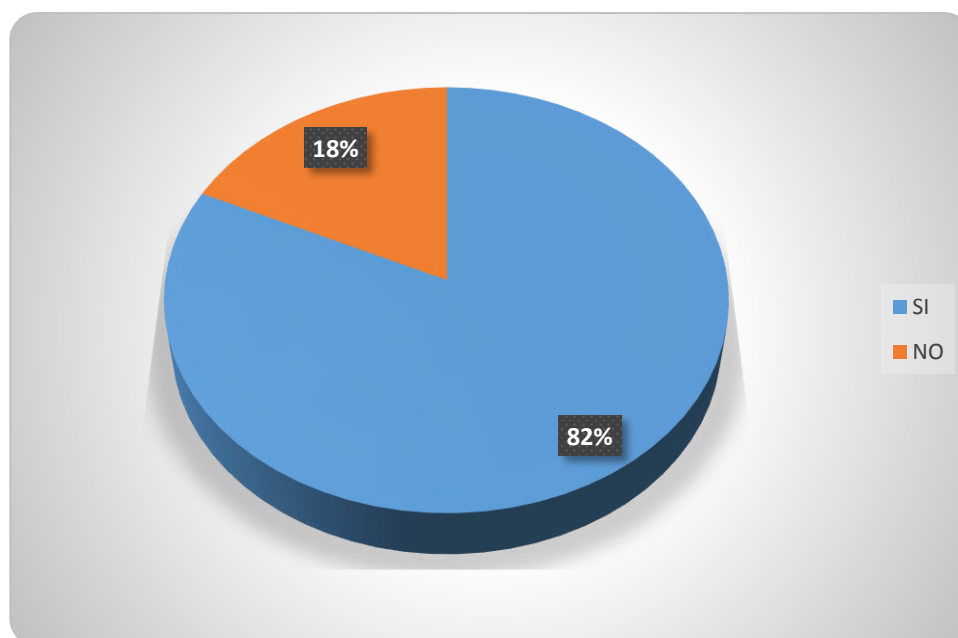
Fuente: Elaboración propia.

PREGUNTA N° 5: ¿Considera usted que se ha generado otro modelo de negocio con el uso de SI?

RESPUESTA	EMPRESAS ENCUESTADAS				TOTAL ENCUESTADOS	
	POLLERIAS	RESTARURANTES CRIOLLOS	CENTROS DE COMIDA RAPIDA	CEVICHERIAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	17	7	7	5	36	82%
NO	3	3	1	1	8	18%
TOTAL ENCUESTADOS	20	10	8	6	44	100%

En el cuadro anterior se aprecia que un 82% de los empresarios encuestados considera que el uso de SI ha generado un nuevo modelo de hacer negocio, este modelo le ha traído muchos beneficios como pudimos observar en preguntas anteriores, lo cual confirma que estas Mypes se están adaptando a esta nueva forma de hacer negocio, debido a los muchos beneficios que les brinda y sobre todo a las múltiples ideas creativas e innovadoras que estos sistemas les permiten ofrecer a los clientes.

Gráfico N° 13: Generación de nuevos modelos de negocios



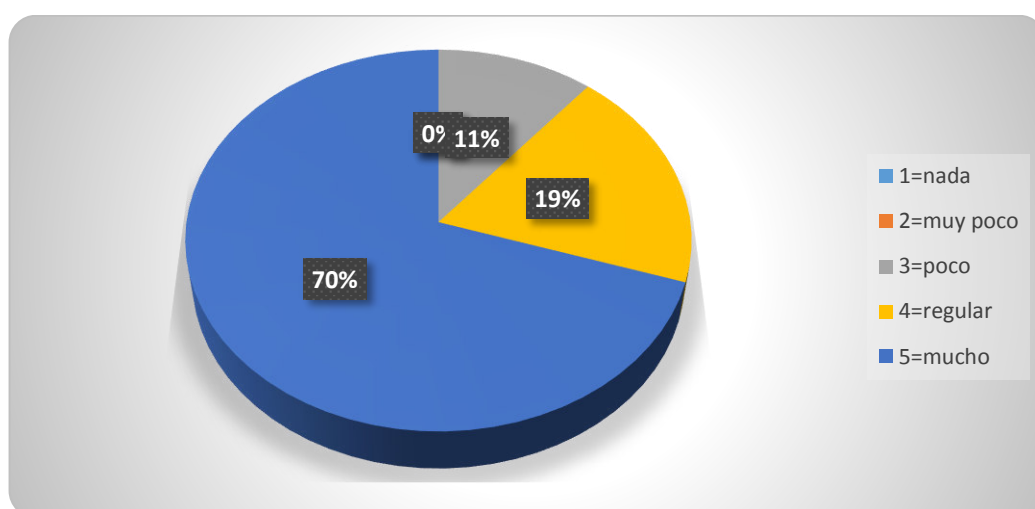
Fuente: Elaboración propia.

PREGUNTA N° 6: ¿En qué grado el uso de los SI en sus empresas les ha permitido obtener un mejor control eficiente y eficaz en sus operaciones?

RESPUESTA	EMPRESAS ENCUESTADAS				TOTAL ENCUESTADOS	
	POLLERIAS	RESTARURANTES CRIOLLOS	CENTROS DE COMIDA RAPIDA	CEVICHERIAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
NADA	0	0	0	0	0	0%
MUY POCO	0	0	0	0	0	0%
POCO	1	2	1	1	5	11%
REGULAR	3	1	2	2	8	19%
MUCHO	16	7	5	3	31	70%
TOTAL ENCUESTADOS	20	10	8	6	44	100%

Como se muestra en el cuadro anterior el 70% de los empresarios considera que gracias al uso de los sistemas de información se ha contribuido a generar un mejor control eficiente y eficaz de sus operaciones, tales como; atención de pedidos en tiempo real, cuentas por pagar y cobrar, etc., permitiendo de esta manera que dichas actividades se realicen de manera óptima, generando un mejor control y ayudando a que estas Mypes se adapten a los cambios del entorno, los cuales son cada vez más competitivos.

Gráfico N° 14: Grado de mejora de las operaciones



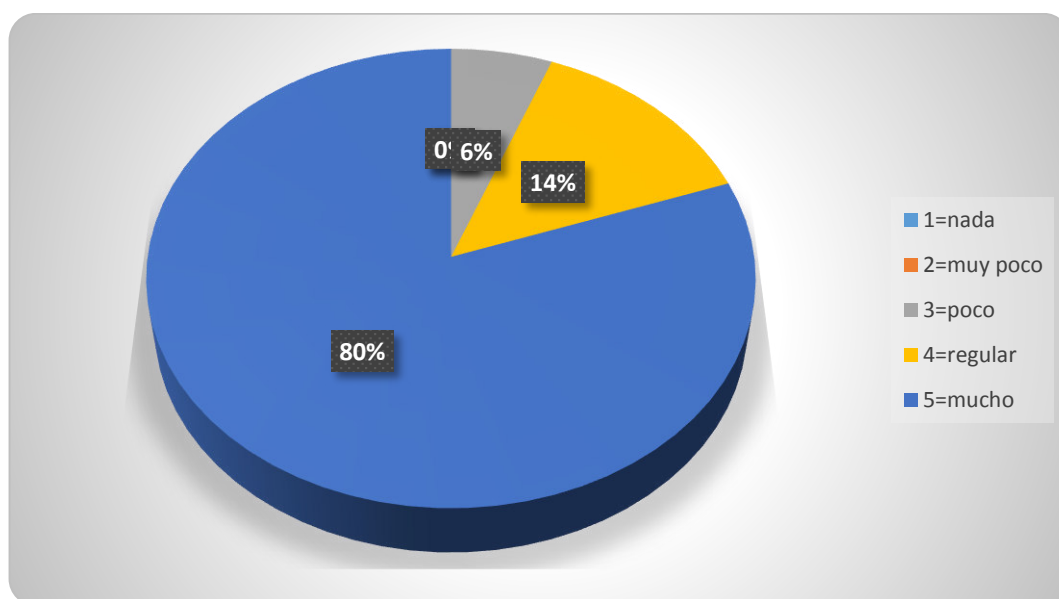
Fuente: Elaboración propia.

PREGUNTA N° 7: ¿En qué grado considera usted que el uso de SI le ha permitido mejorar el proceso de ventas y/o atención al cliente?

RESPUESTA	EMPRESAS ENCUESTADAS				TOTAL ENCUESTADOS	
	POLLERIAS	RESTARURANTES CRIOLLOS	CENTROS DE COMIDA RAPIDA	CEVICHERIAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
NADA	0	0	0	0	0	0%
MUY POCO	0	0	0	0	0	0%
POCO	0	0	1	1	2	6%
REGULAR	2	1	2	1	6	14%
MUCHO	18	9	5	4	36	80%
TOTAL ENCUESTADOS	20	10	8	6	44	100%

Como se puede observar en el cuadro anterior para un 82% de los empresarios el uso de los SI ha sido de vital importancia para el proceso de ventas y/o atención al cliente, ellos consideran que estos procesos optimizan de manera considerable estos procesos, permitiéndoles mayor rapidez ya sea en la manera de atender al cliente y/o en el despacho de los pedidos, obteniendo un mayor grado de fidelidad y confianza por parte de los mismos y permitiéndoles captar nuevos clientes potenciales.

Gráfico N° 15: Mejora de procesos internos



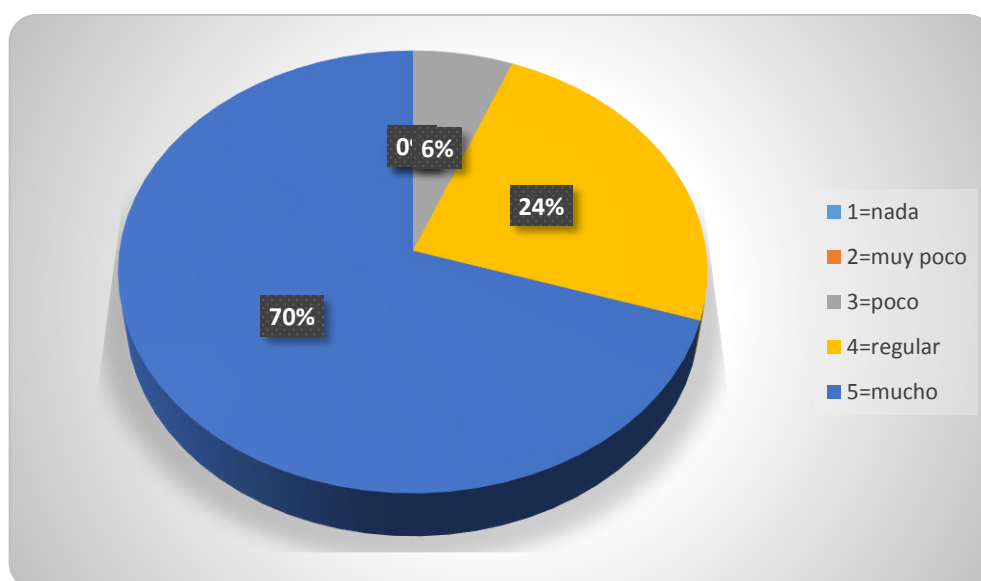
Fuente: Elaboración propia.

PREGUNTA N° 8: ¿En qué grado considera usted que el uso de SI le ha permitido obtener un mejor control contable en su empresa?

RESPUESTA	EMPRESAS ENCUESTADAS				TOTAL ENCUESTADOS	
	POLLERIAS	RESTARURANTES CRIOLLOS	CENTROS DE COMIDA RAPIDA	CEVICHERIAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
NADA	0	0	0	0	0	0%
MUY POCO	0	0	0	0	0	0%
POCO	0	0	1	1	2	6%
REGULAR	4	3	3	1	11	24%
MUCHO	16	7	4	4	31	70%
TOTAL ENCUESTADOS	20	10	8	6	44	100%

En el cuadro anterior se observa que un 70% de los empresarios considera que los SI han sido de mucha ayuda para el área contable, ayudándoles a llevar un mejor control contable, esto se ve reflejado en sus estados de cuenta, los cuales son elaborados de manera más rápida y precisa, ayudándoles a llevar un mejor control de cada una de sus operaciones como, por ejemplo, inventarios, cuentas por cobrar y pagar, entre otros.

Gráfico N° 16: Control contable de las Mypes



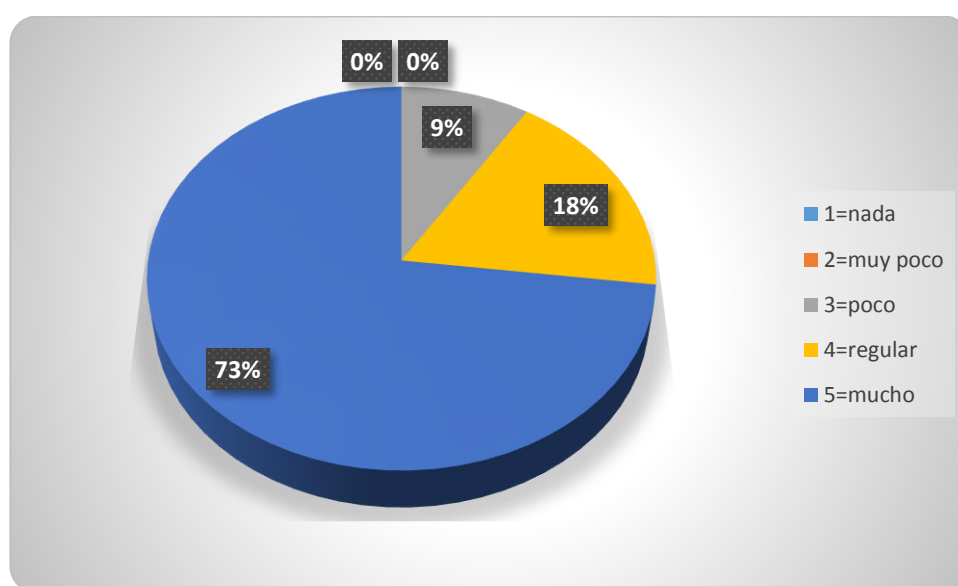
Fuente: Elaboración propia.

PREGUNTA N° 9: ¿En qué grado el uso de los SI les ha ayudado a obtener un mejor rendimiento económico?

RESPUESTA	EMPRESAS ENCUESTADAS				TOTAL ENCUESTADOS	
	POLLERIAS	RESTAURANTES CRIOLLOS	CENTROS DE COMIDA RAPIDA	CEVICHERIAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
NADA	0	0	0	0	0	0%
MUY POCO	0	0	0	0	0	0%
POCO	1	1	1	1	4	9%
REGULAR	4	2	1	1	8	18%
MUCHO	15	7	6	4	32	73%
TOTAL ENCUESTADOS	20	10	8	6	44	100%

En el cuadro anterior se puede observar que un 73% de los empresarios considera que gracias al uso de los SI su rendimiento económico ha ido en ascenso, dando como resultado que sus inversiones retornen con un porcentaje de ganancia considerable, esto debido a que estos sistemas brindan una mejor y acertada manera de hacer negocios, ahorrando costos y permitiendo que estas Mypes se desarrollen de manera acelerada, reinvertiendo sus ganancias en nuevas mejoras y trayendo como consecuencia que sean cada vez más competitivas en el mercado.

Gráfico N° 17: Nivel de rendimiento económico obtenido



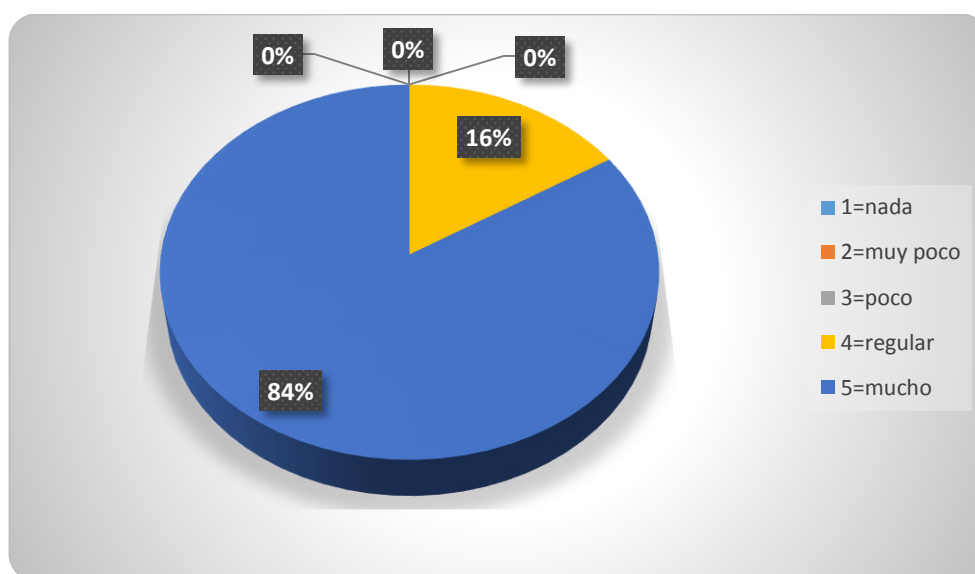
Fuente: Elaboración propia.

PREGUNTA N° 10: ¿En qué grado considera usted que los SI le ha ayudado a captar y evaluar nuevos clientes potenciales?

RESPUESTA	EMPRESAS ENCUESTADAS				TOTAL ENCUESTADOS	
	POLLERIAS	RESTARURANTES CRIOLLOS	CENTROS DE COMIDA RAPIDA	CEVICHIERIAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
NADA	0	0	0	0	0	0%
MUY POCO	0	0	0	0	0	0%
POCO	0	0		0	0	0%
REGULAR	2	2	2	1	7	16%
MUCHO	18	8	6	5	37	84%
TOTAL ENCUESTADOS	20	10	8	6	44	100%

Como se puede observaren el cuadro anterior, para el 84% de los empresarios el uso de los SI de información es de vital importancia en la captación de clientes potenciales, ellos consideran que les permite llegar de manera más directa y personalizada a sus clientes, además permite captar a otros clientes mostrando sus productos y servicios, llegando a diversos mercados mediante redes sociales, obteniendo diversos contactos que les permiten promocionarse como empresa , obteniendo de esta manera una mayor competitividad puesto que esta forma de hacer negocios no conoce fronteras.

Gráfico N° 18: Nivel de captación de mercados y clientes

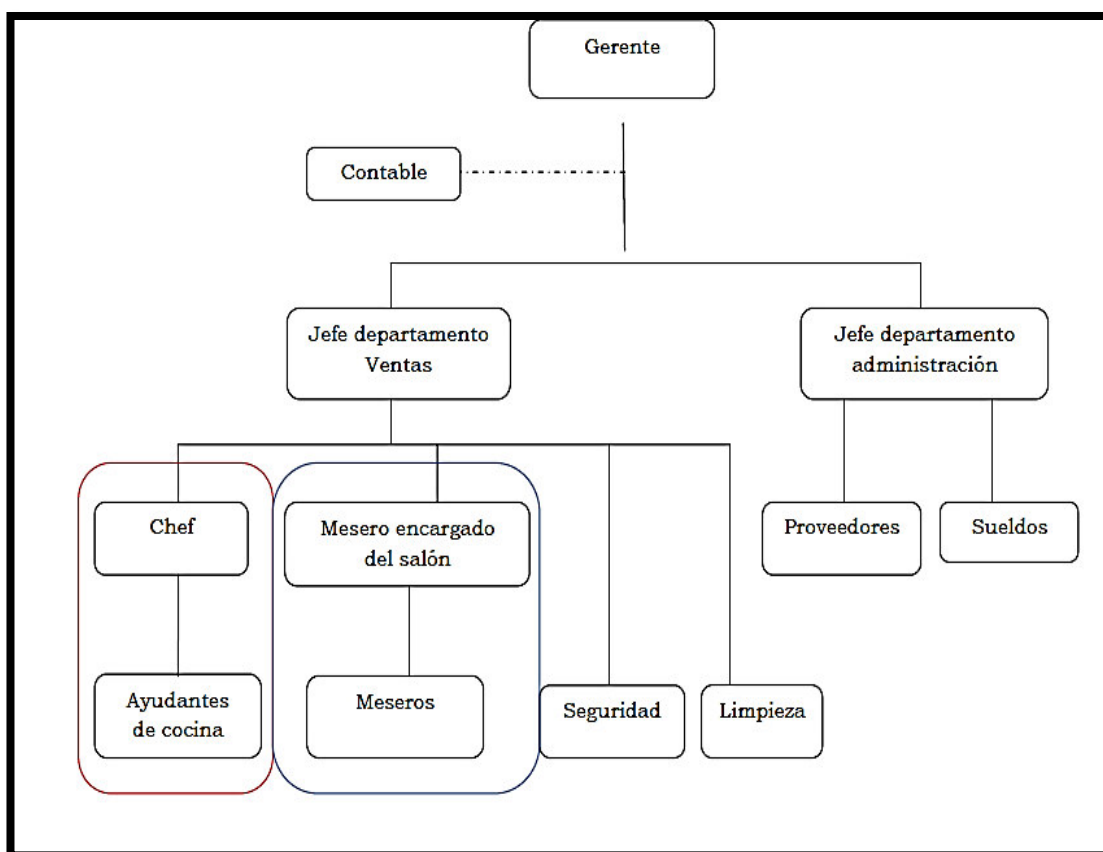


Fuente: Elaboración propia.

CASO PRÁCTICO DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL APLICADO AL SECTOR GASTRONÓMICO.

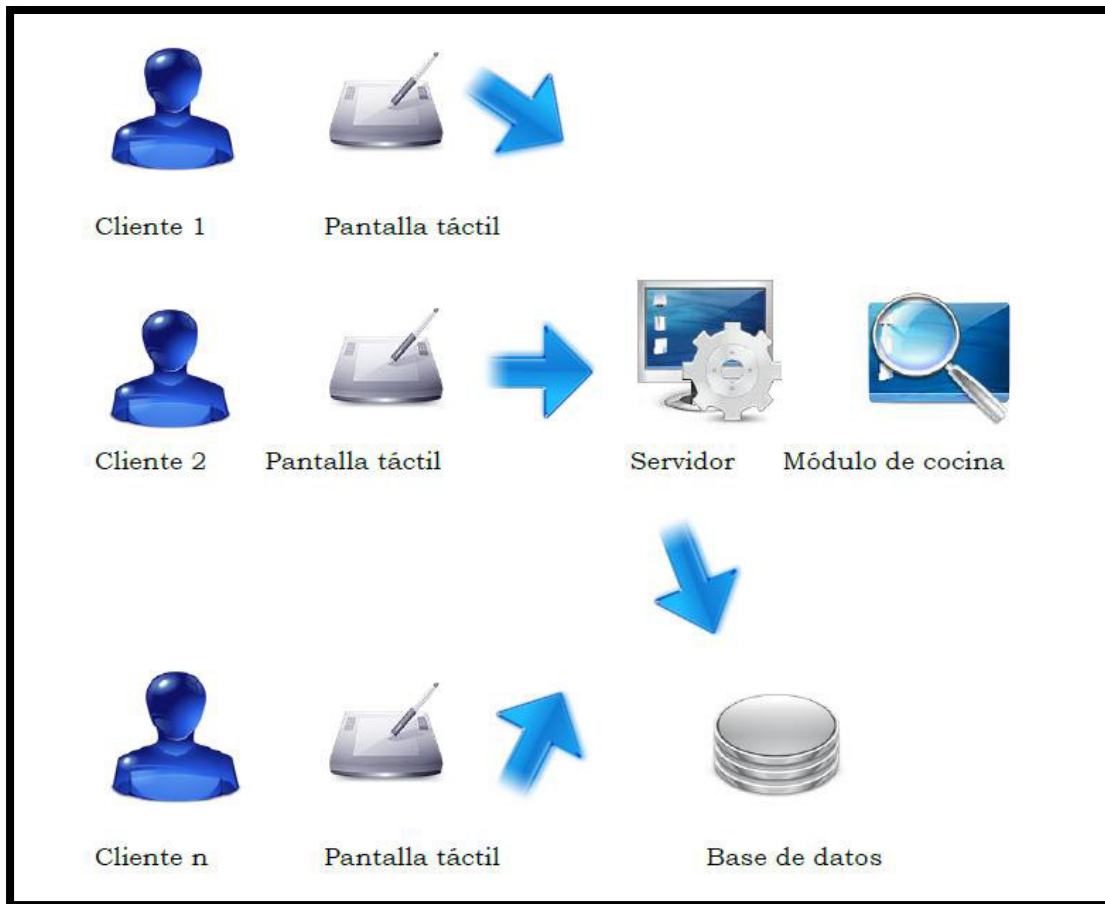
A continuación, se mostrará cómo es que estos sistemas han sido aplicados a estas Mypes, y se podrá observar las mejoras que se obtienen gracias al uso de los sistemas de información gerencial sobre todo en el caso de atención al cliente.

Figura N° 2: Organigrama de una Mype clásica del sector Gastronómico



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 3: Diagrama de atención al cliente utilizando un SI



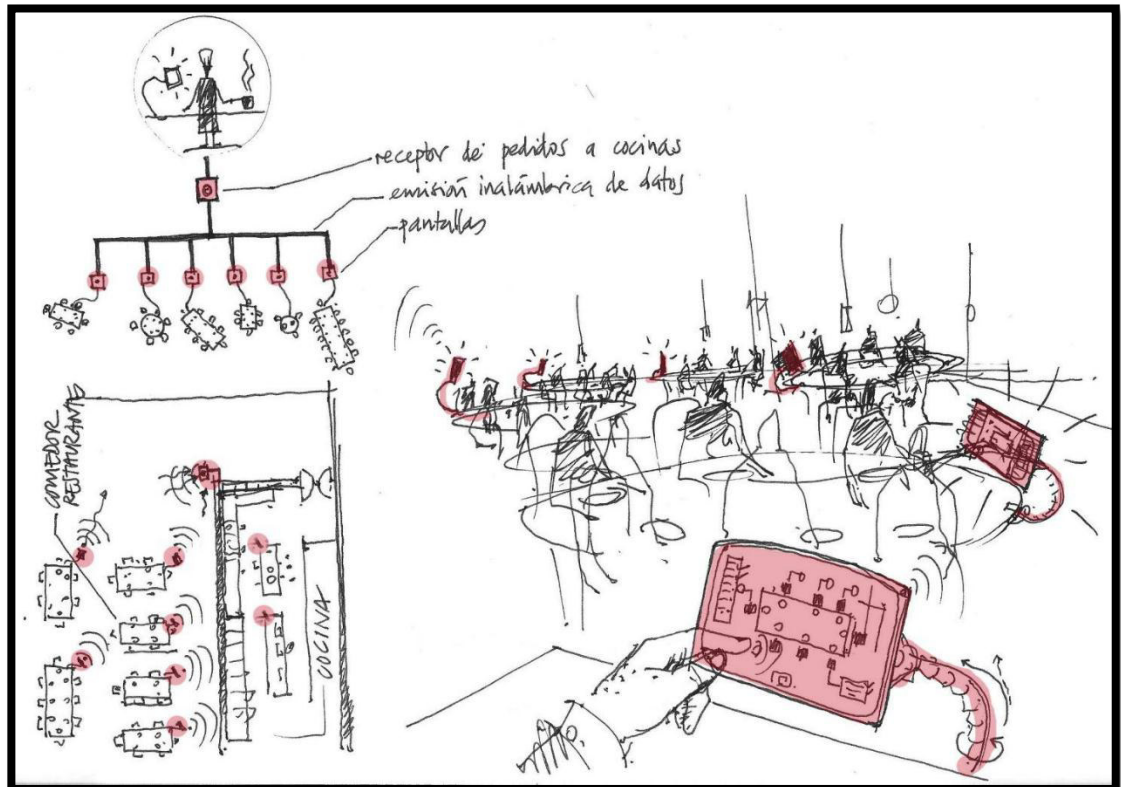
Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en el diagrama, los clientes reciben del servidor, que obtiene la información de la base de datos, las posibilidades que ofrece el restaurante en su menú, y estos una vez que hayan elegido, envían sus comandos sobre el servidor, que mostrará al módulo de cocina las peticiones de los clientes actualizándose la base de datos.

La comunicación se establece en dos sentidos, desde los módulos de mesa al servidor, y desde el módulo de cocina al servidor.

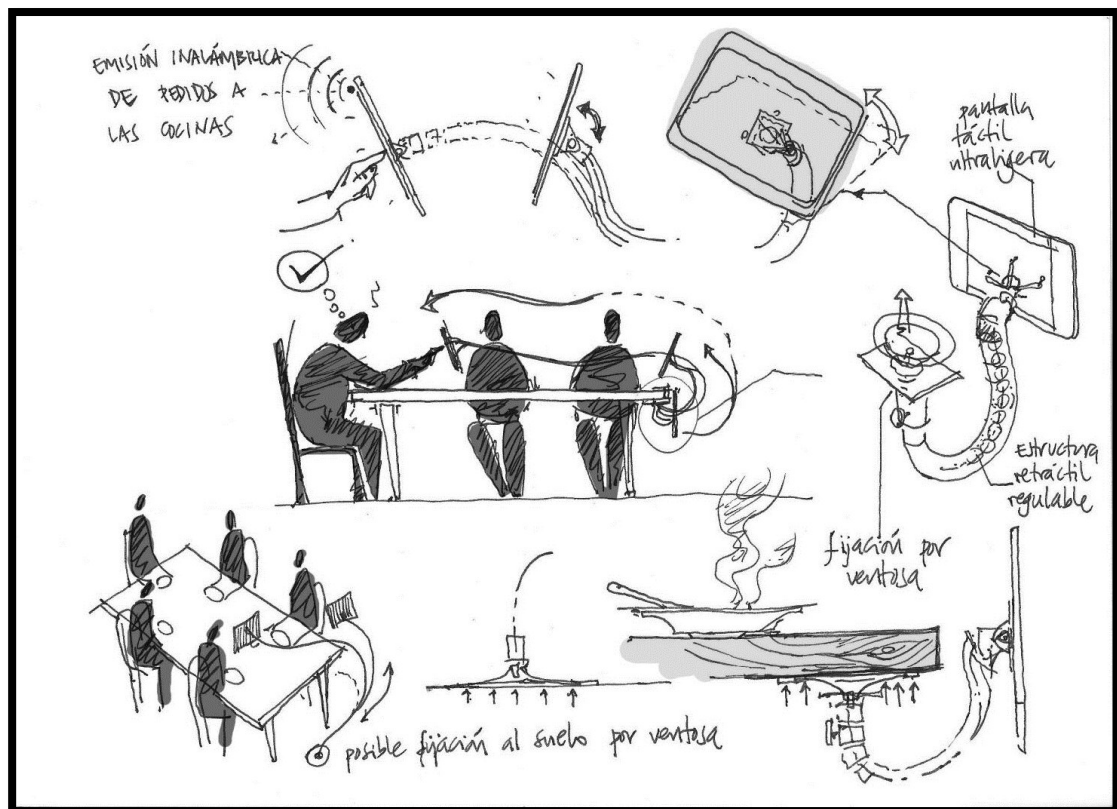
La comunicación con el servidor que contiene la base de datos, en ambos sentidos, se realizaría a través de una conexión local inalámbrica como se puede ver reflejado en los siguientes diseños;

Figura N° 4: Comunicación con la base de datos



Fuente: Elaboración propia

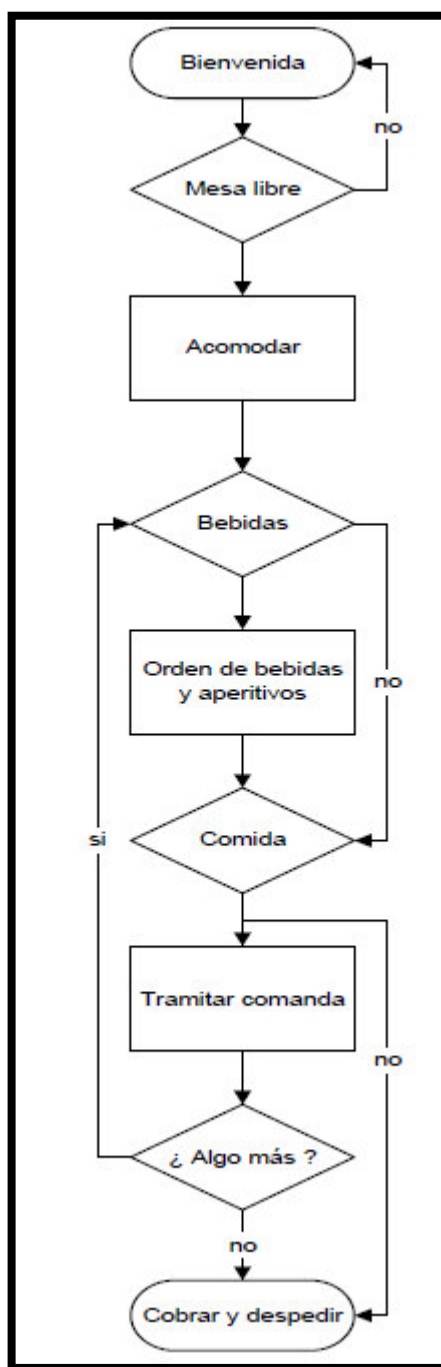
Figura N° 5: Comunicación con el sistema de gestión



Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se muestra el procedimiento habitual del funcionamiento de un restaurante, y posteriormente, las modificaciones pertinentes debido a la instalación del nuevo sistema de gestión.

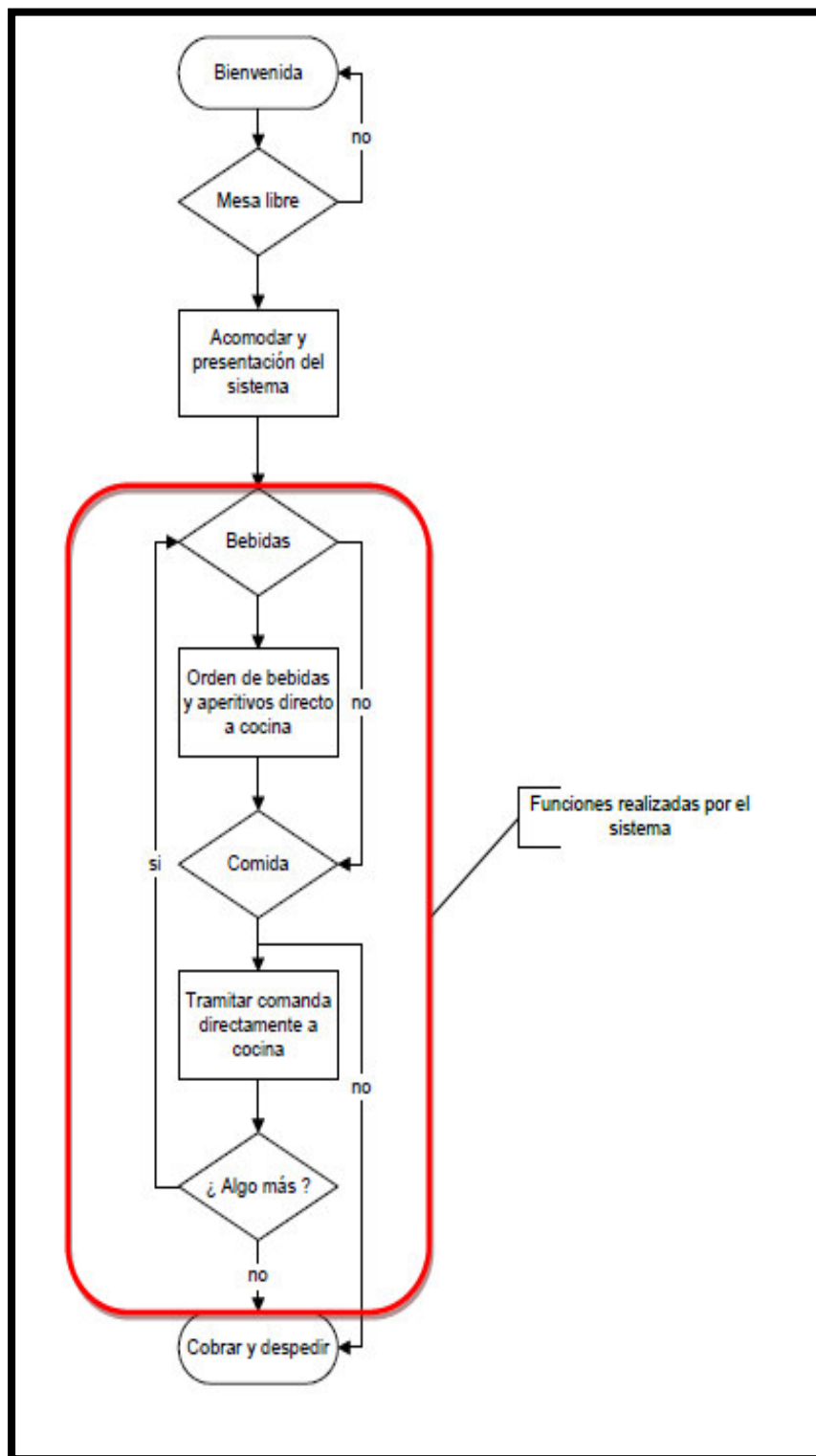
Figura Nº 6: Procedimiento habitual de un restaurante



Fuente: Elaboración Propia

En el siguiente diagrama se representa el nuevo funcionamiento de la gestión de un restaurante, donde las funciones primarias se seguirán realizando, pero en este caso, algunas de ellas, las realizará el sistema.

Figura N° 7: Procedimiento de un restaurante utilizando el SIG



Fuente: Elaboración Propia

El nuevo flujo de atención al cliente consiste en los siguientes pasos:

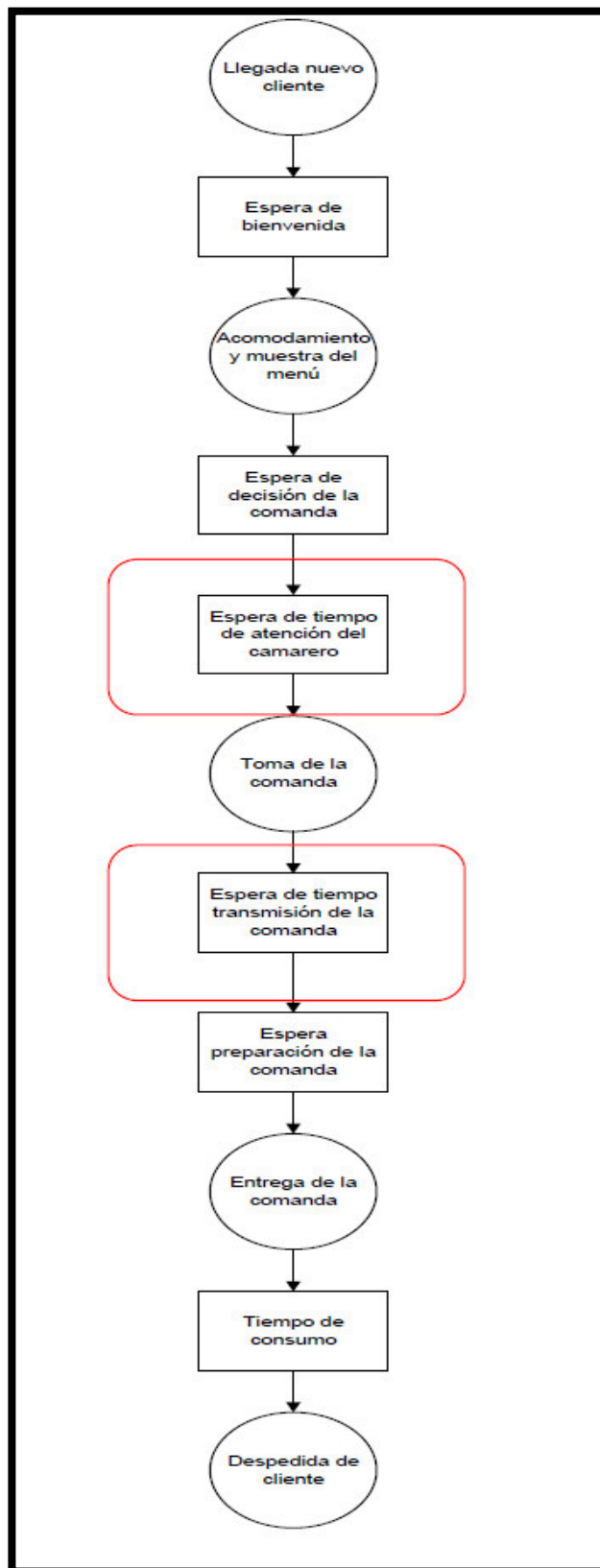
1. **Bienvenida:** se acomoda a los clientes exactamente igual que de la manera habitual, pero en este caso, el camarero informará a los clientes de la posibilidad y el funcionamiento del módulo de mesa que pueden encontrar.
2. **Orden de bebidas:** en este caso, el sistema ofrece bebidas, aperitivos y todas aquellas sugerencias pertinentes antes de que los clientes hayan tomado la decisión sobre el menú. La comanda se transmite directamente desde la mesa de los clientes a la cocina, sin tener que necesitar la atención del camarero.
3. **Tramitar comandas:** después de que los clientes hayan decidido su selección a través del menú virtual, se confirma la comanda, y se transmite directamente hasta la cocina, sin necesidad de atención del camarero. En la cocina, se recibirá la comanda realizada, y se podrá visualizar a través del módulo. Se atenderá la comanda y se editará una vez que haya sido atendida. Todo este proceso se registra en la base de datos para en un futuro, realizar un análisis.
4. **La despedida:** este servicio no varío, el camarero sigue realizándolo de la forma habitual.

A continuación, se representa de forma gráfica el funcionamiento de la gestión de las comandas de los restaurantes, y posteriormente se procederá a analizar de forma detallada las mejoras que se obtienen gracias a la implantación de estos sistemas.

En este caso, se produce un gran impacto en el funcionamiento habitual, mejorando especialmente, el tiempo de atención del mesero al cliente, el tiempo de transmisión de la comanda desde el mesero al cliente, la calidad de la información ofrecida a los clientes, y la calidad de la información transmitida desde la mesa hasta la cocina.

En el gráfico que se aprecia a continuación, se representan los procesos habituales de un restaurante, antes de la implantación del sistema.

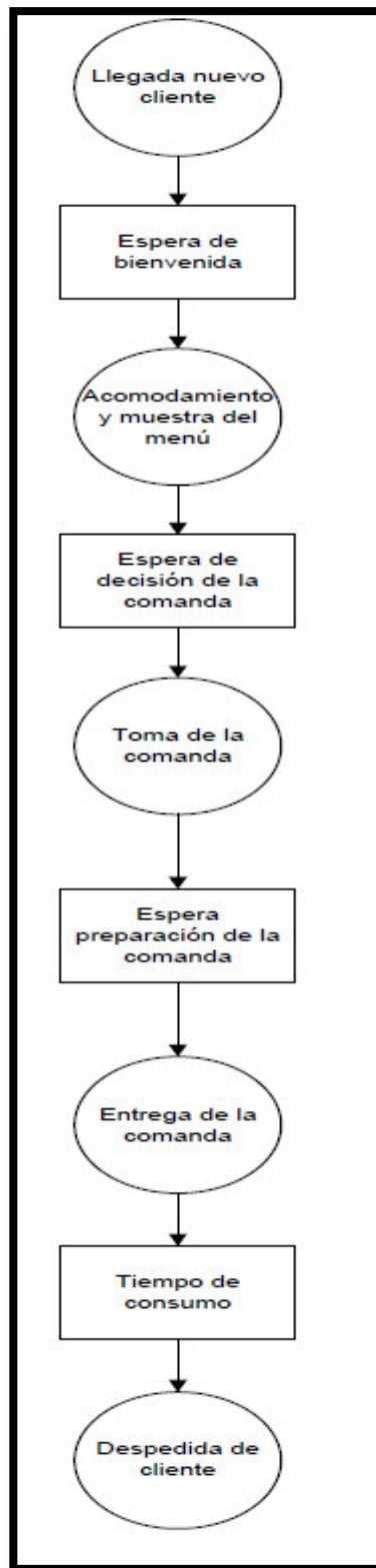
Figura N° 8: Procesos habituales de un restaurante



Fuente: Elaboración Propia

A continuación, el gráfico que representa el nuevo funcionamiento, ahorrando distintos tiempos en el proceso:

Figura N° 9: Nuevos procesos utilizando SIG



Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar, se han representado las actividades que deben atender los meseros, en círculos, y las esperas que se realizan en todo el proceso de consumo del cliente, en rectángulos.

En el primer diagrama, se ha enmarcado en rojo, los tiempos que desaparecieron tras la implantación del sistema. Se puede observar como el tiempo de espera de atención al cliente, y el tiempo de transmisión de la comanda, desaparecen en el segundo diagrama, variando así, el proceso habitual y mejorando por tanto la atención y el servicio al cliente.

Estos dos tiempos comentados anteriormente, desaparecieron ya que la información se comunicará directamente de forma transparente, desde los clientes, hasta la cocina, llegando las comandas de forma inmediata, y acelerando, por tanto, el proceso.

Actualmente, una de las limitaciones más importantes de los restaurantes, especialmente aquellos de comida rápida, es el número de clientes que pueden albergar en su interior. La modificación de este proceso, está especialmente diseñado, para acelerarlo, evitando tiempos largos, los clientes tienen el servicio requerido con mayor prontitud, y, por lo tanto, además de quedar más satisfechos por la rapidez, pueden liberar antes sus plazas para la acogida de nuevos clientes.

En definitiva, los restaurantes ahora son capaces de atender a más clientes, y de mejor manera, en el mismo día, gracias a la implantación del sistema integral de gestión.

En este apartado se detallan las áreas afectadas por los sistemas de Información Gerencial, mediante una tabla en la que el grado con que se altera el funcionamiento de un determinado proceso se determina por el siguiente código.

0: Nada afectado.

1: Poco afectado.

2: Muy afectado.

Tabla Nº 2: Grado de afectación por áreas utilizando SIG

Funciones	Perfiles				
	Gerente	Chef	Ayudante de cocina	Mesero encargado del salón	Meseros
1.- Gestión del menú	1	2	2	1	1
2.- Gestión de las comandas	0	2	2	1	1
3.-Gestión de la economía	2	1	0	0	0
4.-Gestión de instalaciones	0	1	1	1	1
5.-Gestión de la publicidad	2	0	0	0	0

Fuente: Elaboración Propia

En las siguientes líneas se explican los resultados obtenidos en la anterior tabla, que representa el alcance del sistema, los perfiles afectados en cada eje, y en el interior, una valoración con un resultado cualitativo del impacto.

- 1. Gestión del menú virtual:** El menú virtual es la base del funcionamiento para la atención a los clientes, es por ello que todos los perfiles representados se ven afectados por su implantación. Concretamente, el que mayor impacto tiene sobre el menú, es el chef, que es el encargado de diseñar los platos para el restaurante. Además, los ayudantes de cocina también participan activamente en el sistema, por otro lado, los meseros conocen con detalle la composición y funcionamiento del nuevo menú.
- 2. Gestión de las comandas:** En este caso, la tramitación de las comandas afecta especialmente en la cocina, al chef y a los ayudantes de cocina ya que son los encargados de visualizar y atender las comandas a través del módulo correspondiente. Tanto el mesero encargado del salón, como el resto de meseros, participan en la tramitación de comandas en caso de algún problema o duda por parte de los clientes.
- 3. Gestión de la economía:** Todas las comandas que se realicen en el restaurante, pasan por el servidor y este a su vez, las registra en la base de datos. Toda esta información es de especial interés para el gerente, ya que, en función de la demanda, este adopta las medidas para la buena marcha del negocio.
- 4. Gestión de las instalaciones:** El reparto de mesas y la disposición de los clientes, queda registrado en el sistema, y será una información importante tanto para los trabajadores de la cocina como para los trabajadores del salón.
- 5. Gestión de la publicidad:** El gerente decide en este caso, qué sugerencias desea incluir para sus clientes, qué promociones puede lanzar o incluso, puede decidir vender un cierto espacio a terceras empresas o restaurantes socios para promocionarlos a través del sistema, entre otras múltiples alternativas de marketing.

Ahora mostraremos como gracias al uso de los sistemas de información gerencial estas Mypes pueden reducir costos de manera significativa, mostrando un margen de utilidad superior y permitiendo demostrar el crecimiento empresarial de las Mypes gracias a la implantación de los sistemas de Información Gerencial, para ello tomaremos el estado de resultado promedio anual de estas Mypes.

Cuadro N° 6: Comparativo de estado de Resultado operativo

	Costes Unitarios	Sin sistema de Información Gerencial	Utilizando sistemas de Información Gerencial
Precio medio por comensal		15	25
Capacidad máxima comensales / Turno		50	50
Capacidad de rotación comensales		1	1
Capacidad total comensales / Día		50	50
Capacidad total comensales / Año		13,500	13,500
Capacidad Utilizada %		75%	75%
Nº comensales promedio / Día		37.5	37.5
Días al año abierto		270	270
Nº comensales medio / Año		10,125	10,125
Ingresos por ventas		151,875	253,125
Coste Medio Materias Primas		6.95	11.70
Costes Materias Primas / Año		70,369	118,463
Margen de contribución		81,506	134,663
Margen de contribución %		53.7%	53.2%
Costes Operativos cocina	4.00	40,500	40,500
Costes Operativos sala	3.75	38,000	38,000
Costes Operativos barra	0.99	10,000	10,000
Total costes operativos		88,500	88,500
Margen operativo		-6,994	46,163

Fuente: Elaboración Propia

En el siguiente cuadro podremos observar de manera más detallada como gracias al uso de los sistemas de información estas Mypes han logrado un gran crecimiento empresarial, esto tomando como referencia el estado de resultados promedio.

Cuadro N° 7: Estado de resultados por áreas utilizando SIG

Año 1															
Cuenta de Resultados															
Inicio															
Cuenta Resultados Mensual															
	Postres	Carnes	Aroces	Entrantes	Guisos	Pasta	Pescados	Raciones	Tapas	Menús	Bebidas	Licores	Cafés	Total	% Ingresos
Unidades Vendidas	2.290	2.290	2.290	6.870	2.290	2.290	2.290			6.000	87.360	9.060	19.200	139.940	
Ingresos	56.840	56.840	56.840	170.520	56.840	56.840	56.840			165.200	362.544	197.078	79.680	1.259.222	100,0%
Costes Directos MP	2.795	22.635	6.801	43.016	5.989	10.759				94.400	87.150	34.066	2.324	309.933	24,6%
Margen Bruto	54.045	34.206	50.040	127.504	50.852	46.081				70.800	275.394	163.012	77.356	949.289	75,4%
Margen Bruto %	95,1%	60,2%	88,0%	74,8%	89,5%	81,1%				42,9%	76,0%	82,7%	97,1%		
Costes Actividades															
Preparación Cocina	240	480	480	240	240	240	240			240	240			2.400	0,2%
Cocina	4.136	2.068	4.136	4.136	4.136	2.068				20.680				41.360	3,3%
Servicio Barra											5.736	5.736	7.648	19.120	1,5%
Servicio Sala	4.402	4.402	4.402	4.402	4.402	4.402	4.402			4.402	4.402		8.804	44.020	3,5%
Preparación Sala	540	540	540	540	540	540	540			540	540		1.080	5.400	0,4%
Limpieza	360	360	360	360	360	360	360			360	360		720	3.600	0,3%
Almacenaje	180	180	180	180	180	180	180			180	180		360	1.800	0,1%
Compras	810	810	810	810	810	810	810			810	810		1.620	8.100	0,6%
Administración	3.650	3.650	3.650	3.650	3.650	3.650	3.650			3.650	3.650		7.300	36.500	2,9%
Caja	1.450	1.450	1.450	1.450	1.450	1.450	1.450			1.450	1.450		2.900	14.500	1,2%
Relaciones Públicas	3.040	3.040	3.040	3.040	3.040	3.040	3.040			3.040	3.040		6.080	30.400	2,4%
Total Costes Actividades	18.808	16.980	19.048	18.808	18.808	16.740	16.740			35.352	20.408	5.736	36.512	207.200	16,5%
Resultado Antes Impuestos	35.237	17.226	30.992	108.696	32.044	29.341	29.341			35.448	254.386	157.276	40.844	742.089	58,9%
Resultado %	62,0%	30,3%	54,5%	63,7%	56,4%	51,6%	51,6%			21,5%	70,3%	79,8%	51,3%		

Fuente: Elaboración Propia

4.2. Pruebas De Hipótesis

En este sub-capítulo procederemos a contrastar nuestra hipótesis general con la prueba del CHI-CUADRADO, para ello usaremos la información recopilada en nuestras encuestas en cuanto a la implementación de sistemas de información en las Mypes encuestadas y el grado de crecimiento empresarial que obtuvieron expresado en porcentajes, esto durante la implementación trimestre a trimestre en estas Mypes, como se detalla a continuación:

Tabla N° 3: Implementación vs Crecimiento de las Mypes utilizando SIG

	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	TOTAL
# Mypes que Implementaron sistemas de información	20	30	44	94
Crecimiento empresarial total expresado en %	15	40	80	135
TOTAL	35	70	122	227

Fuente. Elaboración Propia.

Hipótesis Alternativa (H₁)= La aplicación de sistemas de información Gerencial en las Mypes del sector Gastronómico ubicados en la Zona B del distrito de San Juan de Miraflores permiten un mayor crecimiento empresarial.

a) Hipótesis Nula(H₀):

H₀= La aplicación de sistemas de información Gerencial en las Mypes del sector Gastronómico ubicados en la Zona B del distrito de San Juan de Miraflores no permiten un mayor crecimiento empresarial.

b) Tabla de Frecuencias Esperada:

- Para calcular todos y cada uno de los valores de la tabla de frecuencias esperadas se realiza:

$$= \frac{\text{Total Columna (Para dicha celda)} \times \text{Total Fila (Para dicha celda)}}{\text{Suma Total}}$$

1º realizamos una tabla con los valores de la tabla de contingencia, por eso añadimos una fila en la parte inferior y una columna en la parte derecha.

20	30	44	
15	40	80	

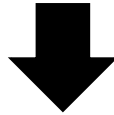
2º realizamos las sumas por filas, por columnas y la suma total

	20	30	44	94
	15	40	80	135
	35	70	122	227

FRECUENCIA DE VALORES OBSERVADOS

3º usamos la fórmula para obtener las frecuencias esperadas

$\frac{35(92)}{227}$	$\frac{70(92)}{227}$	$\frac{122(92)}{227}$
$\frac{35(135)}{227}$	$\frac{70(135)}{227}$	$\frac{122(135)}{227}$



FRECUEN CIA DE VALORES ESPERADOS	14.18	28.37	49.44
	20.81	41.62	72.55

C). Cálculo del Chi-Cuadrado:

- Para obtener el valor de Chi-Cuadrado Calculado se tiene la fórmula

$$\chi_{calc}^2 = \sum \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$$

f_0 : Frecuencia del valor observado.

f_e : Frecuencia del valor esperado.

Tabla de valores observados



20	30	44
15	40	80

Tabla de valores esperados



14.18	28.37	49.44
20.81	41.62	72.55

$$x^2_{calc} = \frac{(20-14.18)^2}{14.18} + \frac{(30-28.37)^2}{28.37} + \frac{(44-49.44)^2}{49.44} + \frac{(15-20.81)^2}{20.81} + \frac{(40-41.62)^2}{41.62} + \frac{(80-72.55)^2}{72.55}$$

$$X = 6.051$$

d). *Grado de Libertad (V):*

- Para calcular el grado de libertad (v) se realiza:

$$v = (\text{Cantidad de filas} - 1)(\text{Cantidad de columnas} - 1)$$

$$V = (2-1)(3-1)$$

$$V = 2$$

e). Nivel de Significancia:

Para este caso se ha establecido un nivel de significancia de **5%= 0.05**

f). Valor del Parámetro (P):

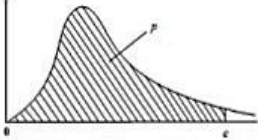
Para calcular el valor de p se realiza:

$$p = 1 - \text{Nivel de significancia}$$

$$P = 1 - 0.05 = \mathbf{0.95}$$

g) Tabla para Valores de Chi-Cuadrado Crítico:

$p = P(X \leq c)$



p	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,9	0,95	0,975	0,99	0,995
$\nu = 1$	0,00004	0,0002	0,001	0,004	0,016	2,706	3,841	5,024	6,635	7,879
2	0,010	0,020	0,051	0,103	0,211	4,605	5,991	7,378	9,210	10,597
3	0,072	0,115	0,216	0,352	0,584	6,251	7,879	9,348	11,345	12,838
4	0,207	0,297	0,484	0,711	1,064	7,779	9,488	11,143	13,277	14,860
5	0,412	0,554	0,831	1,145	1,610	9,236	11,070	12,833	15,086	16,750
6	0,676	0,872	1,237	1,635	2,204	10,645	12,592	14,449	16,812	18,548
7	0,989	1,239	1,690	2,167	2,833	12,017	14,067	16,013	18,475	20,278
8	1,344	1,646	2,180	2,733	3,490	13,362	15,507	17,535	20,090	21,955
9	1,735	2,088	2,700	3,325	4,168	14,684	16,919	19,023	21,666	23,589
10	2,156	2,558	3,247	3,940	4,865	15,987	18,307	20,483	23,209	25,188
11	2,603	3,053	3,816	4,575	5,578	17,275	19,675	21,920	24,725	26,757
12	3,074	3,571	4,404	5,226	6,304	18,549	21,026	23,337	26,217	28,300
13	3,565	4,107	5,009	5,892	7,042	19,812	22,362	24,736	27,688	29,819
14	4,075	4,660	5,629	6,571	7,790	21,064	23,685	26,119	29,141	31,319
15	4,601	5,229	6,262	7,261	8,547	22,307	24,996	27,488	30,578	32,801
16	5,142	5,812	6,908	7,962	9,312	23,542	26,296	28,845	32,000	34,267
17	5,697	6,409	7,661	8,672	10,084	24,769	27,597	30,101	33,400	35,719

h). Comparación entre los Valores de Chi-Cuadrado Calculado y el Crítico:

Si el valor del chi-cuadrado calculado es menor o igual que el chi-cuadrado crítico entonces se acepta la hipótesis nula, caso contrario no se la acepta.

- Chi-cuadrado calculado= **6.051**
- Chi-cuadrado crítico= **5.991**

$$X^2_{\text{calc}} > \text{valor crítico}$$

$$6.051 > 5.991$$

i). Conclusión:

Como podemos observar el valor del Chi-cuadrado calculado es mayor que el valor crítico, entonces se rechaza la hipótesis nula.

Por ello podemos decir que La aplicación de sistemas de información Gerencial en las Mypes del sector Gastronómico ubicados en la Zona B del distrito de San Juan de Miraflores permite un mayor crecimiento empresarial.

4.3. *Presentación de Resultados*

Luego de haber realizado el estudio sobre los sistemas de información Gerencial en las Mypes del sector gastronómico ubicados en la Zona B en el distrito de San Juan de Miraflores, se procedió a realizar el diseño de nuestra investigación siendo esta la de un grupo experimental determinado a partir del cálculo de la muestra, obteniendo luego de los cuestionarios un conjunto de información que luego de ser recopilada y ordenada se procedió a realizar las respectivas gráficas por cada una de las preguntas, analizando e interpretando cada una de las respuestas, dando sustento a nuestra investigación.

Luego de ello se procedió a realizar nuestra prueba de Chi-Cuadrado en base a la información recopilada, para lo cual planteamos nuestra hipótesis nula, luego de realizado los diversos cálculos se concluyó como resultado que el valor calculado es mayor que el valor crítico por lo tanto rechazamos nuestra hipótesis nula.

Por ello damos por concluida nuestra investigación reafirmando que nuestra hipótesis planteada inicialmente es válida para estas 44 Mypes del sector Gastronómico ubicadas en la Zona B del distrito de San Juan de Miraflores.

CONCLUSIONES

1. Los sistemas de información Gerencial permiten a las Mypes del sector gastronómico ubicadas en Zona B del distrito de San Juan de Miraflores contar las herramientas necesarias para un buen desempeño empresarial, brindándoles un nuevo enfoque basado en la cultura de la innovación y destacándose de las otras principalmente por la forma de atención a los clientes, por ello el uso de los sistemas de información Gerencial en estas Mypes ha contribuido a su transformación positiva en el ámbito empresarial, pues les ayuda a tener una mejor gestión empresarial y les ayuda a crecer como empresa.
2. Los Sistemas de Información Gerencial son de vital importancia para las Mypes pues les permite poder expandirse a nuevos mercados, mejorar sus procesos de ventas y atención al cliente, reducir costos y mejorar de manera notable su gestión, volviéndolas más competitivas en este sector y permitiendo su crecimiento, dichos sistemas generan un valor agregado a estas empresas.
3. El uso de los Sistemas de información Gerencial en estas Mypes las vuelve más competitivas en el mercado pues les permite formalizarse como empresa y crecer de manera ordenada y organizada, pues está demostrado que para que estos sistemas funcionen efectivamente y generen resultados favorables es necesario contar con una serie de aspectos ligados al ámbito legal y tributario, se concluye que la base para ser competitivas está en la formalización ligado a diversos factores tales como seguridad, salud y calidad, pues se demuestra que todo contribuye a generar valor y a crecer como empresa abriéndose a nuevos mercados y generando su consolidación.

RECOMENDACIONES

1. Se debería dar a conocer a las Mypes existentes y a las que están surgiendo en este sector, los beneficios de utilizar un Sistema de Información Gerencial en sus negocios para cada una de sus actividades, crear programas para Mypes que ayuden a implementar dichos sistemas, mostrándoles los beneficios que estos traen consigo y sobre todo promoviendo de manera conjunta con el Gobierno su crecimiento ya que el uso de estos Sistemas de Información Gerencial no debe ser exclusivo de las grandes empresas, por el contrario su difusión e implementación debe ser prioridad para ayudarlas a crecer como empresa.
2. Se recomienda a las Mypes que se encuentran en este sector y las de otros sectores, puedan comenzar a implementar Sistemas de Información Gerencial en cada una de sus actividades de gestión, que sigan adelante actualizándose día a día, siempre a la vanguardia y aprovechando todas las herramientas que nos brinda la tecnología, que mejoren sus procesos y agreguen valor a lo que brindan, pues todas las Mypes tienen grandes potenciales para consolidarse como empresas.
3. El uso de estos sistemas debe ser aplicado en conjunto con las normas legales y teniendo como pilar fundamental su formalización en este sector, pues para que todos estos procesos funcionen de manera adecuada se necesita contar con una adecuada organización que cumpla todas las normas legales, esto les ayudara a crecer sin problemas y por otro lado también enfocarse en las opiniones y mejoras propuestas por los clientes, para ello deberían crearse plataformas virtuales en donde los consumidores pudieran expresar su opinión del servicio y generar una especie de retroalimentación de mejora continua del servicio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abril Gonzalo. (2012). *teoría general de la Información*. Catedra, Madrid.
- Alegría, L. F. (24 de 09 de 2013). *Gestion*. Recuperado el 26 de 11 de 2016, de <http://gestion.pe/tendencias/boom-gastronomico-reto-empresas-asegurar-calidad-y-sostenibilidad-sus-productos-2076876>
- Álvarez, M. S. (02 de 07 de 2016). *RPP*. Recuperado el 18 de 11 de 2016, de <http://rpp.pe/gastronomia/actualidad/el-peru-fue-elegido-como-mejor-destino-culinario-de-sudamerica-2016-noticia-976033>
- ANDINA. (28 de 06 de 2008). *Andina.com*. Recuperado el 29 de 11 de 2016, de <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-ley-mypes-es-integral-y-realista-al-facilitar-formalizacion-empresas-senala-ccl-182159.aspx>
- ANDINA. (09 de 02 de 2016). *Andina.com*. Recuperado el 19 de 11 de 2016, de <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-ppk-plantea-amnistia-tributaria-para-pymes-se-formalicen-598178.aspx>
- Anonimo. (2010). *Cuentas por Cobrar*. Recuperado el 28 de 08 de 2016, de <http://www.zonaeconomica.com/analisis-financiero/cuentas-cobrar>
- Anonimo. (05 de 11 de 2015). *Mundo Ejecutivo*. Recuperado el 18 de 11 de 2016, de <http://mundoejecutivo.com.mx/pymes/2015/05/11/informal-73-pymes>
- Anonimo. (2015). *Por qué utilizar SIG en las Pymes?* Recuperado el 01 de 09 de 2016, de Informaticahoy: <http://www.informatica-hoy.com.ar/software-erp/Por-que-utilizar-SIG-en-las-Pymes.php>
- Arbulú , J. (13 de 04 de 2010). *PAD - Escuela de Dirección de la Universidad de Piura*. Recuperado el 19 de 11 de 2016, de http://pad.edu/wp-content/uploads/2012/01/La_PYME_en_el_Peru_Jorge_Arbulu1.pdf
- Arnold, M., & Osorio, F. (06 de 2013). *facso.uchile.cl*. Recuperado el 19 de 10 de 2016, de [facso.uchile.cl: http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/03/frprinci.htm](http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/03/frprinci.htm)
- Arrese, F. (01 de 12 de 2015). *PQS*. Recuperado el 27 de 11 de 2016, de <http://www.pqs.pe/actualidad/noticias/requisitos-sanitarios-para-abrir-un-restaurante>
- Ballinas, A. (2015). Recuperado el 26 de 08 de 2016, de MHEDUCATION:

- <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448149971.pdf>
- Barroso, J. (03 de 2015). *academia.edu*. Recuperado el 15 de 07 de 2016, de academia.edu: http://www.academia.edu/22295827/Cuestionario_1
- Bettner, W. (2010). *La Base para las Decisiones Gerenciales* (Octava ed.). Voluntad.
- C. Murdick , R., & Munson , J. (2010). *Sistemas de Información Administrativa*. (2° ed.). Prentice Hall. Recuperado el 30 de 11 de 2016, de <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/03/frprinci.htm>
- Caldente, E., & Pizarro, C. (2012). *Administración de Inventarios*. Recuperado el 26 de 08 de 2016, de <http://www.azc.uam.mx/alumnos/tradeoff/docu/adm.pdf>
- CAME. (2011). *Redcame*. Recuperado el 25 de 08 de 2016, de <http://www.redcame.org.ar/educativa/26.php>
- Canahuiri Mamani, J. (2015). *DocSlide*. Recuperado el 24 de 08 de 2016, de <http://documents.tips/documents/contabilidad-55f9e95f82da7.html>
- Cárdenas Dávila, N. L. (07 de 2010). *eumed.net*. Recuperado el 08 de 02 de 2017 , de eumed.net: http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1079/micro_pequenaempresa.html
- Cárdenas, D. J. (10 de 05 de 2016). Recuperado el 25 de 08 de 2016, de El Nuevo Diario: <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/392282-importancia-pymes-economia/>
- Carranza, C. (10 de 08 de 2015). *El comercio*. Recuperado el 17 de 11 de 2016, de <http://elcomercio.pe/economia/peru/industria-gastronomica-sigue-creciendo-pese-desaceleracion-noticia-1831564>
- Castillo, C. (23 de 05 de 2015). *Ccomercializacion*. Recuperado el 24 de 08 de 2016, de <http://ccomercializacion.blogspot.pe/>
- Chamorro, D. F. (10 de 2014). *UTM.edu.ec*. Recuperado el 23 de 09 de 2016, de UTM.edu.ec: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2883/1/02%20%20ICA%20794%20TESIS.pdf>
- Covadonga Odriozola. (10 de 05 de 2016). *ICEMD*. Recuperado el 29 de 10 de 2016, de <http://blogs.icemd.com/blog-marketing-gastronomico-estrategia-social-media-para-restaurantes/situacion-actual-del-sector->

gastronomico-evolucion-y-tendencias/

- Cruz, S. A. (1 de 11 de 2015). *Importancia de los sistemas de información para las Pymes*. Recuperado el 30 de 08 de 2016, de Gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/importancia-sistemas-informacion-pymes/>
- Daniel Cohen, E. A. (2005). *Sistemas de Información para los negocios, enfoque*. Mexico: Mc Graw- Hill Interamericana.
- Dominguez, A. (2015). *Entendiendo ROA y ROE con ejemplos*. Recuperado el 25 de 08 de 2016, de <http://www.blogdelinversor.com/entendiendo-roa-y-roe-con-ejemplos/>
- Fernández D., L. S., & Plata de Plata, D. (2010). *Los sistemas de información gerencial en las PYMEs en el marco de la creación de un entorno de crisis*. Recuperado el 30 de 08 de 2016, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90460105>
- Flores Calderon, Y., & Ibarra Garcia, G. (2013). *DISEÑO DE CONTROL INTERNO PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA*. Recuperado el 22 de 08 de 2016, de http://www.academia.edu/6662073/DISE%C3%91O_DE_CONTROL_INTERNO_PARA_LA_PEQUE%C3%91A_Y_MEDIANA_EMPRESA_LICENCIADO_EN_CONTADUR%C3%8DA
- Fundación Universidad de las Américas-Puebla. (2014). *Catarina*. Recuperado el 29 de 08 de 2016, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/zorrilla_z_m/capitulo4.pdf
- Gaggero, J. (07 de 04 de 2015). *Comerio.com*. Recuperado el 16 de 11 de 2016, de <http://elcomercio.pe/mundo/actualidad/campeones-evasion-fiscal-mundo-noticia-1802455>
- Garcia Iglesias , I. (03 de 09 de 2015). *Territorio Pyme*. Recuperado el 18 de 11 de 2016, de http://cincodias.com/cincodias/2015/09/02/pyme/1441206221_324356.html
- González Cristóbal , M. (03 de 11 de 2014). *Gestiopolis*. Recuperado el 28 de 08 de 2016, de <http://www.gestiopolis.com/importancia-del-control-interno-en-las-pymes/>
- Greenpeace. (30 de 09 de 2014). *PUCP*. Recuperado el 27 de 11 de 2016, de

<http://www.pucp.edu.pe/climadecambios/index.php?tmpl=articulo&id=1041>

- Guerra , M. I. (04 de 09 de 2016). *Rumbos del Peru*. Recuperado el 29 de 10 de 2016, de <http://www.rumbosdelperu.com/observan-crecimiento-en-el-sector-gastronomico-en-el-pais-V1875.html>
- Hanco Polo, B. I. (2015). *FORMALIDAD TRIBUTARIA DE LAS PYMES DE ESPECTÁCULOS PÚBLICOS NO DEPORTIVOS Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS*. USMP, Lima. Recuperado el 18 de 11 de 2016, de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1576/1/hanco_pbi.pdf
- Hernandez, I. (10 de 05 de 2010). *Situacion de las Pymes en Mexico*. Recuperado el 16 de 11 de 2016, de Catarina: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/hernandez_t_ja/capitulo3.pdf
- Hidalgo Santos, S. V. (10 de 2008). *usac.edu*. Recuperado el 08 de 02 de 2017, de usac.edu: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0638.pdf
- Huerfano, E. (26 de 11 de 2014). *El Economista*. Recuperado el 17 de 11 de 2016, de <http://eleconomista.com.mx/sistema-financiero/2012/11/26/pymes-operan-informalidad-no-acceden-credito>
- Huerta, E. (01 de 09 de 2014). *El Comercio*. Recuperado el 26 de 11 de 2016, de <http://elcomercio.pe/blog/cuidatusalud/2014/09/la-comida-peruana-es-saludable-pues-no-usa-conservantes-ni-colorantes>
- Hundskopf, J. (06 de 03 de 2015). *El Comercio*. Recuperado el 25 de 11 de 2016, de <http://elcomercio.pe/economia/peru/75-restaurantes-operan-bajo-informalidad-noticia-1795740>
- Hundskopf, J. (25 de 01 de 2016). *El peruano*. Recuperado el 16 de 11 de 2016, de <http://www.elperuano.com.pe/noticia-gastronomia-peruana-apunta-alto-37654.aspx>
- Inacal. (04 de 02 de 2016). *Comercio*. Recuperado el 25 de 11 de 2016, de http://elcomercio.pe/economia/negocios/inacal-adapta-iso-9001-elevar-calidad-mipymes-noticia-1876354?ref=flujo_tags_519462&ft=nota_29&e=titulo
- Inboundcycle. (2015). Recuperado el 27 de 08 de 2016, de Inboundcycle:

<http://www.inboundcycle.com/proceso-de-venta-que-es-y-como-funciona>

- Johansen Bertoglio , O. (1982). *Introducción a la teoría general de sistemas*. Limusa. Recuperado el 17 de 11 de 2016, de [https://books.google.com.pe/books?id=4bVvTLvHVzMC&pg=PA68&lp g=PA68&dq=Sistema+abierto:+es+aquel+en+la+que+existe+un+inter cambio+de+energ%C3%ADa+de+informaci%C3%B3n+entre+el+subs istema+\(sistema\)+y+su+medio+o+entorno.+El+intercambio+es+de+ta l+naturaleza+que](https://books.google.com.pe/books?id=4bVvTLvHVzMC&pg=PA68&lp g=PA68&dq=Sistema+abierto:+es+aquel+en+la+que+existe+un+inter cambio+de+energ%C3%ADa+de+informaci%C3%B3n+entre+el+subs istema+(sistema)+y+su+medio+o+entorno.+El+intercambio+es+de+ta l+naturaleza+que)
- Kester , B. (2009). *Principios de contabilidad* (Primera ed.). Bogota, Colombia : McGraw – Hill Interamericana.
- Landazuri Aguilera, Y., & Valenzuela Reynaga, R. (2012). Recuperado el 29 de 08 de 2016, de Itson: http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no63/6c-competitividad_de_las_mipymes_2.pdf
- Lavarda, F. (09 de 2013). *El alcance de los Sistemas de información en las PYMES*. España. Recuperado el 06 de 08 de 2016
- Márquez, D. V. (01 de 03 de 2016). *Gestiopolis*. Recuperado el 25 de 08 de 2016, de <http://www.gestiopolis.com/metodos-control-inventarios/>
- Monsalves, M. (08 de 2013). *Cepal.org*. Recuperado el 10 de 09 de 2016, de Cepal.org: <http://archivo.cepal.org/pdfs/2002/S026456.pdf>
- Montero Cardozo, A. (2015). *Sistemas de Información y su efecto en las PYMES del sector Industrial*. Barranquilla. Recuperado el 29 de 10 de 2016, de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/15754/MonteroCardozoHernandoAndres2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Montes Iturrizaga, P. (28 de 05 de 2015). *Comercio*. Recuperado el 27 de 11 de 2016, de <http://elcomercio.pe/tecnologia/moviles/esta-aplicacion-alerta-sobre-temporadas-veda-peru-noticia-1732501>
- Montoya G., K. (10 de 10 de 2014). *Gestión*. Recuperado el 27 de 11 de 2016, de <http://gestion.pe/empresas/importante-que-sector-gastronomico-tenga-cultura-inocuidad-sanitaria-2078228>
- Mora Echeverry , A. (11 de 05 de 2012). *informatica.blogspot.pe*. Recuperado el 14 de 08 de 2016, de informatica.blogspot.pe: <http://xbg->

- informatica.blogspot.pe/2011/05/tgs-teoria-general-de-sistemas.html
- Morelli, C. (03 de 03 de 2016). *La Republica*. Recuperado el 20 de 11 de 2016, de <http://larepublica.pe/impresa/economia/745732-sector-gastronomico-genera-60-mil-puestos-laborales-y-tiene-crecimiento-sostenible>
- Morris L., G. (2011). *Pensamineto Estrategico* . Mexico: Prentice muy Hispanoamericana S.A.
- MPYME. (2014). *Las Cuentas por Pagar*. Recuperado el 29 de 08 de 2016, de <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/admonf1/13.pdf>
- Muguruza, N. (05 de 10 de 2016). *Mistura*. Recuperado el 28 de 11 de 2016, de <http://mistura.pe/mistura-exige-calidad-total-a-los-alimentos-y-bebidas-servidas-al-publico/>
- Murillo Alfaro, F. (07 de 2012). *IHMC Public Cmaps*. Recuperado el 26 de 11 de 2016, de <http://cmapspublic.ihmc.us/rid=1G8TFJM82-16RKYJR-M62/TGS.pdf>
- OMPI. (2014). *Wipo*. Recuperado el 02 de 09 de 2016, de http://www.wipo.int/sme/es/ip_business/marketing/marketing.htm
- Palomo Gonzales, M. A. (2013). *Desarrollo de un Sistema de Gestión Empresarial para la PYMES en México*. UNAM, Mexico. Recuperado el 29 de 10 de 2016, de <http://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/docs/1810.pdf>
- Pantigoso, P. (17 de 06 de 2015). *Perspectivas EY Perú*. Recuperado el 19 de 11 de 2016, de <https://perspectivasperu.ey.com/2015/06/17/las-pymes-en-el-peru-impulsando-el-crecimiento-economico/>
- Perdomo, H. M. (2016). Recuperado el 26 de 08 de 2016, de Repository.libertadores: repository.libertadores.edu.co/bitstream/11371/598/1/JaimesPerdomoHectorMauricio.pdf
- Perez Castro, R. (12 de 06 de 2015). *IDS Agency*. Recuperado el 11 de 09 de 2016, de <https://www.ids.agency/es/inbound-marketing/blog/clientes-potenciales>
- Pérez Estébanez, R., Urquía Grande, E., & Muñoz Colomina, C. (10 de 2014). *UCM.es*. Recuperado el 07 de 10 de 2016, de UCM.es:

- <http://pendientedemigracion.ucm.es/centros/cont/descargas/documento11319.pdf>
- PQS. (11 de 07 de 2016). *PQS*. Recuperado el 17 de 11 de 2016, de <http://www.pqs.pe/economia/el-74-de-las-pymes-en-el-peru-son-informales>
- Pulgar de Diaz, M. (11 de 2015). *slideshare.net*. Recuperado el 08 de 11 de 2016, de [slideshare.net: http://es.slideshare.net/MariaMercedesPulgar/trabajo-sobre-sistemas-de-informacion-gerencial](http://es.slideshare.net/MariaMercedesPulgar/trabajo-sobre-sistemas-de-informacion-gerencial)
- Ribón, D. J. (03 de 12 de 2013). *Gestiopolis*. Recuperado el 02 de 09 de 2016, de <http://www.gestiopolis.com/el-liderazgo-como-base-de-nuevas-estrategias-en-las-pymes/>
- Rodríguez de Ramírez , M. (11 de 2014). *UBA.ar*. Recuperado el 10 de 10 de 2016, de [UBA.ar: http://www.econ.uba.ar/www/institutos/contable/centro_auditoria/trabajos/5_La_contabilidad_y_el_impacto_de_las_tecnologias_de_la_informacion_y_las_comunicaciones.pdf](http://www.econ.uba.ar/www/institutos/contable/centro_auditoria/trabajos/5_La_contabilidad_y_el_impacto_de_las_tecnologias_de_la_informacion_y_las_comunicaciones.pdf)
- Segovia, F. C. (09 de 2012). *cooperativo.sallep.net*. Recuperado el 23 de 09 de 2016, de [cooperativo.sallep.net: http://cooperativo.sallep.net/El%20aprendizaje%20cooperativo%20en%20el%20aula.pdf](http://cooperativo.sallep.net/El%20aprendizaje%20cooperativo%20en%20el%20aula.pdf)
- Sernanp. (17 de 02 de 2016). *La Republica*. Recuperado el 26 de 11 de 2016, de <http://larepublica.pe/turismo/rumbos-al-dia/742040-adios-al-ceviche-de-conchas-negras>
- Silva Guevara, R. (06 de 02 de 2015). *La Republica*. Recuperado el 26 de 11 de 2016, de <http://larepublica.pe/06-02-2015/insalubridad-en-restaurantes-si-vamos-a-los-mas-caros-del-pais-tambien-encontraremos-problemas>
- SME Toolkit. (12 de 05 de 2010). *Pymex*. Recuperado el 10 de 09 de 2016, de <https://pymex.pe/marketing/marketing-y-ventas/identifique-a-los-clientes-de-mas-alto-potencial>
- SME Toolkit. (2014). *Smetoolkit*. Recuperado el 10 de 09 de 2016, de <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/876/Identifique-a-los-clientes-de-m%C3%A1s-alto-potencial>

- SUNAT. (2016). *Orientacion Sunat*. Recuperado el 10 de 11 de 2016, de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-a-la-renta-empresas/regimen-especial-del-impuesto-a-la-renta-empresas>
- SUNAT. (2016). *sunat.gob.pe*. Recuperado el 18 de 11 de 2016, de http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=135:tributacion-en-los-negocios&catid=1:orientacion-tributaria
- Thompson, I. (8 de 2014). Recuperado el 28 de 08 de 2016, de Promonegocios:
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/proceso-venta.htm>
- Tiuzo, C. A. (07 de 2013). *sisteminformagerencia.blogspot.pe*. Recuperado el 18 de 10 de 2016, de sisteminformagerencia.blogspot.pe:
<http://sisteminformagerencia.blogspot.pe/2013/02/estos-sistemas-son-el-resultado-de.html>
- Torre, R. d. (2016). *Cuetas por Pagar*. Recuperado el 30 de 08 de 2016, de <http://rosmarydelatorre.blogspot.pe/>
- Trasobares, A. H. (2009). *Sistemas de informacion: Evolucion y Desarrollo*.
- Trelles, D. (25 de 08 de 2016). *Gestion*. Recuperado el 16 de 11 de 2016, de <http://gestion.pe/economia/cuatro-cada-cinco-pymes-son-informales-suficiente-reducir-igv-2168667>
- Turmeros Astros, I. (02 de 2015). *leticiaaguasm.blogspot.pe*. Recuperado el 08 de 07 de 2016, de leticiaaguasm.blogspot.pe:
http://leticiaaguasm.blogspot.pe/p/sistemas-de-informacion-gerencial_6.html
- Ubide, A. (24 de 07 de 2014). *El Pais*. Recuperado el 17 de 11 de 2016, de http://economia.elpais.com/economia/2014/07/25/actualidad/1406312476_238462.html
- Uc. Heredia, L., García Pérez de Lema, D., & Bastida A., F. (10 de 2011). *ULA.ve*. Recuperado el 18 de 10 de 2016, de [ULA.ve](http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/26629/1/articulo11.pdf):
<http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/26629/1/articulo11.pdf>
- Ugarte Casafranca, W. D. (14 de 06 de 2015). *revistas investigacion*. Recuperado el 25 de 11 de 2016, de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/viewFile/8810/7647>

- UNAD. (2014). *UNAD*. Recuperado el 28 de 08 de 2016, de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/102022/VERSION_3_ACTIVIDADES_DEL_CURSO_102022_MLFD_Dic_2011/EXE_LEARNING_V3_MLFD_2011/leccin_9_administracin_de_cuentas_por_cobrar.html
- Urquía Grande , E., & Pérez Estébanez , R. (10 de 2014). *observatorio-iberoamericano.org*. Recuperado el 18 de 09 de 2016, de [observatorio-iberoamericano.org](http://www.observatorio-iberoamericano.org): http://www.observatorio-iberoamericano.org/RICG/N%C2%BA_11/Elena_Urqu%C3%ADa_y_Raquel_P%C3%A9rez.pdf
- Valdi, K. (01 de 10 de 2015). *documentslide.com*. Recuperado el 08 de 02 de 2017, de documentslide.com: <http://documentslide.com/documents/el-origen-de-las-mypes.html>
- Valencia D., C. (2014). El camino de la informalidad a la formalidad. *Contribuyentes por Respeto*, 3, 2. Recuperado el 17 de 11 de 2016, de http://respeto.pe/images/homepage/ObservatorioTributario_versi%C3%B3n_final.pdf
- Vasconez, J. (2009). *Contabilidad* (Tercera ed.). Quito, Ecuador: McGraw – Hill Interamericano.
- Vegas , M., & Del Rocio , L. (26 de 08 de 2014). *Repositorio Academico*. Recuperado el 26 de 11 de 2016, de http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/325976/2/Vegas_ML.pdf
- Velasco, B. (10 de 2010). *sistinformgerencial.blogspot.pe/*. Recuperado el 05 de 09 de 2016, de sistinformgerencial.blogspot.pe/: <http://sistinformgerencial.blogspot.pe/>
- Velásquez, L. E. (28 de 04 de 2016). *El Comercio*. Recuperado el 27 de 11 de 2016, de <http://elcomercio.pe/economia/negocios/ocho-recomendaciones-salud-y-seguridad-empresas-noticia-1897615>
- Walker, B., J. Stanton, W., & J. Etzel, M. (31 de 1 de 2007). *FUNDAMENTOS DE MARKETING*. Recuperado el 27 de 08 de 2016, de [Missventas](http://missventas.blogspot.pe/2012/01/el-proceso-de-ventas.html): <http://missventas.blogspot.pe/2012/01/el-proceso-de-ventas.html>
- Zapata, S. P. (2010). *Contabilidad General* (Cuarta ed.). Bogota D.C., Colombia: McGraw – Hill Interamericana.
- Zavala, M. (2015). *Scribd*. Recuperado el 22 de 08 de 2016, de

<https://es.scribd.com/doc/90010714/Caso-Practico-Control-Interno-Administrativo-y-Contable>

ANEXOS

El presente cuestionario tiene la finalidad de medir el impacto del uso de los Sistemas de Información en crecimiento de sus empresas, Agradecemos de antemano su cooperación:

Pregunta 1:

¿Su empresa cuenta con un Sistema de Información estructurado por áreas de negocios?

Si ()

No ()

Pregunta 2:

¿En qué áreas de la empresa Utilizan los sistemas de información?

Atención al cliente ()

Pedidos ()

Control Contable ()

Marketing ()

Pregunta 3:

¿En qué nivel considera que los SI han incidido en una transformación positiva de su actividad empresarial?

Bajo ()

Medio ()

Alto ()

Pregunta 4:

¿Considera usted que con el uso de los SI su negocio ha tenido la posibilidad de poder expandirse a nuevos mercados?

Si ()

No ()

Pregunta 5:

¿Considera usted que se ha generado otro modelo de negocio con el uso de SI?

Si ()

No ()

Pregunta 6:

¿En qué grado el uso de los SI en sus empresas les ha permitido obtener un mejor control eficiente y eficaz en sus operaciones?

Nada ()

Muy poco ()

Poco ()

Regular ()

Mucho ()

Pregunta 7:

¿En qué grado considera usted que el uso de SI le ha permitido mejorar el proceso de ventas y/o atención al cliente?

Nada ()

Muy poco ()

Poco ()

Regular ()

Mucho ()

Pregunta 8:

¿En qué grado considera usted que el uso de SI le ha permitido obtener un mejor control contable en su empresa?

Nada ()

Muy poco ()

Poco ()

Regular ()

Mucho ()

Pregunta 9:

¿En qué grado el uso de los SI les ha ayudado a obtener un mejor rendimiento económico?

Nada ()

Muy poco ()

Poco ()

Regular ()

Mucho ()

Pregunta 10:

¿En qué grado considera usted que los SI le ha ayudado a captar y evaluar nuevos clientes potenciales?

Nada ()

Muy poco ()

Poco ()

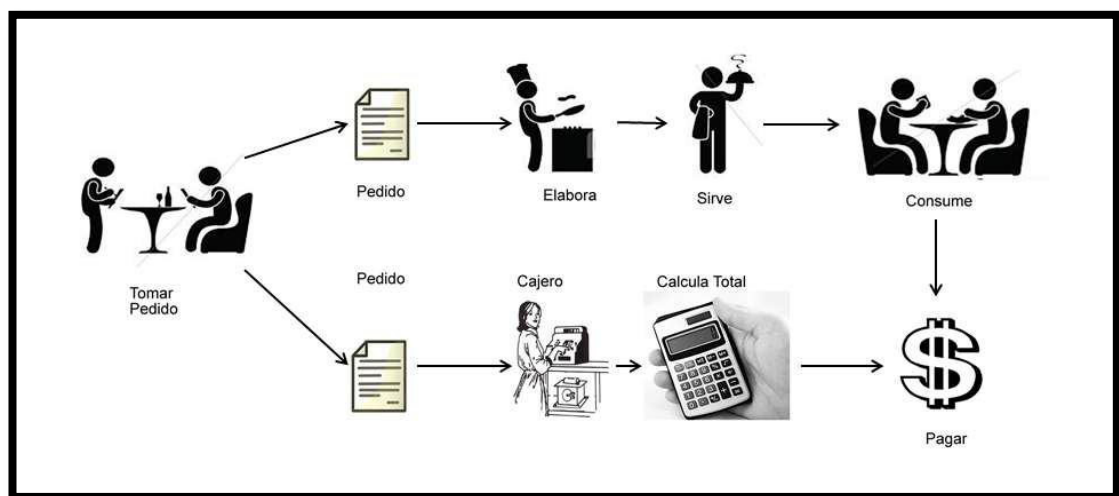
Regular ()

Mucho ()

CASO PRÁCTICO

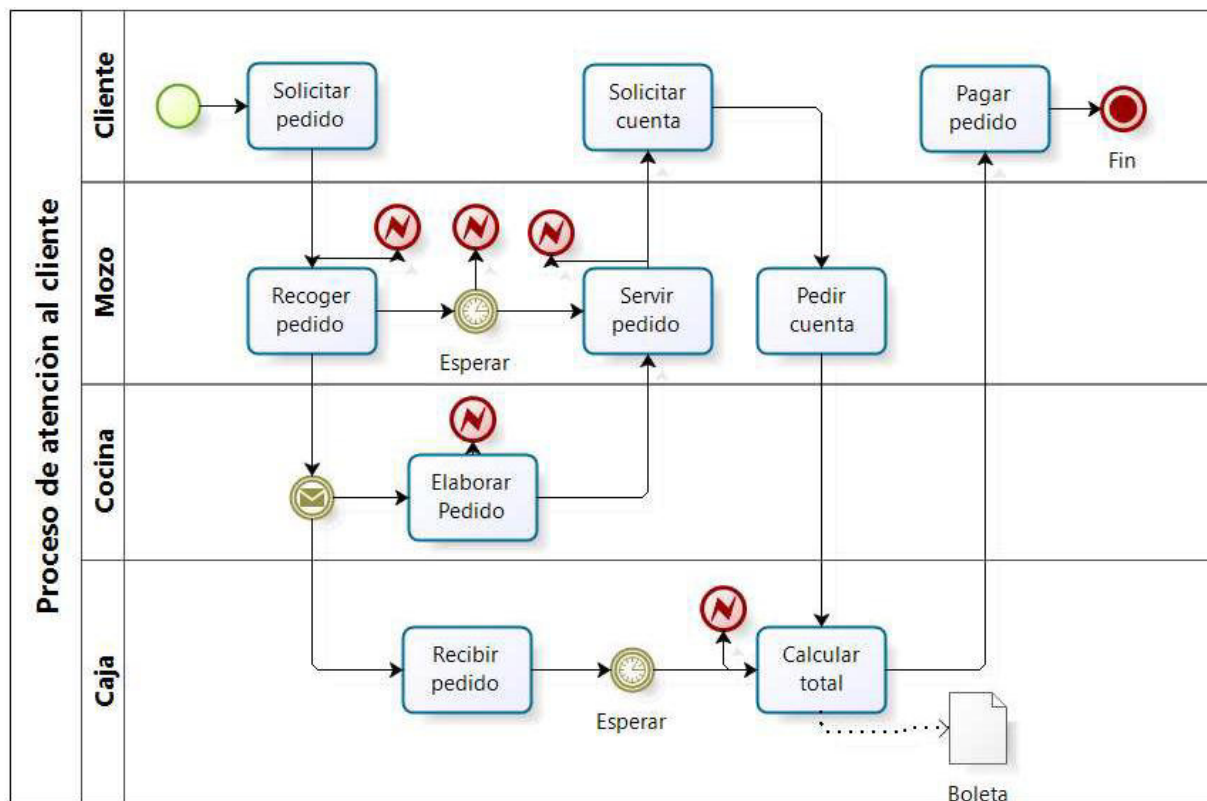
Como anexo final mostraremos un caso práctico ilustrativo en el cual se podrá observar la aplicación de estos sistemas de Información a un restaurante y como gracias a ello sus procesos se ven mejorados sobre todo en caso de la atención al cliente.

Figura N° 10: Proceso actual de atención al cliente



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 19: Esquema del proceso de atención al cliente sin utilizar SIG



Fuente: Elaboración Propia

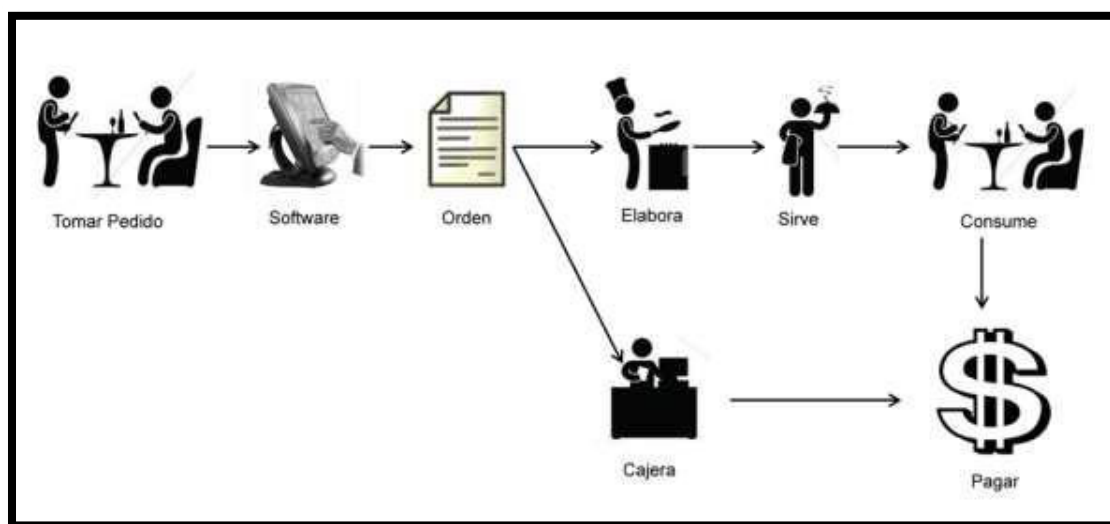
Entre las debilidades identificadas en el proceso, que elevan los tiempos de atención al cliente, destacaron las siguientes:

- La letra ilegible con que los mozos recogen los pedidos, provocando errores y generando confusión, tanto en caja para los efectos de los cobros como en la cocina para la elaboración de los platos.
- Los clientes no conocen el detalle de la cuenta que se les está cobrando.
- No existe comunicación entre mozos y el personal de cocina en torno a la disponibilidad de los platos que figuran en el menú.
- Sobrecarga de trabajo por parte del cajero, quien tiene la responsabilidad de sumar los valores contenidos en los pedidos, generar las boletas de cobro, recibir dinero y entregar vuelto.
- Dificultades para cuadrar la caja al final del día.

En consideración a las debilidades encontradas, junto con el análisis de las buenas prácticas imperantes en los restaurantes y las tecnologías disponibles se rediseñó el proceso sobre la base de:

- Ampliar las dependencias de la cocina
- Anticipar el procesamiento de algunos alimentos (limpieza de pescados y mariscos, desmenuzamiento de verduras, preparación de ensaladas, elaboración de empanadas)
- Reponer oportunamente los ingredientes más requeridos; e incorporar un software de apoyo a la gestión de los comedores, de la caja y del inventario de insumos.

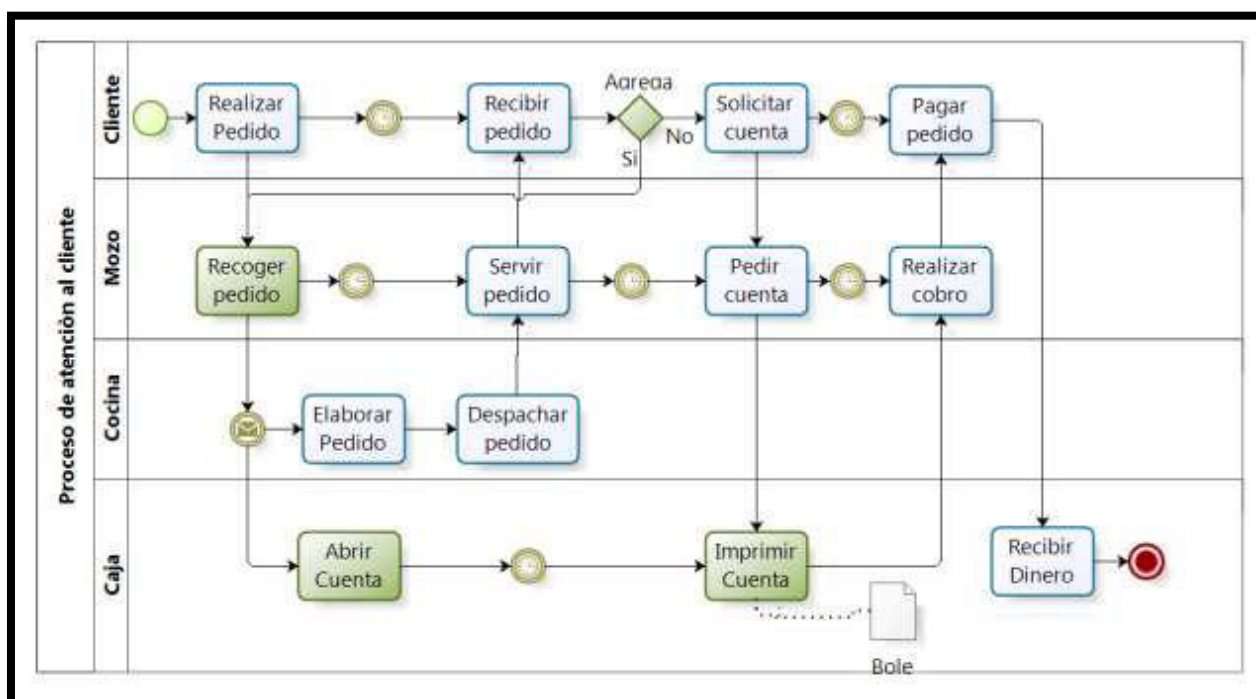
Figura N° 11: Proceso de atención al cliente deseado utilizando SIG



Fuente: Elaboración propia

De las tecnologías disponibles en el mercado para la gestión de restaurantes se evaluaron las pantallas y los botones en mesa, junto con los tablets. En cuanto al software para la gestión de restaurantes, se evaluaron los sistemas aplicados a las Pymes como el Sap Bussines One entre otros ERP más sencillos, seleccionándose la tecnología de los tablets para ser utilizados por los mozos, y el software para responder a los requerimientos planteados por el restaurante y para su sistema de gestión, en lo particular se decidió que estos software internos de gestión no demandaran el uso de internet, esto por el riesgo que conlleva una eventual caída en las comunicaciones, cuyas consecuencias en tiempos de alta demanda no son admisibles. Este SIG desde su instalación, implementación y prueba, ha ayudado de una manera significativa al funcionamiento interno del restaurante, mejorando la comunicación entre las distintas áreas de la empresa y el control sobre las diversas áreas permitiendo una adecuada gestión del mismo.

Gráfico Nº 20: Esquema del proceso de atención al cliente utilizando SIG



Fuente: Elaboración propia

Tal como se aspiraba, del rediseño planteado y la incorporación del SIG de apoyo a la gestión, se logró que:

- Dejaran de existir pedidos ilegibles, evitando errores y confusiones, tanto por parte de los mozos, cajeros como cocineros.
- Los clientes conocieran el detalle de los cobros asociados a los pedidos.
- Los cajeros se limitaran a recibir pagos e imprimir comprobantes de pago y vean facilitada su función de cuadrar la caja.
- Los mozos conocieran anticipadamente la disponibilidad de platos que figuran en el menú.
- Los cocineros alertaran oportunamente respecto de los insumos con bajo nivel de inventarios y que requieren reponerse.

La incorporación del SIG fue complementada con la ampliación de la sala de la cocina, la que ayudó a que disminuyeran los tiempos de espera en la elaboración de los pedidos; y se pudieran anticipar actividades vinculadas al procesamiento de los alimentos.

Por otra parte, la reposición oportuna de inventarios de los ingredientes de los distintos platos posibilitó disminuir significativamente la no disponibilidad de platos ofrecidos en el menú y que son demandados por los clientes. Como consecuencia de los cambios impulsados, los tiempos medios de espera en los meses de alta demanda, han disminuido de 45 a 30 minutos, y los tiempos medios de desfase entre platos de un mismo pedido descendieron de 16 a 6 minutos.

Se concluye que el rediseño del proceso de atención al cliente, con el apoyo de un SIG, ha logrado elevar significativamente el nivel de satisfacción de los clientes, transformando al restaurante en un referente para sus competidores, consolidándose económicamente.

Los resultados alcanzados a la fecha estimulan al restaurante a avanzar en la senda de la incorporación de TICs para apoyar su gestión con miras a tener clientes satisfechos no solo con la calidad de los platos ofrecidos, sino con los tiempos de atención.

Esta política también incluyó incentivos para la capacitación del personal, tanto en materia de atención a clientes como en el aprovechamiento de las oportunidades que brindan los SIG para apoyar el trabajo que realizan.

Por otra parte, con la extensión de internet y los mayores niveles de seguridad en las comunicaciones, con el tiempo se proyecta que los clientes tengan un perfil de menor resistencia al uso de las TICs. Por ello, en el corto plazo se aspira incorporar servicios adicionales que en la actualidad el restaurante no proporciona, como es el de la reserva de mesas vía internet.