



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

“La formalización empresarial y la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita, Echarati, Provincia de La Convención, Cusco Periodo 2020”

Presentado por los bachilleres:

Br. Orosco Quispe Yuli Anali

Br. Pereira Zarabia Gris Solangge

Para optar al Título Profesional de Contador Público

Asesora:

Mg. CPC. Tatiana Choquehuanca Contreras

CUSCO – PERÚ

2022



PRESENTACIÓN

Señor Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Andina del Cusco.

Mgt. Sergio López Meza

En cumplimiento al reglamento de grados y títulos de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, ponemos a su disposición y por su intermedio a los señores miembros del jurado el presente trabajo de investigación intitulado "La formalización empresarial y la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita, Echarati, Provincia de La Convención, Cusco Periodo 2020", cuyo objetivo principal es propender a la formalización empresarial y a la comercialización de los apicultores materia del presente estudio, ya que en la actualidad realizan sus actividades sin cumplir con los requerimientos mínimos empresariales.

Con la sustentación del presente trabajo de investigación pretendemos optar al título profesional de contador público y poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en nuestra alma mater Universidad Andina del Cusco.

Atentamente;

Br. Orosco Quispe Yuli Analí

Br. Pereira Zarabia Gris Solangge



AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera; por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A mis Padres por ser los principales promotores de mis sueños; por los valores que me han inculcado, por confiar y creer en mí; por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo, por ser un excelente ejemplo de vida a seguir y ser mi motivo para seguir adelante.

A mi Universidad Andina del Cusco, a mis docentes por haber compartido sus conocimientos a lo largo de mi formación profesional. A mi asesora Mgt. CPC. Tatiana Choquehuanca Contreras, por su dedicación, exigencia y su apoyo incondicional para poder elaborar y culminar mi tesis.

Las palabras nunca serán suficientes para testimoniar mi mayor reconocimiento y gratitud.

Yuli Analí Orosco Quispe



AGRADECIMIENTO

“Dios tiene un plan que lleva tu nombre” (Proverbios 16:9) A Dios, por ser el alimento espiritual que en más de una ocasión no me ha dejado caer y lograr cada proyecto en mi vida.

A mi esposo por su incondicionalidad en todo momento, su gran amor, sus palabras de aliento, por enseñarme que cada uno decide cuan alto volar, por compartirme cada una de sus experiencias depositando su confianza en mí, su liderazgo ha sacado lo mejor y su incansable labor ha formado la base de mi personalidad. Hoy y siempre Te amo.

A mi asesora Mgt. CPC Tatiana Choquehuanca Contreras por su dedicación, sus conocimientos y esa vocación ejemplar de enseñar, me llena de emoción haber sido receptora de su profesionalismo, gracias siempre, querida maestra.

Gris Solangge Pereira Zarabia



DEDICATORIA

A mis padres Cirilo y Juana artifice de mi superación por la perseverancia y constancia que los caracterizan y que me han inculcado siempre a seguir adelante, por su incalculable amor y por ser el motivo de mi vida a seguir superándome día a día.

Yuli Analí Orosco Quispe

A mi hija Andrella, carne de mi carne, la motivación más preciosa que me ha regalado la vida, por ser esa fuente de fortaleza inagotable para salir adelante y no detenerme; no hay imposibles.

Gris Solangge Pereira Zarabia



ÍNDICE

PRESENTACIÓN	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
DEDICATORIA.....	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE TABLAS	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xii

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	2
1.2.1. Problema general.....	2
1.2.2. Problemas específicos	2
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	3
1.3.1. Conveniencia.....	3
1.3.2. Relevancia Social	3
1.3.3. Implicancias Prácticas	4
1.3.4. Valor Teórico	4
1.3.5. Utilidad Metodológica.....	4
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.4.1. Objetivo General	5
1.4.2. Objetivos específicos.....	5



1.5. DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO	5
1.5.1. Delimitación Espacial	5
1.5.2. Delimitación Temporal.....	5

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	6
2.1.1. Antecedentes Internacionales	6
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	7
2.1.3. Antecedentes Locales.....	9
2.2. BASES LEGALES	11
2.2.1. Constitución política del Perú 1 de 1993.....	11
2.2.2. Ley N° 26305 - ley nacional de la apicultura y la actividad agroindustrial de los productos apícolas.....	12
2.2.3. Ley N° 28015 ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa	12
2.2.4. Ley N° 27037 ley de promoción de la inversión en la amazonía.....	13
2.2.5. Texto único ordenado de la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo decreto supremo N° 055-99-ef	13
2.2.6. Decreto legislativo N° 1270 que modifica el texto del nuevo régimen único simplificado y código tributario	15
2.2.7. Resolución ministerial N° 0143-95-AG reglamento de la ley n°26305 de la apicultura nacional	17
2.2.8. Resolución ministerial N° 0125-2015-MINAGRI - el plan nacional de desarrollo apícola (pnda) 2015-2025	18
2.2.9 Informe N° 240-2003-SUNAT/2b0000	20



2.3. BASES TEÓRICAS	22
2.3.1. Formalización empresarial	22
2.3.2. Formalización legal.....	23
2.3.3. Regímenes tributarios.....	25
2.3.4. Nuevo regimen único simplificado –NRUS.....	25
2.3.5. Comercialización.....	30
2.3.6. La apicultura.....	31
2.3.7. La miel de abeja	31
2.3.8. La actividad apicola en la comunidad campesina de pispita echarati	34
2.3.9. Producto	36
2.4. MARCO CONCEPTUAL.....	36
2.5. HIPÓTESIS	41
2.6. VARIABLES E INDICADORES.....	41
2.6.1. VARIABLES	41
2.6.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	41
CAPÍTULO III	
MÉTODO	
3.1. ALCANCE DEL ESTUDIO	44
3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
3.3. POBLACIÓN	45
3.4. MUESTRA	45
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	45
3.5.1. Técnicas	45
3.5.2. Instrumentos.....	45



3.6. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS	46
3.7. PLAN DE ANÁLISIS DE DATOS.....	46

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. PRESENTACIÓN Y FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO APLICADO	47
4.1.1. Presentación del instrumento	47
4.1.2. Fiabilidad del instrumento.....	48
4.2. DATOS GENERALES	49
4.3. RESULTADOS DE LA VARIABLE FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL	50
4.3.1. Resultados de la dimensión de la variable Formalización empresarial.....	50
4.4. RESULTADOS DE LA VARIABLE COMERCIALIZACIÓN	56
4.4.1. Resultado de la dimensión de la variable Comercialización.....	56

CAPITULO V

DISCUSIÓN

5.1. Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos.....	60
5.2. Limitaciones del Estudio.....	61
5.3. Comparación crítica con la literatura existente	61
5.4. Implicancias del estudio	63
CONCLUSIONES	65
RECOMENDACIONES	67
BIBLOGRAFÍA.....	68
ANEXOS.....	72
Matriz de consistencia.....	73
Matriz de instrumento para la recolección de datos.....	75



Instrumentos de recolección de datos.....	78
Validación de instrumentos.....	86
Hoja de costos de la miel de abeja periodo 2020.....	92



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Distribución de los ítems del cuestionario</i>	47
Tabla 2 <i>Descripción de la Baremación y escala de interpretación</i>	47
Tabla 3 <i>Estadísticas de fiabilidad</i>	48
Tabla 4 <i>Edad de los encuestados</i>	49
Tabla 5 <i>Sexo de los encuestados</i>	49
Tabla 6 <i>Nivel de educación de los encuestados</i>	50
Tabla 7 <i>Ítems del indicador de la dimensión formalización jurídica</i>	50
Tabla 8 <i>Indicador de la dimensión formalización jurídica</i>	51
Tabla 9 <i>Ítems de los Indicadores de la dimensión formalización tributaria</i>	52
Tabla 10 <i>Indicadores de la dimensión Formalización tributaria</i>	55
Tabla 11 <i>Formalización tributaria</i>	55
Tabla 12 <i>Formación empresarial</i>	56
Tabla 13 <i>Ítems de los indicadores de la dimensión Producto</i>	57
Tabla 14 <i>Indicadores de la dimensión Producto</i>	58
Tabla 15 <i>Producto</i>	59
Tabla 16 <i>Comercialización</i>	59



RESUMEN

El presente trabajo de investigación, que lleva por título **“La formalización empresarial y la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita, Echarati, Provincia de La Convención, Cusco Periodo 2020”** hace un análisis de las variables siendo el objeto de este estudio determinar cómo es la formalización empresarial y la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati provincia de la Convención, Cusco periodo 2020.

La población está constituida por 22 apicultores; se determina como muestra para la investigación de tipo censal es decir que está constituida por el total de elementos que conforman la población. En cuanto a la Metodología utilizada en la presente trabajo de Investigación es de enlace descriptivo, de diseño no experimental y con un enfoque cuantitativo; los resultados a los que se llegan en este estudio, luego de aplicar los instrumentos y técnicas han resaltado la verdadera situación real de los apicultores; concluyendo que poseen conocimientos muy básicos en cuanto a la formalización empresarial y la comercialización sumando a esto la poca involucración de sus autoridades, careciendo de proyectos productivos que promuevan dicha actividad a la formalización, para así poder fortalecer su desarrollo y alcanzar mayores beneficios en esta importante actividad del sector Agropecuario.

PALABRAS CLAVES: Formalización empresarial y comercialización.

Las Tesistas.



ABSTRACT

This research work, entitled " THE BUSINESS FORMALIZATION AND THE MARKETING OF HONEY OF BEEKEEPERS OF THE PEASANT COMMUNITY OF PISPITA ECHARATI, PROVINCE OF THE CONVENTION, CUSCO PERIOD 2020" makes an analysis of the variables being the object of this study to determine how is the business formalization and the commercialization of honey of the beekeepers of the peasant community of Pispita Echarati province of the Convention, Cusco period 2020.

The population is made up of 22 beekeepers; It was determined as a sample for census-type research, that is, it is made up of the total number of elements that make up the population. Regarding the Methodology used in this research work, it is descriptive link, non-experimental design and with a quantitative approach; The results that have been reached in this study, after applying the instruments and techniques, have highlighted the true real situation of beekeepers; concluding that they have very basic knowledge in terms of business formalization and commercialization, adding to this the little involvement of their authorities, lacking productive projects that promote said activity to formalization, in order to strengthen their development and achieve greater benefits in this important Agricultural sector activity.

KEY WORDS: Business formalization and commercialization

The Tesistas.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad son más de 40,000 pequeños productores apícolas en todo el territorio peruano, según el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) Cusco es uno de los departamentos que más sobresalen de acuerdo al número de colmenas y producción, resaltando así la producción de miel del valle de La Convención y sus distritos como Echarati, la informalidad de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita es un problema importante para la tributación y recaudación de ingresos para el gasto público ya que al no estar formalizados no sólo no realizan un aporte del pago de sus impuestos sino que desconocen los beneficios que trae consigo la formalización empresarial, así mismo su comercialización de miel de abeja lo realizan de manera empírica por falta de conocimientos en estrategias de comercialización las cuales limitan la eficacia para obtener una mejor rentabilidad del producto y un posicionamiento en el mercado.

La Comunidad Campesina de Pispita en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención, departamento del Cusco posee una enorme riqueza florística, en sus campos se observa gran diversidad floral como cultivos de café, cacao, naranja, limón, palta, plátano, papaya y otros productos de la zona, es así que la práctica de la actividad apícola posee una excelente producción debido a la polinización de alta calidad de las abejas, sin embargo la informalidad no ha sido indiferente a este sector debido a la falta de conciencia tributaria, el desconocimiento de las facilidades para la constitución de una empresa ya sea como persona natural o persona jurídica, además carecen de conocimientos básicos para el manejo de una buena comercialización, saltando a la vista estas falencias como en detalles del empaque de su producto utilizando muchas veces botellas recicladas y/o envases descartables que restan confianza, calidad y precio a la miel,



sumado a esto la poca involucración del municipio, careciendo de proyectos productivos que promuevan dicha actividad, para así poder fortalecer su desarrollo y alcanzar mayores beneficios en esta importante actividad del sector agropecuario.

Mediante la presente investigación se revisa la problemática de los apicultores de la Comunidad Campesina de Pispita desde una perspectiva crítica y analítica, demostrando que la formalización empresarial y la implementación de una buena comercialización conlleva a obtener cambios significativos a favor de estos, abriendo así las puertas a la red de demanda, obteniendo el acceso a financiamientos que permitan su expansión, y mejorando la presentación de la miel de abeja creando una invitación al conocimiento de la calidad de sus productos de una manera eficiente, considerando que los consumidores buscan productos más sanos debido principalmente a los problemas de salud y nutrición que el ritmo de vida actual trae para el ser humano y ahora con la pandemia que atravesamos a causa del COVID 19, la miel de abeja es una excelente alternativa por sus múltiples propiedades benéficas antibacterianas.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

1.2.1. Problema general

¿Cómo es la formalización empresarial y la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020?

1.2.2. Problemas específicos

¿De qué manera se formalizan empresarialmente los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020?

¿Cómo comercializan la miel los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020?



1.3. JUSTIFICACIÓN

1.3.1. Conveniencia

La exploración de información es conveniente y viable porque se cuenta con la recopilación de datos esenciales para el desarrollo de la investigación. Es factible porque no se halla problemas que afecten el estudio y evolución de la investigación, lo que permite la culminación de este trabajo.

1.3.2. Relevancia Social

La importancia de realizar un análisis de la formalización empresarial en cuanto al aspecto legal, tributario y una buena comercialización de miel en cuanto al producto, conlleva a obtener cambios significativos para los apicultores, lo cual ayuda también a mostrar la calidad de sus productos de una manera eficiente y promover dicha actividad dentro de un marco legal con el cumplimiento de obligaciones y los beneficios que está sobrelleva. La aplicación de la contabilidad les permite evaluar su situación económica en relación al posicionamiento de la región Cusco en el mercado apícola nacional, ya que es considerado uno de los principales productores según el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI). Por otra parte, al formalizarse los apicultores de la Comunidad Campesina de Pispita-Echarati presentan una mejora en la presentación de su producto utilizando envases de vidrio en lugar de botellas o envases de plástico descartables, que de por sí generan la desconfianza de los consumidores y que además están sujetos a microbios, bacterias y a comercializarse a precios muy baratos, de esta forma los apicultores en la actualidad realizan una venta directa hacia su consumidor final y no a revendedores.



1.3.3. Implicancias Prácticas

En el presente trabajo de investigación es necesario poner en práctica teorías básicas que son el sustento teórico, esto permite formular soluciones en las recomendaciones que posteriormente les mostraremos.

La presente investigación se justifica desde el punto de vista práctico ya que se puso en evidencia que la formalización empresarial de los productores apícolas de la comunidad campesina de Pispita, del distrito de Echarati, Provincia de La Convención, Cusco y la mejoría en su comercialización actual en cuanto a la miel conlleva a obtener cambios significativos dentro de un marco legal y sus ingresos , abriendo así las puertas a la red de demanda, el acceso a financiamientos que permiten su expansión, y una invitación al conocimiento de la calidad de sus productos de una manera eficiente por la riqueza floral del hábitat de cultivo.

1.3.4. Valor Teórico

El presente trabajo de investigación se tiene como objetivo mostrar los conocimientos de la ciencia contable, con información sobre la importancia de la formalización empresarial y sobre la comercialización de miel utilizando modelos reales de forma teórica, práctica y analítica en los productores apícolas y los retos que han tenido que afrontar, cuyos resultados contribuyen al fortalecimiento de la información utilizada en el marco teórico que permiten la correcta definición de las hipótesis y variables, así mismo sirve como antecedente para próximos estudios relacionados a la variable.

1.3.5. Utilidad Metodológica.

En el presente trabajo de investigación se utiliza la recolección de datos, observando los fenómenos tal como ocurren realmente, así mismo se utiliza métodos estadísticos, técnicas como la encuesta y la observación, para su implementación y así culmina en una detallada evaluación y análisis de



los resultados obtenidos, de tal manera que permiten la medición de la relación de las variables de estudio como son: la formalización empresarial y la comercialización.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Describir el proceso de formalización empresarial y la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020.

1.4.2. Objetivos específicos

- a) Detallar como es la formalización empresarial de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020.
- b) Detallar como es la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020.

1.5. DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO

1.5.1. Delimitación Espacial

La presente investigación se lleva a cabo en la Comunidad Campesina de Pispita, distrito de Echarati, Provincia de La Convención del departamento del Cusco

1.5.2. Delimitación Temporal.

Para la presente investigación se toma en cuenta la información perteneciente al periodo 2020, con una duración de un año, iniciando en enero del 2020 y concluye en diciembre del 2020.

De acuerdo con las líneas de investigación establecidas en la escuela profesional de Contabilidad, el presente trabajo corresponde a la contabilidad de empresas del sector privado.



CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Entre los principales antecedentes sobre las definiciones y procedimientos de la formalización empresarial, así como la comercialización se realiza la investigación de tesis tanto a nivel internacional, nacional y Local.

2.1.1. Antecedentes Internacionales

1. Revista Científica: Arruñada B. *El Imperativo de Eficacia en la Formalización de Empresas*

Autor: Catedrático de la Universidad Pompeu Fabra, España. Muchos países y agencias de desarrollo dedican hoy gran cantidad de recursos a “simplificar” los trámites necesarios para formalizar empresas. En el mejor de los casos, estas actuaciones reducen los costes de tramitar la formalización inicial de la empresa, pero, incluso en esos casos, sus logros son escasos. La causa de este fracaso reside en olvidar que la formalización ha de reducir los costes de transacción futuros de las empresas, lo que requiere unos registros empresariales fiables, en los que puedan confiar tanto los jueces, al resolver los litigios, como los organismos públicos, al emplear la información registral, y, en especial, las propias empresas, al contratar entre ellas. Elevar la calidad de los registros empresariales en aquellos países en que ésta es escasa o mantenerla en aquellos otros en que ya es suficiente, tiene por ello más importancia que reducir el coste inicial de la formalización. Debemos pues reordenar las prioridades de las políticas de reforma en este terreno. De poco sirve acelerar la formalización si ésta apenas proporciona servicios útiles.

2. Tesis: Zurita Cueva O., Sánchez Carrillo G. y Vargas Jara R. (2019) *Propuesta de mejoras en los procesos de comercialización, despacho y distribución para una empresa productora y distribuidora de pollos y cárnicos*. Para obtener el título de Ingeniería comercial y empresarial, Escuela Superior Politécnica del Litoral. Guayaquil Ecuador. En la presente tesis indica como



objetivo principal, analizar y proponer reformas en los procesos de comercialización, despacho y distribución de esta empresa mediante la evaluación de variables clave que permitan la reducción de costos y mejoras en el servicio al cliente, con metodología Business Process Management se define como una técnica enfocada a los procesos organizacionales, desarrollando una integración entre los procesos, recursos humanos y las tecnologías de la información. Esta metodología busca identificar, plantear, ejecutar, inspeccionar y evaluar los procesos, tanto manuales como automatizados, que una empresa emplea y no están orientados a una implementación de software. Como resultado relevante se encontró que utilizan diferentes softwares para asistir durante este proceso como los sistemas touch, semáforo y AX; Los principales problemas que enfrentan son: en ocasiones el departamento de logística envía tarde el rutero lo que genera retrasos en todo el proceso de despachos, falta de inventario para abastecer los pedidos y finalmente, dentro del proceso se omite la verificación del estado de los productos y como conclusión se puede apreciar que mediante las soluciones propuestas para los procesos de comercialización, despachos y distribución de una empresa productora y distribuidora de cárnicos y pollos se logrará optimizar los procedimientos y recursos inmersos en sus operaciones y a su vez, influirá en la percepción de sus clientes ya que se mejorará la atención que les brindan en la venta de sus productos y servicios. Se realizaron diagramas de flujo de los procesos antes mencionados y, a través de estos, se identificaron las fallas existentes para posteriormente, plantear propuestas de rediseño que permitan a la empresa mejorar continuamente.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Tesis 1: Chambi Giesela V. (2016) *La Formalización de las Mypes de fabricación de muebles del parque industrial y su influencia en la rentabilidad del periodo*. Para obtener el título profesional de Contador Público de la Universidad Autónoma del Perú., en la presente tesis indica como objetivo principal Determinar el efecto de la formalización en la rentabilidad de las empresas de



las Mypes de fabricación de muebles del parque industrial de Villa El Salvador, con la finalidad de establecer procedimientos eficientes para lograr un mejor posicionamiento en el mercado para lograr el propósito presentado se llevó a cabo un estudio de tipo aplicativo se ha utilizado la información existente para el análisis objetivo del tema, la población está constituida por 28 Mypes dedicadas a la fabricación de muebles ubicadas en el Parque Industrial de Villa El Salvador. La metodología utilizada en la presente tesis es Inductivo – Deductivo. Como resultando relevante con respecto a la dimensión de la Economía determinamos que el 30% de la población están totalmente de acuerdo que existen la influencia de la economía para la formalización de las Mypes, el 36% respondieron que están de acuerdo en general con la importancia de crecimiento económico en el rubro de fabricación de muebles y que el 34% están de acuerdo en general que es necesario aplicar las estrategias económicas para el crecimiento. Lo cual nos refleja que la economía tiene una gran influencia sobre la formalización de las Mypes. Conclusión: Las micro y pequeñas empresas son un alto porcentaje de las empresas totales en todo el Perú, Las Mypes dentro del país cubren gran parte de las actividades económicas. Nos indican que al momento de crear algún negocio siempre se empieza estructurando de una forma pequeña, para que así se vaya desarrollando con el paso de los años y puedo llegar a formar una gran empresa.

Tesis 2: Donoso Alberca N. y Zamudio de León J. (2013-2016). *Análisis de los factores de comercialización que intervienen en la exportación del banano orgánico en el Perú por el periodo de 2013 al 2016*. Para obtener el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales. De la Universidad Privada del Norte del Perú., en la presente tesis indica como objetivo principal analizar y determinar cómo los elementos de producción influyen en la comercialización para las exportaciones de banano orgánico. Tomando como referencia el libro de comercialización de productos agropecuarios que divide a la comercialización en tres factores, producción, canales de distribución y consumo. Metodología utilizada es descriptivo transversal;



ya que permite observar y analizar la información en un periodo de años. En relación a los resultados relevantes se puede afirmar que hay deficiencias en la prevención de los desastres naturales. De la misma manera, se pudo identificar que la eficiencia es gradual ya que el canal ha soportado la demanda actual; no obstante, se deben de realizar mejoras en las estrategias promocionales, optando por una mayor participación en las ferias internacionales y como conclusión indica que la comercialización se encuentra respaldada en los factores antes mencionados siendo afectadas por las deficiencias que se presentan como son; la falta de financiamiento, compromiso por parte del estado, el poco desarrollo de proyectos a largo plazo, la falta de una buena comercialización y los costos elevados de logística que afectan al precio establecido para la exportación. No obstante, se realizan buenas prácticas agrícolas por parte de las asociaciones en referencia a los estándares de calidad que exigen los nuevos mercados internacionales para adquirir el banano orgánico, cabe resaltar que la capacitación desarrollada hacía los agricultores se dan de manera paulatina. Por lo tanto, se puede deducir que el sector agroindustrial se posiciona como uno de los más importantes a nivel nacional.

2.1.3. Antecedentes Locales

Tesis 1: Aquino Santa Cruz A. (2017), *Formalización De Los Comerciantes En El Mercado Baratillo Del Distrito De Santiago Cusco – Periodo – 2017*. Para Optar al Título Profesional de Contador Público de la Universidad Andina del Cusco. En la presente tesis indica como objetivo general Identificar los factores que limitan la formalización de los comerciantes en el mercado Baratillo del Distrito de Santiago Cusco del periodo 2017. Método de Investigación Cuantitativo. Como resultado relevante se observa que el 98% de los comerciantes del mercado Baratillo del Distrito de Santiago Cusco respondió que no cuentan con licencia de funcionamiento, el 2% de comerciantes respondió que sí cuentan con licencia de funcionamiento, lo cual significa que es un sector informal, que no se rige por la legalidad y que trabajan sin ningún tipo de cumplimiento de



alguna norma, y que mucho menos brindan algún tipo de beneficio para la 71 sociedad. Por consiguiente, con ello se verifica que existe informalidad en el sector materia de investigación y como conclusión indica que a partir de la investigación se ha evidenciado que el comercio informal surge como una alternativa de sobrevivir ante el desempleo, la exclusión socio-económica es uno de los problemas con más frecuencia y generalmente es por la falta de recursos económicos y falta de conocimientos y como resultado se concluye que los factores limitantes para la formalización de los comerciantes del mercado Baratillo del Distrito de Santiago Cusco son: El registro, concesión y orientación para la obtención de licencia de funcionamiento por parte de la municipalidad, la situación socioeconómica y la carencia de cultura tributaria de los comerciantes del mercado de baratillo del distrito de Santiago Cusco, conforme se aprecia en el capítulo IV resultados de la investigación.

Tesis 2: Mamani Choque H. (2018) *Costo en la elaboración de tejidos textiles y estrategias de comercialización en la asociación de artesanos “la vicuña” distrito de Sicuani, periodo 2018.*

Para Optar al Título Profesional de Contador Público de la Universidad Andina del Cusco. En la presente tesis indica como objetivo general: Describir cómo se determina el costo en la elaboración de tejidos textiles y las estrategias de comercialización en la asociación de artesanos “La Vicuña” distrito de Sicuani, periodo 2018. Método de Investigación Cuantitativo, como resultado relevante del presente trabajo de investigación se observa que al determinar el costo en la elaboración de tejidos textiles y las estrategia de comercialización son determinados de manera empírica e improvisada, y al realizar el trabajo de investigación en base a los datos obtenidos, se realizó la hoja de costos determinando manera real el precio para ser comercializado por cada producto de chompas y vestidos y como conclusión indica que el costo en la elaboración de los tejidos textiles en la asociación de artesanos “La Vicuña” del distrito de Sicuani, se aplican de manera empírica e improvisada, efectuándose a base de pedidos, de acuerdo a la tabla 3, la cantidad de pedidos que



hacen los clientes para la elaboración mensual de las chompas de alpaca, son de 60 unidades y para la elaboración de los vestidos de alpaca, son de 30 unidades, sin considerar varios aspectos para la determinación real de los costos en la elaboración de tejidos textiles derivados de la alpaca, de acuerdo a la tabla 14, el costo para producir una chompa equivale S/. 163.00, con ganancia de S/ 32.60 de margen de utilidad del 20%, y de acuerdo con la tabla 17, el costo para producir un vestido equivale a S/. 218.10, con ganancia de S/. 43.62 de margen de utilidad del 20 %, efectuándose en base a la experiencia adquirida a través de los años, sin un adecuado nivel técnico y profesional.

2.2. BASES LEGALES

2.2.1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ 1DE 1993

Artículo 22°. - El trabajo es un deber y un derecho. Es base del bienestar social y un medio de realización de la persona.

Artículo 59°.- El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad pública. El Estado brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades.

Artículo 60°. - El Estado reconoce el pluralismo económico. La economía nacional se sustenta en la coexistencia de diversas formas de propiedad y de empresa. Sólo autorizado por ley expresa, el Estado puede realizar subsidiariamente actividad empresarial, directa o indirecta, por razón de alto interés público o de manifiesta conveniencia nacional. La actividad empresarial, pública o no pública, recibe el mismo tratamiento legal. (Congreso de la República del Perú, 1993)



2.2.2. LEY N° 26305 - LEY NACIONAL DE LA APICULTURA Y LA ACTIVIDAD AGROINDUSTRIAL DE LOS PRODUCTOS APÍCOLAS

Artículo 1°. - Declárese de interés nacional a la Apicultura y la actividad agro-industrial de los productos apícolas por su importancia económica, social y ecológica, debiendo protegerse a la abeja doméstica -abeja apis mellífera- y a las especies de abejas nativas como insectos útiles, así como a la flora apícola como riqueza nacional evitando su tala indiscriminada y propiciando su reforestación.

Artículo 2°. - Encárguese al Ministerio de Agricultura la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo Apícola, en coordinación con los demás organismos e instituciones del sector.

Artículo 3°. - Autorícese al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual -INDECOPI-, para elaborar y dictar las Normas Técnicas de Certificación y Control de Calidad de los productos y subproductos apícolas; además, establecer las sanciones a los que los adulteren y/o confundan, en perjuicio de los consumidores. (Congreso de la Republica del Perú, 1994)

2.2.3. LEY N° 28015 LEY DE PROMOCION Y FORMALIZACION DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

Artículo 1°. - Objeto de la Ley La presente Ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.

Artículo 2°. - Definición de la Micro y Pequeña Empresa La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de



servicios. Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante de tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas. (Congreso de la Republica del Perú, 2003)

2.2.4. LEY N° 27037 LEY DE PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN EN LA AMAZONÍA

Artículo 1o.- Objeto de la Ley La presente Ley tiene por objeto promover el desarrollo sostenible e integral de la Amazonía, estableciendo las condiciones para la inversión pública y la promoción de la inversión privada.

Artículo 13o.- Impuesto General a las Ventas 13.1 Los contribuyentes ubicados en la Amazonía gozarán de la exoneración del Impuesto General a las Ventas, por las siguientes operaciones. a) La venta de bienes que se efectúe en la zona para su consumo en la misma; b) Los servicios que se presten en la zona; y, c) Los contratos de construcción o la primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos en dicha zona. Los contribuyentes aplicarán el Impuesto General a las Ventas en todas sus operaciones fuera del ámbito indicado en el párrafo anterior, de acuerdo a las normas generales del señalado impuesto.

Artículo 16o.- Declaración e Información Tributaria Las declaraciones de información de carácter tributario que deberán presentar los contribuyentes de la Amazonía, se efectuarán en la forma, condiciones y oportunidad que establezca la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (Perú, 1998)

2.2.5. TEXTO UNICO ORDENADO DE LA LEY DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS E IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO DECRETO SUPREMO N° 055-99-EF

APENDICE I - OPERACIONES EXONERADAS DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS



Correlación ley amazonia - arancel de aduanas 2022 / Correlación teórica NABANDINA - Arancel 2022.

NABANDIN A PECO	ARANCE L 2022	A V	PRODUCTO
84280300	843680100 0	0	MAQUINAS Y APARATOS PARA LA APICULTURA
84289000	852411009 0	0	PTES.Y PZAS.P.MAQ.P.AGRICULTURA,APICULTURA,HORT ICU
84289000	852412009 0	0	PTES.Y PZAS.P.MAQ.P.AGRICULTURA,APICULTURA,HORT ICU
84289000	852419009 0	0	PTES.Y PZAS.P.MAQ.P.AGRICULTURA,APICULTURA,HORT ICU
84289000	852491009 0	0	PTES.Y PZAS.P.MAQ.P.AGRICULTURA,APICULTURA,HORT ICU
84289000	852492009 0	0	PTES.Y PZAS.P.MAQ.P.AGRICULTURA,APICULTURA,HORT ICU



84289000	852499009	0	0	PTES.Y PZAS.P.MAQ.P.AGRICULTURA,APICULTURA,HORT ICU
84289000	852990909	0	0	PTES.Y PZAS.P.MAQ.P.AGRICULTURA,APICULTURA,HORT ICU

(Republica, 1999)

2.2.6. DECRETO LEGISLATIVO N° 1270 QUE MODIFICA EL TEXTO DEL NUEVO RÉGIMEN ÚNICO SIMPLIFICADO Y CÓDIGO TRIBUTARIO

Artículo 4°. - Impuestos comprendidos: El presente Régimen comprende el Impuesto a la Renta, el Impuesto General a las Ventas y el Impuesto de Promoción Municipal que deban pagar en su calidad de contribuyentes los sujetos mencionados en el artículo 2° que opten por acogerse al presente Régimen.

Artículo 7°. – Categorización: Los sujetos que deseen acogerse al presente Régimen deberán ubicarse en alguna de las categorías que se establecen en la siguiente Tabla:

CATEGORÍAS	PARÁMETROS	
	Total Ingresos Brutos Mensuales (Hasta S/)	Total Adquisiciones Mensuales (Hasta S/)
1	5,000	5,000
2	8,000	8,000

Sin embargo, los siguientes sujetos podrán ubicarse en una categoría denominada “Categoría Especial”, siempre que el total de sus ingresos brutos y de sus adquisiciones anuales no exceda, cada uno, de S/ 60,000.00 (sesenta mil y 00/100 Soles):



Los sujetos que se acojan al presente Régimen y no se ubiquen en categoría alguna, se encontrarán comprendidos en la categoría 2 hasta el mes en que comuniquen la que le corresponde, inclusive.

Artículo 8°. - Tabla de cuotas mensuales: Los sujetos del presente Régimen abonarán una cuota mensual cuyo importe se determinará aplicando la siguiente Tabla:

CATEGORÍAS	CUOTA MENSUAL
	(S/)
1	20
2	50

Artículo 16.- Comprobantes de pago que deben emitir los sujetos del Nuevo RUS: Los sujetos del presente Régimen solo deberán emitir y entregar por las operaciones comprendidas en el presente Régimen, comprobantes de pago que no permitan ejercer el derecho al crédito fiscal ni ser utilizados para sustentar gasto y/o costo para efectos tributarios, u otros documentos que expresamente les autorice el Reglamento de Comprobantes de pago aprobado por SUNAT.

En tal sentido, están prohibidos de emitir y/o entregar, por las operaciones comprendidas en el presente Régimen, comprobantes de pago que permitan ejercer el derecho al crédito fiscal o ser utilizados para sustentar gasto y/o costo para efectos tributarios, según lo establecido en el Reglamento de Comprobantes de Pago aprobado por la SUNAT. La emisión de cualquiera de dichos comprobantes de pago determinará la inclusión inmediata del sujeto en el Régimen MYPE Tributario o Régimen General, según corresponda. Asimismo, estos comprobantes de pago no se admitirán para efecto de determinar el crédito fiscal del IGV ni como costo o gasto para efecto del Impuesto a la Renta por parte de los sujetos del Régimen General o del Régimen MYPE Tributario que los obtuvieron.

La inclusión en el Régimen MYPE Tributario o en el Régimen General, según corresponda, operará a partir del mes de emisión del primer comprobante no autorizado. De no poderse



determinar la fecha de emisión del primer comprobante no autorizado, la inclusión en el Régimen MYPE Tributario o en el Régimen General, según corresponda, será a partir del mes en que sea detectado por la Administración Tributaria. El sujeto incluido en el Régimen MYPE Tributario o Régimen General, deberá efectuar el pago de los impuestos que correspondan al íntegro de sus operaciones conforme al Régimen MYPE Tributario o Régimen General, según corresponda.

(Congreso de la República del Perú, 2016)

2.2.7. RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 0143-95-AG REGLAMENTO DE LA LEY N°26305 DE LA APICULTURA NACIONAL

Artículo 1°. El presente Reglamento establece las normas generales para la aplicación de la Ley N° 26305 de la Apicultura Nacional, que declara de interés nacional a la apicultura y a la actividad agroindustrial de los productos apícolas por su importancia económica, social y ecológica; debiendo protegerse a la abeja doméstica *Apis mellífera* y a las especies de abejas nativas como insectos útiles, así como a la flora melífera como riqueza nacional evitando su destrucción y/o tala indiscriminada y propiciando su reforestación.

Artículo 2°. La apicultura es una actividad económica que está inmersa en el campo agroindustrial, que contribuye al desarrollo agrario y a la protección del medio ambiente.

Artículo 3°. Son propósitos de la actividad apícola los siguientes:

- a) Proteger a la abeja *Apis mellífera* y a las especies de abejas nativas, propiciando la crianza tecnificada de la primera.
- b) Fomentar la alta calidad y pureza de los productos y subproductos apícolas.
- c) Incentivar a la población al consumo de los productos y subproductos apícolas, a fin de contribuir a elevar su calidad nutricional.
- d) Apoyar el desarrollo de la actividad agrícola a través de la polinización y protección del equilibrio ecológico.



e) Promover la capacitación e investigación permanente de la apicultura por intermedio de organismos directamente involucrados.

f) Contribuir y propiciar el manejo sostenido de los recursos forestales, acorde a la normatividad forestal vigente.

Artículo 18°. Las Asociaciones de Apicultores, en coordinación con las autoridades locales, propiciarán la venta directa de los productos y subproductos apícolas a los consumidores a través de:

a) Exposiciones y Ferias Apícolas y mediante el denominado Festival Nacional de la Miel, evento oficial de la Asociación de Apicultores del Perú.

b) Establecimientos de comercialización de las Asociaciones de Apicultores

Artículo 20°. Los apicultores podrán organizarse libremente en Asociaciones Provinciales, Departamentales o Regionales; las mismas que podrán conformar voluntariamente la "Asociación de Apicultores del Perú", Estas Asociaciones deberán contar con sus Estatutos y/o Reglamentos respectivos. (Ministerio de Agricultura, 1995)

2.2.8. RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 0125-2015-MINAGRI - EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO APÍCOLA (PNDA) 2015-2025

Visión del Plan: "La apicultura peruana es una actividad organizada y competitiva, reconocida y valorada en el Perú y el mundo por su contribución a la conservación del equilibrio medioambiental, la generación de alimentos de alta calidad, la producción de insumos para la industria y la mejora del nivel de vida de los apicultores y de la sociedad".

Misión del Plan: "Promover el crecimiento y desarrollo organizado, competitivo y sostenible de la apicultura nacional; basado en una perspectiva económica, social y ambiental; fortaleciendo las capacidades, la investigación, la extensión y buscando diversificar la oferta de productos diferenciados a través de la participación de las instituciones públicas y privadas".



Objetivo General: "Fomentar la competitividad de la cadena productiva del sector apícola a través de la calidad e inocuidad de sus productos, desarrollo tecnológico y científico, incremento de la productividad y reforzamiento institucional aumentando el valor agregado con productos diferenciados y un adecuado financiamiento.

Diagnóstico interno

Número de colmenas en producción, puesto y porcentaje por departamento

Departamento	Colmenas en producción	Puesto	%
Amazonas	3 946	17	2
Ancash	13 926	7	6
Apurímac	15 614	5	7
Arequipa	5 894	16	3
Ayacucho	13 050	8	6
Cajamarca	15 491	6	7
Callao	5	25	0.002
Cusco	23 426	1	11
Huancavelica	8 129	12	4
Huánuco	7 077	13	3
Ica	6 790	14	3
Junín	19 874	3	9
La Libertad	21 136	2	10
Lambayeque	9 470	10	4
Lima	16 805	4	8
Loreto	1 373	20	1
Madre de Dios	241	24	0.1
Moquegua	1 540	18	1
Pasco	8 959	11	4
Piura	11 809	9	6
Puno	737	22	0.3
San Martín	6 071	15	3
Tacna	1 531	19	1
Tumbes	367	23	0.2
Ucayali	1 015	21	0.5
Total	214 276	100	

Fuente: CENAGRO 2012. MINAGRI-INEI.

Producción nacional

La apicultura en el Perú, en la mayoría de casos, es una actividad complementaria a la actividad agrícola principal, constituyéndose en una fuente secundaria de ingresos para las familias del ámbito rural. De acuerdo a las estadísticas oficiales con las que cuenta el Perú, las cuales corresponden al Censo Nacional Agropecuario - CENAGRO del año 2012, existen 252 29



colmenas instaladas, 214 276 colmenas en producción (85% del total) y 41 327 apicultores. Asimismo, según este censo, los departamentos con mayor cantidad de colmenas y producción de miel son Cusco (11 %), La Libertad (10%), Junín (9%), Lima (8%) y Apurímac (7%), tal como se aprecia en el siguiente cuadro:

- Características del apicultor peruano

Para obtener un perfil del apicultor peruano, el MINAGRI en el año 2011 encuestó a 380 apicultores y/o técnicos especialistas en apicultura en 12 regiones del país con el objeto de obtener un perfil del apicultor peruano. Se realizó con ayuda de las Direcciones Regionales de Agricultura de Apurímac, Arequipa, Ayacucho, Cusco, Huancavelica, Huánuco, la, Junín, La Libertad, Lambayeque y Madre de Dios. El 63% de los apicultores tienen grado de instrucción primaria y secundaria; y el 37% tiene instrucción superior completa o incompleta. Un 20% inició la cría de abejas mediante alguna formación académica, el 37% lo hizo por tradición familiar, un 32% de los vecinos y el 11 % por autoaprendizaje y/o vocación.

En cuanto a los años de dedicación a la apicultura el 86% tiene menos de 20 años en la actividad apícola, de los cuales el 5% de los apicultores la tienen como actividad única, el 78% se dedica también a otras actividades agropecuarias (como agricultor y/o ganadero) y el 17% realizan otras actividades en los que destacan profesores, comerciantes, empleados, etc. Entre los beneficios que persiguen con la actividad apícola, el 62% busca un incremento en sus ingresos, el 21 % lo realiza para el autoconsumo, el 14% para un aumento de la producción de los cultivos y un 2% como una afición. (Ministerio de Agricultura y Riego MINAGRI, 2015)

2.2.9. INFORME N° 240-2003-SUNAT/2B0000

ANÁLISIS: Mediante la Ley de Promoción del Sector Agrario se declara de interés prioritario la inversión y desarrollo del sector agrario, señalándose en su artículo 2° que están comprendidas en



los alcances de la misma, entre otras, las personas naturales o jurídicas que desarrollen cultivos y/o crianzas, con excepción de la industria forestal.

De otro lado, la Primera Disposición Transitoria y Final de la citada Ley estableció que, por decreto supremo refrendado por los ministros de Agricultura, Economía y Finanzas, Trabajo y Promoción Social y Salud se dictarían las medidas reglamentarias y complementarias para la aplicación de la misma, así como las normas de simplificación de los registros correspondientes. Agregaba que se mantenían vigentes las normas reglamentarias del Decreto Legislativo N° 885 y modificatorias, en tanto no se opongan a lo establecido en esta Ley y no se publicara el Reglamento correspondiente.

Ahora bien, con el Decreto Supremo N° 008-99-AG se dictaron las normas reglamentarias para la aplicación de los beneficios tributarios en favor del Sector Agrario, precisando en su artículo 1° que las personas naturales o jurídicas que desarrollan actividades de cultivo y/o crianzas están comprendidas en los alcances del Decreto Legislativo N° 885, cuando adicionalmente a las referidas actividades, efectúen los procesos primarios que dicha norma detalla, siempre que los productos se comercialicen en su estado natural. Dicho dispositivo excluyó expresamente la elaboración de vinos, piscos y sidras; sin hacer distinción respecto a si dicha elaboración se lleva a cabo en el mismo lugar de cultivo de las uvas o no.

Como puede apreciarse, no se encuentran considerados como beneficiarios de la Ley de Promoción del Sector Agrario, por los ejercicios 2001 y 2002, los contribuyentes que se dediquen a la elaboración de vinos; aún la referida elaboración sea llevada a cabo en el mismo lugar de cultivo de las uvas (comprendida en la CIU 0113).

Respecto a la segunda consulta, entendemos que la misma está referida a determinar si en virtud a lo establecido en el artículo 3° del Reglamento de la Ley N° 27360, la SUNAT puede desconocer a un beneficiario o requiere, previamente, el pronunciamiento del Ministerio de Agricultura.



Sobre el particular, cabe indicar que el segundo párrafo del artículo 3° del Reglamento de la Ley N° 27360 dispone que, para la fiscalización correspondiente, la SUNAT podrá solicitar al Ministerio de Agricultura la calificación técnica respectiva, referida a las actividades que desarrollan los beneficiarios, la misma que será remitida dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes de efectuada la solicitud.

De la norma glosada en los párrafos precedentes fluye que la Administración Tributaria, dentro del control tributario que realiza, tiene expedita la facultad (no la obligación) de recurrir al Ministerio de Agricultura a fin de solicitar la calificación técnica respecto de determinada actividad que desarrollan los beneficiarios, la cual entendemos se efectuará atendiendo a las particularidades de cada caso. (Tributaria, 2003)

2.3. BASES TEÓRICAS

2.3.1. FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL

La formalización empresarial es el proceso que llevan a cabo las empresas para incorporarse a la economía formal. Presenta diversas dimensiones:

- Registro y concesión de licencias por parte de las autoridades nacionales, provinciales y municipales;
- Acceso a la seguridad social para el propietario de la empresa y sus empleados.
- Cumplimiento del ordenamiento legal vigente, entre otras cosas en materia de impuestos, cotizaciones a la seguridad social y legislación laboral.

La formalización es un proceso gradual. Un empresario podrá, por ejemplo, contar con una licencia municipal de funcionamiento para llevar a cabo sus actividades desde su ubicación sin haberse registrado en la agencia tributaria, la oficina de empleo y la seguridad social.

Para los gobiernos y la sociedad, la formalización de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas guarda una estrecha correlación con un entorno empresarial propicio, el



crecimiento económico y la mejora de las condiciones de trabajo. También permite incrementar los ingresos fiscales que, a su vez, son necesarios para proporcionar bienes y servicios públicos. Las empresas formales se benefician de los procesos de formalización, porque con ellos se reduce la competencia desleal que representan las empresas informales. Las empresas formalizadas tienen acceso a financiación, servicios y tecnologías de desarrollo empresarial, y se exponen en menor medida a sanciones gubernamentales. También pueden participar en licitaciones públicas o actuar en calidad de proveedoras o minoristas de empresas más grandes.

Es una acción a favor, un cambio de actitud, salir de la informalidad para someterse a los procedimientos, normas y reglas que se han previsto en nuestro sistema jurídico, para que, por un lado, cese el estado de contingencia a estar expuesto a diversas sanciones administrativas y/o penales, de corresponder y, por el otro, pueda acceder a diversos beneficios tributarios, acceso a la seguridad social de los trabajadores, entre otros. (IAT, 2016)

2.3.2. FORMALIZACIÓN LEGAL

Las formas jurídicas que establece la Ley General de Sociedades N° 26887 son:

- a) Sociedad anónima (S.A.)
- b) Sociedad anónima cerrada (S.A.C.)
- c) Empresario individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L.)
- d) Sociedad anónima abierta (S.A.A.)
- e) Sociedad comercial de responsabilidad limitada (S.R.L.) (Congreso de la República, 1997)

Los interesados en constituirse como **personal natural con negocio** comprometerán su patrimonio personal en el negocio.

Los trámites que deben realizar son los siguientes:

- Tramitar el Registro Único del Contribuyentes (RUC) en la SUNAT. (Incluye selección de régimen tributario y solicitud de emisión de tickets, boletas y/o facturas)



- Inscribir a los trabajadores en ESSALUD.
- Solicitar permiso, autorización o registro especial ante el ministerio respectivo en caso lo requiera su actividad económica.
- Obtener la autorización del Libro de Planillas ante el ministerio de trabajo y promoción del empleo.
- Tramitar la licencia municipal de funcionamiento ante el municipio donde estará ubicado tu negocio.
- Legalizar los libros contables ante notario público. (Dependiendo del tipo de régimen tributario).

En el caso de los interesados en constituirse como **persona jurídica**, la empresa responderá por sus deudas y obligaciones, sin comprometer su patrimonio personal. Los trámites que deben realizar son los siguientes:

- Elaborar la Minuta de Constitución.
- Escritura Pública.
- Inscripción en los Registros Públicos.
- Tramitar el Registro Único del Contribuyentes (RUC) en la SUNAT (Incluye selección de régimen tributario y solicitud de emisión de tickets, boletas y/o facturas).
- Inscribir a los trabajadores en ESSALUD.
- Solicitar permiso, autorización o registro especial ante el ministerio respectivo en caso lo requiera su actividad económica.
- Obtener la autorización del Libro de Planillas ante el MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO.
- Tramitar la licencia municipal de funcionamiento ante el municipio donde estará ubicado tu negocio.



- Legalizar los libros contables ante notario público. Dependiendo del tipo de régimen tributario. (Ministerio de trabajo y Promoción del empleo, 2018)

2.3.3. REGÍMENES TRIBUTARIOS

Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)

Este es un régimen tributario está dirigido a las actividades de comercio y/o industria, como la venta de bienes que se adquieren, produzcan o manufacturen, así como recursos naturales que extraigan, incluidos la cría y el cultivo. Además, actividades de servicio, es decir, cualquier actividad no señalada anteriormente o que sólo se lleve a cabo con mano de obra. (SUNAT, 2021)

Régimen MYPE Tributario (RMT)

Como su nombre lo indica está pensado en la micro y pequeña empresa, cuyos requisitos son: límite de ingresos al año: Ingresos netos que no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior), límite de compras al año: Sin límite, tipo de Comprobantes a emitir todo tipo de comprobante de pago como factura, boleta de venta y otros. Valor de activos fijos: Sin límite, Trabajadores: Sin límite (SUNAT, 2021)

Régimen General (RG)

En este régimen se pueden ubicar todas las personas con negocios y personas jurídicas que desarrollan actividades empresariales, cuyos requisitos son : no tiene límites de ingresos o compras al año, el tipo de comprobantes a emitir es factura, boleta, tickets, liquidación de compra, nota de crédito, nota de débito, guías de remisión remitente y guías de remisión transportista, no tiene límites de Valor de activos fijos, ni número de trabajadores, los libros y Registros Contables que utilizan son registro de Compras, Registro de Ventas, Libro Diario de Formato Simplificado. (SUNAT, 2021)

2.3.4. NUEVO REGIMEN ÚNICO SIMPLIFICADO – NRUS

- a. Acogimiento a este régimen:



- Las personas naturales y sucesiones indivisas que tienen un pequeño negocio cuyos clientes son consumidores finales.
- Quienes desarrollan un oficio, tales como un gasfitero, pintor, carpintero, entre otros, siempre que no se trate de una carrera profesional universitaria.

El NRUS no permite la emisión de facturas, únicamente puede emitir boletas de venta y tickets.

b. Actividades que no se puede realizar en el Nuevo RUS:

El NRUS no permite realizar las siguientes actividades:

- Transporte de carga de mercancías en vehículos con capacidad de carga mayor o igual a 2 TM (dos toneladas métricas).
- Servicios de transporte terrestre nacional o internacional de pasajeros.
- Organizar espectáculos públicos.
- Negocios de casinos, máquinas tragamonedas y/u otros de naturaleza similar.
- Agencias de viaje, propaganda y/o publicidad.
- Realicen venta de inmuebles.
- Entreguen bienes en consignación.
- Sean notarios, martilleros, comisionistas y/o rematadores; agentes corredores de productos, de bolsa de valores y/u operadores especiales que realizan actividades en la Bolsa de Productos; agentes de aduana; los intermediarios y/o auxiliares de seguros.
- Desarrollen actividades de comercialización de combustibles líquidos y otros productos derivados de los hidrocarburos, de acuerdo con el Reglamento para la Comercialización de Combustibles Líquidos y otros productos derivados de los Hidrocarburos.
- Presten servicios de depósitos aduaneros y terminales de almacenamiento.
- Realicen alguna de las operaciones gravadas con el Impuesto Selectivo al Consumo.
- Realicen operaciones afectas al Impuesto a la Venta del Arroz Pilado.



c. Límites Nuevo RUS

Podrá estar en el Nuevo RUS si no superas los siguientes límites:

- Monto de ingreso bruto no mayor a S/ 96,000 en el año.
- Realizar actividades en un solo establecimiento o sede productiva.
- Valor de activos fijos, con excepción de predios y vehículos, no mayor a S/ 70,000.
- El monto anual de adquisiciones no supere los S/ 96,000.

Si ha superado cualquiera de los límites indicados tendrá que escoger un Régimen Tributario distinto al Nuevo RUS.

d. Declaración y pago en el Nuevo RUS

Existen dos categorías en el Nuevo RUS:

Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS			
¿Cuánto pagar?	Categoría	Ventas o compras mensuales en soles hasta:	Cuota mensual en soles:
	1	s/ 5,000	s/ 20
	2	s/ 8,000	s/ 50

IMPORTANTE: Si en cualquier mes, supera los S/ 8,000 soles, sea en las ventas, en las compras o en ambos, entonces deberá de ubicarte en un régimen tributario diferente al NRUS. Podría interesarle el Régimen Especial de Renta, el cual es un régimen bastante sencillo.

e. Formas de declaración y pago

- A través de internet: A través de internet: Ingresa a SUNAT virtual (www.sunat.gob.pe) ubica la sección Operaciones en Línea SOL/Nueva plataforma, e ingresa con tu Usuario y Clave SOL.



- A través de tu celular utilizando su billetera electrónica BIM marcando el *838#

Paso 1: Marca el *838# y si es la primera vez que ingresa deberá afiliarse. Tenga a la mano su DNI, deberá ingresar algunos datos de este, luego ingrese la información adicional que le solicite el sistema hasta culminar tu afiliación.

Paso 2: Tendrá que recargar su billetera electrónica BIM, para lo cual deberá volver a marcar el *838# Opción 2 – “Recarga un Celular”.

Paso 3: Una vez que ya tiene recargada su billetera electrónica escoja la Opción 3 – “Paga Servicios” y luego Opción 1 – “SUNAT (Nuevo RUS)”. Posteriormente le solicitará la información referida a su declaración y pago la cual deberá llenar para obtener su constancia.

IMPORTANTE: Los datos que ingresará son reservados y en ningún caso serán almacenados por SUNAT.

- A través de las entidades bancarias mediante utilizando la “Guía Pago Fácil”:
- Banco de la Nación
- Interbank
- BCP (solo en Agentes BCP)
- BBVA Continental - Scotiabank - BanBif
- Agentes MultiRed del Banco de la Nación
- Agentes express de BBVA Continental.

a. Fecha de plazo para declaración y pago

Las declaraciones y pagos se realizan de acuerdo con el cronograma de vencimientos mensuales, según el último dígito del RUC. El cronograma lo puede encontrar ingresando a la página de SUNAT Virtual (www.sunat.gob.pe).

b. Comprobantes de pago en el nuevo RUS

- Documentos para solicitar a los proveedores al comprar productos para mi negocio



Al comprar debes exigir cualquier de los siguientes comprobantes de pago: factura y tickets donde se consigne tu número de RUC, nombre y se discrimine el monto del impuesto

- Documentos para entregar a los clientes al realizar las ventas

Al vender debe entregar cualquiera de los siguientes comprobantes de pago: boletas de venta, o tickets. Cuando se emita estos documentos no se deberá discriminar impuesto alguno que grave sus operaciones.

En este régimen no es posible emitir Facturas, Liquidaciones de Compra u otros documentos que sustenten el crédito fiscal, costo o gasto. Sin embargo, ya pueden emitir Boletas de Venta Electrónicas.

IMPORTANTE: No es obligatorio emitir boletas de venta o tickets por ventas menores a S/ 5, salvo que el comprador lo exija. En estos casos, al final del día, debe emitir una boleta de venta que comprenda el total de sus ventas menores a S/ 5, por las que no se hubiera emitido boleta, conservando el original y la copia para el control de la SUNAT.

c. Obtención de las boletas de venta para la entrega a los clientes

Para solicitar la autorización de impresión de tus comprobantes de pago físicos (Formulario Virtual 816) sigue los siguientes pasos:

- Ingresa con tu Clave SOL, la opción “Trámites y Consultas” del portal de la SUNAT y registra el Formulario Virtual N° 816. El sistema validará si cumples los requisitos y te solicitará identificar la imprenta a la cual encargarás la impresión de tus comprobantes.
- A la imprenta que selecciones, le comunicaremos tu solicitud de impresión a través del Buzón SOL.
- Cuando la imprenta acepte esta solicitud, el sistema generará el número de autorización y te la comunicaremos al Buzón SOL.



IMPORTANTE: *Recuerde solicitar a la imprenta la Factura por el servicio de impresión, ya que esta es una adquisición que deberá incluirla en sus compras del mes.*

d. Obtención de los tickets para la entrega a los clientes

Emitir TICKET es una forma más automatizada de cumplir con entregar un comprobante de pago a sus clientes, a diferencia de las Boletas de Venta en la que debe llenar el contenido con un lapicero.

IMPORTANTE:

- *Se puede utilizar simultáneamente Boletas de Venta y Tickets.*
- *Los que emitan únicamente Tickets deberán mantener en existencia un mínimo de Boletas de Ventas por si se da algún tipo de inconveniente temporal que les impida emitir tickets (SUNAT, 2021).*

2.3.5. COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es la acción que se realiza entre el comprador y el vendedor, en la cual tanto oferentes como demandantes se ponen de acuerdo en el precio y la cantidad del producto, con la finalidad de satisfacer las necesidades de ambas partes, es decir que el comprador recibe su bien o servicio a cambio de una determinada cantidad de dinero, y el vendedor recibe el dinero a cambio del bien o servicio que ofrece (Bembiere, 2017).

La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman.

Comercializar un producto consiste en encontrar para él la presentación y el acondicionamiento que lo vuelvan atractivo en el mercado; propiciar la red más apropiada de distribución y generar las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal.



(Secretaría de Economía, 2018).

2.3.6. LA APICULTURA

a. La Apicultura

La apicultura en el contexto agrícola y pecuario. Hasta mediados del siglo XVIII, en la mayoría de los países se practicaba una agricultura de subsistencia, hecho que cambió a partir del siglo pasado, bajo la presión del desarrollo demográfico y el aumento de la demanda de alimentos. Esto obligó a rediseñar (sobre todo en los países desarrollados) los sistemas productivos agrícolas y agropecuarios por otros modernos e intensivos y a incorporar nuevas áreas agrícolas, muchas de ellas con cultivos-incluso transgénicos o monocultivos no melíferos en grandes extensiones de terreno- para producir biocombustibles o alimentos. Todos estos son dependientes de plaguicidas que, por paradoja, también en el caso de los cultivos entomófilos, dependen de las abejas como agentes polinizadores. (Verde, 2014)

b. La apicultura como actividad económica

La apicultura es una actividad muy antigua que se ha desarrollado en diferentes partes del mundo. Las culturas europeas utilizaban a la abeja *Apis mellífera*, en cambio en América, las civilizaciones mesoamericanas cultivaron diversas variedades de los géneros *Trigona* y *Melipona*. La producción apícola en nuestro país reviste una singular importancia, ya que, aunque no es una actividad fundamental dentro del sector y no representa el ingreso principal de los apicultores, permite generar una importante cantidad de empleos. (Pedro M. Mondragón Cortez, 2016).

2.3.7. LA MIEL DE ABEJA

a. Definición:

La miel de abeja es la sustancia natural dulce producida por la abeja *Apis mellífera* o por diferentes subespecies, a partir del néctar de las flores y de otras secreciones extra florales que las abejas liban, transportan, transforman, combinan con otras sustancias, deshidratan, concentran y



almacenan en panales. Constituye uno de los alimentos más primitivos que el hombre aprovechó para nutrirse. Su composición es compleja y los carbohidratos representan la mayor proporción, dentro de los que destacan la fructosa y glucosa, pero contiene una gran variedad de sustancias menores dentro de los que destacan las enzimas, aminoácidos, ácidos orgánicos, antioxidantes, vitaminas y minerales. (Pedro M. Mondragón Cortez, 2016).

Miel es el producto alimenticio producido por las abejas melíferas a partir del néctar de las flores o de las secreciones procedentes de partes vivas de las plantas o de excreciones de insectos succionadores de plantas que quedan sobre partes vivas de plantas, que las abejas recogen, transforman, combinan con sustancias específicas propias, almacenan y dejan madurar en los panales de la colmena. El néctar es una solución de azúcares y otros elementos menores que las abejas recogen para fabricar un compuesto que se convierte en miel. Los diferentes tipos de miel contienen diferentes azúcares que cambian según el origen del néctar y de otras sustancias en cantidades mínimas, como las sales minerales, las vitaminas, las proteínas y los aminoácidos (Bradbear, 2016).

b. Calidad de la Miel de abeja

Los parámetros más importantes para evaluar la calidad de la miel son la ausencia de contaminantes (antibióticos, pesticidas y metales pesados) y la frescura de la miel. Los índices más utilizados para medir la frescura de dicho alimento son el 5-hidroximetil furfural (HMF) y la actividad diastática. El HMF es un aldehído cíclico que se origina espontáneamente a partir de la fructosa en un medio ácido y es un proceso lento. Se calcula que el aumento de HMF en mieles es de 1 mg/kg por mes en climas suaves con temperatura máximas de 30°C. Algunas comisiones internacionales establecieron que el contenido máximo de HMF debería ser 40 mg/ kg, con excepciones para mieles de origen tropical, en cuyo caso se admiten 80 mg/kg como máximo. (Pedro M. Mondragón Cortez, 2016)



c. Tipos de Miel

La miel puede ser clasificada según diferentes criterios. Por esta razón, es conveniente siempre hablar de "mieles" antes que de "miel", porque, a pesar de que todas surgen del trabajo de las abejas existen infinidad de variedades y de diferencias entre ellas. De acuerdo con su origen podemos encontrar dos tipos de miel: las de origen vegetal y las de procedencia animal.

Las de origen animal o mielatos son excreciones de insectos, pero no se comercializan porque no reúnen las condiciones necesarias para el consumo humano.

- Mieles de origen vegetal (mieles y meladas). Proviene de flores y árboles, y se las clasifica de la siguiente manera:
 - Mono florales: En estas mieles predomina 51% del néctar de una sola especie de flores, de la que toman el nombre y las principales características. También se cree que sus propiedades medicinales dependen de la flor que la origina.
 - Multiflorales: Son las mieles que provienen del néctar de distintas especies de flores, sin que haya una predominante. En estos casos, se designa según el lugar de recolección (de prado, de bosques, etcétera).
 - Las mieles mono florales más reconocidas y valoradas por sus propiedades medicinales y naturales son:
 - Miel de romero: aconsejable para combatir enfermedades hepáticas, epilepsia, acidez estomacal, reumatismo, cirrosis, gota, estados de debilidad y agotamiento físico o intelectual. Recomendada para mujeres con amenorrea.
 - Miel de azahar de naranjo: con propiedades sedantes, antiespasmódicas y astringentes; resulta óptima para erradicar el insomnio tanto en los niños como en los adultos (Bradbear, 2016).
- Mieles según su origen



- Miel de flores: es la miel que procede principalmente de los néctares de las flores.
- Miel de melada: es la miel que procede principalmente de exudaciones de las partes vivas de las plantas o presentes en ellas. Su color varía de pardo muy claro o verdoso a pardo oscuro.
- Mieles según su obtención
- Miel de panal: es la miel depositada por las abejas en panales de reciente construcción, sin larvas y comercializada en panales enteros operculados o en secciones de los mismos.
- Miel centrifugada: es la miel que se obtiene por centrifugación de los panales desorperculados y sin larvas.
- Miel prensada: es la miel que se obtiene por compresión de los panales sin larvas (Mendizabal, 2017).

2.3.8. LA ACTIVIDAD APICOLA EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE PISPITA ECHARATI

a. Ubicación Geográfica:

La Comunidad Campesina de Pispita está ubicada en el distrito de Echarati de la Provincia de la Convención del departamento del Cusco, a 40 minutos de la ciudad de Quillabamba por la pista principal.

Ilustración 1

Distritos de la provincia de la Convención



b. Población

La Comunidad Campesina de Pispita del Distrito de Echarati, Provincia de la Convención, Cusco cuenta con alrededor de 100 habitantes, de los cuales 20 familias se dedican a la producción y comercialización apícola.

c. Actividad apícola en la Comunidad Campesina de Pispita

La forma en que se inició la apicultura en la Comunidad Campesina de Pispita, Distrito de Echarati, Provincia de La Convención, fue por iniciativa propia, hace aproximadamente alrededor de 70 años dentro de sus principales características tal vez entre las más relevantes, es la fuerza de trabajo la cual es la familiar y es de donde proviene la mano de obra, ya que los productores en su mayoría no usan mano de obra extra para la producción apícola.

Los apicultores tienen un promedio de colmenas que varía entre 15 y 25, la actividad de la apicultura posee una ventaja por la zona climática que facilita el proceso de polinización en las abejas. La producción, en su mayoría, está orientada hacia el mercado local. Sus zonas de producción están ubicadas en zonas que van desde los 500 m² de área, debido a la biodiversidad florística propio del lugar, le otorga una característica particular: la pluralidad, es así como



podemos visualizar la calidad de la miel de abeja por su color, sabor, aroma, etc. tanto como en los apicultores, pues se trata de rasgos culturales que van marcando su cosmovisión, y, estas, a su vez, sus formas organizativas.

2.3.9. PRODUCTO

Es el medio del que dispone la empresa, o cualquier organización humana, para satisfacer las necesidades de los consumidores. Desde una perspectiva de marketing el producto es “todo aquello que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición o consumo, y que satisface un deseo o una necesidad (Kotler, 2016).

Ciclo De Vida Del Producto: Se define como el tiempo de existencia y las etapas de evolución que caracterizan el desarrollo de un producto en el mercado, desde que es lanzado hasta que se abandona su comercialización. El ciclo de vida del producto es el curso que las ventas y utilidades de un producto siguen durante su existencia. Se establece cuatro etapas distintas: introducción, crecimiento, madurez y declive (Kotler, 2016).

2.4. MARCO CONCEPTUAL

a. APICULTURA

La APICULTURA la podemos definir como “el arte de la cría de las abejas” o como “la rama de la ganadería que se ocupa de la cría y explotación de las abejas” con la finalidad:

- Obtener productos útiles al hombre: miel, polen, jalea real, propóleo y veneno.
- Mejorar la producción de sus cultivos, gracias a la labor polinizadora que estos insectos realizan como consecuencia de la recolección de polen (en ciertos cultivos se producen aumentos de producción de hasta un 30%)

No cabe duda, que los insectos son importantísimos para la conservación de los ecosistemas, pues existen plantas que requieren necesariamente de su labor polinizadora para existir, ésta es pues razón de suficiente peso para defender y proteger la práctica de esta actividad ganadera. Y, es aquí



donde hay planteada una batalla aún sin ganar, la sustitución de los productos fitosanitarios tóxicos para estos insectos, y que están haciendo daño a la apicultura en muchas zonas de Canarias, por productos inocuos, de mayor respeto al medio. (Perez, 2019)

b. BIOSEGURIDAD

Conjunto de acciones de prevención y de buenas prácticas de manejo que permitan reducir, controlar y eliminar los factores de riesgo de introducción y difusión de enfermedades, con el fin de tener explotaciones animales sanas tanto en el origen como en el destino de los animales. (Gomez, 2021)

c. COLMENA

Es el lugar donde habitan las abejas, aunque también se suele referir como colmena al conjunto de abejas que habitan un nido. (Batis, 2021)

d. COMERCIALIZAR

El área comercial se ha configurado como una de las funciones más importantes en las empresas, ya que entre sus responsabilidades esta llevar a cabo las actividades necesarias para la venta de productos y servicios, siendo necesario el establecimiento de relaciones fluidas con los clientes, teniendo en cuenta los recursos disponibles.

Por ello, resulta imprescindible realizar una adecuada planificación comercial, que consistirá en el establecimiento de estrategias y acciones a seguir, que orienten la forma de lograr unos objetivos previamente fijados, y en función de un análisis de la situación en la que se desenvuelve la empresa. En la actualidad, el consumidor se ha convertido en el centro de atención, y las empresas deben conocer a fondo sus necesidades, deseos y expectativas, para poder diseñar una oferta que permita satisfacerlo de forma adecuada. Con la implantación de las soluciones, aplicaciones informáticas de gestión de relaciones con el cliente, se facilita este objetivo, aumentando su fidelidad e incrementando las ventas. Desde el departamento comercial, también se diseña, dirige



y controla a la fuerza de ventas. Se establece su organización y estructura, y se selecciona y forma al equipo de ventas.

Por último, se debe tener en cuenta que los vendedores, además de poseer la capacidad de comunicación, argumentación y persuasión para llevar a cabo la venta, son un factor determinante de la imagen que el cliente percibe de la empresa. (García, 2013)

e. COMERCIO

El comercio es una actividad económica en la cual intervienen tanto compradores como vendedores, intercambiando libremente bienes y servicios con dinero, ya que es considerado como todo medio de pago generalmente aceptado, con la finalidad de satisfacer las necesidades tanto de oferentes y demandantes, esta actividad se realiza generalmente dentro de un mercado que es un espacio físico donde pueden intervenir ambos grupos. Estos mercados al igual que cualquier institución actúan de acuerdo con reglamentos previamente elaborados, con la finalidad de tener un buen desarrollo de todas las actividades. (Bembiere, 2017).

f. COMERCIO INFORMAL

El comercio no estructurado o informal incluye a las personas que laboran en micronegocios comerciales asociados a los hogares y los trabajadores vinculados a micro negocios registrados que operan sin un local, es decir, en vía pública, o en pequeños talleres o locales. Existen diversos tipos de comerciantes y vendedores, destacando los ambulantes (Bembiere, 2017).

g. COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es la acción que se realiza entre el comprador y el vendedor, en la cual tanto oferentes como demandantes se ponen de acuerdo en el precio y la cantidad del producto, con la finalidad de satisfacer las necesidades de ambas partes, es decir que el comprador recibe su bien o servicio a cambio de una determinada cantidad de dinero, y el vendedor recibe el dinero a cambio del bien o servicio que ofrece (Bembiere, 2017).



h. CONCIENCIA TRIBUTARIA

Conciencia tributaria, es la capacidad que posee una persona, de interiorizar el cumplimiento voluntario de una obligación tributaria establecida por ley, que no puede ser evitado porque se encuentra intrínsecamente relacionado con otras personas de su comunidad. En otras palabras, hablamos de aquella capacidad de cumplir con una obligación, sin la necesidad de ser coaccionados y forzados, sino por el contrario, motivados por una íntima convicción. (Gálvez Gutiérrez, 2016).

i. CONTRIBUYENTE

Contribuyente es aquél que realiza, o respecto del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria. Los contribuyentes y responsables de declarar y pagar los tributos deben cumplir ciertas obligaciones formales y otras sustanciales ante el Estado Peruano. (SUNAT, 2021)

j. FLORA APÍCOLA

Vegetación espontánea o cultivada de interés apícola por su aportación de néctar o polen. (Batis, 2021).

k. FORMALIZACIÓN

Como sabemos la micro y pequeña empresa (en adelante MYPE) juega un papel preminente en el desarrollo social y económico de nuestro país, al ser la mayor fuente generadora de empleo y agente dinamizador del mercado. En un país, donde la falta de empleo es uno de los problemas más serios, resulta imprescindible reflexionar sobre cuál es el rol promotor que le corresponde al Estado. Nuestra Constitución consagra una Economía Social de Mercado que como subraya el Tribunal Constitucional (en adelante TC) es una condición importante del Estado Social y Democrático de Derecho que debe ser ejercida con responsabilidad social y bajo el presupuesto de los valores constitucionales de libertad y justicia. En este contexto, le corresponde al Estado ejercer su rol promotor del empleo respetando el Principio de Igualdad conforme al cual se debe tratar



igual a los iguales y desigual a los desiguales. Nadie duda que una de las formas que tiene el Estado de promover el empleo es a través de la legislación. (J., 2019).

l. MIEL

La miel es un fluido dulce y viscoso producido por las abejas a partir del néctar de las flores o de secreciones de partes vivas de plantas o de excreciones de insectos chupadores de plantas. Las abejas lo recogen, transforman y combinan con la enzima invertida que contiene la saliva de las abejas y lo almacenan en los panales donde madura. (Batis, 2021)

m. ORGANIZACIÓN

Las Organizaciones centran su interés en el factor humano como elemento fundamental para el logro de los objetivos organizacionales, es así como hoy día, se aplica diferentes enfoques, que tienen en común el protagonismo del trabajador, para lograr los cambios del medio ambiente en la organización, a fin de ajustarse continuamente a las demandas del entorno. (Romero, 2018).

n. OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

La obligación tributaria es un vínculo de carácter personal, que relaciona a un acreedor y a un deudor sometidos ambos a la ley y a la jurisdicción, que nace con la verificación fáctica del presupuesto de hecho previsto en la ley y que se extingue por alguno de los modos previstos en la ley, que ostenta determinadas 56 peculiaridades que el derecho positivo se limita a reconocer, constituyendo la institución o eje central del derecho tributario material. (Pérez, 2017).

o. PRODUCTOR

El productor es toda persona natural o jurídica que elabore, procese, transforme o utilice uno o más bienes, con el propósito de obtener uno o más productos o servicios, destinados al consumo público. Los importadores se reputan productores respecto de los bienes que introduzcan al mercado nacional. (Gómez, 2015)

p. TRIBUTO



Es una prestación de dinero que el Estado exige en el ejercicio de su poder sobre la base de la capacidad contributiva en virtud de una ley, y para cubrir los gastos que le demande el cumplimiento de sus fines. (SUNAT, 2018).

q. TASA

Es el tributo que se paga como consecuencia de la prestación efectiva de un servicio público, individualizado en el contribuyente, por parte del Estado. Por ejemplo, los derechos arancelarios de los Registros Públicos (SUNAT, 2018).

2.5. HIPÓTESIS

No en todas las investigaciones descriptivas se formulan hipótesis (Hernandez Sampieri, 2014). En el presente trabajo de investigación no se considera la formulación de las hipótesis al ser de alcance de estudio descriptivo ya que en el estudio no se trata de medir o pronosticar un hecho o un dato; Siendo el objeto de estudio del presente trabajo de investigación determinar, describir la formalización empresarial e identificar la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020.

2.6. VARIABLES E INDICADORES

2.6.1. VARIABLES

V1: La Formalización Empresarial

V2: La Comercialización

2.6.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
La formalización empresarial	Es una acción a favor, un cambio de actitud, salir de la	La formalización empresarial es	Formalización legal	Constitución de empresas



	<p>informalidad para someterse a los procedimientos, normas y reglas que se han previsto en nuestro sistema jurídico, para que, por un lado, cese el estado de contingencia a estar expuesto a diversas sanciones administrativas y/o penales, de corresponder y, por el otro, pueda acceder a diversos beneficios tributarios, acceso a la seguridad social de los trabajadores, entre otros. (IAT, 2016)</p>	<p>una acción que va de la mano con la legalidad y normatividad vigente del país, así mismo es una oportunidad dentro de un marco legal para un crecimiento empresarial y contribución al país.</p>		<p>Orientación tributaria</p> <hr/> <p>Registro ante SUNAT - Inscripción al RUC</p> <hr/> <p>Acogimiento al Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)</p> <hr/> <p>Autorización de emisión de comprobantes de pago.</p> <hr/> <p>Pago de Impuestos</p>
<p>La Comercialización</p>	<p>Comercializar se centra en poner a disposición del mercado un producto o servicio dotado de características comerciales para su venta y distribución para que sea accesible a todo el cliente interesado. La comercialización incluye estrategias, técnicas y decisiones que permitan captar clientes, mayores ventas y</p>	<p>La comercialización es la acción entre compra y venta de un producto o servicio con el propósito de satisfacer las necesidades de ambas partes</p>	<p>Producto</p>	<p>Presentación y/o empaque</p> <hr/> <p>Lugares de venta</p>



	cumplir el objetivo organizacional de obtener una mayor rentabilidad a largo plazo. (Caurin, 2018)			
--	--	--	--	--



CAPÍTULO III

MÉTODO

3.1. ALCANCE DEL ESTUDIO

La Investigación realizada es de un alcance descriptivo ya que describe variables para un grupo o población. Consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren. (Hernandez Sampieri, 2014).

Esta investigación es descriptiva porque tiene como prioridad describir la situación real de La formalización empresarial y comercialización, su función principal fue profundizar, describir el perfil de los apicultores de La Comunidad Campesina De Pispita Echarati, Provincia De La Convención, Cusco.

3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la presente investigación es no experimental, porque la investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural. (Hernandez Sampieri, 2014)



Se investiga a los apicultores de La Comunidad Campesina De Pispita Echarati, Provincia De La Convención, Cusco en su ambiente natural, es decir; sin que el investigador altere el objeto de investigación para después obtener los resultados interpretables.

3.3. POBLACIÓN

La población es de tipo accesible, comprende 22 productores apícolas de la Comunidad Campesina de Pispita Echarati, provincia de la Convención, Cusco.

3.4. MUESTRA

La muestra es de tipo censal es decir que está constituida por el total de elementos que conforman la población.

La muestra censal supone la obtención de datos de todas las unidades del universo acerca de las cuestiones, bloques, que constituyen el objeto del censo. Los datos se recogen en una muestra que representa el total del universo, dado que la población es pequeña y finita. (Zarcovich, 2015)

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

Recolectar datos implica tres actividades estrechamente vinculadas entre sí, seleccionar un instrumento de recolección de los datos, aplicar ese instrumento y preparar observaciones, registros y mediciones obtenidas. (Hernandez Sampieri, 2014).

3.5.1. Técnicas

Las técnicas que se utiliza para la recolección y tratamiento de la información son las siguientes:

- Encuesta
- Observación

3.5.2. Instrumentos

- Cuestionario
- Ficha de Observación



3.6. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

Los instrumentos utilizados son validados por juicio de expertos porque poseen validez por el grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide, así mismo posee confiabilidad ya que el instrumento produce resultados consistentes y coherentes.

Los instrumentos utilizados son una encuesta y una ficha de observación.

3.7. PLAN DE ANÁLISIS DE DATOS

Una vez finalizada la fase de recolección de datos, se procede a la codificación de los mismos, para todo ello se utiliza el programa Microsoft Excel, técnicas estadísticas y software SPSS para la presentación de tablas y datos recogidos durante el trabajo de campo.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

4.1.1. Presentación del instrumento

Para describir el proceso de formalización empresarial y la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020, para la variable formalización empresarial se aplica un cuestionario y para la comercialización se aplica una ficha de observación a 22 productores apícolas.

Tabla 2

Distribución de los Ítems del Cuestionario

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems
Formalización empresarial	Formalización legal	Constitución de empresa	1, 2, 3, 4, 5, 6
		Orientación tributaria	7, 8
	Formalización tributaria	Registro ante SUNAT	9, 10, 11
		Acogimiento al NRUS	12, 13, 14, 15
		Emisión de comprobante de pagos	16
	Comercialización	Producto	Empaque
Lugares de venta			22, 23, 24

Para los detalles de las tablas estadísticas se utiliza la siguiente escala de interpretación:

Tabla 3

Descripción de la Baremación y Escala de Interpretación



	No cumple	Si cumple
Formalización empresarial	1 – 1,49	1,5 – 2,0
Comercialización	1 – 1,49	1,5 – 2,0

4.1.2. Fiabilidad del instrumento

Para evaluar la fiabilidad interna del cuestionario utilizada para determinar la formalización empresarial y la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020, se aplica la técnica estadística Índice de Consistencia Interna de Kuder–Richardson (KR20), para lo cual se considera lo siguiente:

- Si el valor de Kuder–Richardson es mayor o igual a 0.8. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.
- Si el valor de Kuder–Richardson es menor a 0.8. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.

Para obtener el coeficiente de Kuder–Richardson, se utiliza el software SPSS, cuyo resultado fue el siguiente:

Tabla 4

Estadísticas de Fiabilidad

	Alfa de Cronbach	N de elementos
Formalización empresarial	0,876	17
Comercialización	0,803	7

Nota. Como se observa, el valor de Alfa de Cronbach es 0,876 para los ítems considerados en la variable formalización empresarial y de 0,803 los ítems considerados en la variable comercialización, por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.



4.2. Datos generales

Tabla 5

Edad de los Encuestados

	f	%
< 40	5	22,7%
40 – 50	8	36,4%
> 50	9	40,9%
Total	22	100%

Nota. En la tabla 4 se observa que, del total de 22 apicultores encuestados, 5 apicultores son menores de 40 años, 8 de ellos tienen entre 40 y 50 años de edad y 9 son mayores a 50 años, bajo este resultado podemos apreciar que la mayoría de los apicultores superan los 50 años de edad esto debido a que los productores apícolas son jefes y padres de familia, y los hijos de los mismos optan por salir de la comunidad y vivir fuera de ella.

Tabla 6

Sexo de los Encuestados

	f	%
Masculino	15	68,2%
Femenino	7	31,8%
Total	22	100%

Nota. En la tabla 5 se puede observar que el 68,2% del 100% de apicultores son del sexo masculino y solo el 31,8% femenino, esto debido a los riesgos y trabajos que conlleva la extracción y cosecha de la miel, como la picadura de las abejas y el mantenimiento de las colmenas.



Tabla 7

Nivel de Educación de los Encuestados

	f	%
Primaria	3	13,6%
Secundaria incompleta	8	36,4%
Secundaria completa	11	50,0%
Total	22	100%

Nota. En la tabla 6 se puede observar en cuanto al nivel de educación que de 22 apicultores 3 poseen primaria completa, 8 secundaria incompleta y 11 con secundaria completa, no se encuentra ningún apicultor con estudios técnicos o educación superior, debido a las oportunidades limitadas en cuanto al acceso a una educación.

4.3. Resultados de la variable Formalización empresarial

Con relación a nuestro primer objetivo específico detallar como es la formalización empresarial en el aspecto legal y tributario de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020. Los resultados se presentan a continuación:

4.3.1. Resultados de la dimensión de la variable Formalización empresarial

Formalización legal

Tabla 8

Ítems del Indicador de la Dimensión Formalización legal

Indicador	Ítems	No		Si	
		f	%	f	%
Constitución de empresa	¿Conoce los requisitos para elaborar una minuta de constitución?	20	90,90%	2	9,10%



¿Es importante la búsqueda y reserva de nombre ante la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos- SUNARP?	20	90,90%	2	9,10%
¿Sabía que la reserva del nombre ante SUNARP tiene un costo de s/ 22.00 soles?	20	90,90%	2	9,10%
¿Para la constitución de una empresa es necesario aportar una cantidad de dinero en una cuenta bancaria o realizar una lista de bienes?	20	90,90%	2	9,10%
¿La elaboración de la escritura pública es un documento que debe tener la firma y sello del notario público para ser válido?	20	90,90%	2	9,10%
¿La inscripción en Registros Públicos - ¿SUNARP, normalmente es realizado por el mismo notario?	20	90,90%	2	9,10%

Nota. En la tabla 7 se puede apreciar que el 90.90% no poseen conocimientos en cuanto a los procedimientos para la constitución de una empresa como los requisitos para elaborar una minuta de constitución, niegan también la importancia de la reserva de nombre de la empresa ante SUNARP y los costos que esta conlleva, asimismo desconocen la documentación y responsabilidad de la escritura pública; esto debido a que los apicultores no cuentan con un buen nivel de educación, además suponen que los tramites son muy complejos y costosos; solo el 9.10% si poseen dichos conocimientos, además reconocen la importancia de reservar un nombre que identifique su producto ya que de esta forma se elevaría el nivel de confianza en el consumidor, llegando así de esta forma a mayores compradores.

Tabla 9

Indicador de la Dimensión Formalización legal

Constitución de la empresa



	F	%
No cumple	20	90,9%
Si cumple	2	9,1%
Total	22	100%

Nota. En la tabla 8 se observa que, de 22 apicultores encuestados, 20 no cumplen con los conocimientos en cuanto a la formalización legal debido a que no hay conciencia de los beneficios que traería a sus ingresos al formalizarse y constituir su empresa; 2 de ellos si poseen conocimientos de la importancia y los beneficios que conlleva la formalización legal.

Formalización tributaria

Tabla 9

Ítems de los Indicadores de la Dimensión Formalización Tributaria

Indicador	Ítems	No		Si	
		f	%	f	%
Orientación tributaria	¿La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria - SUNAT ofrece capacitaciones gratuitas constantemente?	20	90,9%	2	9,1%
	¿Si existiera una oficina de SUNAT dentro de su jurisdicción, asistiría para hacer consultas?	17	77,3%	5	22,7%
Registro ante SUNAT	¿Tiene conocimiento sobre que es el Registro Único del Contribuyente llamado RUC?	18	81,8%	4	18,2%
	¿Con la inscripción al RUC, tendría un acceso mayor a compradores locales y nacionales?	19	86,4%	3	13,6%



	¿Con la inscripción al RUC facilitaría la obtención de préstamos o créditos financieros?	18	81,8%	4	18,2%
	La cantidad de ingresos percibidos mensualmente por la comercialización de miel es menor a S/5000	0	0,0%	22	100,0%
Acogimiento al NRUS	¿Considera que el acogimiento a los regímenes tributarios es solo para empresas grandes?	3	13,6%	19	86,4%
	¿Conoce los pagos de impuestos que se realizan de s/20 soles y s/50 del Nuevo Régimen Único Simplificado?	21	95,5%	1	4,5%
	¿Todas las empresas formalizadas, están en la obligación del manejo de libros contables?	3	13,6%	19	86,4%
Emisión de comprobante de pagos	¿Al otorgar una boleta o ticket a su comprador acredita la entrega del bien vendido?	15	68,2%	7	31,8%
Pago de impuestos	¿El pago de sus impuestos contribuye al desarrollo del país?	18	81,8%	4	18,2%

Nota. En la tabla 9 se observa que en el indicador de orientación tributaria, el 90.9 % de los apicultores desconocen que la SUNAT ofrece capacitaciones gratuitas, esto debido a que en la comunidad campesina de Pispita-Echarati actualmente no existe una oficina de SUNAT que pueda orientarlos a incrementar sus conocimientos en cuantos a temas tributarios y el 22.7% afirman que si existiera una oficina SUNAT dentro de su jurisdicción si asistirían a hacer consultas, se observa de esta manera que hay una predisposición deficiente por parte de los apicultores a absolver sus dudas en cuanto a temas tributarios, debido a que lo consideran complejo y de difícil entendimiento por su condición de nivel de educación. En el indicador de registro ante SUNAT solo el 18.2% de los apicultores conocen la definición del RUC, este conocimiento es básico y general, el 13.6% de apicultores consideran que con la inscripción al RUC podrían llegar a mayores compradores locales y nacionales, ya que brindan mayor formalidad a su negocio y los consumidores tendrán



mayor confianza en su producto y el 18.2% de apicultores considera que tras su inscripción al RUC podrían acceder con mayor facilidad a la obtención de préstamos y créditos financieros, esta respuesta fundamentada en relación a experiencias anteriores de solicitud de préstamos para invertir y hacer mejoras en el negocio de la miel. En el indicador acogimiento al NRUS, se hizo un estudio de los ingresos percibidos donde el 100% señala que sus ingresos mensuales son menores a s/. 5,000.00 soles, esto debido a que la cosecha de miel se realiza de forma trimestral y la venta se distribuye por kilos, el 86.4% señala que los regímenes tributarios son sólo para empresas grandes, existe la creencia que solo las empresas con ingresos altos están facultadas para una formalización tributaria, el 95.5% de los apicultores desconocen la existencia del Nuevo Régimen Único Simplificado y los pagos de una tributación desde 20 soles de forma mensual y que va de acuerdo a sus ingresos, así mismo el 86.4% afirman que todas las empresas tienen la obligación de llevar libros contables, alegando que esta postura es lo que les ha impedido formalizarse desde tiempo atrás, ya que bajo esta premisa para ellos sería difícil tomar los servicios de un profesional en contabilidad además se brinda una explicación de los regímenes tributarios con las respectivas comparativas en cuanto al manejo de la contabilidad tributaria, para absolver estas dudas. En cuanto al indicador de la emisión de comprobantes de pago el 31.8% de apicultores reconocen la importancia de los comprobantes de pago para acreditar el bien vendido, se reconoce que de otorgar comprobantes de pago respaldaría la venta de una miel de calidad. En el indicador de pago de impuestos el 81.8% niegan que el pago de sus impuestos contribuye al desarrollo del país, esto debido a las noticias de actos de corrupción por parte de las autoridades y la ausencia de obras en su jurisdicción.

Tabla 10

Indicadores de la Dimensión Formalización Tributaria



	Orientación tributaria		Registro ante SUNAT		Acogimiento al NRUS		Emisión de comprobante de pago		Pago de impuestos	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
No cumple	16	72,7%	18	81,8%	18	81,8%	15	68,2%	18	81,8%
Cumple	6	27,3%	4	18,2%	4	18,2%	7	31,8%	4	18,2%
	22	100,0%	22	100,0%	22	100,0%	22	100,0%	22	100,0%

Nota. En la tabla 10 de los indicadores de la dimensión de la formalización tributaria, se puede observar que en cuanto al aspecto de orientación tributaria el 72.7% no cumple con los conocimientos básicos, así mismo en los indicadores del registro antes SUNAT, el acogimiento al NRUS y el pago de impuestos solo el 18.2% si cumple con conocimientos básicos y generales; y con relación a la emisión de comprobantes de pago el 31.8% de apicultores si reconocen su importancia, bajo este resultado observamos que la mayoría de apicultores de la comunidad campesina de Pispita-Echarati desconocen la formalización tributaria y los beneficios que esta conlleva.

Tabla 11

Formalización Tributaria

	f	%
No cumple	17	77,3%
Si cumple	5	22,7%
Total	22	100,0%

Nota. En la tabla 11 se muestra que el 77.3% no cumple con conocimientos sobre la formalización tributaria, debido a diferentes factores como la ausencia de una asesoría en el marco tributario, las



especulaciones y creencias que han absorbido desde generaciones pasadas y el desconocimiento de los beneficios que trae la formalización.

Tabla 12

Formalización Empresarial

	F	%
No cumple	20	90,9%
Si cumple	2	9,1%
Total	22	100%

Nota. En la tabla 12 nos muestra el resultado de la encuesta aplicada a 22 apicultores, donde el 90.9% de ellos desconocen los ámbitos de la variable de formalización empresarial y solo 9.1% apicultores si cumplen con conocimientos básicos.

4.4. Resultados de la variable Comercialización

Con relación a nuestro segundo específico, detallar como es la actividad de comercialización de miel en cuanto al producto de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020., se describe la dimensión producto. Los resultados se presentan a continuación:

4.4.1. Resultado de la dimensión de la variable Comercialización

a. Producto

Tabla 13

Ítems de los Indicadores de la Dimensión Producto

Indicador	Ítems	No		Si	
		f	%	f	%



Empaque	Utiliza envases reciclados como botellas para el empaque de su producto	9	40,9%	13	59,1%
	Utiliza envases nuevos de plásticos para el empaque de sus productos	13	59,1%	9	40,9%
	Existe intención para mejorar el empaque	9	40,9%	13	59,1%
	El producto es etiquetado para su venta	22	100,0%	0	0,0%
Lugares de venta	Realiza sus ventas en mercados itinerantes	0	0,0%	22	100,0%
	Realiza sus ventas en bodegas	15	68,2%	7	31,8%
	Realizan sus ventas en supermercados	22	100,0%	0	0,0%

Nota. En la tabla 13 se observa que, en el indicador del producto, el 59.1% de los apicultores utiliza envases reciclados como botellas para el empaque de su producto, siendo un punto débil en cuanto a los protocolos de salubridad, más aún por razón de la pandemia COVID 19 que venimos atravesando, así mismo se puede apreciar en un 100% que los envases utilizados no poseen ningún tipo de etiquetas para su venta y el 40.9% de los apicultores afirman que utilizan envases nuevo de plásticos para el empaque de sus productos de la misma manera el 59.1% tienen la intención de mejorar el empaque de presentación de su producto, los apicultores comprenden bien la importancia de una buena presentación con protocolos de salubridad es por ese motivo que tienen la predisposición a hacer mejorías en la imagen de su producto, de esta forma podría ser más atractivo para el comprador e invitar a comprobar la calidad de su miel de abeja. También podemos observar en cuanto a los lugares de venta en un 100% de los apicultores comercializan la miel de abeja en mercados itinerantes de forma ambulatoria de esta manera comercializando sus productos a disposición del comprador esto debido a que los apicultores carecen de conocimientos básicos de una buena comercialización de su producto sumándoles a todo ello la poca involucración del



municipio de Echarati careciendo de proyectos productivos que promuevan dicha actividad frente a un 68.2% que si realizan sus ventas en bodegas.

Tabla 14

Indicadores de la Dimensión Producto

	Empaque		Lugares de venta	
	f	%	f	%
No cumple	13	60,2%	12	56,1%
Cumple	9	39,8%	10	43,9%
	22	100,0%	22	100,0%

Nota. En la tabla 14 se puede observar que, de 22 apicultores encuestados, 13 no cumplen con una buena presentación de su producto siendo un punto débil en cuanto a los protocolos de salubridad, así mismo se puede apreciar que 12 de los apicultores realizan sus ventas de manera ambulatória en mercados itinerantes frente a 9 de los apicultores que si utilizan envases nuevo de plásticos para el empaque de sus productos de la misma manera tienen la intención de mejorar el empaque de presentación de su producto, es por ese motivo que tienen la predisposición a hacer mejoras en la imagen de su producto que de esta forma es más atractivo para el comprador e invitar a comprobar la calidad de su miel y a la par mejorar la comercialización en bodegas y/o en supermercados.

Tabla 15

Producto

	f	%
No cumple	12	54,5%
Cumple	10	45,5%
Total	22	100,0%



Nota. En la tabla 15 se puede apreciar en cuanto al producto que el 54.5% de los apicultores no cumplen con una buena presentación del producto, con protocolos de salubridad frente a un 45.5% que si utilizan envases nuevos de plásticos para el empaque de sus productos de la misma manera tienen la intención de mejorar la presentación de su producto.

Tabla 16

Comercialización

	F	%
No cumple	12	54,5%
Cumple	10	45,5%
Total	22	100%

Nota. En la tabla 16 se puede observar en cuanto a la comercialización de 22 apicultores 12 de ellos no cumplen con una buena comercialización de su producto ya que lo realizan en mercados itinerantes de forma ambulatoria de esta manera comercializando sus productos a disposición del comprador y 10 de ellos que si cumplen con una buena ya que lo comercializan su producto en bodegas con una buena presentación y protocolos de salubridad.



CAPITULO V

DISCUSIÓN

5.1. Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos

Analizando la formalización legal y Tributaria.

En cuanto a la formalización legal de estos apicultores no se encuentra algún apicultor formalizado cabe resaltar que un 9.10% de los apicultores poseen conocimientos en cuanto a la formalización empresarial en el aspecto legal como: cuales son los pasos para la constitución de una empresa, cuán importante es el registro de la empresa ante la SUNARP y los costos que esta conlleva; esto debido a que los apicultores no cuentan con un buen nivel de educación.

En cuanto a la formalización tributaria las actividades de producción de miel de los apicultores pertenecen la primera categoría del NRUS porque sus ingresos o compras no superan los s/5000.00 cabe resaltar que un 22.7% de los apicultores poseen conocimientos básicos y generales sobre la formalización tributaria (tabla 11) de esta manera se puede apreciar que existe una escasa información en el aspecto tributario, así mismo los apicultores consideran que los procedimientos para la formalización tributaria son muy complejos y están adecuadas solo para las empresas grandes. En la (tabla 10) se observa que un 81.8% de los apicultores no cumplen con conocimientos para el registro ante SUNAT, este resultado nos evidencia que la mayoría de los apicultores no conocen la importancia de las facultades de recaudación de la SUNAT, así mismo desconocen los beneficios como la posibilidad de llegar a mayores compradores locales y nacionales, ya que brindan mayor formalidad de su negocio y así mismo acceder con mayor facilidad a la obtención de préstamos y créditos financieros. En la (tabla 10) se visualiza que solo el 18.2% de los apicultores conocen sobre el acogimiento al Nuevo Régimen único Simplificado, ya que los apicultores consideran que los regímenes actuales son solo para empresas grandes que



llevan una contabilidad completa, y ellos no cuentan con libros contables, sino con otro tipo de registro el cual es un cuaderno de anotes, donde registran sus compras y ventas. En la (tabla 10) el 68.2% no poseen conocimientos en cuanto a la emisión de comprobantes de pago existe ausencia del reconocimiento de la importancia de la emisión ya que esta acredita la entrega del bien vendido, proporcionándole así al consumidor un nivel más alto de confianza.

Analizando el producto

Con respecto a la variable comercialización en cuanto al producto, en la tabla 16 denota que un 45.5% de los apicultores poseen conocimiento sobre la comercialización de la miel, durante años los apicultores han venido desarrollando la venta de la miel en el mercado local de forma ambulatoria o itinerantes y en bodegas utilizan así como empaque envases de plásticos reciclados, botellas y baldes, restando así confiabilidad, calidad y falta de protocolos de salubridad a su producto, asimismo existe una predisposición para mejorar la presentación de su producto ya que es más atractivo para el comprador o consumidor final y así invitar a comprobar la calidad de la miel.

5.2. Limitaciones del Estudio

Existe accesibilidad a la información y no hay factores que impidan el estudio de la investigación por lo que no existen limitaciones en el desarrollo.

5.3. Comparación crítica con la literatura existente

Con referencia a nuestro antecedente internacional titulado *Propuesta de mejoras en los procesos de comercialización, despacho y distribución para una empresa productora y distribuidora de pollos y cárnicos*. Autor: Zurita Cueva José Omar, Sánchez Carrillo Mariel Gabriela y Vargas Jara Jeniffer Del Rocio. (2019) Escuela Superior Politécnica del Litor. Guayaquil Ecuador que Concluye que Mediante las soluciones propuestas para los procesos de comercialización,



despachos y distribución de una empresa productora y distribuidora de cárnicos y pollos se logrará optimizar los procedimientos y recursos inmersos en sus operaciones y a su vez, influirá en la percepción de sus clientes ya que se mejorará la atención que les brindan en la venta de sus productos y servicios. Se realizaron diagramas de flujo de los procesos antes mencionados y, a través de estos, se identificaron las fallas existentes para posteriormente, plantear propuestas de rediseño que permitan a la empresa mejorar continuamente. Esta tesis se relaciona con nuestro trabajo de investigación ya que durante años los apicultores han desarrollado la venta de miel de abeja en el mercado local de forma empírica, poniendo así la miel como un producto que carece de protocolos de salubridad y que no inspira confianza al comprador, sabiendo esto los apicultores están de acuerdo con mejorar la presentación de su producto ya que son conscientes que al hacerlo más atractivo para el comprador o consumidor final les traería beneficios en sus ingresos y a la generarían una invitación a comprobar la calidad de la miel.

Con referencia a nuestro antecedente nacional titulado *La Formalización de las Mypes de fabricación de muebles del parque industrial y su influencia en la rentabilidad del periodo*. Autor: Chambi Gisela V. (2016) de la Universidad Autónoma del Perú que Concluye que Las micro y pequeñas empresas son un alto porcentaje de las empresas totales en todo el Perú, Las Mypes dentro del país cubren gran parte de las actividades económicas. Nos indican que al momento de crear algún negocio siempre se empieza estructurando de una forma pequeña, para que así se vaya desarrollando con el paso de los años y pueda llegar a formar una gran empresa. Esta tesis se relaciona con nuestro trabajo de investigación ya que uno de los objetivos fue detallar la formalización empresarial de los apicultores y se observa que en un 100% de ellos no están formalizados por diferentes factores como un nivel de educación bajo, desconocimiento del ámbito tributario y los beneficios que lleva consigo la formalización de su empresa.



Con referencia a nuestro antecedente local titulado *Formalización De Los Comerciantes En El Mercado Baratillo Del Distrito De Santiago Cusco – Periodo – 2017*. Autor: Amanda Aquino Santa Cruz. Universidad Andina del Cusco que concluye que A partir de la investigación se ha evidenciado que el comercio informal surge como una alternativa de sobrevivir ante el desempleo, la exclusión socio-económica es uno de los problemas con más frecuencia y generalmente es por la falta de recursos económicos y falta de conocimientos y como resultado se concluye que los factores limitantes para la formalización de los comerciantes del mercado Baratillo del Distrito de Santiago Cusco son: El registro, concesión y orientación para la obtención de licencia de funcionamiento por parte de la municipalidad, la situación socioeconómica y la carencia de cultura tributaria de los comerciantes del mercado de baratillo del distrito de Santiago Cusco, conforme se aprecia en el capítulo IV resultados de la investigación. Esta tesis se relaciona con nuestro trabajo de investigación en cuanto a la formalización empresarial de los apicultores, brindándoles así la oportunidad de poder integrar parte del sector de la formalidad, con un régimen adecuado que vaya acorde a sus ingresos de esta forma se logra promover dicha actividad, para así poder fortalecer su desarrollo y alcanzar mayores beneficios en esta importante actividad del sector Agropecuario.

5.4. Implicancias del estudio

Nuestro trabajo de investigación tuvo implicancias desde el punto de vista social y teórico los cuales son:

- En lo social, nuestra investigación contribuye a brindar información acerca de la situación de la formalización empresarial y la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de la Convención, Cusco periodo 2020.



- En lo teórico, los resultados de nuestra investigación aportan información veraz y real sobre la situación de la formalización empresarial y la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de la Convención, Cusco periodo 2020.



CONCLUSIONES

1. El estudio determina que del total de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020, en promedio el 90.9 % de los apicultores no poseen conocimientos en cuanto a la formalización empresarial prueba de ello es que ninguno de los apicultores están formalizados en el aspecto legal y tributario, sumando a esto la poca involucración de sus autoridades careciendo de proyectos productivos que promuevan dicha actividad hacia la formalización, para así poder fortalecer su desarrollo y alcanzar mayores beneficios en esta importante actividad del sector Agropecuario.
2. Al detallar el proceso de la formalización empresarial de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020 en el aspecto legal y tributario; se observa que en el aspecto legal en la tabla 8 el 9.1 % de los apicultores si poseen conocimientos básicos sobre los pasos para la constitución de una empresa, como la importancia del registro de nombre de su empresa ante SUNARP lo cual podría llevarlos a identificar su producto y llegar así mayores compradores. En el aspecto tributario en la tabla 10 se observa que el 81.8% de los apicultores desconocen sobre la formalización tributaria en cuanto al acogimiento al Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS) es así que se brindó una explicación de los regímenes tributarios con las respectivas comparativas en cuanto al manejo de la contabilidad, también podemos resaltar que existe una buena predisposición por parte de los apicultores a absolver sus dudas en cuanto a temas tributarios ya que son conscientes de los beneficios que traería consigo la formalización de su empresa.
3. Al detallar la situación de la comercialización de miel de abeja de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020 en cuanto al producto se observa que en el aspecto del empaque el 59.1% de los apicultores están de



acuerdo con mejorar la presentación de su producto ya que se comprende bien la importancia de una primera impresión al comprador donde la miel sea más atractiva, refleje confiabilidad y calidad. En cuanto a los lugares de venta en la tabla 13 se observa que el 100% de los apicultores realizan sus ventas en mercados itinerantes, esto debido a que los apicultores carecen de conocimientos básicos de una buena comercialización de su producto, frente a un 31.8% que realizan sus ventas en bodegas cabe señalar que los apicultores no manejan un estudio de mercado de lugares fijos donde concentren más ventas.



RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a las autoridades de la Municipalidad de Echarati, establecer proyectos que promuevan la actividad apícola dentro de un marco legal, ya sea brindando charlas o capacitaciones para incentivar en los apicultores constituir su propia empresa, se asesore con el propósito de conocer los requisitos y beneficios para estar formalizados empresarialmente de acuerdo a las leyes establecidas y así ellos puedan cumplir con una formalización empresarial en su totalidad y evitar sanciones para su negocio y puedan abrirse a mayores oportunidades de crecimiento.
2. Se recomienda a los apicultores de la comunidad Campesina de Pispita Echarati tengan como uno de sus objetivos principales a corto plazo la formalización, busquen asesoría y acudan a charlas que la SUNAT ofrece gratuitamente, para poder incrementar su cultura tributaria, esta acción no solo enriquecerá sus conocimientos sino también traerá beneficios pudiendo acceder a mayores compradores y la obtención de créditos financieros cuando deseen invertir para hacer mejoras en la producción de miel de abeja.
3. Los apicultores de la comunidad campesina de Pispita, Echarati provincia de la Convención, deberían optar por cambiar el empaque de su producto a envases más higiénicos como por ejemplo recipientes de vidrios, así mismo incluir una etiqueta donde se resalte el nombre y las bondades del habitat de extracción de la miel de abeja como la riqueza florística y su procesamiento orgánico, si bien es cierto estas acciones demandarían costos adicionales, pero serian rápidamente recuperados, ya que no sólo aumentarían sus ventas en los consumidores directos sino también podrían insertarlos en los supermercados y comercializarlo de una manera más eficiente donde alcance a una mayor red de demanda.



BIBLOGRAFÍA

- Batis, B. V. (2021). La flora medicinal, melífera y ornamental en la agricultura. *Revista Científica Agroecosistemas*.
- Bembiere, C. (2017). *Derecho Comercial*. Lima: ABC.
- Bradbear, N. (2016). *La apicultura y los medios de vida sostenible*. Italia: Food & Agriculture.
- Caurin, j. (2018). *Emprende Pyme*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/comercializacion>
- CHAD, J. L. (2012). *Principios de Administración Financiera*. Mexico: Educación Superior Latinoamérica.
- Congreso de la República. (1997). Ley General de Sociedades N° 26887 . *Diario Oficial El Peruano*.
- Congreso de la República del Perú. (1993). *Constitución Política del Perú*. Lima.
- Congreso de la Republica del Perú. (1994). *Ley N°26305 Ley nacional a la Apicultura y la actividad agro-industrial de los productos apícolas*. Lima.
- Congreso de la Republica del Perú. (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Lima.
- Congreso de la Repuclca del Perú. (2016). *Decreto Legislativo N°1270 Modifica el texto del nuevo regimen unico simplificado y codigo tributario*. Lima.
- Deelen, L. (2015). *Políticas para la Formaliación de las Micro y Peueñas Empresas en America Latina*. Santiago - Chile: ISBN .
- Gálvez Gutiérrez, R. (2016). *Evolución del operativo de verificación de comprobantes de pago*. Perú: Colección Ensayos Tributarios y Aduaneros.



- García, J. A. (2013). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. Málaga: IC Editorial.
- Gómez, D. O. (Julio de 2015). Definición, delimitación del nuevo estatuto del consumidor. *Dialnet*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/x2919s/x2919s05.htm>
- Gomez, N. S. (2021). Manifestaciones orales asociadas a SARS-COV-2: Revisión de la literatura. *Scielo* .
- Hernández Sampier, R. (2004). *Metodología de la investigación*. . LA HABANA: Editorial Felix varela.
- Hernandez Sampieri, R. F. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: Interamericana Editores, S.A. .
- IAT. (2016). *Instituto Aduanero Tributario*. Obtenido de Sunat.gob.pe: <https://www.sunat.gob.pe/institucional/iata/index.html>
- Infante, R. (2014). *Hacia un desarrollo Inclusivo el Caso del Perú*. Santiago-Chile: Organización Internacional del Trabajo.
- Ita, M. E. (2013). *Flexibilidad Laboral y Trabajo Infantil*. Mexico: Universidad Autonoma Indigena.
- J., A. (2019). *La Formalización*. Peru: mypesperu.
- Kotler, P. y. (2016). *Fundamentos de marketing*. Mexico: Pearson.
- M., F. M. (2009). *Finanzas para no Financieros*. Nueva York: MBA.
- Martínez, C. G. (2010). La Investigación Básica. *SCIELO*.
- Mendizabal, F. (2017). *Aejas*. Argentina: Albatros.
- Ministerio de Agricultura. (1995). *RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 0143-95-AG*
REGLAMENTO DE LA LEY N°26305 DE LA APICULTURA NACIONAL.



Ministerio de Agricultura y Riego MINAGRI. (2015). *Plan Nacional de Desarrollo apícola*. Lima.

Ministerio de trabajo y Promoción del empleo. (16 de enero de 2018). *Produce Perú*. Obtenido de Produce Perú: <http://www2.produce.gob.pe/>

Molina, R. S. (2006). *Contabilidad de Costos*. Chile: IP. Diego Portales.

OIT. (2017). *Organización Internacional del Trabajo*. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo: <https://repositorio.cepal.org>

Ortega, R. C. (2014). *Manual Tributario*. Lima: Thomson Reuters.

Pedro M. Mondragón Cortez, J. A. (2016). La Miel y su Importancia. *Fuente ISSN*, 14.

Perez, A. C. (2019). *Apuntes de Apicultura*. Argentina: Mundiprensa.

Pérez, C. (2017). *Modos de extinción de la obligación tributaria*. Montevideo: Primera Edición, Fundación de Cultura Universitaria.

Perú, C. d. (1998). *LEY DE PROMOCION DE INVERSION DE LA AMAZONIA*. LIMA.

Republica, C. d. (1999). *TEXTO UNICO ORDENADO DE LA LEY DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS E IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO* . Lima.

Rodriguez, R. H. (2016). *Comercializacion con Canales de Distribucion*. Peru: STRUO.

Romero, Z. (2018). *linemaientos Estrategicos para la optimizacion del clima organizacional*. Mexico: Conocimiento Global.

Sanchez, E. F. (2010). *Administracion De Empresas, Un Enfoque Interdisciplinar*. España: Paraninf. S.A.

Secretaria de Economia. (2018). *La Comercializacion- México emprende*. Mexico.

SUNAT. (2018). *La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe>

SUNAT. (2021). *Portal SUNAT*. Obtenido de www.emprender.sunat.gob.pe



Tributaria, S. N. (2003). *INFORME N° 240-2003-SUNAT*. Lima.

Tributario, I. A. (2016). *Curso Básico del Sistema Tributario Peruano. SUNAT*.

Ureña, O. L. (2010). *Contabilidad Básica*. Bogota Colombia: San Mateo.

Verde, M. M. (2014). *Apicultura y seguridad alimentaria. . Revista Cubana de Ciencia Agrícola*.

Zarcovich. (2015). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw-Hill.

Zegarra, C. (2016). *Sistema Tributario*. Lima.



ANEXOS



MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: "La formalización empresarial y la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita, Echarati, Provincia de La Convención, Cusco Periodo 2020"

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES E INDICADORES
Problema General	Objetivo General	Variables
¿Cómo es la formalización empresarial y la comercialización de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020?	Describir el proceso de formalización empresarial y la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020.	Variable 1: La Formalización Empresarial Variable 2: La Comercialización
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Indicadores



a. ¿De qué manera se formalizan empresarialmente los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020?

a. Detallar como es la formalización empresarial de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020.

Indicadores Variable1:

Constitución de empresas

Orientación tributaria

Registro ante SUNAT/ inscripción al

RUC

Autorización de emisión de

comprobante de pago

Pago de Impuestos

b. ¿Cómo comercializan la miel los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020?

b. Detallar como es la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020.

Indicadores Variable2:

Empaque

Lugares de venta



MATRIZ DE INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS O REACTIVOS
<i>La formalización empresarial</i>	Formalización legal	Constitución de empresas	¿Conoce los requisitos para elaborar una minuta de constitución?
			¿Es importante la búsqueda y reserva de nombre ante la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos- SUNARP?
			¿Sabía que la reserva del nombre ante SUNARP tiene un costo de s/ 22.00 soles?
			¿Para la constitución de una empresa es necesario aportar una cantidad de dinero en una cuenta bancaria o realizar una lista de bienes?
			¿La elaboración de la escritura pública es un documento que debe tener la firma y sello del notario público para ser válido?
			¿La inscripción en Registros Públicos - ¿SUNARP, normalmente es realizado por el mismo notario?



		Orientación tributaria	¿La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria - SUNAT ofrece capacitaciones gratuitas constantemente?
			¿Si existiera una oficina de SUNAT dentro de su jurisdicción, asistiría para hacer consultas?
		Registro ante SUNAT - Inscripción al RUC	¿Tiene conocimiento sobre que es el Registro Único del Contribuyente llamado RUC?
			¿Con la inscripción al RUC, tendría un acceso mayor a compradores locales y nacionales?
			¿Con la inscripción al RUC facilitaría la obtención de préstamos o créditos financieros?
		Acogimiento al Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)	Indicar la cantidad de ingresos percibidos mensualmente por la comercialización de miel
			¿Considera que el acogimiento a los regímenes tributarios es solo para empresas grandes?



			¿Conoce los pagos de impuestos que se realizan de s/20 soles y s/50 del Nuevo Régimen Único Simplificado?
			¿Todas las empresas formalizadas, están en la obligación del manejo de libros contables?
		Emisión de comprobantes de pago.	¿Al otorgar una boleta o ticket a su comprador acredita la entrega del bien vendido?
		Pago de Impuestos	¿El pago de sus impuestos contribuye al desarrollo del país?
<i>La Comercialización</i>	Producto	Empaque	Ficha de observación
	Venta	Lugares de venta	



INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

INSTRUMENTO N°01 CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES



ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TEMA: "La formalización empresarial y la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita, Echarati, Provincia de La Convención, Cusco Periodo 2020"

CUESTIONARIO

Para los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati periodo 2020.

La presente encuesta forma parte de un estudio de investigación acerca de "Como es la formalización empresarial en el aspecto legal y tributario de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020" le agradecemos responder a este breve y sencillo cuestionario, cuyo propósito es obtener la información necesaria que ayuden a encontrar solución al problema planteado en la presente investigación el mismo que contiene una serie de planteamientos, a los cuales Ud. Deberá responder marcando con una X entre las opciones que mejor refleje su opinión (Marque una sola opción por pregunta).

DATOS GENERALES

EDAD: Años

SEXO: Masculino



Femenino

NIVEL DE EDUCACIÓN:

Primaria Técnico

Secundaria Incompleta Universidad

Secundaria Completa Sin estudios

Pregunta N°01. ¿Conoce los requisitos para elaborar una minuta de constitución?

Sí

No

Pregunta N°02. ¿Es importante la búsqueda y reserva de nombre ante la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos- SUNARP?

Sí

No

Pregunta N°03. ¿Sabía que la reserva del nombre ante SUNARP tiene un costo de s/ 22.00 soles?

Sí

No

Pregunta N°04. ¿Para la constitución de una empresa es necesario aportar una cantidad de dinero en una cuenta bancaria o realizar una lista de bienes?



Sí

No

Pregunta N°05. ¿La elaboración de la escritura pública es un documento que debe tener la firma y sello del notario público para ser válido?

Sí

No

Pregunta N°06. ¿La inscripción en Registros Públicos- ¿SUNARP, normalmente es realizado por el mismo notario?

Sí

No

Pregunta N°07. ¿La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria - SUNAT ofrece capacitaciones gratuitas constantemente?

Sí

No

Pregunta N°08. ¿Si existiera una oficina de SUNAT dentro de su jurisdicción, asistiría para hacer consultas?

Sí

No



Pregunta N°09. ¿Tiene conocimiento sobre que es el Registro Único del Contribuyente llamado RUC?

Sí

No

Pregunta N°10. ¿Con la inscripción al RUC, tendría un acceso mayor a compradores locales y nacionales?

Sí

No

Pregunta N°11. ¿Con la inscripción al RUC facilitaría la obtención de préstamos o créditos financieros?

Sí

No

Pregunta N°12. Indicar la cantidad de ingresos percibidos mensualmente por la comercialización de miel

Entre s/0 - s/5000

Entre s/5000 - s/8000

Más de s/8000 soles



Pregunta N°13. ¿Considera que el acogimiento a los regímenes tributarios es solo para empresas grandes?

Sí

No

Pregunta N°14. ¿Conoce los pagos de impuestos que se realizan de s/20 soles y s/50 del Nuevo Régimen Único Simplificado?

Sí

No

Pregunta N°15. ¿Todas las empresas formalizadas, están en la obligación del manejo de libros contables?

Sí

No

Pregunta N°16. ¿Al otorgar una boleta o ticket a su comprador acredita la entrega del bien vendido?

Sí

No

Pregunta N°17. ¿El pago de sus impuestos contribuye al desarrollo del país?



Sí

No



INSTRUMENTO N°02 FICHA DE OBSERVACIÓN



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,

ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES



ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TEMA: "La formalización empresarial y la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco periodo 2020"

OBJETIVO: Detallar como es la actividad de comercialización de miel en cuanto al producto de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita Echarati, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2020.

LUGAR: Comunidad Campesina de Pispita, Distrito de Echarati, Provincia de la Convención, Cusco

FECHA:

RESPONSABLE:

FIRMA:

N°	ITEMS	SI	NO	OBSERVACIONES
	PRODUCTO			
1	Utiliza envases reciclados como botellas para el empaque de su producto			



2	Utiliza envases nuevos de plásticos para el empaque de sus productos
3	Existe intención para mejorar el empaque
4	El producto es etiquetado para su venta
5	Realiza sus ventas en mercados itinerantes
6	Realiza sus ventas en bodegas
7	Realizan sus ventas en supermercados



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

DATOS GENERALES

Título del trabajo de investigación: "La formalización empresarial y la comercialización de miel de los apicultores de la comunidad campesina de Pispita, Echarati, Provincia de La Convención, Cusco Periodo 2020"

Responsables

Br. Orosco Quispe Yuli Analí

Br. Pereira Zarabia Gris Solange

DATOS DEL EXPERTO.

Nombres y Apellidos: Dr. CPC. Rubén Tito Mariño Loaiza

Profesión: Contador Público

Lugar y Fecha: Cusco 25 de noviembre de 2021

Cargo e Institución donde labora: Director del departamento académico de la escuela profesional de contabilidad de la Universidad Andina del Cusco.

Componente	Indicadores	Criterios	Deficiente 1	Regular 2	Bueno 3	Muy bueno 4	Excelente 5	Total
FORMA	1.- REDACCIÓN	Los indicadores consideran los datos necesarios				4		4
	2.-CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje				4		4



		apropiado						
	3.- OBJETIVIDAD	Esta expresado en conducta observable					5	5
CONTENIDO	4.- ACTUALIDAD	Es adecuado de acuerdo a la ciencia				4		4
	5.-SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y claridad					5	5
	6.-INTENCIONALIDAD	El instrumento mide pertinentemente la variable de investigación				4		4
ESTRUCTURA	7.-ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica				4		4
	8.-CONSISTENCIA	Se basa en aspectos técnicos de la investigación					5	5
	9.-COHERENCIA	Existe coherencia entre los indicadores, dimensiones y variables				4		4
	10.- METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico				4		4



TOTAL	
-------	--

1. PORCENTAJE DE VALORACION: $\frac{\text{Puntaje Obteb}}{50} \times 100 = \frac{\quad}{50} \times 100 = 90\%$

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: VÁLIDA PARA SU APLICACIÓN

2. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación (X) Debe corregirse ()

.....



Dr. CPC. Rubén Tito Mariño Loaiza DNI: 23886954



1. DATOS GENERALES

1.1. Título del trabajo de investigación

“LA FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL Y LA COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE LOS APICULTORES DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE PISPITA ECHARATI, PROVINCIA DE LA CONVENCIÓN, CUSCO PERIODO 2020”

1.2. Responsables

Br. Orosco Quispe Yuli Analí

Br. Pereira Zarabia Gris Solange

2. DATOS DEL EXPERTO.

2.1 Nombres y Apellidos: Mgt.CPC. Madrid Jimenez de Zavaleta, María del Rosario

2.2 Profesión: Contadora Pública

2.3 Lugar y Fecha: Cusco 25 de noviembre de 2021

2.4 Cargo e Institución donde labora: Docente de la escuela profesional de contabilidad de la Universidad Andina del Cusco.

Componente	Indicadores	Criterios	Deficiente 1	Regular 2	Bueno 3	Muy bueno 4	Excelente 5	Total
FORMA	1.- REDACCIÓN	Los indicadores consideran los datos necesarios				4		4
	2.-CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje				4		4



		apropiado						
	3.- OBJETIVIDAD	Esta expresado en conducta observable					5	5
CONTENIDO	4.- ACTUALIDAD	Es adecuado de acuerdo a la ciencia				4		4
	5.-SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y claridad					5	5
	6.-INTENCIONALIDAD	El instrumento mide pertinentemente la variable de investigación				4		4
ESTRUCTURA	7.-ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					5	5
	8.-CONSISTENCIA	Se basa en aspectos técnicos de la investigación					5	5
	9.-COHERENCIA	Existe coherencia entre los indicadores, dimensiones y variables					5	5
	10.- METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del				4		4



		diagnostico						
TOTAL								

3. PORCENTAJE DE VALORACION: $\frac{\text{Puntaje Obteb}}{50} \times 100 = \frac{\quad}{50} \times 100 = 90\%$

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: **VÁLIDA PARA SU APLICACIÓN**

4. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación (X) Debe corregirse ()

Mgt.CPC. Madrid Jiménez de Zavaleta, María del Rosario

DNI: 23868837



HOJA DE COSTOS DE LA MIEL PERIODO 2020

Cálculo de Costo Fijo y Costo Variable

DATOS		
Cantidad	300	Kilos de miel
Costo Fijo	S/ 5.00	por kilo
Costo Variable	S/ 2.00	por kilo
Precio de Venta	S/ 15.00	por kilo

RESULTADOS		
INGRESO TOTAL	S/	4,500.00
COSTO VARIABLE TOTAL	S/	600.00
COSTOS TOTALES (CF+CV)	S/	2,100.00
COSTO MEDIO	S/	7.00

CÁLCULO DE COSTOS E INGRESOS PARA DIFERENTES CANTIDADES

CANTIDAD POR KILOS	COSTOS FIJOS POR UNIDAD		COSTO VARIABLE		COSTO TOTAL (CF+CV)		COSTO MEDIO (CF+CV/CANTIDAD)		INGRESO TOTAL
1	S/	5.00	S/	2.00	S/	7.00	S/	7.00	S/ 15.00
10	S/	50.00	S/	20.00	S/	70.00	S/	7.00	S/ 150.00
20	S/	100.00	S/	40.00	S/	140.00	S/	7.00	S/ 300.00
30	S/	150.00	S/	60.00	S/	210.00	S/	7.00	S/ 450.00
40	S/	200.00	S/	80.00	S/	280.00	S/	7.00	S/ 600.00
50	S/	250.00	S/	100.00	S/	350.00	S/	7.00	S/ 750.00
100	S/	500.00	S/	200.00	S/	700.00	S/	7.00	S/ 1,500.00
150	S/	750.00	S/	300.00	S/	1,050.00	S/	7.00	S/ 2,250.00
200	S/	1,000.00	S/	400.00	S/	1,400.00	S/	7.00	S/ 3,000.00
250	S/	1,250.00	S/	500.00	S/	1,750.00	S/	7.00	S/ 3,750.00
300	S/	1,500.00	S/	600.00	S/	2,100.00	S/	7.00	S/ 4,500.00

