

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA TOULOUSE LAUTREC



**INCREMENTO DE LA INFORMALIDAD DE LAS MYPES EN LIMA
METROPOLITANA CAUSADO POR LA FALTA DE RECURSOS E
INFORMACIÓN**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Diseño de Producto e
Innovación Tecnológica

AUTOR:

BRUNO VEGA REAÑO

(0009-0003-0828-2700)

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de
Interiores

AUTOR:

MARIA CLAUDIA BARREROS GÓMEZ

(0009-0001-8764-8146)

Asesor

MILAGRO ISABEL IBÁÑEZ OTERO

(0009-0002-4590-1702)

Lima-Perú

2023

NOMBRE DEL TRABAJO

**Barreros Gómez Maria Claudia - Vega Re
año Bruno.docx**

RECUENTO DE PALABRAS

5925 Words

RECUENTO DE CARACTERES

34799 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

31 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

7.0MB

FECHA DE ENTREGA

Feb 14, 2024 7:18 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Feb 14, 2024 7:19 PM GMT-5**● 11% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado

Resumen del Trabajo de Investigación

El presente estudio se trabajó enfocado en MYPES informales en Lima Metropolitana, específicamente en el sector comercial, que luchan por establecerse como negocios legales en un entorno de cumplimiento normativo complejo y desafiante. Gracias a esta situación, muchos de los pequeños empresarios no muestran interés en adoptar la formalidad, ya que la perciben como una fuente de complicaciones en lugar de un beneficio. El desinterés hacia la cultura tributaria es una realidad en nuestro país que se ha vuelto parte de la normalidad.

Por lo tanto, la presente investigación tiene como objetivo crear una agencia de asesoramiento web que apoye a las MYPES de Lima Metropolitana en el proceso de formalización. Con el propósito de ofrecer herramientas a los clientes que simplifiquen la comprensión de los procedimientos necesarios para formalizarse. La meta es que el cliente comprenda que el proceso de formalización es una inversión a largo plazo en el éxito de su empresa.

Se implementó la metodología Toulouse Thinking con el propósito de abordar la resolución de problemas de forma creativa, ofreciendo un conjunto de herramientas diseñadas para afrontar los desafíos de manera eficaz y fomentar la creación de soluciones innovadoras. Estas herramientas incluyen técnicas como la creación de arquetipos y validación de usuarios, el mapa de actores para comprender el contexto y el mercado, la trayectoria para trazar la mecánica de la propuesta, el canvas de propuesta de valor para consolidar el concepto innovador, y el canvas de modelo de negocio que permite evaluar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras. Cada una de estas se detallan en el documento a continuación.

Palabra clave: Mypes, informalidad, asesoría, capacitación, educación, página web.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de investigación	
1. Contextualización del problema.....	6
2. Justificación.....	7
2.1 Justificación social.....	7
2.2 Justificación práctica.....	8
2.3 Justificación metodológica.....	9
3. Reto de Innovación.....	10
3.1 Pregunta general.....	10
3.2 Preguntas específicas.....	10
3.3 Objetivo.....	10
3.4 Objetivos específicos.....	10
4. Sustento teórico.....	11
4.1 Estudios previos.....	11
4.2 Marco teórico.....	13
4.2.1 Conceptualización del servicio de consultoría.....	13
4.2.2 Características del servicio de consultoría.....	14
4.2.2.1 Necesidades de consultoría.....	14
4.2.2.2 Problemas de trámites.....	14
4.2.2.3 Implementación de metodologías de seguimiento.....	15
4.2.2.4 Desempeño dentro del mercado.....	15
4.2.2.5 Desarrollo de canales digitales.....	15
4.2.2.5.1 Definición.....	15
4.2.2.5.2 Importancia.....	16
4.2.2.6 Página web.....	16
5. Beneficiarios.....	16
5.1. Beneficiarios directos.....	16
5.2 Mapa de actores.....	17
5.3 Cantidad de beneficiarios.....	18
6. Propuesta de valor.....	18
6.1 Propuesta de valor.....	18
6.2 Segmento de clientes.....	18

6.3 Canales.....	19
6.4 Relación con los clientes.....	19
6.5 Actividades clave.....	19
6.6 Recursos clave.....	20
6.7 Aliados clave.....	20
6.8 Fuentes de ingreso.....	20
6.9 Presupuesto.....	21
7. Resultados.....	23
8. Conclusiones.....	25
9. Bibliografía.....	26
10. Anexos.....	30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Presupuesto de inversión</i>	21
Tabla 2. <i>Presupuesto de costos</i>	22

1. Contextualización del Problema

La informalidad en las MYPES de Lima Metropolitana es una constante problemática ya que a pesar de existir diferentes factores por los cuales ésta persiste el día de hoy, tampoco se cuenta con la ayuda y motivación necesaria para que éstas vean un beneficio efectivo en la formalidad. En el año 2021 se registró que el 86% de las MYPES fueron informales, sin contar a las personas que viven del día a día (ComexPeru, 2022). Teniendo en cuenta esta cifra podemos ver que el sector informal participa generando producción y puestos de trabajo viables para las familias limeñas que necesitan generar ingresos. Se sabe que en el año 2020 el 75,3% de empleos fueron informales, podemos ver que aproximadamente dos tercios de la población en el país es informal (Kamichi, 2023) y que por escasas oportunidades para acceder a puestos de trabajo en el sector formal que cuenten con salarios que cumplan con las expectativas, las personas optan por el trabajo informal como solución.

Se debe tener en cuenta que esta problemática afecta negativamente tanto al país como a su población en diferentes ámbitos. Según Guillén (2020) aproximadamente el 60% de la economía en el país es informal la cual afecta a micro y pequeñas empresas formales que están creciendo ya que en el sector informal podemos ver la evasión de impuestos, la piratería de no solo de cosas extranjeras sino también entre los mismos compatriotas y el incumplimiento en el pago de las multas sin un avance empresarial o mirada a futuro. Por otro lado, tenemos el problema ambiental donde la mayoría de los negocios informales viven de la labor diaria que muchos realizan en las calles, podemos ver basura desperdigada, contaminación de ríos, productos malos para el medio ambiente muchas veces regados por las veredas (Kobayashi Gutierrez, 2020). Se puede ver que la falta de educación y desinterés en las personas trae consecuencias. Adicional a esto tenemos también problemas en lo social como la ocupación de la vía pública, la cotidianidad de normalizar la compra en negocios

informales, la agresión hacia las autoridades que tratan de imponer orden con la fiscalización y en algunos casos hasta el apoyo al crimen todo por no haber una comunicación efectiva entre las Mypes y las entidades reguladoras del estado (Arroyo & Delgado Polanco ,2022).

Teniendo en cuenta el efecto negativo de la informalidad de las MYPES en Lima Metropolitana, este proyecto de innovación busca resolver el gran incremento de informalidad por la falta de capacitación adecuada y recursos, debido a los altos costos de administración y el cumplimiento de las regulaciones que les impiden llegar a la formalización. Por consecuencia muchos de ellos carecen de protección social, seguro de salud, pensión y generalmente ganan salarios bajos.

En la presente investigación se ejecuta la ODS 10: Reducción de las desigualdades, que se centra específicamente en la meta 10.4: Adoptar políticas, especialmente fiscales, salariales y de protección social, y lograr progresivamente una mayor igualdad en el desarrollo de nuestro plan de investigación.

2. Justificación

Se puede ver que las cifras acerca del crecimiento de la informalidad de las Mypes en Lima Metropolitana se incrementaron a un 86% durante los últimos años debido a la pandemia y sus múltiples efectos, afectando sectores como el de producción que es una de los más importantes en el país (Comexperu, 2022).

2.1 Justificación Social

Las Mypes que se encuentran en una etapa inicial de emprendimiento son las que tienen tendencia a ser las menos formales, detenido a que no pueden percibir el beneficio de

la formalidad ya que tendrían que asumir la inversión que representa pasar a este sector y los pone en desventaja frente a su capacidad productiva (Comexperu, 2020).

Debido a esto, se quiere brindar ayuda a las MYPES en el proceso de formalización, ya sea al comienzo de emprender, en sus inicios como empresa o inclusive a aquellas que llevan un tiempo en el mercado, ofreciendo un servicio de apoyo personalizado con el fin de aliviar el estrés, la desinformación y carga administrativa que sufren estos emprendimientos.

Si bien la SUNAT, como entidad encargada de cobrar impuestos a personas y empresas, ofrece orientación dirigida a las MYPES para formalizarse, esta información resulta confusa e inentendible para ellas, siendo estos procesos burocráticos tediosos. Por ese motivo, este proyecto se justifica al crear una herramienta de fácil acceso ya que, al estar en diferentes medios, tanto digitales como presencial, se podrá ayudar a la persona y su empresa según sus necesidades en cada caso, mejorando su desempeño y crecimiento en el futuro.

2.2 Justificación Práctica

Todos los resultados obtenidos a base de la investigación junto con la propuesta de solución servirán para poder capacitar e informar a las personas acerca de los procesos de trámites que se realizan para poder formalizar una empresa o negocio.

Esto ayudará a que las empresas vean la formalidad como una opción que les traerá muchos beneficios y no teman a formalizar su empresa por falta de conocimiento. Aparte de incentivar a las empresas a que pasen a la formalidad, la idea que se tiene es poder ayudar a las empresas con sus finanzas y enseñarles a que lleven un orden de finanzas para que no tengan problemas a largo o corto plazo con sus empresas. Promoviendo la incrementación del nivel de cultura tributaria en los emprendedores.

2.3 Justificación Metodológica

Para que este proyecto se lleve a cabo, se realizó una investigación profunda donde se encuestó y entrevistó a personas con diferentes perfiles para poder obtener información y desarrollar el tema elegido. Al mismo tiempo realizamos diferentes esquemas y gráficas para poder centrar el tema de investigación y poder hallar el motivo del porqué elegimos el tema y encontrar una solución.

Para poder hallar la solución se realizó una investigación profunda al público al cual nos estamos dirigiendo para saber si la propuesta de solución planteada es factible. Se realizaron talleres generativos donde a las personas partícipes se les planteó un problema el cual tuvieron que analizar y proponer una solución por equipos. Además, dieron su punto de vista acerca de la problemática y mencionaron que les sería de mucha ayuda tener una persona que los asesore con los procesos de trámites que se realiza para formalizar una empresa ya que el proceso de dicho tramites son muy tediosos.

Existe mucho desentendimiento de las normativas por parte de los negocios pequeños y nuevos emprendedores por lo que es necesario elaborar un proyecto que guíe a las personas para que puedan cumplir con los estándares esperados, al facilitar estas actividades ayudamos al emprendedor con el estrés y la frustración que suelen presentarse al iniciar o querer mejorar el negocio. La simplificación y agilización de estos procesos ayudará a los negocios que buscan apoyo tributario, asimismo reducirán gastos administrativos innecesarios. La confianza en el servicio que estamos ofreciendo es un punto clave, si este se publicita adecuadamente le daría esa seguridad al emprendedor para que podamos ayudarlo a resolver sus dudas e inquietudes.

Hay que tener en cuenta que este problema no solo afecta a los emprendedores que se mantienen informales, sino también a sus entornos. La informalidad laboral afecta

negativamente el crecimiento económico, la productividad de los trabajadores y el bienestar social (Belapatiño et al., 2017).

3. Reto de innovación

Creación de una agencia que apoye a las MYPES de Lima Metropolitana en el proceso de formalización, en el año 2023.

3.1 Pregunta general

¿Cómo se puede a través de una agencia brindar apoyo a las MYPES en Lima Metropolitana en su proceso de formalización?

3.2 Preguntas Específicas

3.2.1. ¿De qué manera esta agencia se dará a conocer a las MYPES informales?

3.2.2. ¿Qué beneficio obtendrán las MYPES al acceder al servicio brindado por la agencia?

3.2.3. ¿Cuáles son las necesidades de las MYPES que cubrirá la agencia?

3.3 Objetivo

Crear una consultoría que ayude y acompañe a las MYPES en su proceso de formalización.

3.4 Objetivos específicos

3.4.1. Evaluar los mejores medios a través de los cuales se puede dar a conocer la agencia a las mypes informales.

3.4.2. Definir los beneficios que obtendrán las MYPES al acceder al servicio brindado por la agencia.

3.4.3. Identificar las necesidades de las MYPES que cubrirá la agencia.

4. Sustento Teórico

4.1 Estudios previos

Antecedentes

El primer antecedente es habla acerca de la investigación Cultura tributaria como instrumento para una efectiva recaudación de impuestos, se enfoca en diseñar una propuesta para mejorar la cultura tributaria de los comerciantes del mercado de Moshoqueque en Chiclayo teniendo en cuenta que existen altos niveles de informalidad que afectan significativamente la recaudación de impuestos. También se puede ver que la mayoría de los comerciantes tienen niveles bajos de cultura tributaria. La propuesta para mejorar la educación tributaria son ferias informativas gratuitas en universidades acompañados de SUNAT que ayudarán a incentivar la educación tributaria de manera que genere conciencia en los comerciantes de la zona. Esta tuvo una respuesta positiva y logró cumplir con los estándares esperados. Podemos ver gracias a esta investigación que tener la información y capacitación adecuada es vital para que las personas tomen conciencia acerca de sus obligaciones tributarias y les permita obtener los beneficios que brinda el estado. Ya que la mayoría de ellos viven en la ignorancia, lo ven como una amenaza y tienen poco conocimiento del tema. (Ramos et al., 2021).

En segundo lugar, tenemos la presente investigación que un plan de negocio para implementar una consultoría contable, financiera y tributaria en Mypes comerciales y servicios de la Zona 8 de Lima Metropolitana, se enfoca en implementar una consultoría

dentro de una empresa que pueda brindar servicios en el sector contable, financiero y tributario dirigido netamente para MYPES en Lima metropolitana. Con el objetivo no solo de ayudar y brindar información al cliente (mypes) sino también para favorecer al negocio evitando la competencia de precios en la informalidad y tener una buena reputación como empresa. Esta propuesta fue viable ya que el público objetivo tuvo una respuesta positiva y predisposición para adquirir el servicio que ofrece la empresa. Esto demuestra que para que el público se involucre y tenga interés en cultura tributaria es necesario conocer ofrecerles una herramienta para que accedan a la información y vean cuales son las ventajas (Sotelo León et al., 2020).

Por otro lado, el siguiente Estudio de factibilidad para la creación de una asesoría contable y tributaria, tiene como objetivo crear una empresa rentable que ayude a PYMES y emprendedores que necesiten asesoría contable, tributaria y financiera. Esta propuesta crea una nueva herramienta que ayudará a solucionar las dudas de los potenciales clientes promoviendo una cultura tributaria y evitando que los nuevos negocios caigan en sanciones y multas innecesarias. Además, se pudo ver que con el crecimiento de las PYMES se necesita de este apoyo para que cuenten con un departamento contable bien establecido (Coloma Reyes et al., 2019).

La siguiente investigación tiene como objetivo ver la importancia de la Auditoría tributaria preventiva en la empresa de transporte Lumar. Al aplicar las técnicas de investigación se pudo ver que existen errores tributarios que afectan a la empresa, y que al momento de aplicar una Auditoría Tributaria Preventiva ayuda evitar actividades que no se realizan de acuerdo con las normas establecidas. Así mismo nos podemos dar cuenta que la auditoría tributaria preventiva en la empresa de Transportes Lumar EIRL es importante para

poder dar a conocer de forma anticipada a la Gerencia las posibles actividades tributarias que se están gestionando de forma errónea, por otro lado, también permite verificar el cumplimiento de forma correcta las obligaciones formales de modo que la empresa cumple con tributar y lo usa a su favor (Quesquen Liza et al., 2019).

Por último, este trabajo de investigación comprende la evasión tributaria y su informalidad en las Micro y pequeñas empresas. El objetivo es ver las causas de la evasión y como esta se podría disminuir de manera significativa. En Lima se pudo ver que es muy común la evasión tributaria ya que la mayoría de las personas ganan del día a día. El fin del trabajo es reconocer que en la actualidad las personas necesitan concientizarse y tener un mejor conocimiento acerca de la cultura tributaria. Para poder lograr un cambio significativo en la informalidad y reconocer la importancia de educar a las personas para generar un cambio en la economía del País (Hurtado Serquen et al., 2022).

4.2 Marco teórico

Creación de servicio de consultoría para MYPES en Lima Metropolitana en proceso de formalización.

4.2.1 Conceptualización del servicio de consultoría

La consultoría comprende una relación entre la persona que tiene una necesidad u oportunidad de mejorar y quien tiene los recursos para la solución de esta. Es una relación basada en ayuda para poder conseguir los resultados deseados por ambas partes. Este servicio es imparcial y se debe evitar conflictos de interés, debe estar enfocado en proporcionar conocimientos y capacidades profesionales de ayuda intensiva (Bermudez, 1996).

Zero fue creado para el proyecto de innovación el cual es una consultoría que tiene el objetivo de brindar ayuda sobre el proceso y contenido de cómo formalizarse a los clientes dueños de Mypes, ya que ellos son los que tienen que ejecutar los trámites, pero no tienen las herramientas para hacerlo.

4.2.2 Características del servicio de consultoría

4.2.2.1 Necesidades de consultoría

Existen varias razones por las cuales un empresario puede recurrir a un consultor necesitando ayuda profesional. Realizar estudios y definir las causas de problemas dentro de una empresa requieren de guía o de un consultor. Además, se puede contribuir en planear nuevas estrategias de crecimiento o mejorar la efectividad de procesos dentro de la empresa. Si buscan el éxito de la organización o empresa necesitan ajustar la estructura organizacional y evaluar al personal. En todas estas necesidades es recomendable buscar la ayuda de una consultoría. (Rootstack, 2021).

4.2.2.2 Problemas de trámites

Los problemas de trámites son muy comunes en nuestro país y existe mucha desinformación en este tema el cual genera desinterés provocando que las personas eludan estas actividades.

Es muy común que las personas dueñas de Mypes en Lima tengan problemas para gestionar sus trámites puesto que algunos no saben tributar ya sea por falta de información o una guía adecuada para los procesos sin mencionar que en el país no está implementada la educación tributaria. Es por ello que existe desconfianza entre el gobierno y la población (Romero et al., 2021).

4.2.2.3 Implementación de metodologías de seguimiento

El seguimiento continuo a los clientes es clave para que puedan lograr sus objetivos, esto ayuda a cerciorarse que se están realizando los trámites de forma correcta y el cliente se sienta seguro al momento de la ejecución.

Se plantea dar a los clientes la opción de un seguimiento continuo a sus negocios en el cual se monitorean sus registros en administración y ventas. Se brindaría la opción de un guía o asesor que ayude de manera presencial o de manera virtual por un costo adicional (Quesquén et al., 2019).

4.2.2.4 Desempeño dentro del mercado

Una consultoría al abarcar un problema como es el entendimiento del proceso de trámites complicados se desenvuelve bien dentro del mercado ya que los pequeños empresarios necesitan de ella. Además, con la correcta guía se evitará futuras multas o gastos imprevistos generados por el desconocimiento de estos procesos, los empresarios podrán ahorrar dinero que se usaría para contribuir a la pequeña empresa (Quesquén et al., 2019).

4.2.2.5 Desarrollo de canales digitales

4.2.2.5.1 Definición

Los canales digitales son un instrumento que nos da la chance directa para interactuar con los clientes, al mismo tiempo se pueden medir y estudiar sus interacciones que ayuda a ver cómo este reacciona al producto con el fin de reconocer qué cambios son necesarios para garantizar el éxito del producto y su prevalencia en el mercado. Es decir, estos son instrumentos que se necesitan para favorecer la comunicación entre las marcas y el público en general. Debemos tener en cuenta que los medios digitales juegan un punto importante en el

desarrollo de un producto ya que brindan la posibilidad de conseguir datos muy valiosos con respecto a la percepción del producto dentro del mercado y su efectividad (Cinco Noticias, 2022).

4.2.2.5.2 Importancia

Es una poderosa herramienta dado que a través de los medios digitales se pueden impulsar nuevos negocios o proponer mejorar la imagen de una marca. Además, aplicando las estrategias de comercialización de manera correcta mediante canales digitales se pueden dar a conocer los productos y servicios de una empresa (La factoria creativa, 2019).

4.2.2.6 Página web

Una página web constituye un entorno virtual que alberga la totalidad de los datos que individuos o empresas desean diseminar mediante la red de internet. Estos sitios web se componen de páginas interconectadas que suelen vincularse a un menú principal, y su contenido se encuentra enfocado en torno a un tema central determinado. (Rojas, 2023)

La página web para la propuesta de innovación recibirá el nombre de "Zero" y será concebida con la perspectiva de ofrecer soluciones accesibles y altamente eficaces. En su plataforma, se recopiló toda la información necesaria para guiar al usuario de manera adecuada y exitosa en el proceso de formalización.

5. Beneficiarios

5.1. Beneficiarios directos

El presente trabajo de investigación está enfocado hacia las personas (emprendedores) dueños de Mypes informales en Lima metropolitana actualmente presentes en el sector

comercial que se caracterizan por tener negocios no reglamentados y que carecen de una correcta supervisión. Debido a que la mayoría de ellos viven del trabajo y los ingresos del día a día, dedicándose mayormente a la venta minorista, sin tener conocimiento de la reglamentación o el costo y el tiempo que demanda hacer los trámites para poder formalizarse.

Nuestro arquetipo de cliente es un hombre de 35 años llamado Pedro. Este tiene un pequeño emprendimiento junto con su familia en Pueblo libre, su objetivo es generar suficientes ingresos diarios que sean constantes que le brinden una vida tranquila y estable. Siente que formalizarse sería una buena opción, para evitar caer en sanciones o multas innecesarias, pero lamentablemente no tiene mucho conocimiento acerca del tema lo que hace que para él sea muy difícil comprender la reglamentación y ve más complicaciones que beneficios en ello. Además, Pedro solo culminó la secundaria y tiene un nivel muy bajo de cultura tributaria, siente que necesita capacitación acerca de esos temas ya que su principal objetivo es que nada le impida poder vender para así llevar comida a su hogar cada día. Asimismo, Pedro quiere encontrar alguna forma rentable para poder entender el tema de la formalidad sin que le genere un gasto significativo.

Para poder llegar a nuestro arquetipo y recopilar toda la información se usaron herramientas como mapa de actores, entrevistas virtuales, encuestas, talleres generativos, lienzo de propuesta de valor, etc.

5.2 Mapa de actores

Para poder entender quienes están asociados a nuestro tema y problema planteado se realizó un mapa de actores donde se identifica la importancia de cada uno de ellos en la investigación y el aporte que tienen para el tema propuesto. Para ello los dividimos en tres grupos: Primero tenemos los Actores centrales que son las Mypes (Emprendedores), en

segundo lugar, tenemos los actores directos que vienen a ser los clientes, colaboradores, bancos y proveedores, por último, tenemos los actores indirectos que son entidades como SUNAFIL, MINEDU, SUNAT y el Ministerio de Trabajo.

5.3 Cantidad de beneficiarios

Este proyecto tendrá como beneficiarios a los dueños de MYPES informales en Lima Metropolitana, con un rango de edad entre 25 y 40 años. Se estima que en primera instancia se beneficiará a una muestra de 1000 personas. Las cuales fueron elegidas en base a sus características y delimitación social. Son personas que no han formalizado sus microempresas por falta de conocimiento y por la percepción de estos procesos burocráticos como algo muy tedioso de realizar.

6. Propuesta de Valor

6.1 Propuesta de valor

El incremento de la informalidad en Mypes por la falta de capacitación e información se está incrementando por ello es importante brindar a los emprendedores una herramienta que aliviará el estrés y frustración generado por la falta de conocimiento que tienen las personas al realizar los procesos de trámites para formalizar su empresa/emprendimiento. Con nuestra propuesta buscamos incentivar la educación tributaria de manera que genere conciencia en las personas y el cumplimiento de las obligaciones formales que tiene cada empresa.

6.2 Segmento de clientes

La segmentación de clientes inicia con nuestros actores centrales donde encontramos a las

Mypes informales a las cuales se dirige la propuesta de solución. Seguidos de ellos tenemos los actores directos como bancos, colaboradores y clientes que se relacionan directamente con nuestro usuario. Además, tenemos a los actores indirectos donde consideramos a Sunafil, Minedu, Sunat y el Ministerio de Trabajo que vendría a ser las entidades externas interesadas en la propuesta.

6.3 Canales

Para poder dar a conocer nuestra propuesta usaremos diferentes medios de comunicación como redes sociales (Facebook, Instagram, Tiktok, Whatsapp) y publicidad física como volantes, folletos y anuncios en la calle. Desde luego la página web será nuestro canal más importante para poder interactuar con nuestro cliente.

6.4 Relación con los clientes

Nuestra relación con los clientes se basará en la confianza y la buena comunicación. Lo importante es brindarles seguridad al momento de realizar los trámites con el seguimiento adecuado a sus negocios, ayudando a cumplir sus objetivos y con el paso del tiempo buscar fidelidad con ellos. Es importante el valor de tiempo de vida del cliente dentro de la página web por ello a los socios se les brindará descuentos y beneficios.

6.5 Actividades clave

Para poder ofrecer nuestros servicios necesitaremos diseñar los planes de capacitación detallados que se ofrecerán al cliente en la página web al igual que el diseño de esta. Considerando que nuestro cliente tiene un rango de edad de 25 a 40 años, esta tiene que ser interactiva y fácil de entender. Junto con esto necesitaríamos un plan de marketing para poder vender nuestro producto y los diferentes planes que ofrece nuestra página web. Al igual que

contaremos con expertos como economistas o contadores y buscaremos la ayuda de colaboradores, personas a las cuales les interese y sepan del tema.

6.6 Recursos clave

Para poder hacer realidad esta consultoría necesitaremos de un capital de trabajo. Al igual que tendremos el asesoramiento y apoyo de profesionales, contaremos con diseñadores técnicos que se encarguen de la web previniendo cualquier eventualidad.

6.7 Aliados clave

Como aliados estarán los profesionales contables y administrativos, quienes brindarán la información, asesorías y capacitaciones a las Mypes. Diseñadores gráficos que estarán encargados de la identidad visual de la consultoría, el diseño web y gráficas publicitarias. Para realizar la página web contaremos con ingenieros de software, para el desarrollo del sistema.

6.8 Fuentes de ingresos

La principal fuente de ingreso de este servicio de consultoría serán los planes de suscripción, los cuales se dividen en básico que es el plan de acceso gratuito, luego tenemos el standard con un costo de 10 dólares mensual o 100 dólares anuales el cual tiene más beneficios para el cliente y por último el plan premium, con un costo de 20 dólares mensuales o 200 dólares anuales este es el plan completamente personalizado para el cliente. Además, se generarán ingresos dentro de la página web y app dónde las MYPES podrán publicitarse mediante banners rotativos.

6.9 Presupuestos

Para alcanzar nuestro objetivo propuesto, se implementó una estructura presupuestaria que permitirá conocer la inversión destinada al proyecto. Para la creación de la página web, se considera la contratación de especialistas en diseño y programación. Además, se contempla la contratación de personal altamente capacitado, entre profesionales y colaboradores, cuyo desempeño será fundamental para el funcionamiento óptimo de la consultoría. Asimismo, se reconoce la importancia de contar con un sólido plan de marketing publicitario para lograr una posición destacada en el mercado.

Tabla 1. *Presupuesto de Inversión*

Recursos	costo(s/)
Dominio	s/138
Hosting	s/800
Diseñador web	s/2000
Programador	s/4000
Alquiler	s/2000
Mantenimiento	s/1000
Asesores	s/1800
Secretaria	s/1300
Celular	s/1200
Publicidad	s/400
Inversión Total	s/14.638

Tabla 2. *Presupuesto de Costos*

Recursos	Costo(s/
Diseñador web	s/2000
Programador	s/4000
Asesores	s/1800
Secretaria	s/1300
Mantenimiento	s/800
Agencia	s/2000
Publicidad	s/400
Community Manager	s/1400
Inversión Total	s/13.700

Tabla 3: Presupuesto de Ingresos

Recursos	Costo(s/)
Plan Standard	s/21.456
Plan Premium	s/21.453
Publicidad dentro de la web	s/4200
Total de ingresos	s/68.109

8. Resultados

Se cumplió satisfactoriamente con la validación de resultados, para esto empleamos diferentes métodos como encuestas, entrevistas y talleres generativos. Estos nos ayudaron a encontrar la propuesta más adecuada para nuestro público objetivo. Pudimos ver gracias a los procesos mencionados que un 95% de personas necesitan tener asesoría al momento de realizar los procesos de trámites que requiere la formalización.

Por ello, creamos Zero, nuestro servicio que cuenta con una página web. Esta plataforma permite a los usuarios recibir una asesoría personalizada y guiada para los diferentes tipos de trámites necesarios para registrar una empresa. Además, ofrecemos asesoría presencial, ya que existen consultas y procesos que son más fáciles de realizar en persona. La finalidad es que el cliente se sienta cómodo y seguro al momento de adquirir uno de nuestros planes de servicio.

El público al cual nos estamos dirigiendo, que son las Mypes, ha recibido positivamente nuestra propuesta de solución. Esto lo comprobamos mediante los siguientes procesos:

Primero se realizó un formulario de preguntas en el cual se encuestó a más de 80 personas entre 18 a 30 años. Dentro de los resultados obtenidos pudimos ver que el 96.3% tenían conocimiento acerca de la informalidad y las consecuencias negativas que trae para la población y el país. Además, un 97.6% cree que la informalidad se encuentra en las pequeñas empresas, ya que en actividades cotidianas a veces terminan consumiendo algún servicio o producto de un negocio informal. También muestran interés en saber más acerca del tema ya que un 91.5% dijo que le gustaría información acerca de la formalización y cómo esta contribuye al crecimiento.

También se realizaron dos talleres generativos, en el primero participaron personas dueñas de pequeños emprendimientos y en el segundo participaron consumidores. Esto con el

propósito de entender ambos lados de la problemática. Los resultados fueron satisfactorios pudimos ver que tanto empresarios como consumidores informaron que les sería de mucha ayuda tener una persona que los asesore con los procesos de trámites que se realiza para formalizar una empresa, ya que no hay mucho interés en ello debido a que el proceso de dicho trámite son muy tediosos.

Para culminar, llevamos a cabo talleres generativos personalizados con cada usuario, lo que nos ayudó a validar tanto el funcionamiento de la aplicación como de los objetivos fundamentales de nuestra propuesta. En un primer lugar, los participantes señalaron que el diseño y la disposición de la página web transmitían un sentido de confianza y despertaban un creciente interés por explorar más a fondo la informalidad, incluso manifestaron la disposición a adquirir nuestros planes. Adicionalmente, pusimos la aplicación a prueba a través de la herramienta Maze para evaluar su desempeño y su grado de facilidad de uso. Los resultados obtenidos fueron positivos, ya que los usuarios coincidieron en que la información presentada en la aplicación se encuentra al alcance con facilidad y es comprensible en su totalidad. Este hallazgo reafirma la importancia de la accesibilidad y la claridad en la presentación de la información dentro del app, contribuyendo a una experiencia óptima para los usuarios.

9. Conclusiones

La informalidad en nuestro país representa a una gran parte de la población. Podemos observar que la mayoría de las personas que forman parte del sector informal poseen un nivel muy bajo de cultura tributaria. Además, el proceso para formalizar un negocio no es tarea sencilla y la mayoría de los trámites resultan tediosos, lo que provoca que las personas pierdan interés y busquen alternativas más simples para operar. Por parte del Estado, los ministerios no se enfocan en informar y capacitar a las personas de manera que carecen de

conocimiento sobre los procesos o no comprenden los beneficios de llevar a cabo dichos trámites.

Basándose en los datos recopilados, hemos constatado que existe interés por parte de las personas propietarias de Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) en capacitarse. Si se les proporciona información de manera cercana y fácil de entender para llevar a cabo estos procesos, se fomentará su participación. Esto, a su vez, estimulará su interés en comprender la importancia de mantener un negocio formal y los beneficios asociados.

Con la creación de nuestra página web, facilitamos los trámites para los pequeños emprendedores. Les brindaremos orientación paso a paso en cada proceso y contarán con la asesoría constante de especialistas que están informados del tema. Es relevante resaltar que se realizaron pruebas y ningún usuario encontró dificultades al validar la página web. Esta herramienta es intuitiva y de fácil uso beneficiará a los emprendedores, al mismo tiempo que aumenta su interés en el tema.

La informalidad es un tema normalizado en nuestra sociedad, el cual requiere una mayor concientización y apoyo a la educación tributaria. Si bien contamos con la información, son pocos quienes muestran interés o capacidad para comprenderla. Nuestra propuesta busca fomentar la conciencia tributaria en nuestros clientes, por lo cual resulta imperativo brindarles una herramienta que les permita acceder a la información de manera sencilla y que puedan resolver posibles dudas. De esta manera, no sólo aseguraremos el cumplimiento adecuado de las obligaciones exigidas por el Estado, sino también garantizamos que aprovechen los beneficios inherentes que tiene la formalidad.

10. Bibliografía

Ángel, E. P. L. (2022, May 17). *El comercio informal y el derecho de áreas de uso públicos en el distrito de Santiago de Surco, año 2020.*

<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/1853>

Arturo, P. R. P. (2020). *Caracterización de suelos contaminados por actividad minera informal en el centro poblado Los Huertos de Río Seco, distrito de Carabayllo, provincia de Lima.*

<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/15392>

Carazas, R. R. (2021, September 13). *Análisis de la evasión tributaria en el Perú.*

<https://revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/article/view/2402>

Ramos, N., Chero, S., Vidaurre, W., Urbina, M., & Rosas, C. (2021). *Cultura tributaria como instrumento para una efectiva recaudación de impuestos.* Ciencia y Desarrollo.

<https://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/article/view/2328>

Daniel, L. R. H. (2022). *Caos Espacial: Comercio informal semifijo y transitabilidad peatonal del distrito San Juan de Lurigancho, Lima, 2022.*

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/103161>

De Zárate, F., De Zárate, F., & De Zárate, F. (2021, July 4). *Perú: un país rico en el que se dispara la pobreza.* El País. <https://elpais.com/economia/2021-07-04/peru-como->

[pueden-crecer-los-pobres-en-un-pais-rico.html?event=go&event_log=go&prod=REGCRART&o=cerradoam](#)

Economía informal en Perú: situación actual y perspectivas | CEPLAN. (2019, February 20).

CEPLAN. https://www.ceplan.gob.pe/documentos_/economia-informal-en-peru/#:~:text=Datos%20recientes%20revelan%20que%20Per%C3%BA,m%C3%A1s%20informales%20de%20la%20regi%C3%B3n

El 86% de las MYPES peruanas fueron informales en 2021 y sus ventas fueron un 27% menores que las de 2019, pese a la reactivación económica. (n.d.). COMEXPERU - Sociedad De Comercio Exterior Del Perú.

<https://n9.cl/o33li>

Everardo, M. M. O. (2016). *Principales determinantes de la informalidad en las MYPE dedicadas a la comercialización de prendas de vestir en la ciudad de Tingo María.*

<https://repositorio.unas.edu.pe/handle/20.500.14292/1289>

Javier, A. D. F. (2019b, October 1). *Estudio de factibilidad para la creación de una asesoría contable y tributaria : C&A Consultores.*

<https://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/4991>

José, E. V. J. (2022). *Comercio informal, espacios públicos y seguridad ciudadana en el sector este de la urbanización Lima Industrial, Cercado de Lima 2021.*

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/98659>

Javier, P. C. (2022, July 6). *La evasión tributaria y su informalidad en las MYPE, Lima 2022.*

<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/2195>

Jose, G. (2019). *Producción y empleo informal en el Perú.* Instituto Nacional de Estadística e Informática.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1701/1ibro.pdf

Informalidad empresarial: ¿podemos reducirla en medio de la pandemia? | Conexión ESAN.

(n.d.). <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/informalidad-empresarial-podemos-reducirla-en-medio-de-la-pandemia-1>

Inga, R. (2023). *Empleo informal en el Perú continúa creciendo.* La Cámara.

<https://lacamara.pe/empleo-informal-en-el-peru-continua-creciendo/>

Isabel, C. C. J. (2019). *Importancia de la auditoría tributaria preventiva en la empresa de transportes Lumar EIRL, Chiclayo, 2018.*

<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6229>

Lopez, E. (2022). Informalidad en negocios retorna a niveles de hace 15 años. *La Cámara.*

<https://lacamara.pe/informalidad-en-negocios-retorna-a-niveles-de-hace-15-anos/>

Miyashiro, M. J. K. (2023). *La realidad de la informalidad en el Perú previo a su*

bicentenario. Desde El Sur. <https://doi.org/10.21142/des-1501-2023-0013>

Moran, M. (2020, June 17). *Consumo y producción sostenibles - Desarrollo Sostenible*.

Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>

ODS 10 Reducción de las desigualdades | Pacto Mundial ONU. (2023, April 20). Pacto

Mundial. <https://www.pactomundial.org/ods/10-reduccion-de-las-desigualdades/>

Sotelo León, J. M. A. (2020). Plan de negocio para implementar una consultoría contable, financiera y tributaria en Mypes comerciales y servicios de la Zona 8 de Lima Metropolitana 2018.

<https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/3e9538a1-8b81-48ad-b7fc-9ad679bf5c39/full>

Vanessa, B., Francisco, G., Hugo, P. (2019, Enero 9). *Perú | Informalidad laboral y algunas propuestas para reducirla*. Observatorio Económico Perú.

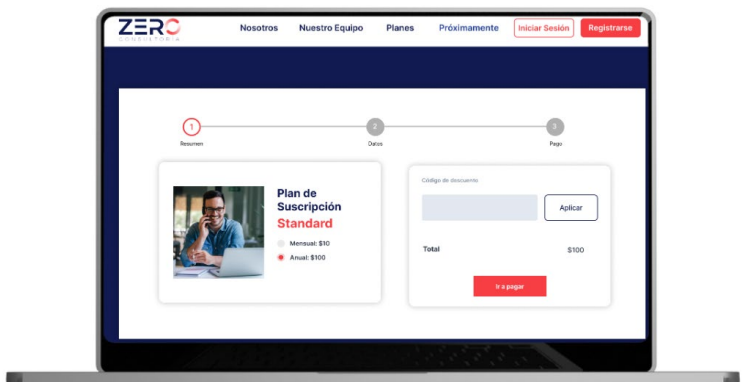
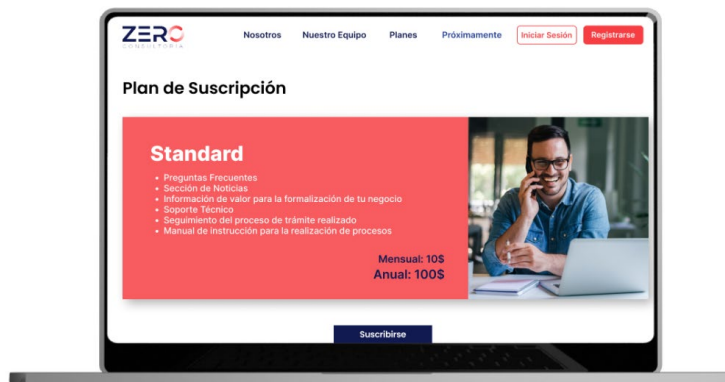
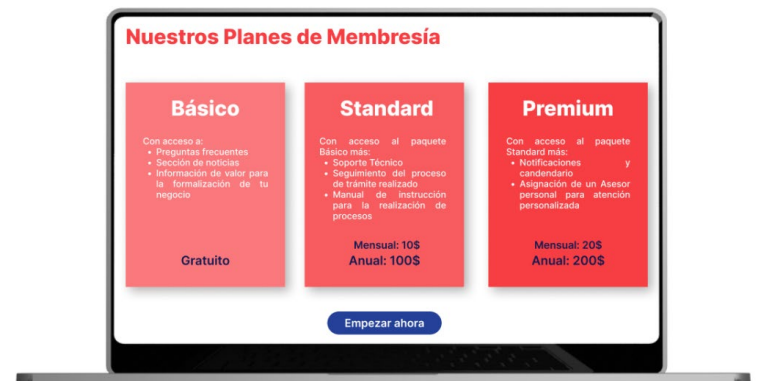
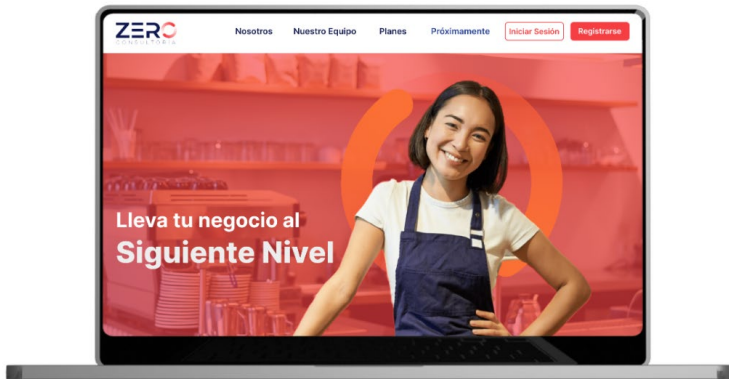
<https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2017/01/Observatorio-informalidad-laboral1.pdf>

10. Reducción de las desigualdades | Agenda 2030 en América Latina y el Caribe. (2023,

May 12). <https://agenda2030lac.org/es/ods/10-reduccion-de-las-desigualdades>

11. Anexos

Anexo 1. Prototipo de la página web ZERO



Anexo 2. Segunda etapa, Agencia de asesoría prencial

