



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
LOGÍSTICA INVERSA EN LAS MYPE RUBRO
ZAPATERÍAS DEL CENTRO DE PIURA, AÑO 2020**

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

AUTORA

CORTEZ ROBLEDO MELISSA MERCEDES

ORCID: 0000-0001-7715-7602

ASESORA

PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Cortez Robledo Melissa Mercedes ORCID: 0000-0001-7715-7602
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Piura, Perú

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes René ORCID: 0000-0001-8823-2655
Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Piura, Perú

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo
ORCID ID: 0000-0003-2027-6920
Guzmán Castro, Iván Arturo
ORCID ID: 0000-0002-4650-4322
Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth
ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Presidente.

Mgtr. Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

Miembro

Mgtr. Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

Miembro

Dra. Palacios de Briceño, Mercedes René

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO.

A Dios por permitirme lograr un objetivo
más en mi carrera, a mis padres por
apoyarme en cada decisión y proyecto, y
nunca perder la confianza en mí.

DEDICATORIA.

Todo este esfuerzo va dedicado especialmente a mi madre, porque siempre confi3 en m3 y nunca me abandon3.

A todas esas personas que hicieron posible llegar a este momento de mi vida y que estuvieron a lo largo de mi carrera; muy agradecida con todos.

RESUMEN

La presente investigación estableció como objetivo determinar las características de la gestión de calidad y logística inversa en las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020, se empleó la metodología nivel descriptivo, tipo cuantitativa, diseño no experimental y corte transversal, siendo los resultados agrupados según las variables en estudio, basado en una muestra no probabilística intencional, aplicando un cuestionario de 10 preguntas de respuesta cerrada para cada una de las variables, las mismas que fueron validadas por expertos. Las principales conclusiones fueron que las MYPE identifican los elementos de la gestión de calidad a través de sus productos, estos logran cumplir con las expectativas del cliente, debido a que sus productos son de calidad vinculadas al diseño que ofrecen, adaptándose a las necesidades del cliente, punto clave en la frecuencia de compra, sustentado también a las certificaciones con las que cuenta; un punto importante por mejorar es la atención al cliente, brindando a sus trabajadores mayores conocimientos del producto ofertado. Con respecto a la logística inversa, presentan clasificación y organización estructurada de los productos, pero no cuentan con un centro de devolución de productos, dejando en evidencia la ausencia de cultura del reciclaje de productos para su reaprovechamiento y comercialización, ya que sus actividades están enfocadas solo en la reutilización de inventarios estacionales sobrantes.

Palabras clave: Gestión de calidad, logística inversa.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the characteristics of reverse logistics and quality management in the MYPE shoe store in the center of Piura, year 2020, using the descriptive level, quantitative type, non-experimental design and cross-section methodology, the results being grouped according to the variables under study, based on an intentional non-probability sample, applying a questionnaire of 10 closed-response questions for each of the variables, the same ones that were validated by experts. The main conclusions were that the MYPE identify the elements of quality management through their products, they manage to meet customer expectations, because their products are of quality linked to the design they offer, adapting to customer needs , a key point in the frequency of purchase, also supported by the certifications it has; An important point to improve is customer service, giving your workers greater knowledge of the product offered. Regarding reverse logistics, they have a structured classification and organization of products, but they do not have a product return center, evidencing the absence of a culture of recycling products for reuse and marketing, since their activities are focused only in the reuse of leftover seasonal inventories.

Keywords: Quality management, reverse logistics.

CONTENIDO

FIRMA DE JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	21
2.1 Antecedentes	21
2.1.1 <i>Variable gestión de calidad</i>	21
2.1.2 <i>Variable logística inversa</i>	26
2.2 Bases teóricas de la investigación	31
2.2.1 <i>Gestión de calidad</i>	31
2.2.1.1 <i>Calidad</i>	33
2.2.1.2 <i>Elementos de la gestión de calidad</i>	35
2.2.1.3 <i>Principales Principios de la gestión de calidad</i>	37
2.2.1.4 <i>Calidad del producto</i>	40
2.2.2 <i>Logística inversa</i>	43
2.2.2.1 <i>Objetivos y funciones de la logística inversa</i>	44
2.2.2.2 <i>Elementos de dirección en la logística inversa</i>	45
2.2.2.3 <i>Actividades presentes en la logística inversa</i>	46
2.2.2.4 <i>Ventajas de la logística inversa</i>	48
III. HIPÓTESIS:	50
IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN:	51
4.1 <i>Diseño de la investigación</i>	51
4.2 <i>Población y muestra</i>	51
4.3 <i>Definición y operacionalización de las variables</i>	54
4.4 <i>Técnicas e instrumentos en la recolección de datos</i>	56
4.5 <i>Plan de análisis</i>	57
4.6 <i>Matriz de consistencia</i>	58
4.7 <i>Principios éticos</i>	60

V. RESULTADOS	61
5.1 <i>Resultados</i>	61
5.2 <i>Análisis de los resultados</i>	81
VI. CONCLUSIONES	93
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95
ANEXOS	102
<i>Cuestionario</i>	103
<i>Evidencias</i>	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.3: Matriz de operacionalización.....	54
Tabla 4.2: Matriz de consistencia.....	58
Tabla 1 Satisfacción.....	61
Tabla 2: Cumplimiento de expectativas.....	62
Tabla 3: Cliente frecuente.....	63
Tabla 4: Materiales óptimos.....	64
Tabla 5: Requisitos de calidad.....	65
Tabla 6: Producto de calidad.....	66
Tabla 7: Diseño atractivo.....	67
Tabla 8: Diseño a las necesidades.....	68
Tabla 9: Conocimiento de los trabajadores.....	69
Tabla 10: Control de calidad.....	70
Tabla 11: Empresa Eco amigable.....	71
Tabla 12: Clasificación y organización de mercadería.....	72
Tabla 13: Retiro de mercadería.....	73
Tabla 14: Devolución al proveedor.....	74
Tabla 15: Recuperación y reciclaje.....	75
Tabla 16: Reciclaje de productos.....	76
Tabla 17: Comercialización de productos reciclables.....	77
Tabla 18: Centro de devolución.....	78
Tabla 19: Inventarios sobrantes.....	79
Tabla 20: Reutilización de inventarios.....	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Satisfacción.....	61
Figura 2: Cumplimiento de expectativas.....	62
Figura 3: Cliente frecuente.....	63
Figura 4: Materiales óptimos.....	64
Figura 5: Requisitos de calidad.....	65
Figura 6: Producto de calidad.....	66
Figura 7: Diseño atractivo.....	67
Figura 8: Diseño a las necesidades.....	68
Figura 9: Conocimiento de los trabajadores.....	69
Figura 10: Control de calidad.....	70
Figura 11: Empresa Eco amigable.....	71
Figura 12: Clasificación y organización de mercadería.....	72
Figura 13: Retiro de mercadería.....	73
Figura 14: Devolución al proveedor.....	74
Figura 15: Recuperación y reciclaje.....	75
Figura 16: Reciclaje de productos.....	76
Figura 17: Comercialización de productos reciclables.....	77
Figura 18: Centro de devolución.....	78
Figura 19: Inventarios sobrantes.....	79
Figura 20: Reutilización de inventarios.....	80

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación busca realizar un diagnóstico de la situación de las MYPE, centrándose fundamentalmente en la gestión de calidad y logística inversa en el rubro zapaterías del centro de Piura (Perú). Dado que según el segmento empresarial, las micro y pequeñas empresas (MYPE) juegan un rol muy importante en Perú y es justo destacar su labor emprendedora y en favor de la economía nacional, se afirma que el Perú es un país de emprendedores y para demostrarlo se compartirán interesantes datos sobre la relevancia de las MYPE, según la Asociación de Emprendedores del Perú (2016), en el país, las MYPE aportan aproximadamente, el 40% del PBI (Producto Bruto Interno) y, por ello, están entre las mayores impulsoras del crecimiento económico del país (Asociación de Emprendedores del Perú, 2016).

Las MYPE tienen una participación decisiva en materia de generación de empleo, inclusión social, innovación, competitividad y lucha contra la pobreza. De hecho, en conjunto, generan el 47% del empleo en América Latina; en el Perú constituyen el 98,6% de las unidades empresariales, brindándole espacio de desarrollo a millones de trabajadores peruanos que contribuyen al desarrollo de la economía. Además, conforme las van creciendo y desarrollándose, nuevas van apareciendo. Esto dinamiza la economía del Perú. En el país, el 96,5% de las empresas que existen pertenecen al sector de las MYPE (Asociación de Emprendedores del Perú, 2016).

En los últimos años, el crecimiento de las MYPE ha sido importante para el dinamismo de la economía, se detalla que en la institución hay 16 mil microempresas con los requisitos para vender al Estado. Sin embargo, hay otras que aún deben recibir asesoría en temas como determinación de costos, gestión de calidad, elaboración de plan de negocios, entre otros, por lo que COFIDE ofrece variados programas interactivos que

puedan afianzar y fortalecer estas microempresas para consolidar el crecimiento sostenido a mediano y largo plazo (COFIDE, 2015).

En Perú se utilizan criterios para definir una MYPE, el número de personas empleadas donde se incluye propietario y familiares no remunerados y las ventas anuales brutas (expresadas en Unidades Impositivas Tributarias). De acuerdo a estos criterios en el Perú las microempresas tienen entre 1 y 10 trabajadores y tienen unos volúmenes de venta anual de hasta S/. 540,000 (alrededor de unos US\$ 195,000 y la pequeña empresa tiene entre 1 y 100 trabajadores y venta bruta anual de S/. 5'530,000 (aproximadamente unos 2 millones de dólares) (INEI, 2016)

En un estudio realizado por el gobierno regional del departamento de Piura, existe la falta de continuidad en la demanda, lo que afecta al plan de producción de productos y de ventas; es que las ventas de la MYPE son generalmente por periodos cíclicos y muchas de sus operaciones son al crédito. La competencia también paraliza el crecimiento de la MYPE ya que en Perú lamentablemente se considera a los productos importados como de mejor calidad solo por el hecho de ser extranjeros y se da mínima importancia a los bienes producidos en el Perú, aunque se realizan diversas campañas para apoyar a los compatriotas emprendedores, no es suficiente, esto y con la falta de apoyo de parte del sistema bancario es un gran obstáculo ya que los microempresarios no piden préstamos grandes con finalidad de expansión debido a las altas tasas de interés actuales y esto genera miedo al incremento de costos y al alto riesgo de perder la inversión (Diario Correo, 2015).

Con el crecimiento económico de la región Piura aporta el 4.2% del valor agregado bruto nacional, aunque su aporte a algunos sectores económicos es mucho mayor en términos proporcionales: 43.7% de la pesca, 5.5% de la agricultura y 6.8% de la manufactura. Otro aspecto donde Piura destaca es en la gravitación poblacional, pues

con sus 1.7 millones de habitantes es la segunda región con mayor número de habitantes, al albergar el 6.1% de la población total del país (Diario Correo, 2015)

Actualmente las MYPE en el Perú representan el 98.4% del total de empresas en el Perú y son las que mayores problemas tienen ya que no cuentan con suficiente apoyo, tienen poco acceso a crédito y limitada asesoría. Las MYPE rubro zapaterías cuentan con personal que tienen potencial pero no son adecuadamente motivados y capacitados. Sin embargo, las MYPE afrontan una serie de dificultades que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo próximo. Estudios previos indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados. Además, las pequeñas empresas en estudio deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para protegerse de la mortalidad, dado que emprender una pequeña empresa abarca un nivel de riesgo, y sus probabilidades de subsistir más de cinco años son bajas (INEI, 2016).

La mayor parte de los empresarios tienen profundo conocimiento técnico, debido a la experiencia en el rubro, pero existe resistencia a delegar responsabilidad, y esto se debe a que los dueños de las MYPE no confían en sus subordinados y creen que son los únicos que pueden solucionar conflictos, este problema genera que los trabajadores no sepan solucionar problemas en el momento y toman malas decisiones, generando una mala atención al cliente e influyendo en el prestigio de la empresa (Céspedes, 2015).

Se debe enfatizar, que con el tiempo las organizaciones compiten a través de su personal, donde el afán por incorporar y aportar en la formación integral de sus trabajadores ha sido una de las mejores inversiones de las empresas, lo cual es preocupante al no implementar estas políticas en las MYPE existentes, ya sea por desconocimiento en el tema, o por falta de inversión, es por ello la importancia de poner en marcha programas de formación y perfeccionamiento de los colaboradores, con el

objetivo de actualizar su conocimiento, aumentar su rendimiento y hacerlos crecer integralmente, siendo un elemento de gran importancia en donde el prestigio, reconocimiento y rendimiento laboral de una organización dependen en primer lugar de la atención profesional y del buen trato que brinde su personal a los usuarios o clientes y en segundo lugar, las recomendables relaciones interpersonales que existan entre todos los miembros que forman la organización (Céspedes, 2015)

Actualmente las empresas se enfrentan a un entorno caracterizado por grandes y profundos cambios de entorno, además de los retos propios de los emprendedores. Las formas de hacer comercio han evolucionado, ahora con la ayuda de internet se puede adquirir cualquier producto que se ofrezca en el mundo, las MYPE en estudio no utilizan la tecnología para ofrecer su producto, solo implementan el comercio tradicional, de compra y venta física, ellas ignoran este tema sin darse cuenta que incrementaría sus ventas de mayor manera. En esta perspectiva, la MYPE difícilmente tendrá alcance global actuando individualmente; aunque posea un buen nicho del mercado local, no estará libre de que en cualquier momento sea superada por una empresa del exterior en su tradicional mercado (Céspedes, 2015).

Las micro y pequeñas empresas surgen de la necesidad que existen muchas personas que no cuentan con empleo fijo, o son desempleados ya que estas personas guiadas por esa necesidad tratan de ver la manera de poder generar sus fuentes de ingresos propios. Cuando hablamos de las MYPE en estudio a nivel de microambiente se ve que no tienen una negociación directa con los proveedores, y esto se debe al bajo volumen de compra y al reducido capital con el que cuentan. A pesar de que las MYPE tengan un poder de negociación muy limitado el microempresario cumple con los requisitos exigidos por el proveedor de los bienes (Céspedes, 2015).

En el microambiente de las MYPE del rubro de zapaterías, los proveedores juegan un papel importante para el logro de los objetivos de los microempresarios y del mismo proveedor necesita seguir creciendo y para ello necesita nuevos clientes. Con respecto al poder de negociación de los clientes, es vital y necesario saber las características de los clientes basado generalmente en los gustos y preferencias, ya que de esta manera se determina el poder de negociación que se debe tener con los proveedores. (Diario La República, 2016)

El poder de cada grupo de compradores depende mucho de su situación en el mercado y de la importancia de sus compras comparadas con el total de ventas de la industria. En Piura como en el resto del país no tienen gran endeudamiento debido a que la capacidad adquisitiva de la MYPE no es tan grande, pero a pesar de eso los microempresarios tratan de hacer frente a la competencia con la estrategia de bajos costos del producto, centrados en ofrecer un precio accesible al cliente, Esta estrategia permite que las MYPE del rubro de zapaterías batallen por ser cada día más competitivas, ofrecen un producto de calidad a bajos costos y esto se refleja en la publicidad dado que ofrecen una garantía a los clientes, conocen de temas administrativos y de implementación de la gestión de calidad empíricamente obviando muchas veces la importancia de la logística inversa que les permita acrecentar y lograr competir en otros niveles tales como nivel sectorial y nivel nacional (Diario la República, 2016).

Entre las MYPE del rubro de zapatería del centro de Piura existe una fuerte competencia porque siempre ingresan al mercado nuevos modelos, estilos que se adecuan a las exigencias y necesidades de los clientes y esto permite que los microempresarios puedan segmentar el mercado y ofrecer un mejor producto y servicio tanto a los clientes que adquieren sus productos al por mayor y menor (Diario Correo, 2015).

Actualmente en Piura han ingresado grandes centros comerciales que se han convertido en la competencia más grande de las zapaterías de Piura esto hace que las MYPE ofrezcan productos de mejor calidad y que sean exclusivos tanto para niños, jóvenes y adultos y quienes resultan afectadas son las MYPE en dicho estudio, al verse eclipsados en la variedad y segmentación del producto (Diario Correo, 2015).

Con relación a las características del ambiente interno de las MYPE estudiadas se tiene que, en cuanto al financiamiento, estas pueden acceder a pequeños préstamos por parte de algunos bancos privados, los que son onerosos en el cobro de los intereses. La banca privada consigue los créditos, vía COFIDE, a 8% o 10% de interés y les presta a las MYPE cobrándoles intereses que se elevan hasta el 30%. Las MYPE en estudio se caracterizan por tener poco personal ya que el capital es mínimo y los ingresos no son muy grandes, además se puede apreciar que los dueños de las MYPE se encargan de realizar todas las funciones importantes, sin delegar a los colaboradores en la toma de decisiones (COFIDE, 2015).

En los últimos años, el crecimiento de estas MYPE ha sido importante para el dinamismo de la economía, se detalla que en la institución hay 16 mil microempresas con los requisitos para vender al Estado. Sin embargo, hay otras que aún deben recibir asesoría en temas como determinación de costos, gestión de calidad y logística inversa, elaboración de plan de negocios, entre otros, por lo que COFIDE ofrece variados programas interactivos (COFIDE, 2015).

En tal sentido Piura no ha sido ajena a este crecimiento; no obstante, se estima que aún se mantiene un porcentaje de informalidad a nivel regional. A razón de ello, COFIDE apostó por extender los servicios en Piura, con el fin de brindar al empresariado regional las herramientas necesarias para mejorar su competitividad. El Centro de desarrollo empresarial de COFIDE es un servicio dirigido a empresarios del micro, pequeña y

mediana empresa, así como a personas interesadas en formar su propio negocio, cuya finalidad es generar el desarrollo sostenible de las empresas, para ello, cuenta con importantes aliados públicos y privados que tienen como misión implantar las condiciones necesarias para que el sector MYPE mejore su nivel de competitividad, brindando asesoría, servicios y capacitación de manera gratuita (COFIDE, 2015).

Muchos de estos microempresarios piuranos se iniciaron con una empresa porque tuvieron una idea de negocio, pero no contaban con la experiencia y capacitación necesaria para formarla, sin embargo, el microempresario piurano es emprendedor y siempre piensa en crecer, ser competente, tener una buena preparación, capacitación y obtener ganancia. El 91% de los emprendedores peruanos esperan recuperar rápidamente el monto invertido en un tiempo máximo de 2 años. También se caracterizan porque no encuentran trabajo, o porque están insatisfechos en el empleo actual (COFIDE, 2015).

Con respecto al comercio y administración, las MYPE rubro zapaterías en el centro de Piura poseen una administración independiente procedente de la capacidad y experiencia de su propietario, operan en un ámbito local, poseen escasa especialización en el trabajo, no emplean técnicas de gestión y administración, dependen en gran medida de la mano de obra familiar, su actividad no es intensiva en capital, pero sí en mano de obra, sin embargo no cuentan con mano de obra fija o estable, tienen acceso reducido a la tecnología, no separan las finanzas del hogar y las de los negocios, tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad (COFIDE, 2015).

En el nivel externo, se encuentra el factor político legal constituido por el conjunto de leyes, ordenanzas y reglamentos establecidos por los órganos gubernamentales como Ministerio de Trabajo, Superintendencia de Administración Tributaria, Superintendencia de Registros Públicos, Ministerios de Industria, Turismo, Ministerios de la Producción.

Estas instituciones cumplen como funciones, para ejercerlas, emiten normas y regulaciones, así el Estado interviene en la economía mediante la política monetaria y fiscal, así como mediante regulaciones de distintos mercados como el laboral (sueldos mínimos, derechos y obligaciones del trabajador y empresario, contratación temporal, etc.) y los mercados financieros. Las MYPE rubro zapaterías cuentan con licencia de funcionamiento otorgado por la Municipalidad de Piura, pero no con certificación de Defensa Civil, ni presentan zonas de evacuación en casos de sismo, constituyendo una debilidad para las MYPE en estudio (Diario Correo, 2015).

Por otro lado, SUNAT (2017) señala con respecto a la tributación, debe elegir el Régimen más conveniente entre el Nuevo RUS (Régimen Único Simplificado), Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) y el Régimen General (RG) y a partir del año 2017 los contribuyentes pueden acogerse además al Régimen MYPE Tributario. Con respecto al pago de los trabajadores se sabe que aquellos que están sujetos al Régimen Laboral Especial donde se les debe pagar la Remuneración Mínima Vital en la medida que laboren más de cuatro horas diarias, sin embargo, las MYPE rubro zapaterías son informales en este punto, ya que les pagan por debajo del sueldo mínimo vital a sus trabajadores, y a veces realizan jornadas de 12 horas sin una remuneración adicional, cuando lo establecido son 8 horas diarias de trabajo.

En el factor económico, se indaga la forma cómo la empresa se inserta a la sociedad y la producción y distribución de los bienes y servicios. Así se considerará la evolución de los sueldos y salarios que actúa sobre la capacidad de consumo; la tasa de inflación y su evolución, que suele presionar a la baja sobre las utilidades de las empresas y sobre el poder adquisitivo de las personas; el hecho de que la economía esté en un ciclo de expansión, crecimiento o recesión incide considerablemente en las expectativas de las empresas y en sus proyectos de inversión. Al contar las MYPE con un capital pequeño

esto influye a que los créditos sean reducidos y que la tasa de interés oscile en un 4.25% según datos del Banco Central de Reserva del Perú (2015) el porcentaje que se ha mantenido a un mismo ritmo desde el 2011. Habido poca interacción del Estado con las MYPE en lo que a créditos se refiere. Los bancos no manifiestan tener interés por las MYPE debido a que existe la idea que no van a poder cancelar los pagos establecidos por el banco debido a sus bajos ingresos. Esto ha incurrido que las MYPE rubro zapaterías recurran a casas de préstamos que permitan hacer surgir el negocio y acuden también a cajas municipales como caja Piura, caja Sullana, caja Trujillo puesto que les ofrecen tasas de interés bajas.

Entre los factores socioculturales, se incluye las pautas culturales dominantes, el nivel educativo, la tasa de crecimiento de la población, la distribución por edades, la movilidad; el nivel de formación general y específica; los sistemas de valores y creencias, las normas de conducta que influyen en la demanda de ciertos sectores (Diario Gestión, 2015).

Las condiciones de vida, gustos, costumbres y comportamientos distintos a los del resto. Esto ha hecho que la segmentación del mercado y los nichos jueguen un papel preponderante y que los diferentes gustos y preferencias este dirigido al momento de comercializar los productos. Con respecto al factor de tecnología que en sentido amplio significa empleo de la ciencia y la técnica en relación con el campo de la producción o procesos productivos y/o nuevos productos; métodos de gestión administrativa y de calidad; sistemas de información, entre otros (Diario Gestión, 2015).

La tecnología es un factor determinante de la capacidad competitiva de la empresa, dado que posibilita aumentos de la productividad, lo que se refleja en la reducción del costo unitario del bien o servicio y con esto mayores ganancias para el microempresario (Diario la República, 2016).

Las MYPE de Piura del rubro de zapaterías solo se encargan de ofrecer el producto mas no de producirlo ya que esto son enviados de diferentes partes del Perú como Lima, Chiclayo y Trujillo, y del extranjero, sin embargo aseguran que el producto es de calidad y no presentan un compromiso real con la responsabilidad social, por falta de conciencia y conocimiento al implementar sus políticas de trabajo al igual que implementar las 4 R en sus sistemas de distribución y comercialización (Diario la República, 2016).

La globalización de los mercados y la fuerte competencia tecnológica, ha posibilitado la mejora en la infraestructura de las redes de telecomunicación del país, permitiendo ahorros en costos y tiempo. No obstante, la industria en general aún no alcanza un nivel adecuado de industrialización, la misma que se encuentra concentrada en la capital y algunas ciudades principales (Diario la República, 2016).

La mejora en la infraestructura tecnológica se ha beneficiado además por la incursión del capital extranjero a raíz de las privatizaciones, siendo el campo más importante el de las telecomunicaciones. Sin embargo, en nuestra industria, si bien existe mejora tecnológica, ésta es difícil de implementar en las MYPE dado los altos costos para dichos empresarios y su bajo poder de adquisición. Dado lo anterior, se considera necesario el estudio y análisis de esta problemática con la finalidad de ofrecer a las MYPE del rubro de zapaterías una estrategia que les permita crear, mantener y desarrollar personas capacitadas y competentes, la presencia de una gestión de calidad eficiente y la incorporación de la logística inversa en sus estrategias empresariales, con la finalidad de alcanzar los objetivos de la organización (Diario la República, 2016).

El interés por la calidad arranca definitivamente en la década de los años setenta, a raíz de la crisis económica occidental inducida por el alza del petróleo y la consolidación de las empresas japonesas como competidores en los mercados internacionales. El éxito creciente de los productos japoneses, en industrias como la automovilística, la producción

de motocicletas, los semiconductores, la electrónica de consumo o los aparatos de aire acondicionado, indujo la preocupación sobre cómo gestionar la calidad para mantener o ganar competitividad (Camisón, Cruz, & González, 2015)

La Gestión de la Calidad se ha convertido actualmente en la condición necesaria para cualquier estrategia dirigida hacia el éxito competitivo de la empresa. El aumento incesante del nivel de exigencia del consumidor, junto a la explosión de competencia procedente de nuevos países con ventajas comparativas en costes y la creciente complejidad de productos, procesos, sistemas y organizaciones, son algunas de las causas que hacen de la calidad un factor determinante para la competitividad y la supervivencia de la empresa moderna. La literatura en este campo, apoyada en una amplia evidencia empírica, concluye que la competitividad empresarial, en un entorno turbulento como el actual, exige una orientación prioritaria hacia la mejora de la calidad. El fundamento de esta prescripción teórica es la existencia de una relación positiva entre la Gestión de la Calidad y los resultados organizativos (Camisón, Cruz, & González, 2015)

El interés hacia la logística inversa ha ido aumentando proporcionalmente al crecimiento de las actividades del comercio electrónico y de los modelos de negocio electrónico de tipo Business-to-Consumer. La logística inversa es una de las tareas más complejas en la estrategia operacional de cualquier empresa. Su gestión está condicionada por una serie de casos que vienen determinados por cuatro factores importantes, que son: el sector, el mercado, el producto y, por supuesto, el cliente. La logística inversa tiene poca acogida en el Perú ya que al no ser una actividad fácil se opta por dejarla de lado. Es así como se abre una brecha para empresas que quieran dedicarse solamente a esta actividad. Además, tradicionalmente, la logística inversa es una de las áreas menos consideradas por las compañías, en particular, por las pequeñas y medianas empresas (Vargas, 2018).

Los cuatro retos principales con los que empezar a trabajar a la hora de llevar a cabo un nuevo proyecto de logística inversa son: el primero con el que debemos lidiar es la planificación, tanto si vamos a ejecutar las operaciones de manera interna como si lo hacemos de manera externa, el segundo es el transporte. Todos aquellos factores del producto, mercado o cliente que dificultan su distribución, lo harán también con la Logística Inversa; en tercer lugar, hay que definir muy bien la finalidad o posibles salidas que vamos a darle a cada uno de los productos una vez recuperados y en cuarto y último lugar, una vez seleccionada cual será la salida de cada uno de los productos, hay que proceder a definir su tratamiento y adecuación en función del fin asignado a cada uno de ellos (Vargas, 2018).

En el caso de la gestión en el sector retail peruano es una tarea compleja que requiere una logística muy minuciosa. Toda empresa aplica procesos logísticos que comprenden el inicio de la tarea (que es tomar el producto desde su punto de inicio), hasta llevarlo a su destino final. La realidad hace preguntarnos dónde empieza y dónde termina la logística inversa debido a que los empresarios peruanos que desean aplicar esta metodología desconocen los límites de la misma y, por consecuencia no pueden cerrar la cadena correctamente en sus procesos productivos (Vargas, 2018).

La logística inversa tiene insuficiente acogida en el Perú ya que al no ser una actividad fácil de ejecutar se opta por dejarla de lado. Es así como se abre una brecha para empresas que quieran dedicarse solamente a esta actividad. Entonces tercerizando ya podría cubrirse dicha necesidad, pero también es importante hacerla eficiente. Debido a diversos aspectos la logística inversa tiene mayores gastos de distribución (la no uniformidad del producto hace que este no sea eficiente), se generan mayores gastos en visitas al cliente y errores al momento de la planificación de las actividades al tener un proceso con mucha variación (Vargas, 2018).

En el sentido de mejorar el aprovechamiento de los recursos naturales, el estudio de la logística inversa para diferentes productos, proporciona el conocimiento de las formas de reintegración al mercado de actividades de los bienes ya beneficiados por los procesos de producción directos y con determinado plazo de utilización. Considerando el marco legal del Perú, las empresas que comercializan productos con envases plásticos, aceites lubricantes, entre otros, deben ser responsables por el destino final, ambientalmente adecuada a las mismas. La logística inversa se concentra en los flujos donde existe un cierto valor a ser recuperado de los productos y materiales y estos pueden entrar en una nueva cadena productiva (Vargas, 2018).

La logística inversa no es más que la cadena de suministros rediseñada para gestionar eficientemente el flujo de productos destinados al reprocesamiento, la reutilización, el reciclaje o la destrucción, usando correctamente todos sus recursos disponibles. El objetivo común de todas las actividades de la logística inversa es determinar cómo la empresa puede obtener eficientemente los productos y envases desde donde no son deseados, a donde puedan ser procesados, reutilizados y recuperados. Para cada producto, la empresa debe decidir el destino final para los productos incluidos en el flujo de logística inversa, y una vez que un producto ha retornado se debe maximizar su valor (Vargas, 2018).

El producto que se ha devuelto a una empresa no se ha utilizado, se puede revender a otro consumidor o introducir en nuevos mercados. Si el producto no se puede vender tal y como está, o si la empresa puede aumentar su precio de venta mediante actividades de reparación, restauración, re manufactura, la compañía realizará dichas actividades antes de ponerlo nuevamente a la venta (normalmente a un coste inferior). En general, a medida que aumenta la complejidad del tratamiento del producto, también aumentan los costes. Así, es en la gestión de la recuperación donde se han de realizar los mayores

esfuerzos, ya que es posible que los ingresos que se puedan obtener por la venta de materiales no superen los costes asociados al tratamiento requerido. En cualquier caso, aunque resulte económicamente desventajoso realizar dicho tratamiento, éste se ha convertido en una necesidad social y legislativa en la logística (Vargas, 2018).

En la actualidad las MYPE dedicadas al rubro zapaterías en el centro de Piura se encuentran afectadas por la llegada de empresas reconocidas a nivel nacional en las transnacionales las cuales han llegado al mercado con el fin de marcar la diferencia ante las MYPE piuranas, generándoles inestabilidad en el ámbito económico y ocupando sus nichos y segmentos ya ganados La importación de calzado aumenta anualmente. Hasta el momento ha copado el 60% del mercado nacional. En Trujillo se ha reducido la producción, afectando principalmente a los mercados piuranos, los principales centros comerciales, explica, prefieren importar calzado debido al volumen de producción que requieren. A esto se suma la gran tasa de informalidad en el rubro. Existe un 70% de informalidad en el sector y un 60% en lo que es cuero y curtiembre (De la Roca, 2016).

Esto afecta directamente a la competitividad del sector, ya que crea espacios de competencia desleal que limitan la producción, desarrollo y crecimiento del sector oficial, el 12% de la población económicamente activa (PEA) de Trujillo se dedica a la industria del calzado y unas 20 mil personas dependen del movimiento en este sector (los comerciantes peruanos no fabrican, solo distribuyen); La producción anual de los pequeños empresarios llega a los diez millones de pares anuales, entre calzado de cuero y hecho con material plástico. Además, se cuentan las más de 100 empresas dedicadas a la curtiembre del cuero, algunas formales y otras informales, con familias enteras que por años se dedican a procesar de manera artesanal el cuero (De la Roca, 2016).

Los retos están simbolizados en la capacitación, tecnología y estandarización de la calidad son los principales retos de este rubro. Los programas del Ministerio de la

Producción, como Compras a MYPErú, que promovieron la compra de un millón de pares de calzado escolar, fueron una manera de impulsar a los fabricantes que se formalizaran, capacitaran y crecieran para alcanzar el nivel de exportación y no solo quedará en el mercado peruano (De la Roca, 2016).

La crisis golpea al fabricante, con el incremento de la exportación de calzado ha significado el cierre de empresas trujillanas, hace 10 años se hablaba de 4 mil a 5 mil micro y pequeñas empresas, ahora esta cantidad ha disminuido”, Una situación similar a la que vive hoy el emporio comercial de Gamarra en Lima, donde 5 mil locales han cerrado en el último año, según los dirigentes, la cifra es que las 2200 empresas de este rubro hacen al distrito El Porvenir la “Capital del calzado peruano”. 96% de fabricantes de calzado en Trujillo son micro y pequeñas empresas (De la Roca, 2016).

Estas empresas grandes tienen ventaja ya que cuentan con capital, por lo que invierten en su personal y su preocupación es el cliente, como se sabe estas empresas capacitan a su personal constantemente conocen la metodología para llegar al cliente, hacen publicidad a su producto ofreciéndoles un mejor servicio, los motivan con sus promociones, le dan valor agregado, realizan campañas publicitarias, esto les permite tener acogida y quienes resultan afectadas son las MYPE en dicho estudio. Es por ello que las MYPE rubro zapaterías se ven obligadas a mantenerse en constante innovación, adquiriendo conocimientos actualizados, por esta razón es necesario que las MYPE mantengan un alto índice de competitividad para liderar el mercado piurano, teniendo que estar a la vanguardia y un paso delante de las grandes empresas (Diario la República, 2016).

La importancia de ofrecer productos de calidad es cada vez más esencial en el mercado. Los consumidores son más exigentes y tienen una gran noción de lo que implica la calidad, lo relacionan con durabilidad, razón por lo cual las empresas aplican sistemas

de logística inversa para mejorar su sistema de producción. Esta ha llegado a ser una de las herramientas más importantes y poderosa que poseen las empresas de rubro zapaterías hoy en día (Diario la República, 2016).

En el centro de Piura la mayoría de las zapaterías tienden a no utilizar un sistema de logística inversa. La mayoría de los trabajadores no saben que significa, existiendo un desconocimiento alarmante. Evadiendo dicho sistema da como resultado productos y servicios de baja competitividad, poca productividad a nivel empresa. Las MYPE de la presente investigación se dedican a la distribución de zapatos más no a la producción de los mismos (Diario la República, 2016).

Dentro de la cadena de suministro de las empresas la logística se aplica en la consecución de los distintos eslabones yendo desde los proveedores hacia los clientes; en cambio, la logística inversa cambia la dirección y se centra desde los clientes hacia los proveedores, lo cual no es de interés de los dueños de las MYPE, esto quiere decir que, mientras la logística se interesa porque el producto llegue al cliente, la logística inversa se interesa en la recuperación de los residuos o productos fuera de uso embalajes y subproductos que pueden ser reutilizados; en definitiva, gestiona el retorno de las mercancías en la cadena de suministro de forma efectiva y lo más económica posible, algo que no ocurre con estos microempresarios en sus negocios, ya que los productos son adquiridos de otro lugar (Diario la República, 2016).

Por todo ello, la ULADECH Católica en la Escuela de Administración cuenta con las líneas de investigación: “Caracterización de la competitividad, capacitación, rentabilidad y financiamiento de las MYPE” y “Gestión de calidad y formalización de las MYPE en Perú” con el fin de contribuir a la gestión científica de las MYPE y por lo tanto alinearse a su filosofía organizacional.

De acuerdo a la situación antes caracterizada se puede enunciar el problema ¿Qué características tiene la gestión de calidad y la logística inversa de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020?, problemática que está presente en el Departamento de Piura y que gracias a la ULADECH Católica, sede Piura, escuela de Administración se buscará dar solución a la problemática.

Así el objetivo general que se ha establecido se puede enunciar como: “Determinar las características de la gestión de calidad y logística inversa de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020”, mientras que los objetivos específicos son: (a) Determinar los elementos de la gestión de calidad de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020 , (b) Conocer la calidad de los productos de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020; (c) Identificar las actividades presentes en la logística inversa de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020, (d) Determinar las ventajas de la logística inversa de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020.

Se empleará la investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, la técnica de recojo de datos: encuesta, instrumento: cuestionario estructurado que contiene preguntas de escala nominal para la variable gestión de calidad y logística inversa.

La investigación queda delimitada desde la perspectiva:

- Temática por la variable: gestión de calidad y logística inversa.
- Psicográficos: microempresas rubro zapaterías.
- Geográfica: Centro de Piura, Av. Tacna.
- Temporal: año 2020.

Debido a las limitantes del panorama actual, que, la Organización Mundial de la Salud ha calificado, con fecha 11 de marzo del 2020, el brote del Coronavirus (COVID-19) como una pandemia al haberse extendido en más de cien países del mundo de manera simultánea; Que, mediante Decreto Supremo N° 008-2020-SA, de fecha 11 de marzo del 2020, se ha declarado en Emergencia Sanitaria a nivel nacional por el plazo de noventa (90) días calendario, por la existencia del COVID-19, a fin de reducir el impacto negativo en la población ante la existencia de situaciones de riesgo para la salud y la vida de los pobladores y adoptar acciones para la prevención y control para evitar la propagación del referido virus. Que, la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha elevado la alerta por el COVID-19 a “nivel muy alto” en todo el mundo tras los casos de brote que se han detectado en más de ciento veinte (120) países”, declarando dicho brote como una pandemia por su rápida expansión a nivel global (Diario el Peruano, 2020).

Que, mediante Decreto Supremo N° 044-2020-PCM, precisado por los Decretos Supremos N° 045-2020-PCM y N° 046-2020-PCM, se declara el Estado de Emergencia Nacional por el plazo de quince (15) días calendario, y se dispone el aislamiento social obligatorio (cuarentena) así como medidas para el ejercicio del derecho a la libertad de tránsito, por las graves circunstancias que afectan la vida de la nación a consecuencia del brote del COVID-19; habiéndose prorrogado dicho plazo por el término de trece (13) días calendario, a partir del 31 de marzo de 2020, mediante Decreto Supremo N° 051-2020-PCM (Diario el Peruano, 2020).

Que, ante los diversos casos de incumplimiento de las reglas para la limitación al ejercicio del derecho a la libertad de tránsito, en varios lugares del país, en el marco de la declaratoria del Estado de Emergencia Nacional, mediante los Decretos Supremos N°s 053 y 057-2020-PCM se establecen disposiciones adicionales sobre la inmovilización social obligatoria, que contribuyan a proteger la vida y la salud de la población, sin afectar

la prestación de servicios públicos, así como bienes y servicios esenciales; Que, no obstante, las medidas adoptadas, se aprecia la necesidad de prorrogar el Estado de Emergencia Nacional declarado mediante el Decreto Supremo N° 044-2020-PCM y ampliado mediante el Decreto Supremo N° 051-2020-PCM, con la finalidad de que se prosiga con las medidas excepcionales para proteger eficientemente la vida y la salud de la población, reduciendo la posibilidad del incremento del número de afectados por el COVID-19, sin afectar la prestación de los servicios básicos, así como la salud y alimentación de la población; así como dictar otras medidas relacionadas con la inmovilización social obligatoria. (Diario el Peruano, 2020).

Debido al presente estado de emergencia por la pandemia y con el cumplimiento de las disposiciones generales de cuarentena ordenadas por el Presidente del Perú, se tomaron medidas donde se utilizó el muestro no probabilístico intencional, para el momento de la aplicación de las encuestas, la cantidad de personas encuestadas es mínimo, para evitar un mayor contacto con la población, se utilizaron diferentes tipos de canales para la obtención de la información de la encuestas.

Por todo lo expuesto la presente investigación se justifica porque se busca determinar las características de las MYPE y por lo tanto se estará en la capacidad de diseñar las estrategias pertinentes con respecto a gestión de calidad y logística inversa al contar con un diagnóstico preciso que servirá como base de comparación para futuras investigaciones, por otro lado ayudará a un grupo de empresas que no tienen conocimiento científico de gestión y administración de las MYPE, ya que la gran mayoría generalmente son empíricos (nacidos de la experiencia diaria) por eso gran parte de microempresas piuranas presentan limitaciones en su desempeño como consecuencia de la baja calificación del empresario y de los trabajadores; en el Perú las MYPE conforman el grueso del tejido empresarial, dado que, de las empresas existentes en el

país, el 98,4% lo son; las mismas que aproximadamente generan el 42% de la producción nacional, proporcionando el 88% del empleo privado en el Perú. (Benzaquen, 2015).

En la actualidad la importancia de la gestión de calidad implementada en cada proceso es muchas veces desconocida o dejada de lado por los microempresarios, pues muchas veces muestran despreocupación por un tema vital para ofrecer un producto de calidad al cliente. Por otro lado, lamentablemente existe un desconocimiento alarmante en temas de logística inversa, y de la generación de una gestión de calidad óptima, estos son temas poco atendidos tanto por el estado, como para los empresarios.

Asimismo, la presente investigación se justifica desde la perspectiva metodológica, dado que se aplicará la metodología científica, se utilizan fuentes primarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información. La utilidad metodológica de la investigación ayudará a la definición de conceptos y las variables, en este caso gestión de calidad y logística inversa de las MYPE. (Fernández Sampieri, 2016).

I. REVISIÓN DE LA LITERATURA

1.1 Antecedentes

1.1.1 Variable gestión de calidad

Toscano (2015), realizó una investigación titulada “Modelo de gestión de calidad y su efecto en las ventas de la Finca el Moral de la Parroquia el Triunfo del Cantón Patate”, investigación que se presentó en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador, siendo el objetivo general: proponer un modelo de Gestión de Calidad en las ventas de la Finca el Moral de la parroquia el Triunfo del Cantón Patate, y se empleó la metodología explorativo - descriptivo , y sus conclusiones fueron que la propuesta cumple el objetivo perseguido de proponer un mejoramiento continuo de la calidad que integre las características propias de la organización, las necesidades de sus clientes, los procesos y las acciones de medición, análisis y mejora continua de la calidad a la gestión de la organización, en el intento de alcanzar niveles superiores en el desempeño en la contribución de técnicas y métodos de evaluación de la calidad de los procesos de la Finca el Moral.

Arias (2015) realizó una investigación titulada “Implementación del sistema de gestión de calidad en la empresa QUALITY & CONSULTING GROUP S.A.S. conforme a la norma ISO 90001:2008, investigación que se presentó en Universidad libre de Colombia, siendo el objetivo general: Implementar el Sistema de Gestión de Calidad conforme a la norma internacional ISO 9001 versión 2008 en la empresa de consultoría Quality & Consulting Group S.A.S. se empleó la metodología de tipo inductivo, sintético y sus conclusiones fueron que La implementación del Sistema de Gestión de Calidad permitió a la compañía la creación de una estructura organizacional basada en el conocimiento de la situación real de la empresa y orientada bajo directrices de calidad en

cada uno de los niveles, y un manejo de la operación focalizado en metas y resultados establecidos. El proceso estructurado de selección, evaluación y reevaluación de proveedores garantizó a la organización la calidad de los productos y/ servicios adquiridos, bajo especificaciones definidas y parámetros de control claros.

Narváez (2016) realizó una investigación titulada “Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad mediante la Norma ISO 9001:2015 aplicado al área de tecnologías de la información de la Universidad Politécnica Salesiana”, investigación que se presentó en la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador, siendo su objetivo general diseñar un Sistema de Gestión de Calidad mediante la Norma ISO 9001:2015 aplicado al área de tecnologías de la información de la Universidad Politécnica Salesiana, se utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, y sus conclusiones fueron que la adopción de esta Norma Internacional en relación a sistemas de gestión de calidad ha permitido a evidenciar errores y dificultades que en el transcurso de esta construcción de SGC de TI, ha propiciado buscar y establecer otras alternativas de solución que aporte con creatividad a un mejor tiempo de respuesta en los requerimientos y necesidades que presentan los usuarios o partes interesadas. Antes de incursionar en el SGC de TI, las incidencias y problemas técnicos estimulaban divergencias complejas entre los miembros del área de TI, por tanto, el carácter preventivo de las acciones de no conformidad brindan una óptica diferente de afrontar y resolver esas diferencias a través de acciones documentadas y de seguimiento que promueven a eliminar las causas que afectan la calidad del trabajo realizado y a la prolijidad de soluciones efectivas para beneficio de los usuarios.

Meléndez (2017) realizó una investigación titulada “Propuesta de implementación del sistema de gestión de calidad en una industria pesquera según la norma ISO 9001:2015” investigación que se presentó en la Pontificia Universidad Católica del Perú,

siendo su objetivo general implementación del sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2015, se utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal y sus conclusiones fueron que la implementación del Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma ISO 9001:2015 va a mejorar indudablemente la imagen de la organización. Lo que le dará una ventaja competitiva sobre otras empresas del mercado peruano que no cuenten con dicho SGC. Asimismo, le permitirá expandir su mercado, ya que en la actualidad en muchas homologaciones se está exigiendo dentro de los requisitos contar con la certificación del SGC basado en la norma ISO 9001.

Núñez (2016) realizó un trabajo de investigación titulado “Implementación de la norma ISO 9001:2015 y su impacto en la eficiencia de los procesos productivos en una empresa pesquera”, investigación que se presentó en la universidad Nacional de Trujillo , siendo su objetivo general: Mejorar la eficiencia de los procesos productivos en una empresa pesquera, mediante la implementación de la norma ISO 9001:2015, se utilizó la metodología pre experimental, transversal y explicativo, y sus conclusiones fueron que la implementación de la norma ISO 9001:2015 mejoró la eficiencia de los procesos productivos en la empresa pesquera incrementándolo en 6% aprox. y 3% en la obtención de harina y aceite de pescado respectivamente, respondiendo de esta manera a la hipótesis y objetivos del presente estudio, debido a que se mantiene un mejor control y seguimiento de los productos elaborados apoyándose en la mejora continua de los procesos principales, con la mejora en el proceso de obtención de la harina, se traduce en altos indicadores de calidad y bajos niveles de reproceso, donde se puede visualizar la evolución y el impacto de un nuevo sistema de gestión de la calidad que gestiona el seguimiento de las no conformidades.

Valcazar (2017), realizó una investigación titulada “Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza, de la urbanización Villa del Norte, distrito Los Olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2017”, investigación que se presentó en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, siendo su objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza, de la urbanización Villa del Norte, distrito los Olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2017, se utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal y sus conclusiones fueron que el 66,67% definen la gestión de calidad como dar servicios que satisfagan al cliente, el 66,67% enfocan su gestión hacia el cliente, el 80% indican que la atención personalizada es un elemento que está enfocada al cliente, el 46,67% toma como referencia los mejores aspectos de su competidor como técnica de gestión de calidad en servicio, y el 53,33% utiliza la capacitación para sus trabajadores, un 100% manifiestan que la satisfacción del cliente se debe al personal capacitado y el 86.67% cree que los recursos utilizados son adecuados para dar un buen servicio.

Arévalo (2018) realizó una investigación titulada “Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE rubro librería del Centro de Piura, año 2018”, investigación que se presentó en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, siendo su objetivo general: determinar las características de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE rubro librería del Centro de Piura, año 2018, se utilizó una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal y sus conclusiones fueron que tienen objetivos como la enseñanza, la modificación de actitudes; de la misma manera, la aplicación de técnicas clasificadas en cuanto a la utilización, al tiempo y el lugar. También, se determinó que las características

de la gestión de calidad de las MYPE rubro librerías del Centro de Piura, es la puesta en práctica de los principios de enfoque al cliente, enfoque al cliente, liderazgo, participación del personal, enfoque a procesos y la relación con proveedores; de la misma forma, la inexistencia de este sistema según la Norma ISO 9001.

Bances (2018) realizó una investigación titulada “Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las MYPE de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2018”, investigación que se presentó en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, siendo su objetivo general analizar las características de gestión de calidad y competitividad en las MYPE de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2018, se utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal y sus conclusiones fueron que los factores básicos de la gestión de calidad son 74% de aplicación de procesos por escrito, 69% de los recursos humanos con valores y de confianza; en relación de las necesidades y originalidad de los productos el 79% satisface sus necesidades de hospedaje por la mejora del servicio, 62% por el cumplimiento del personal en sus tareas y la característica de amabilidad. Siguiendo con la variable competitividad se tiene que en lo referido a la innovación prima los sistemas de tecnología facilitando los servicios de internet, los bajos costos, personal preparado, en cuanto a los tipos de competitividad conocen con mayor acercamiento la ambiental y la dinámica.

Garrido (2018) realizó una investigación titulada “Caracterización de la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las MYPE Hoteleras del centro de Piura, año 2018”, investigación que se presentó en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, siendo su objetivo general, determinar las características que tiene la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las MYPE del rubro Hotelero del centro de la ciudad de Piura en el año 2018, se utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo,

diseño no experimental y de corte transversal y sus conclusiones fueron que las MYPE hoteleras cumplen con ofrecer productos y servicios de calidad a clientes potenciales pero no aplican sistemas de gestión en todas sus áreas organizacionales ni estrategias para la captación de clientes. Por consiguiente, los propietarios han elaborado planes estratégicos, pero carecen de los conocimientos pertinentes para efectuarlo con eficiencia, se determinó que las características de la Gestión de calidad y el Planeamiento estratégico de las MYPE hoteleras del centro de Piura son la utilización de una gestión débil en sus operaciones y una administración empírica producto de la falta de conocimientos, control y cultura organizacional.

1.1.2 Variable logística inversa

Rubio (2016) realizó una investigación titulada “El sistema de logística inversa en la empresa: análisis y aplicaciones” investigación que se presentó en la Universidad de Extremadura, España, siendo su objetivo general: Implementación de un sistema de logística inversa en la empresa, se utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal y sus conclusiones fueron que el diseño de la función logística de la empresa debe contemplar tanto el flujo directo productor - consumidor, como el flujo inverso consumidor - productor (recuperador), de manera que, a través de este enfoque integral, se amplifiquen las oportunidades competitivas que ofrece esta función logística. La función inversa de la logística, para poder generar de manera eficiente estas oportunidades competitivas, requiere un proceso de planificación, desarrollo y control similar al existente para la función directa de la logística. Es decir, la logística inversa presenta un carácter intrínsecamente estratégico.

Saade (2015) realizó una investigación titulada “Propuesta para la aplicación de la logística inversa en la cadena de suministro de las empresas comercializadoras de insumos agrícolas en El Salvador”, investigación que se presentó en la Universidad Dr.

José Matías Delgado, El Salvador, siendo su objetivo general: elaborar un modelo de referencia de prácticas organizativas que permita a las empresas administrar los retornos minimizando el volumen de productos en la cadena inversa, cumpliendo normativas legales existentes sin afectar las relaciones con los clientes. se utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal y sus conclusiones fueron que con la globalización se han generado cambios respecto a la importancia de esta en las empresas, a través de la incorporación de nuevas tecnologías de información, comunicaciones, innovadores mecanismos para tener acceso a otros mercados, cambios en países fuente de materiales, costos y materias primas, pero sobre todo, las empresas han evolucionado en el enfoque de lo social para el desarrollo de sus estrategias. La logística es un proceso importante dentro de la comercialización de los productos agrícolas, por lo que debe considerarse dentro del plan estratégico.

Feal (2016) realizó una investigación titulada “Las actividades de logística inversa representan un sector económico en auge, aún por descubrir”, investigación que se presentó en la Universidad de Capital de Navío México, siendo su objetivo general: definir las actividades de logística inversa en un sector económico para la implementación de un sistema eficiente con la colaboración total entre todos los agentes: proveedor, recursos humanos, distribución, transporte y usuario final, se utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal y sus conclusiones fueron que la logística inversa permitirá contribuir a la optimización de la gestión de los recursos públicos (escasos) puestos a disposición del Ministerio de Defensa. Para implementar un sistema de logística inversa de manera eficiente se debe producir una mentalización y colaboración total entre todos los agentes: proveedor, recursos humanos, distribución, transporte y usuario final. El destino final del material debe determinarse de tal forma que se maximice, en sentido amplio, la rentabilidad que

del mismo se pueda obtener, o en caso contrario, que minimice el impacto social y ambiental que genere.

Chullén (2015) realizó una investigación titulada “Propuesta de un sistema de logística inversa en una cadena de boticas como factor de ventaja competitiva” en la ciudad de Lima, investigación que se presentó en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, siendo su objetivo general: diseñar un sistema de logística inversa en una cadena de boticas como factor de ventaja competitiva, se utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal y sus conclusiones fueron que a partir de este análisis se pretende recomendar a la cadena de boticas el desarrollo de un sistema de logística inversa, que sea administrada de manera óptima y produzca de esta manera una mejora sustancial de la rentabilidad. El desarrollo del sistema debe permitir enlazar los datos de cada uno de los sistemas independientes que maneja actualmente la organización. Con esta propuesta se pretende que el sistema de logística inversa brinde información que permita desarrollar beneficios potenciales y oportunidades para la empresa.

Valle (2015) realizó una investigación titulada “Propuesta de mejora de la gestión de Logística Inversa de teléfonos inalámbricos” investigación que se presentó en la Universidad Privada de Ciencias Aplicadas, Lima, siendo su objetivo general: diseñar una propuesta de mejora de la gestión de Logística Inversa de teléfonos inalámbricos, se utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal y sus conclusiones fueron que mediante la implementación de una nueva operativa de verificación física y testeado de fallas en los diversos centros de atención al cliente para gestionar las devoluciones de equipos inalámbricos, el uso de un aplicativo que facilite el control de dichas devoluciones, la comunicación de las condiciones de garantía al cliente y la contratación de terceros que realicen un reacondicionamiento de

los equipos para su re inserción al mercado y compren los equipos inservibles como chatarra, la Empresa podrá percibir un gran beneficio económico al haber aplicado la gestión de logística Inversa de manera eficiente.

Casimiro (2015) realizó una investigación titulada “Recuperación de mercadería utilizando el modelo de logística inversa en la empresa Efila S.A. período 2015” investigación que se presentó en la Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur, Villa el Salvador, Lima, siendo su objetivo general: recuperar la mercadería utilizando el modelo de logística inversa en la empresa Efila S.A. período 2015, se utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal y hace énfasis que la logística inversa se puede reciclar y reutilizar los productos devueltos por los clientes, logrando recuperar un 80% de la mercadería devuelta en la empresa EFILA S.A, En su mayoría las devoluciones que recibían la empresa Eficiencia Laboral S.A. por parte de los clientes, tenían daños leves, que eran un total de 2709 productos, y sus daños eran mínimos, no eran tan graves, había manera de salvar esa mercadería, mientras que los productos más afectados en un total de 677, eran simplemente desechados.

Morales (2018) realizó una investigación titulada “Modelo de gestión logística para mejorar la eficiencia del área de mantenimiento de la empresa Midas – Valencia, 2016” investigación que se presentó en la Universidad Señor de Sipán, siendo su objetivo general: proponer un modelo de gestión de logística para poder mejorar la eficiencia del área de mantenimiento de la empresa Midas Valencia, se utilizó la metodología diseño inductivo – deductivo, y sus conclusiones fueron que los ambientes del almacén mejoran al estar más organizados, con mejoras en las distancias de los pasillos para el mejor paso de los vehículos elevadores de carga, esto mejora significativamente el tiempo de

respuesta a las órdenes ya que el tiempo de despacho se reduce significativamente, mejora en el equipamiento para mejorar la comunicación entre almacén y los talleres, esto permite un mejor manejo de la información de los pedidos lo cual reduce fallos y tiempo de entrega, controlar la gestión de órdenes de pedidos para evitar fallos y gastos en los procesos de transporte y entrega, mantener controlado la cantidad de stock para no realizar pedidos innecesarios, programar inventarios trimestrales para estabilizar el desorden de disponibilidad de productos.

Martínez (2016) realizó una investigación titulada “Propuesta e implementación de un sistema de trazabilidad en los procesos logísticos de un operador para mejorar el nivel de servicio en la logística inversa” investigación que se presentó en la Universidad de Piura, siendo su objetivo general: mejorar el nivel de servicio en la logística inversa otorgado por la empresa HIGIENC S.A. a sus clientes a través de un operador logístico, se utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño experimental, de corte transversal y sus conclusiones fueron que con el sistema de trazabilidad implementado se mejorará el nivel de servicio ofrecido por la empresa HIGIENIC S.A. a sus clientes, ya que permitirá llevar un registro de todos los productos dentro y fuera del almacén es decir desde que salen de la planta de producción hasta que es enviado al cliente. El sistema IWMS es una herramienta útil que empleada junto al ERP SAP da a conocer la ubicación física de cada producto dentro del almacén. Adicionalmente permite que la mercadería con fecha más próxima a vencer sea la primera en ser retirada ofreciendo al cliente mercadería en las mejores condiciones y se evita que la mercadería venza dentro del mismo almacén del operador logístico.

Távora (2015) realizó una investigación titulada “Mejora del sistema de almacén para optimizar la gestión logística de la empresa Comercial Piura” investigación que se presentó en la Universidad Nacional de Piura – Piura, siendo su objetivo general:

reestructurar el control y el seguimiento de los procesos dentro del almacén, de cómo se debe de gestionar y como debe de ser la supervisión del flujo de trabajo para evitar el descontrol de las actividades internas, se utilizó la metodología diseño inductivo y sus conclusiones fueron que conocimientos muy limitados del personal, en las técnicas de logística y no existen sistemas de información y hay poco uso de la tecnología de la información, se propone realizar un control de inventarios continuo, se debe tener en cuenta normas y procedimientos que faciliten la salida de los artículos, tarjeta de materiales y utilizar siempre una nota de salida y debe estar firmada por la persona que retira el producto, cualquier salida del almacén sin ningún documento es simplemente un robo, de esta forma ayudara a mejorar el sistema de almacén.

1.2 Bases teóricas de la investigación

1.2.1 Gestión de calidad

La gestión de calidad, es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso productivo, tanto en los productos como en los servicios adquiridos mediante el mismo. Así que, antes que nada, tenemos que hacer hincapié en que no se quiere identificar los errores cuando ya se han producido, sino que se deben evitar antes de que ocurran (ISO 9001-2015).

De ahí su importancia dentro del sistema de gestión de una organización. De nada sirve corregir los errores de forma continua, si no aprendemos de ellos e intentamos anticiparnos a su aparición. La gestión de calidad reúne un conjunto de acciones y procedimientos que tratan de garantizar la calidad, no de los productos obtenidos en sí sino del proceso por el cual se obtienen estos productos (ISO 9001: 2015)

En este sistema se recogen las normas y estándares que deben cumplirse. La norma ISO 9001 se ocupa de establecer los requisitos para certificar que una organización

cuenta con un sistema de calidad conforme a los estándares que se contemplan. Con estas normas se establecen todos los procedimientos que se deben llevar a cabo durante la actividad productiva de la empresa, definiendo la estructura organizativa, los procedimientos que se van a realizar o los recursos que se deben emplear. El objetivo final es cumplir con los estándares de calidad fijados para asegurar que el resultado final va a ser el mejor para nuestros clientes, a la vez que se simplifican todos los procesos durante la producción (ISO 9001-2015).

La gestión de calidad es una serie de procesos sistemáticos que le permiten a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las distintas actividades que lleva a cabo, en conjunto con cada uno de sus elementos, garantizando la estabilidad y consistencia en el desempeño para cumplir con las expectativas de los clientes, ofreciéndoles productos y servicios de calidad (Juran, 2015).

Juran (2015) también afirma que, la calidad debe ser planificada. La calidad no solo se centra en la calidad de un producto o servicio y la satisfacción de los clientes, sino que procura controlar los medios para obtenerla, en tanto que la gestión de la calidad procura el fortalecimiento de la calidad y el control de los procesos para obtener una calidad más consistente, aprovechando cada uno de los elementos presentes en la gestión de calidad.

El sistema de gestión de calidad al mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos. El objetivo es orientar la información, la maquinaria y el trabajo de manera tal que los clientes estén conformes con los productos y/o los servicios que adquieren. El sistema de gestión de calidad, por lo tanto, apunta a la coordinación de procedimientos y recursos para mejorar la calidad de la oferta. Un cliente satisfecho siempre implica un beneficio para la empresa: mayores ganancias, fidelidad, menos gastos en resolución de problemas, etc. Es posible entender los sistemas de gestión de

calidad como herramientas para la planificación, la ejecución y la evaluación de los proyectos empresariales con la calidad como fin. Para cumplir con sus objetivos puede recurrir a distintas metodologías, técnicas y estrategias. (Juran, 2015).

Un elemento clave en la gestión de calidad es el capital humano. El sistema de gestión de calidad debe contemplar la formación y el control de los trabajadores para que éstos desarrollen sus funciones de manera exitosa, también se debe considerar el funcionamiento de las máquinas y de los dispositivos empleados por la compañía para lograr que la producción alcance la más alta calidad posible (Juran, 2015).

1.2.1.1 Calidad

La calidad puede definirse como el conjunto de características que posee un producto o servicio obtenidos en un sistema productivo, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario. La calidad supone que el producto o servicio debe cumplir con las funciones y especificaciones para los que ha sido diseñado y que deberán ajustarse a las expresadas por los consumidores o clientes del mismo. La competitividad exigirá que todo ello se logre con rapidez y al mínimo costo (Reyes Benítez, 2016).

Juran (2015) hace referencia a esas dos vertientes que derivan del concepto calidad. Por un lado están las características del servicio o producto; por otro la capacidad del servicio de dar satisfacción al cliente, calidad es el conjunto de características de un producto que satisfacen las necesidades de los clientes y, en consecuencia, hacen satisfactorio el producto.

Lo emplea desde el punto de vista de que la opinión del usuario es la que indica el nivel de la calidad, esta se encuentra en el uso real del producto o servicio y no tan sólo en un mero cumplimiento de especificaciones. Este concepto varía de un cliente a otro;

está basado en las cinco características siguientes: tecnológicas, psicológicas, temporales contractuales y éticas. Determinó que la adecuación al uso puede ser desglosado en cuatro elementos: calidad de diseño, control de calidad, disponibilidad y servicio de post-venta (Juran, 2015)

También contempla el concepto del cliente interno, relacionado con una organización de más de una persona. Los clientes internos eran individuos que proveían de procesos descendentes. El enfoque de este estuvo dirigido siempre hacia la mejora de la calidad y fue el primero en señalar que se podía aplicar el principio de Pareto para mejorar la misma (Juran, 2015)

Para Ishikawa el objetivo principal era involucrar a todo el personal en el desarrollo de la calidad y no solo a la dirección, por tal razón la define como: “satisfacer los requisitos de los consumidores”. También plantea que: “en su interpretación más estrecha calidad significa calidad del producto, pero su interpretación más amplia representa calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad del proceso, calidad de la dirección, calidad de la empresa” En este concepto, Ishikawa da una enfoque más amplio y actual del concepto de calidad, en vista de que lo lleva desde la producción de cualquier bien o servicio hasta los sistemas de dirección de cada empresa. Llegando, incluso, a la calidad de la información (Ishikawa, 2015).

Según ISO 9001 (2015), definió la calidad como “grado en el que un conjunto de características inherentes de un objeto cumple con los requisitos”. Es decir, es un concepto basado en el cliente y su percepción sobre el uso del producto, lo cual nos hace pensar en una definición subjetiva del cliente basado en la confiabilidad o la capacidad para desempeñarse adecuadamente cuando se requiera el producto.

Teniendo en cuenta la definición de calidad, podemos hacer distinciones entre:

- Control de calidad, mediante una inspección o determinados exámenes se verifican las propiedades del producto para que este sea satisfactorio.

Por su parte Crosby (2016) prefiere entender calidad como: “Conformidad con las necesidades”, teniendo al control de calidad como el seguimiento detallado de los procesos dentro de una organización para mejorar la calidad del producto o servicio. El control de calidad consiste en la implantación de programas, mecanismos, herramientas y/o técnicas para la mejora de la calidad de sus productos, servicios y productividad.

- Gestión de la calidad, define las directrices a seguir en materia de política de calidad de una empresa, con competencias de planificación, recursos o procesos (ISO 9001: 2015).

1.2.1.2 Elementos de la gestión de calidad

Oyarzún (2015), define los siguientes elementos:

- **Satisfacción del cliente:** el fin primordial del establecimiento de un sistema de gestión de calidad es el cumplimiento de las expectativas de los clientes, es la satisfacción que experimenta un cliente en relación a un producto o servicio que ha adquirido, consumido, porque precisamente el mismo ha cubierto en pleno las expectativas depositadas en el al momento de adquirirlo.
- **Las expectativas:** son aquellas circunstancias o experiencias que el cliente espera de nosotros, aquello que espera vivir o encontrarse en el negocio o empresa. Se debe tener presente que las expectativas de cada

cliente son diferentes y dependen en gran medida de las experiencias adquiridas que este cliente haya tenido bien sea con la empresa o con otros negocios, pero también dependen en gran medida de la imagen que proyecte la empresa. Cuando un cliente, recibe algo que está por debajo de sus expectativas, se convierte en un cliente insatisfecho, un cliente que casi con toda probabilidad no volverá comprar y que adicionalmente podría hacer una mala publicidad entre sus conocidos y amigos. (Oyarzún, 2015).

- **Obtención de nuevos clientes:** el cumplimiento de los estándares que un sistema de gestión de la calidad determina, da seguridad ante clientes potenciales. Si la empresa desea mantener los sus volúmenes de venta, debe esforzarse por retener a los clientes actuales, pero si desea crecer, o incrementar sus ventas, debe realizar actividades orientadas a captar nuevos clientes.
- **Mejora en la organización de los procesos de la empresa:** los procesos que se llevan a cabo en la actividad productiva siguen unos estándares que aseguran que se están cumpliendo las normas que hacen que sea un proceso optimizado. (Oyarzún, 2015).
- **Diferenciación de la competencia:** una empresa que se encuentre certificada va a destacar por encima de su competencia. El hecho de contar con el sistema de gestión de calidad certificado proyecta “imagen positiva” ante los clientes potenciales que hace que la empresa prevalezca frente a otras (Oyarzún, 2015).
- **Cumplimiento de requisitos de la Administración pública:** contar con la certificación en las normas ISO es un requisito para entrar en

cualquier concurso de la Administración Pública sin el cual no se puede optar a participar en él.

- **Cumplimiento de exigencias derivadas de la pertenencia a un grupo:** en algunas empresas, la mayoría multinacionales, esta certificación es un requisito indispensable para formar parte del grupo y asegurarse de que ningún componente baja la guardia en materia de calidad de producto o servicio (Oyarzún, 2015).

1.2.1.3 Principales Principios de la gestión de calidad

El Liderazgo: Para liderar es importante tener claridad del camino que emprendemos y del lugar donde queremos ir, ese propósito es tan importante que si se tiene claro y pensamos en él durante el montaje del Sistema de Gestión de Calidad resolver los retos que se presenten será más sencillo, pues nos dará la energía necesaria para superar los obstáculos. El liderazgo es un elemento fundamental dentro del Sistema de Gestión de Calidad, el liderazgo, es esa visión clara de hacia dónde ir y de los elementos humanos clave para comunicar esa visión a otros es fundamental. Las grandes cosas se hacen en equipo y se logran uniendo múltiples individualidades, como sucede en la construcción de un Sistema de Gestión de Calidad. Es fundamental trabajar el liderazgo de la calidad y fortalecerlo para beneficio de todo el sistema, porque sin liderazgo se pierde la vitalidad del sistema (Monroy, 2019).

El liderazgo se combina con una comunicación eficaz a los demás miembros de la organización (empoderamiento en la comunicación), una vez claro para dónde vamos, el paso siguiente para lograr la participación de los demás miembros es inspirarlos e invitarlos a que se sientan dueños del Sistema de Gestión y puedan poner a su servicio todas sus competencias. Es decir, para lograr un empoderamiento organizacional es

necesario usar todas nuestras habilidades y competencias comunicando previamente el propósito y la visión que se tiene (Monroy, 2019).

La Planificación: Tener clara la visión, comunicarla y trabajar en equipo es un gran paso, pero no es suficiente, existe un elemento fundamental dentro de todo Sistema de Gestión que es la planificación. Tener claro dónde queremos ir y ponernos metas no es suficiente, es importante dedicar tiempo a definir el camino. Inclusive, en ocasiones visualizamos planes a muy largo plazo y por lo mismo resultan complejos y hasta desmotivantes. Al fraccionar estos planes y delimitar cada paso clave puede resultar más sencillo y gratificante alcanzar la tan anhelada meta. En la planificación es muy importante entender en qué lugar nos encontramos (punto de salida) y también entender muy bien nuestro punto de llegada. Conociendo esos dos lugares y describiéndolos con claridad, podremos encontrar más fácilmente el camino que luego fragmentaremos con el fin de orientar las acciones del equipo de trabajo (Monroy, 2019).

Esta claridad de objetivos nos permite elaborar un cronograma e identificar los posibles obstáculos o riesgos que pueden aparecer. En la medida en que se ejecute un mejor ejercicio de planificación, se abordarán de manera proactiva las eventualidades que se presenten. Otro tema también fundamental en este elemento de la planificación es cómo abordar los cambios. En ocasiones se cree que con solo indicar el cambio para la empresa, el cambio se dará automáticamente, sin embargo, todos los cambios requieren planificación, conciencia, identificar esas resistencias invisibles que pueden impedir o dificultar los cambios en la organización. Este proceso se denomina manejo de los cambios en la organización y cuando se aborda apropiadamente se orientará mejor las acciones requeridas por cualquiera de los miembros del equipo (Monroy, 2019).

Apoyo y operación: Este elemento hace referencia a la manera cómo la organización decide enfrentar los retos diarios de producir los servicios o productos para

sus clientes. El apoyo y la operación del Sistema de Gestión son fundamental dado que es la manera explícita como interpretamos lo que necesita nuestro cliente y con base en ese entendimiento, se generan las actividades necesarias para producir el producto o servicio y dar cumplimiento a la promesa de valor. Comenzar por conocer al cliente es muy importante, entender claramente lo que espera y cómo a través de los productos o servicios se ayuda a resolver una necesidad clave es fundamental para generar valor. A partir de esta claridad, la empresa puede definir la secuencia de actividades necesarias para lograr entregar el producto o servicio requerido, no solamente en términos de actividades, sino también quién es el mejor para realizarlas, cuándo se deben realizar, en qué tiempo, con qué recursos se realizan, organizando así el proceso productivo con el cual operará la empresa (Monroy, 2019).

Evaluación del Desempeño: Es un momento de observación en que es importante hacer un alto y observar y evaluar todo el desempeño. Observar y entender claramente qué es lo que se está haciendo bien y como se puede fortalecer, porque sirve tanto al cliente, como a la empresa, afirmando las prácticas y procesos acertados. Asimismo, también observar qué cosas no lograron resultados óptimos, replantear y hacer los ajustes para poder avanzar y mejorar (Monroy, 2019).

Cuando hacemos este tipo de procesos de evaluación de desempeño o de observación los realizamos desde diferentes lentes o perspectivas. Una de las perspectivas es la dimensión del cliente. Muy importante ya que es la razón de ser de la empresa, si el producto o servicio satisface las necesidades del clientes, entonces, el resultado es bueno, en caso contrario, es necesario continuar acercándonos para entender y lograr a través del producto y servicio satisfacer las necesidades del cliente. Observar cómo el cliente nos evalúa es una de los lentes más importantes para una organización. Otra de las perspectivas es la dirección de la empresa (Monroy, 2019).

El enfoque de la auditoría interna; en ocasiones hay personas en la misma organización que se entrenan para hacer este tipo de trabajos y son las personas que de alguna manera sirven de "evaluadores" para ayudarnos a ver lo que en nuestro quehacer no vemos. Pues la auditoría es tener unos segundos ojos en esa actividad y en realidad es un proceso muy enriquecedor porque nos hace caer en cuenta de elementos básicos para mejorar y en ocasiones, temas muy álgidos que debemos atender cuanto antes (Monroy, 2019).

Mejora continua: si encontramos muchos elementos fuertes, también existen elementos por fortalecer, es necesario diseñar los mecanismos adecuados para atender estos asuntos y darles un tratamiento en la empresa. Aquí radica lo mejor de un Sistema de Gestión de Calidad y es darnos cuenta que el tema no es estático y se queda ahí sino que es un elemento que con el tiempo debe mejorar, el cliente tiene nuevas perspectivas y exigencias que hacen que continuamente tengamos retos en la calidad del producto o servicio por atender. Esta mejora tiene que ser centralizada en cada uno de los procesos, para lograr la prevención de la inconformidad, que cada producto y servicio cuenten con los requisitos y se mejoren cada uno de los resultados del sistema de gestión de calidad (Monroy, 2019).

1.2.1.4 Calidad del producto

La calidad de los productos es de una importancia tremenda en el mundo de los negocios, digamos que es el pilar fundamental donde se unirán todos los demás. Es el que garantiza la satisfacción del cliente y hace que se perciba la marca distanciándose del resto de la competencia. Es un requisito indispensable a la hora de negociar con el cliente (Castro y Gonzales, 2019).

La calidad es el reflejo que tienen los clientes al sentir una necesidad. Si los clientes son felices en esta primera adquisición de producto, sin duda volverán a sentir esa felicidad cuando tengan que volver a comprarlos en una fecha posterior. Esto quiere decir que la calidad está directamente relacionada con la satisfacción y la lealtad y además hace marca, hace que crezca el nombre, tan importante en el mercado, el que se encarga de reflejar la experiencia de compra del cliente y el uso del producto (Castro y Gonzales, 2019)

Garantizar la calidad y la seguridad de los productos está directamente vinculado con el éxito de la empresa. La calidad es aportar valor al cliente, lo que quiere decir, darle al cliente más de lo que espera superando su expectativa. Los expertos dicen que si le ofreces a tu cliente no lo que quiere, sino lo que nunca se había imaginado que quería, una vez lo obtenga hará que se dé cuenta que era lo que siempre había deseado. Lo que hay que hacer para ofrecer productos y servicios de calidad es conocer las necesidades del cliente, qué va a consumir y desde un principio conociendo el producto, ofrecerlo técnicamente perfecto, con un servicio y trato inmejorable y ajustando los precios tanto para el cliente como para la empresa (Castro y Gonzales, 2019)

Los productos de calidad son bienes vendibles que poseen un conjunto de funciones y características que determinan su conveniencia y que pueden ser controlados por un fabricante para cumplir con ciertos requisitos básicos. Un producto se conoce como un producto de calidad solo cuando para el consumidor cumple con diferentes criterios para su funcionamiento. Además de los criterios físicos, también existe un factor de servicio y de tiempo para la calidad. La misma calidad de rendimiento físico debe tenerla disponible durante un período de tiempo razonable. El tiempo es también un aspecto necesario de la calidad. El producto de calidad significa que le fueron incorporadas diferentes características, con la capacidad de satisfacer las necesidades del

consumidor y de brindarle satisfacción al cliente, al mejorar el producto y liberarlo de cualquier deficiencia o defecto (Corvo, 2016).

- Un producto es de calidad satisfactoria si satisface a los consumidores o usuarios. El consumidor comprará un producto o servicio solo si se ajusta a sus requerimientos.
- Factores para la calidad del producto destacan, el tipo de materias primas utilizadas para hacer el producto, con la implementación de las diferentes tecnologías de producción., y la habilidad y experiencia de la mano de obra involucrada en el proceso de producción (Corvo, 2016).
- Calidad del diseño: el producto debe diseñarse de acuerdo con las necesidades de los consumidores y los estándares de alta calidad. La calidad del diseño se refiere a la satisfacción de los consumidores por la variación en la calidad de los productos, conocida popularmente como nivel de calidad.
- Cumplimiento: los productos terminados deben cumplir con todas las especificaciones de diseño del producto. (Corvo, 2016).
- Confiabilidad: los productos deben ser confiables. No deben romperse fácilmente o volverse no funcionales. Tampoco deben requerir reparaciones frecuentes. Deben permanecer operativos durante un tiempo más largo que el satisfactorio para que sean considerados confiables. (Corvo, 2016).
- Servicio: La calidad del servicio puede definirse como el resultado de la evaluación de cumplimiento que realiza el consumidor. Es decir si dicho servicio cumple con los fines que tiene previsto, que puede verse

modificado en nuevas transacciones por las futuras experiencias del consumidor. Es el cliente que decide si el servicio es de calidad o no partiendo de sus expectativas y el grado de cumplimiento de estas, es por esto que el personal que presenta la atención al cliente, tenga la preparación suficiente para poder nutrir al cliente con los conocimientos sobre el producto o servicio que oferta.

- Seguridad: el producto debe ser seguro cuando se usa y/o maneja. No debe dañar a los consumidores de ninguna manera. (Corvo, 2016).

1.2.2 Logística inversa

La logística inversa consiste en el proceso de planificación, ejecución y control de la eficiencia y eficacia del flujo de las materias primas, inventario en proceso, productos terminados e información relacionada, desde el punto de consumo hasta el punto de origen, con el fin de recuperar valor o la correcta eliminación (Rogers y Tibben-Lembke, 2016).

La Logística Inversa es el conjunto de actividades relacionadas con el manejo y gestión de equipos que ofrecerán ventajas para la recuperación de productos, componentes, materiales o incluso sistemas técnicos completos. (Brito et al, 2015)

Mediante la logística inversa, cuando un producto se ha devuelto a la empresa, ya se trate de una devolución dentro del período de garantía o de un producto al final de su vida útil, la empresa dispone de diversas formas de gestionarlo con vistas a recuperar parte de su valor. (Brito et al, 2015)

Según las definiciones anteriores, si las analizamos, podemos entender que la Logística Inversa constituye un importante sector de actividad dentro de la logística, que engloba multitud de actividades. Algunas de estas actividades tienen connotaciones puramente ecológicas, como la recuperación y el reciclaje de los productos, evitando así

un deterioro del medio ambiente. Otras buscan mejoras en los procesos productivos y de abastecimiento, así como mayores beneficios.

1.2.2.1 Objetivos y funciones de la logística inversa

Levy (2016) sostiene que los procesos en logística inversa se enfocan a cinco objetivos claves explicados a continuación:

a.- Procuración y compras: Involucra la procuración, desarrollo de proveedores y la adquisición de materias primas, componentes, materiales para envase, empaque, embalaje y unidades de manejo que sean "amigables con el ambiente".

b.- Reducción de insumos vírgenes: referidos a las actividades de ingeniería de producto, reentrenamiento de los recursos humanos, con el propósito de: valorar actividades de reutilización de materiales sobrantes, preferir materiales de origen reciclado, escoger contenedores, embalajes, unidades de manejo, empaques y envases reutilizables y reciclables, impulsar la cultura del "retorno" establecidos según los parámetros permitidos y estipulado por las políticas. (Levy, 2016)

c.- Reciclado: Desarrollando políticas de reciclado respetando el desempeño o estándares del producto: al usar materiales de origen reciclado, y reciclables; explorando innovaciones tecnológicas que permiten utilizar materiales reciclados; financiar estudios para reducir el uso de materias primas vírgenes a disposición o investigación. (Levy, 2016)

d.- Sustitución de materiales: enfocado en el incremento de la tasa de innovación en procesos de reciclado debe impulsar la sustitución de materiales, en particular de los más pesados por otros más ligeros con igual o más alto desempeño como en la industria automotriz donde los plásticos están sustituyendo masivamente partes de metal y vidrio en los automóviles, así como el aluminio o los materiales "compuestos" en los nuevos

chasises de los camiones disminuyen la tara facilitando un aumento de la unidad de carga para igual peso por eje, dando mayor velocidad al vehículo. (Levy, 2016)

e.- Gestión de residuos: Esto se ve plasmados en las políticas de procuración de materiales deben evaluar la tasa de residuos en la utilización de materiales; el manejo de residuos es un costo no despreciable al contrario aceptable; también puede ser necesario tener políticas de aceptación de muestras, si las exigencias de gestión de los residuos de éstas, o simplemente su disposición por rechazo, es costosa y demanda demasiado tiempo. (Levy, 2016)

1.2.2.2 Elementos de dirección en la logística inversa

Vásquez (2015) sostiene que se identificaron diez elementos clave en la mejora continua de una adecuada dirección en logística inversa:

a.- Filtrado de entrada: Se trata de controlar la mercancía defectuosa o que no cumpliera con los requisitos de devolución del bien.

b.- Ciclos de tiempo, se centran en que las devoluciones son siempre procesos excepcionales, por lo que es muy difícil reducir los ciclos de tiempo relativos a las decisiones en cuanto a la aceptación de un pedido devuelto así sea con anticipación, entonces se detallan a través de un buen mecanismo de toma de decisiones, es decir, qué hacer con cada posible devolución (reventa, reparación, eliminación) asimismo entraría la decisión de cómo recompensar al personal de la empresa que consiga acortar al máximo este ciclo de tiempo agilizando los procesos de devolución (Vásquez, 2015)

c.- Sistemas de información de la logística inversa, no existe un software diseñado especialmente para este propósito, así que la elección lógica será, o bien el desarrollo de un sistema a medida, o la implementación y modificación de uno que ya se posea que se convertiría en la opción más económica. Este sistema deberá ser lo suficientemente flexible como para manejar la enorme variedad de casos distintos que se puedan dar en

las devoluciones tanto de mercadería como de productos auxiliares, y lo suficientemente complejo como para funcionar bien a través de los posiblemente numerosos departamentos de la empresa en su totalidad. (Vásquez, 2015)

El reciclaje es una práctica eco-amigable que consiste en someter a un proceso de transformación un desecho o cosa inservible para así aprovecharlo como recurso que nos permita volver a introducirlos en el ciclo de vida sin tener que recurrir al uso de nuevos recursos naturales. A su vez, el reciclaje es una manera verde de gestionar o, directamente, de acabar con buena parte de los desechos humanos. El reciclaje permite usar los materiales repetidas veces para hacer nuevos productos, lo que supone la reducción de futuros desechos, al mismo tiempo que reduce la utilización de materias primas al mismo tiempo que ahorra la energía, el tiempo y el dinero que serían necesarios para su extracción y/o su obtención mediante distintos procesos de fabricación. (Vásquez, 2015)

1.2.2.3 Actividades presentes en la logística inversa

Rodríguez (2016) considera que las actividades de la logística inversa son todas aquellas acciones que se utilizan para realizar los procesos de regreso de bienes a las empresas u organizaciones; estos bienes pueden llegar a ser productos usados, dañados, no deseados por el mercado, así como también los envases y embalajes no utilizados, o utilizados de manera parcial, la logística inversa busca la manera de volver más eficiente el proceso del flujo de los distintos materiales y productos desde el punto de consumo hasta el punto de origen, para que de esa manera se pueda recuperar el valor que todavía tengan estos artículos y sacarles el mayor provecho posible para que así se tenga un beneficio para la organización minimizando recursos financieros y para el medio ambiente reduciendo los impactos ecológicos, ser amigable con el ambiente.

Algunas de estas actividades tienen connotaciones puramente ecológicas, como la recuperación y el reciclaje de los productos, evitando así un deterioro del medio ambiente.

Otras buscan, de alguna manera, mejoras y mayores beneficios en los procesos productivos y de abastecimiento de los mercados. Así, procesos de retorno de excesos de inventario, devoluciones de clientes, productos obsoletos, inventarios sobrantes de demandas estacionales, etc., y actividades de retirada, clasificación, reacondicionamiento y reenvío al punto de venta o a otros mercados secundarios, son algunas de las operaciones que pueden enmarcarse dentro de la logística inversa. (Rodríguez, 2016).

El autor afirma que cuando un producto se ha devuelto a una empresa, ya se trate de una devolución dentro del período de garantía o de un producto al final de su vida útil, la empresa dispone de diversas formas de gestionarlo con vistas a recuperar parte de su valor. Estas opciones están sujetas a múltiples consideraciones: viabilidad técnica, calidad del producto, existencia de infraestructuras, costes implicados, consecuencias para el medio ambiente, etc. Las actividades de logística inversa son descritas a continuación:

- Retiro de mercadería: corresponde la mercadería que presenta fallas, golpes, etc. que no cumplan con los requisitos óptimos para su comercialización, será retirado de la exhibición, como de almacén.

- Clasificación de mercadería: la mercadería puede dividirse según el tipo, color, materiales, diseño, etc., segmentándolos en almacén, como en exhibición.

- Reacondicionamiento de productos, permite los equipos más viejos, defectuosos o usados u otros dispositivos electrónicos que han sido restaurados a perfectas condiciones. Cuando un dispositivo está reacondicionado, las partes que no funcionan adecuadamente se sustituyen y la unidad es limpiada.

- Recuperación, reciclaje de envases y embalajes y residuos peligrosos, consiste en la separación en origen de las fracciones posibles de recuperación como recurso de los materiales susceptibles de valor comercial, combinando tanto los medios manuales y mecánicos en el proceso.

- Los centros de devolución centralizados (CDC); son instalaciones dedicadas a manejar devoluciones rápidamente y eficientemente con agilidad y premura. Aquí los productos serán ordenados, procesados y enviados a sus respectivos destinos con correcta prisa. Los CDC se vienen utilizando hace muchos años, pero últimamente se han visto incrementados por las siguientes razones: Se logra aumento en los beneficios y se mejora de gran manera el proceso de devoluciones. Se mentaliza y forma al personal hacia este respecto y con toma de decisiones eficientes orientadas a las necesidades del cliente. (Vásquez, 2015)

- Los procesos de retorno de excesos de inventario, devoluciones de clientes, productos obsoletos, inventarios sobrantes de demandas estacionales, etc., y actividades de retirada, clasificación, reacondicionamiento y reenvío al punto de venta o a otros mercados secundarios. (Brito et al, 2015).

1.2.2.4 Ventajas de la logística inversa

Hay una serie de causas que generan la necesidad de implementar la logística inversa como medida de control del impacto medioambiental generado, entre las que se encuentra la necesidad de encontrar una solución al problema que produce la mercancía en estado defectuoso y el retorno que se crea con el exceso de inventario. Además, la logística inversa y la necesidad de contar con sus funciones también es consecuencia de las devoluciones de los clientes y los productos que quedan obsoletos. (Cabeza, 2016)

Cabeza (2016) afirma que las ventajas de la logística inversa se detallan a continuación:

- Disminución de la sorpresa o incertidumbre: La logística inversa disminuye la incertidumbre de la llegada de productos fuera de uso, lo que beneficia a la organización del sistema de almacenamiento y stock.

- Reaprovechamiento de algunos o de todos los materiales que integran el producto, permitiendo recuperar los productos defectuosos, entre otros; entonces consiste en recuperar el producto en sí para darle un nuevo uso, dado que el mismo mantiene su forma y posee un nulo o escaso deterioro. En este caso el producto es sometido a operaciones de limpieza y mantenimiento con lo cual el mismo es aprovechado en su totalidad aunque existan mínimas diferencias con los productos similares pero nuevos.

- Abarcar otros mercados como posibilidad de la empresa para comercializar, segmentando o creando nichos, la comercialización de reciclables contribuye a reducir el impacto ambiental con estrategias de minimización y reaprovechamiento de residuos, por ello el servicio de comercialización, utilizando sistemas de seguridad en la ruta de comercialización, a fin de controlar los riesgos sanitarios y ambientales. El servicio de comercialización abarca la compra y venta de residuos con fines de tratamiento, recuperación y reciclaje mediante procesos de transformación física o físico-química

- Mayor confianza en el cliente: Aumenta la confianza del cliente en la empresa, ya que ofrece una imagen externa de la misma mejorada gracias al compromiso con el medio ambiente, lo que mejora la experiencia de cliente, y por tanto ayuda a la fidelización

Mejorar la imagen de la empresa: la mejor imagen que se ofrece gracias a la logística inversa, es favorable para que la empresa obtenga una ventaja competitiva con sus competidores. (Cabeza, 2016).

II. HIPÓTESIS:

Según Hernández Sampieri (2016), afirma que las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN:

3.1 Diseño de la investigación

Hernández; Fernández y Baptista (2016) afirman que el nivel de investigación es descriptivo porque enumeran, clasifican, y señalan las propiedades de las variables identificadas, gestión de calidad y logística inversa de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2016), señala que las investigaciones de tipo cuantitativo usa procedimientos estandarizados (que sean aceptados por una comunidad científica); tales datos se representan numéricamente y son analizados por métodos estadísticos; se busca controlar al máximo el procedimiento para excluir otras explicaciones posibles que puedan propiciar incertidumbre o inducir a error, los estudios siguen un patrón estructurado; los resultados, al ser representativos de una población, deben ser generalizables a la misma, y la forma cómo se obtuvieron tales resultados.

El diseño que se aplicó es no experimental, estos estudios que se realizan sin manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos, y de corte transversal porque la recolección de información fue una única vez en un periodo delimitado en el tiempo y de una población definida y en consecuencia sus resultados son generalizables a dicho momento y dicha población. (Hernández, Fernández y Baptista 2016)

3.2 Población y muestra

La unidad de estudio de la presente investigación estuvo constituido por 3 MYPE rubro zapaterías ubicadas en el centro de Piura, en la Av. Tacna. Dedicadas a la comercialización de calzado.

La población, está dada por los individuos a quienes se acudiría en busca de la información respecto a la variable gestión de calidad se acudiría a los clientes consumidores finales del calzado, por lo tanto constituyen una población infinita. Se empleará la fórmula de muestra considerando que es una investigación cuantitativa y descriptiva.

Donde:

n = muestra.

$z_{1-\alpha}^2$: 1.96

$$n = \frac{pqz_{1-\alpha}^2}{e^2}$$

p= probabilidad de éxito.

q= probabilidad de fracaso.

E= margen de error a un 5%

$$n = \frac{0,5 \times 0,5 \times 1,96^2}{0,05^2} = 385$$

La muestra estuvo compuesta por 385 clientes de las zapaterías del centro de Piura, av. Tacna, por la coyuntura y los limitantes se utilizó un muestreo por conveniencia no probabilístico, Fernández Sampieri (2016) afirma que muestreo intencional. Es una técnica comúnmente usada consistente en seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea accesible, los sujetos en una muestra no probabilística generalmente son seleccionados en función de su accesibilidad o a criterio personal e intencional del investigador, que se suele traducir en una gran facilidad operativa y en bajos costes de muestreo.

Para la variable logística inversa se acudió a los dueños o administradores de las MYPE investigadas, constituyendo una población finita dado que se conoce el número

limitado de elementos, en esta investigación estará constituida por 03 MYPE, como se puede observar en el cuadro 1.

Cuadro 1
Relación de las MYPE

Nombre de la MYPE	RUC	Dirección	N° de trabajadores
Comercial Bogacci SRL	20399112487	Calle Tacna 402 Centro de Piura.	04 trabajadores. 03 vendedores. 01 cajera – encargada.
Comercial Zapatería Central.	20483773600	Calle Tacna 333 – Piura	13 trabajadores. 1 cajero - 11 vendedores, 01 administrador.
Comercial Footloose S.A.C.	20427799973	Calle Tacna 346 – Piura. Interior A, piso 1.	07 trabajadores. 01 administrador 01 cajero. 05 trabajadores.

Elaboración propia.

Variable Gestión de calidad

Criterios de inclusión:

- Clientes frecuentes de las MYPE ubicados en Av. Tacna.
- Género masculino o femenino.
- Clientes pertenecientes al área investigada.

Criterios de Exclusión:

- Clientes que no se encuentren en la capacidad de proporcionar información sobre las variables de estudio y personas que no presentan frecuencia hacia las zapaterías.

Variable Logística Inversa

Criterios de Inclusión

- Propietarios (administradores) de las MYPE ubicados en Av. Tacna.

Criterios de Exclusión:

- Propietarios (administradores) que no se encuentren en la capacidad de proporcionar información sobre las variables de estudio.

3.3 Definición y operacionalización de las variables

Tabla 4.1

Matriz de Operacionalización de las variables.

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Fuente	Escala
Gestión de calidad	Juran (2015) afirma que la calidad debe ser planificada. La calidad no solo se centra en la calidad de un producto o servicio y la satisfacción de los clientes, sino que procura controlar los medios para obtenerla, en tanto que la gestión de la calidad procura el fortalecimiento de la calidad y el control de los procesos para obtener una calidad más consistente, aprovechando cada uno de los elementos presentes en la gestión de calidad.	Elementos.	Satisfacción del cliente Expectativas de clientes Obtención de requisitos Cumplimiento de exigencias	La dimensión “elementos” se medirá con los indicadores “satisfacción, expectativas del cliente, obtención de clientes, cumplimiento de requisitos y cumplimiento de exigencias”, con el método de encuesta.	Cliente	Nominal
		Calidad	Materiales Diseño Confiabilidad Servicio	La dimensión “calidad” se medirá con los indicadores, “materiales, diseño, confiabilidad y servicio” con el método de encuesta.		
Logística Inversa	Brito et al (2015) La Logística Inversa es el conjunto de actividades relacionadas con el manejo y gestión de equipos que	Actividades	Clasificación de mercadería. Inventarios sobrantes y Recuperación y reciclaje	La dimensión de “actividades se medirá con los indicadores: Clasificación de mercadería, Inventarios sobrantes, Recuperación y	Dueños o administradores	Nominal

	ofrecerán ventajas para la recuperación de productos, componentes, materiales o incluso sistemas técnicos completos.		Retiro de mercadería Devolución de mercadería Centro de devolución	reciclaje, Retiro de mercadería, Devolución de mercadería, Centro de devolución”, con el método de encuesta.		
		Ventajas	Reaprovechamiento Abarcar mercados Mejora de imagen	La dimensión “ventajas” se medirá con los indicadores, “reaprovechamiento, abarcar mercados, mejora de imagen” con el método de encuesta		

Fuente: Elaboración propia.

3.4 Técnicas e instrumentos en la recolección de datos.

Según Tamayo y Tamayo (2015), la encuesta es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida. Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, que busca recaudar datos por medio del cuestionario de elaboración propia, no se modificó el entorno ni se controló el proceso que se observó. Los datos se obtienen a partir de la realización de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa, con la finalidad de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Según Tamayo y Tamayo (2015), afirma también que un cuestionario es un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre el cual el investigador desea obtener información.

El cuestionario se obtuvo a partir de la operacionalización de las variables, utilizando un listado de preguntas escritas, con respuesta cerrada, debido al aislamiento social no se ha podido encuestar directamente al total de la muestra entonces se optó por aplicar el cuestionario no solo personalmente si no también vía telefónica, y vía internet (WhatsApp, Messenger, mail) a fin de que las contesten igualmente por el mismo medio, constituyendo un 35% presencial y un 65% vía virtual. Además se acudió a la validación por medio de expertos.

Las encuestas se aplicaron a los clientes y dueños o administradores de las MYPE del rubro zapatería del centro de Piura Av. Tacna, con el objetivo de determinar las características de la gestión de calidad y logística inversa de las MYPE del rubro zapaterías del centro de Piura, 2020.

3.5 Plan de análisis.

Hernández; Fernández y Baptista (2016) afirman que el plan de análisis de datos es un mapa de ruta sobre cómo establecer, organizar y analizar los datos de la encuesta. Este plan ayuda a lograr los objetivos relacionados con el propósito establecido antes de comenzar la encuesta: Responder las preguntas principales de tu investigación.

Después de la obtención de los datos, se codificó, tabuló y graficó ordenándolos de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes en el programa Excel, de los cuales se realiza el análisis y la interpretación de los datos recopilados por medio del cuestionario que fue validado por tres Magister con el método juicio del experto.

3.6 Matriz de consistencia.

Tabla 4.2

Matriz de consistencia

Enunciado	Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Metodología
General	Caracterización de la gestión de calidad y logística inversa de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020	General: ¿Qué características tiene la gestión de calidad y logística inversa de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020?	Determinar las características que tiene la gestión de calidad y logística inversa de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020	Según Hernández Sampieri (2016), las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no lleva hipótesis.	TIPO DE INVESTIGACIÓN: Cuantitativo NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Descriptivo. DISEÑO: no experimental, corte transversal Población: Muestra 3 MYPE de la Av. Tacna, Centro de Piura y 385 clientes. Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario.
Específicos			(a) Determinar los elementos de la gestión de calidad de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020. (b) Conocer la calidad de los productos de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020.		

			(c) Identificar las actividades presentes en la logística inversa de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020.		
			(d) Determinar las ventajas de la logística inversa de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020.		

Fuente: Elaboración

3.7 Principios éticos.

En la presente investigación se consideró la veracidad de resultados por sobre todas las cosas, en cualquier espacio, circunstancia, así se acudió al mayor número posible de fuentes, para un mejor conocimiento de los hechos. Se muestra un gran respeto a la propiedad intelectual, la privacidad, protegiéndose la identidad de los individuos que participan en el estudio, se contó con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consiente el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto. Además, se rechazarán las conclusiones prejuiciosas, manipuladas y alienantes. De igual forma, la investigación se realizó con independencia de criterio, honestidad intelectual, imparcialidad, pluralismo y responsabilidad social. (Código Institucional de Ética en Investigación, Uladech Católica, 2019).

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

Gestión de Calidad

Objetivo Específico 1: Determinar los elementos de la gestión de calidad de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020.

Tabla 1: “Satisfacción.”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	339	88%
No	46	12%
Total	385	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

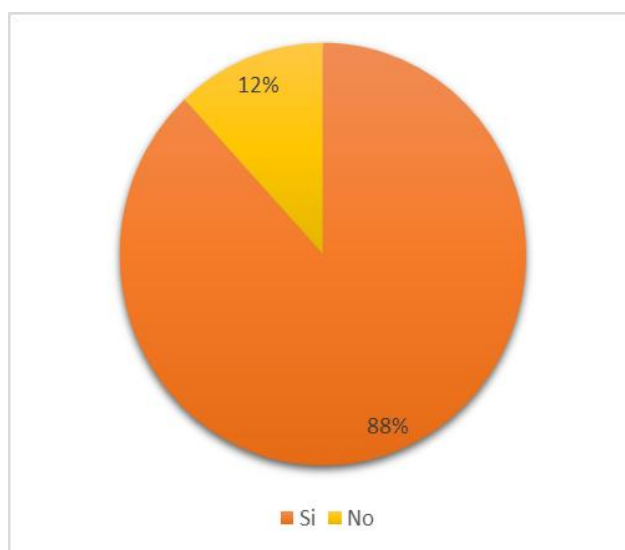


Figura 1: Gráfico circular que representa a “Satisfacción.”

En la Tabla 1 y Figura 1 denominada “Satisfacción” se observa que el 88% de los clientes manifiestan que el producto si satisface su necesidad, mientras que el 12% manifestó lo contrario.

Tabla 2: “Cumplimiento de expectativas.”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	327	85%
No	58	15%
Total	385	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

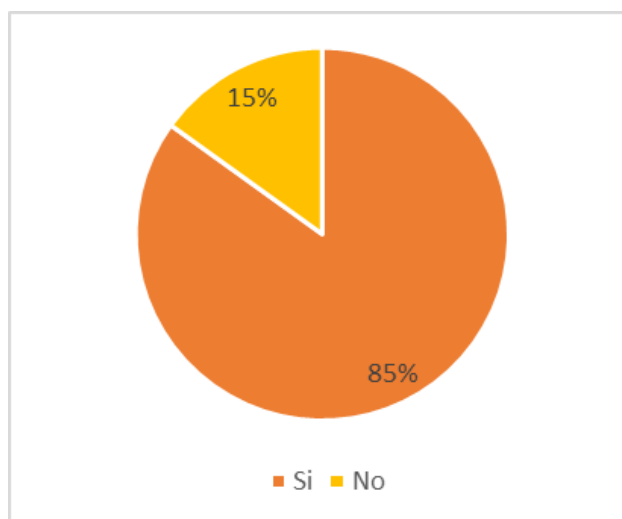


Figura 2: Gráfico circular que representa a “Cumplimiento de expectativas.”

En la Tabla 2 y Figura 2 denominada “Cumplimiento de expectativas.” se observa que el 85% de los clientes manifiestan que el producto si cumple sus expectativas, mientras que el 15% no lo consideran.

Tabla 3: “Cliente frecuente”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	346	90%
No	39	10%
Total	385	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

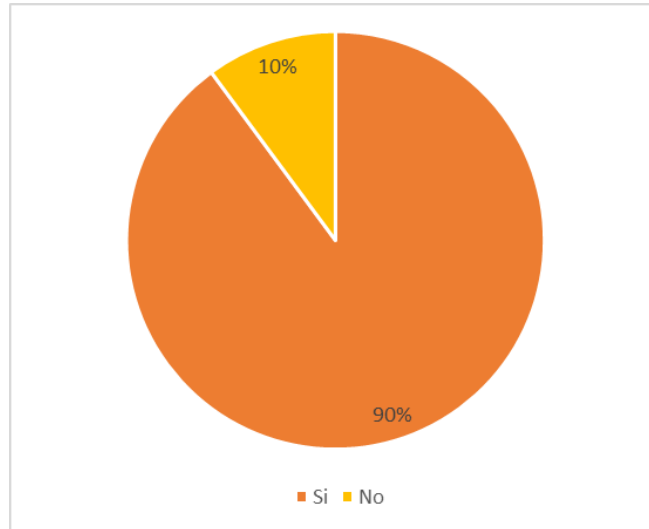


Figura 3: Gráfico circular que representa a “Cliente frecuente”

En la Tabla 3 y Figura 3 denominada “Cliente frecuente” se observa que el 90% de los clientes manifiestan que si son clientes frecuente, mientras que el 10% compran por primera vez.

Tabla 4: “Materiales óptimos”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	366	95%
No	19	5%
Total	385	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

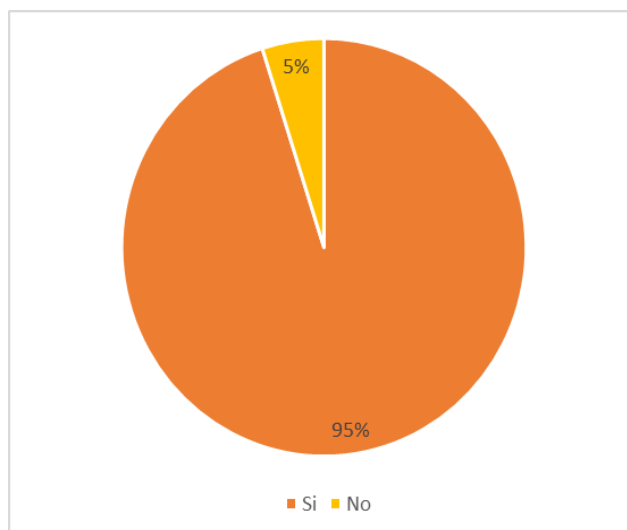


Figura 4: Gráfico circular que representa a “Materiales óptimos”

En la Tabla 4 y Figura 4 denominada “Materiales óptimos” se observa que el 95% de los clientes manifiestan que el producto adquirido si presenta materiales óptimos de fabricación, mientras que el 5% manifiesta lo contrario.

Tabla 5: “Requisitos de calidad”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	366	90%
No	19	10%
Total	385	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

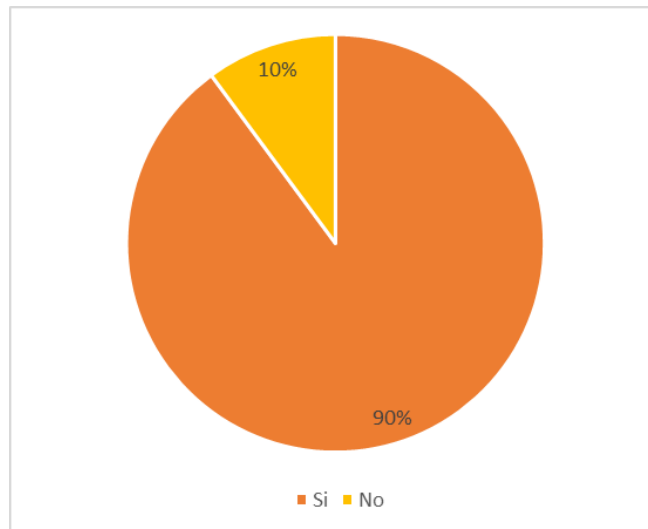


Figura 5: Gráfico circular que representa a “Requisitos de calidad”

En la Tabla 5 y Figura 5 denominada “Requisitos de calidad” se observa que el 90% de los clientes manifiestan que el producto adquirido cumple con los requisitos básicos de calidad, mientras que tan solo el 10% manifiestan que no los cumplen.

Objetivo Específico 2: Conocer la calidad de los productos de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020.

Tabla 6: “Producto de calidad”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	346	90%
No	39	10%
Total	385	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

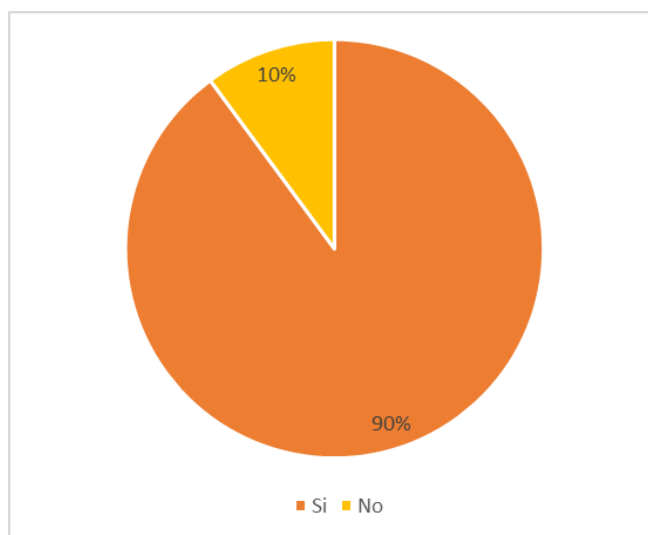


Figura 6: Gráfico circular que representa a “Producto de calidad”

En la Tabla 6 y Figura 6 denominada “Producto de calidad” se observa que el 90% de los clientes manifiestan que el producto es de calidad, mientras que tan solo el 10% consideran que no lo es.

Tabla 7: “Diseño atractivo”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	366	95%
No	19	5%
Total	385	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

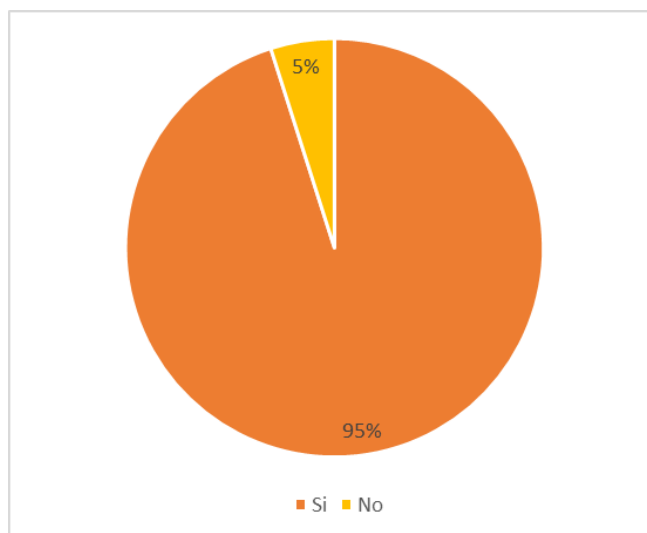


Figura 7: Gráfico circular que representa a “Diseño atractivo”

En la Tabla 7 y Figura 7 denominada “Diseño atractivo” se observa que el 95% del total de encuestados manifiestan que el producto si presentan un diseño atractivo, mientras que tan solo el 5% consideran que no se diferencia.

Tabla 8: “Diseño a sus necesidades”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	366	95%
No	19	5%
Total	385	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

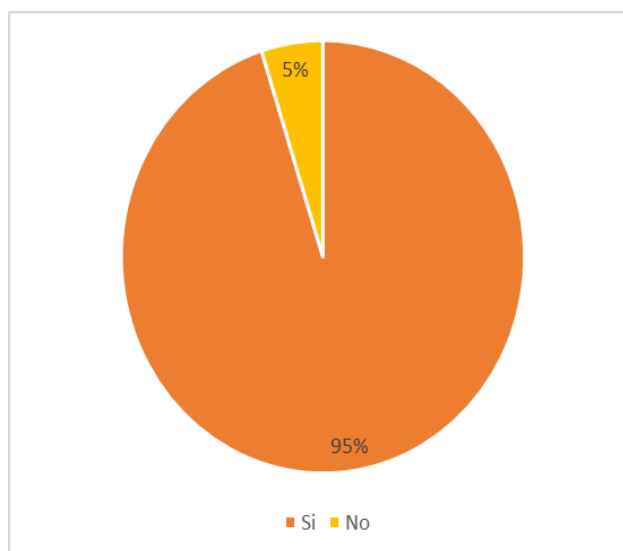


Figura 8: Gráfico circular que representa a “Diseño a sus necesidades”

En la Tabla 8 y Figura 8 denominada “Diseño a sus necesidades” se observa que el 95% del total de encuestados manifiestan que los productos de la zapatería si están diseñados a sus necesidades, mientras que tan solo el 5% consideran que no.

Tabla 9: “Conocimiento de los trabajadores”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	308	80%
No	77	20%
Total	385	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

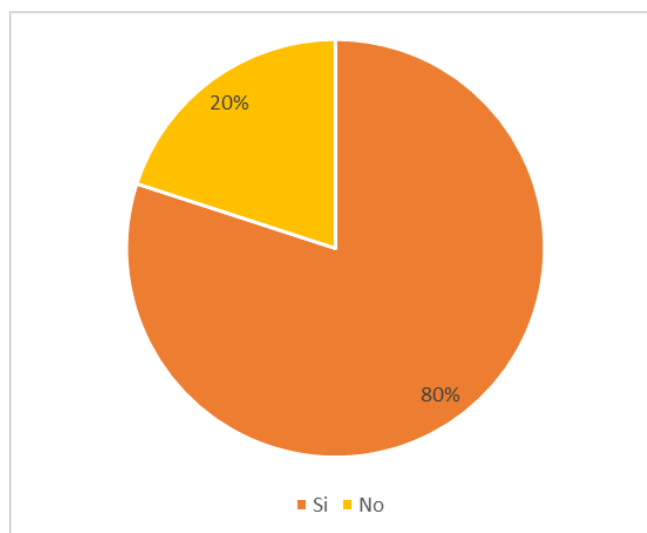


Figura 9: Gráfico circular que representa a “Conocimiento de los trabajadores”

En la Tabla 9 y Figura 9 denominada “Conocimiento de los trabajadores” se observa que el 80% del total de clientes manifiestan que los trabajadores de la zapatería si presentan conocimientos estructurados de los productos que ofrecen, y un 20% consideran lo contrario.

Tabla 10: "Control de calidad"

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	346	90%
No	39	10%
Total	385	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes.

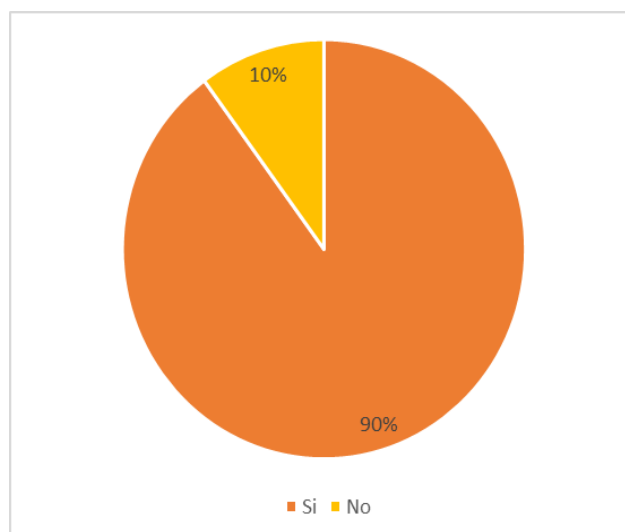


Figura 10: Gráfico circular que representa a "Control de calidad"

En la Tabla 10 y Figura 10 denominada "Control de calidad" se observa que el 90% del total de clientes manifiestan que los productos si pasan por un control de calidad antes de ser vendidos, y tan solo un 10% consideran lo contrario.

Logística Inversa

Objetivo Específico 3: Identificar las actividades presentes en la logística inversa de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020.

Tabla 11: “Empresa ECO AMIGABLE”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los dueños o administradores.

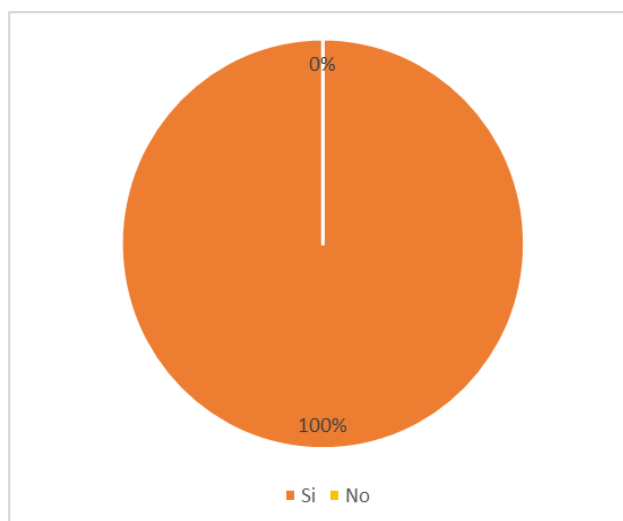


Figura 11: Gráfico circular que representa a “Empresa ECO amigable”

En la Tabla 11 y Figura 11 denominada “Empresa ECO amigable” se observa que el 100% de los administradores de las zapaterías manifiestan que si cuentan que si se consideran una empresa ECO amigable.

Tabla 12: “Clasificación y organización de mercadería”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los dueños o administradores.

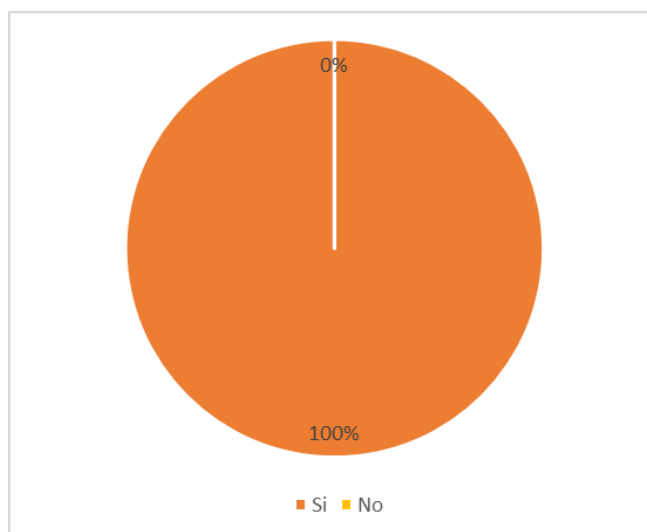


Figura 12: Gráfico circular que representa a “Clasificación y organización de mercadería”

En la Tabla 12 y Figura 12 denominada “Clasificación y organización de mercadería” se observa que el 100% de los administradores de las zapaterías manifiestan que si clasifican y organizan la mercadería.

Tabla 13: “Retiro de mercadería”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los dueños o administradores.

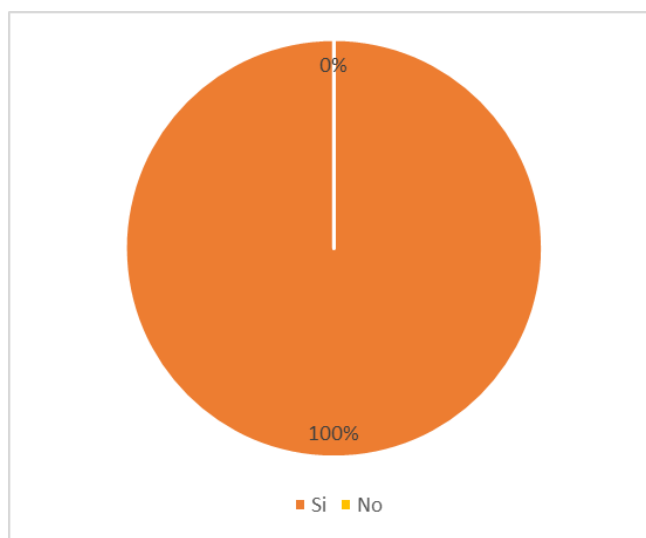


Figura 13: Gráfico circular que representa a “Retiro de mercadería”

En la Tabla 13 y Figura 13 denominada “Retiro de mercadería” se observa que el 100% de los administradores de las zapaterías manifiestan que si retiran la mercadería de la exhibición si se encuentra dañada, deteriorada o lastimada.

Tabla 14: “Devolución al proveedor”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los dueños o administradores.

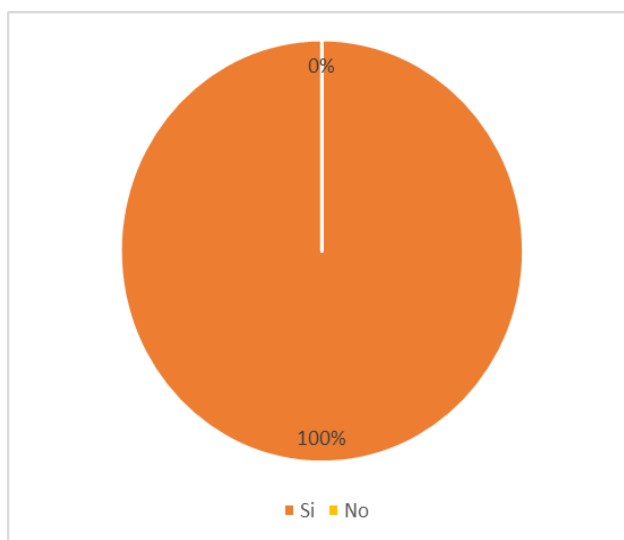


Figura 14: Gráfico circular que representa a “Devolución al proveedor”

En la Tabla 14 y Figura 14 denominada “Devolución al proveedor” se observa que el 100% de los administradores manifiestan que si devuelven los productos con fallas a sus proveedores.

Objetivo Específico 4: Determinar las ventajas de la logística inversa de las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020.

Tabla 15: “Recuperación y reciclaje”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	3	100%
Total	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los dueños o administradores.

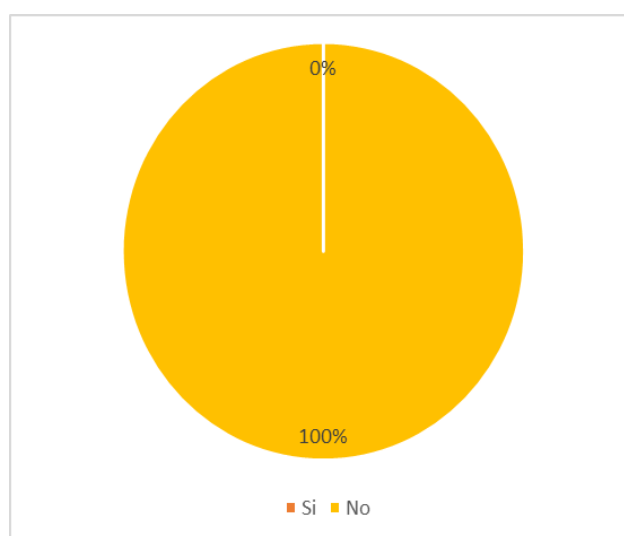


Figura 15: Gráfico circular que representa a “Recuperación y reciclaje”

En la Tabla 15 y Figura 15 denominada “Recuperación y reciclaje” se observa que el 100% de los administradores manifiestan que no recicla las cajas o embalajes donde vienen los productos.

Tabla 16: “Reciclaje de productos”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	3	100%
Total	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los dueños o administradores.

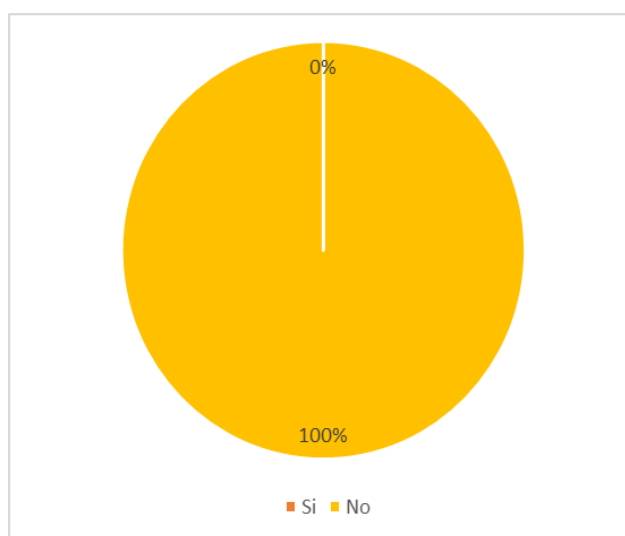


Figura 16: Gráfico circular que representa a “Reciclaje de productos”

En la Tabla 16 y Figura 16 denominada “Reciclaje de productos” se observa que el 100% de los administradores manifiestan que por el momento no reciclan productos.

Tabla 17: “Comercialización de productos reciclables”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	3	100%
Total	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los dueños o administradores.

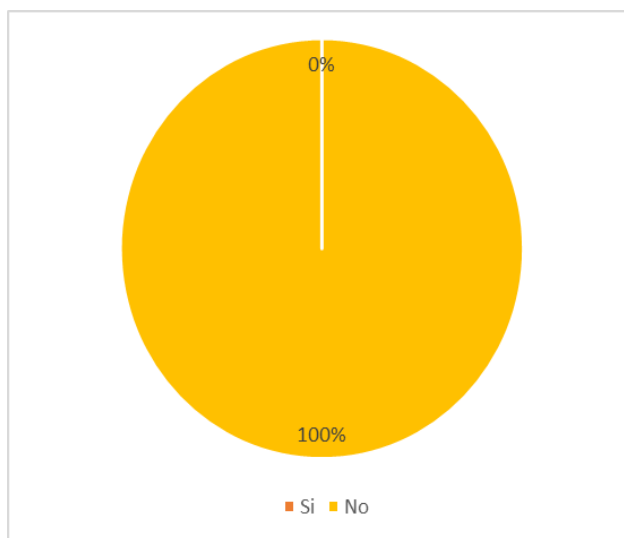


Figura 17: Gráfico circular que representa a “Comercialización de productos reciclables”

En la Tabla 17 y Figura 17 denominada “Comercialización de productos reciclables” se observa que el 100% de los administradores manifiestan que aún no comercializan productos reciclables.

Tabla 18: “Centro de devolución”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	3	100%
Total	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los dueños o administradores.

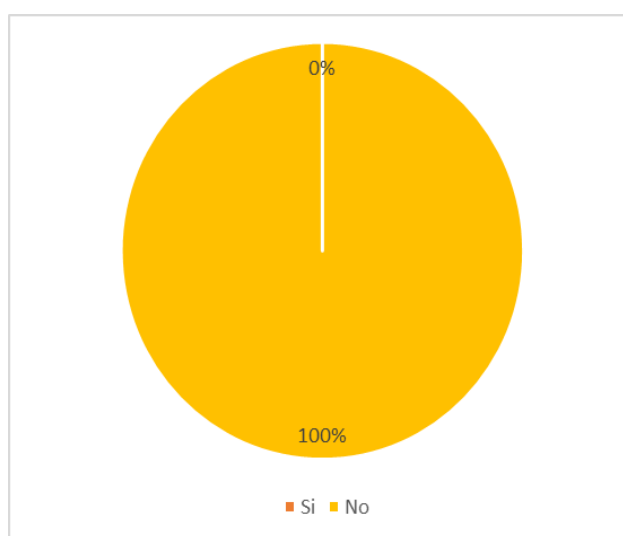


Figura 18: Gráfico circular que representa a “Centro de devolución”

En la Tabla 18 y Figura 18 denominada “Centro de devolución” se observa que el 100% de los administradores manifiestan que no cuentan con un centro de devolución.

Tabla 19: “Inventarios sobrantes”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los dueños o administradores.

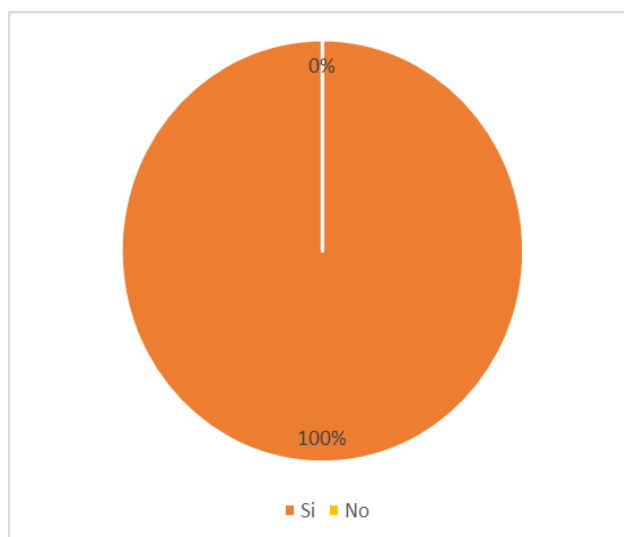


Figura 19: Gráfico circular que representa a “Inventarios sobrantes”

En la Tabla 19 y Figura 19 denominada “Inventarios sobrantes” se observa que el 100% de los administradores manifiestan que si presentan inventarios sobrantes.

Tabla 20: “Reutilización de inventarios”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los dueños o administradores.

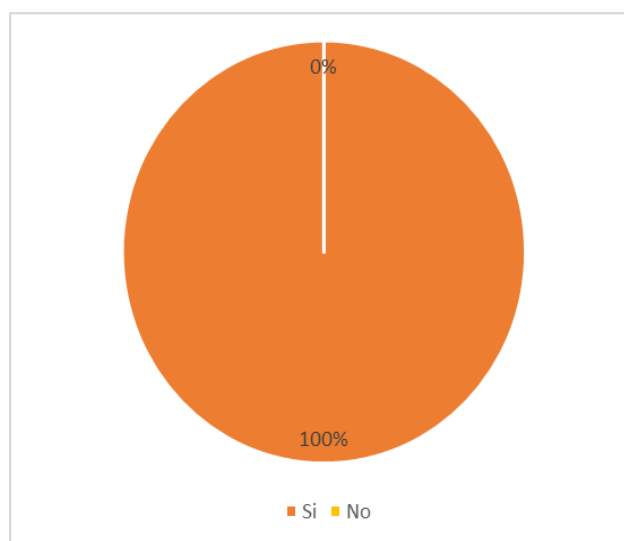


Figura 20: Gráfico circular que representa a “Inventarios sobrantes”

En la Tabla 20 y Figura 20 denominada “Inventarios sobrantes” se observa que el 100% de los administradores manifiestan que si reutilizan los inventarios sobrantes.

4.2 Análisis de los resultados.

En la Tabla 1 denominada “Satisfacción” se observa que el 88% de los clientes manifiestan que el producto si satisface su necesidad, mientras que el 12% manifestó lo contrario. Juran (2015) hace referencia a esas dos vertientes que derivan del concepto calidad. Por un lado están las características del servicio o producto; por otro la capacidad del servicio de dar satisfacción al cliente, calidad es el conjunto de características de un producto que satisfacen las necesidades de los clientes y, en consecuencia, hacen satisfactorio el producto, también en la Tabla 2 denominada “Cumplimiento de expectativas.” se observa que el 85% de los clientes manifiestan que están satisfechos con el producto, mientras que el 15% no lo consideran.

Oyarzun (2015) señala a las expectativas como aquellas circunstancias o experiencias que el cliente espera de nosotros, aquello que espera vivir o encontrarse en el negocio o empresa. Se debe tener presente que las expectativas de cada cliente son diferentes y dependen en gran medida de las experiencias adquiridas que este cliente haya tenido bien sea con la empresa o con otros negocios, pero también dependen en gran medida de la imagen que proyecte la empresa. Valcazar (2017) define que la satisfacción del cliente se debe al personal capacitado y el 86.67% cree que los recursos utilizados son adecuados para dar un buen servicio. La satisfacción con el producto es fundamental para la fidelización del cliente, con los productos, con la marca y con la empresa.

En la Tabla 3 denominada “Cliente frecuente” se observa que el 90% de los clientes manifiestan que si son clientes frecuente, mientras que el 10% compran por

primera vez. Oyarzún (2015) señala que la obtención de nuevos clientes es el cumplimiento de los estándares que un sistema de gestión de la calidad determina, da seguridad ante clientes potenciales, si la empresa desea mantener los sus volúmenes de venta, debe esforzarse por retener a los clientes actuales, pero si desea crecer, o incrementar sus ventas, debe realizar actividades orientadas a captar nuevos clientes. Garrido (2018) señala que MYPE hoteleras cumplen con ofrecer productos y servicios de calidad a clientes potenciales pero no aplican sistemas de gestión en todas sus áreas organizacionales ni estrategias para la captación de clientes. Es indispensable la primera impresión de cada cliente, ya que depende de esa experiencia que el consumidor se convierta en cliente fiel y su presencia en las instalaciones sea frecuente.

En la Tabla 4 denominada “Materiales óptimos” se observa que el 95% de los clientes manifiestan que el producto adquirido si presenta materiales óptimos de fabricación, mientras que el 5% manifiesta lo contrario. Corvo (2016), señala que los factores para la calidad del producto destacan, el tipo de materias primas utilizadas para hacer el producto, con la implementación de las diferentes tecnologías de producción., y la habilidad y experiencia de la mano de obra involucrada en el proceso de producción. Bances (2018) señala que en relación de las necesidades y materiales de los productos el 79% satisface sus necesidades de hospedaje por la mejora del servicio, 62% por el cumplimiento del personal en sus tareas y la característica de amabilidad. La comercialización de productos de materiales calificados de calidad asegura la durabilidad en el tiempo, que es un requisito indispensable para lograr la confianza ante el producto que está consumiendo.

En la Tabla 5 denominada “Requisitos de calidad” se observa que el 90% de los clientes manifiestan que el producto adquirido cumple con los requisitos básicos de calidad, mientras que tan solo el 10% manifiestan que no los cumplen. Oyarzún (2015) señala que contar con la certificación en las normas ISO es un requisito para entrar en cualquier concurso de la Administración Pública sin el cual no se puede optar a participar en él. Meléndez (2017) afirma que cumplir con los estándares de calidad fijados para asegurar que el resultado final va a ser el mejor para nuestros clientes, a la vez que se simplifican todos los procesos durante la producción.

En la Tabla 6 denominada “Producto de calidad” se observa que el 90% de los clientes manifiestan que el producto es de calidad, mientras que tan solo el 10% consideran que no lo es. Castro y Gonzales (2019) señala que garantizar la calidad y la seguridad de los productos está directamente vinculado con el éxito de la empresa. La calidad es aportar valor al cliente, lo que quiere decir, darle al cliente más de lo que espera superando su expectativa. Un producto de calidad garantiza confiabilidad de la empresa, a través de sus productos, con el cliente. Arias (2016) señala que el proceso estructurado de selección, evaluación y reevaluación de proveedores garantizó a la organización la calidad de los productos y/ servicios adquiridos, bajo especificaciones definidas y parámetros de control claros.

En la Tabla 7 denominada “Diseño atractivo” se observa que el 95% del total de encuestados manifiestan que el producto si presenta un diseño atractivo, mientras que tan solo el 5% consideran que no. Corvo (2016) señala que la calidad del diseño se refiere a la satisfacción de los consumidores por la variación en la calidad de los

productos, conocida popularmente como nivel de calidad. Asimismo en la tabla 8 denominada “Diseño a las necesidades” se observa que el 95% del total de encuestados manifiestan que los productos de la zapatería si están diseñados a sus necesidades, mientras que tan solo el 5% consideran que no. Corvo (2016) señala que la calidad del diseño es el enfoque en que el producto debe diseñarse de acuerdo con las necesidades de los consumidores y los estándares de alta calidad.

Núñez (2016) señala que un mejor control y seguimiento de los productos elaborados apoyándose en la mejora continua de los procesos principales, con la mejora en el proceso de obtención de la harina en sus diversas presentaciones, se traduce en altos indicadores de calidad y bajos niveles de reproceso, diseñados a las necesidades del cliente. La diferenciación y variedad de los productos define no solo que el cliente este satisfecho con los productos ofrecidos por la empresa, si no que encuentre los productos que necesita en un solo establecimiento, y que no lo encuentre en otro.

En la Tabla 9 denominada “Conocimiento de los trabajadores” se observa que el 80% del total de clientes manifiestan que los trabajadores de la zapatería si presentan conocimientos estructurados de los productos que ofrecen, y un 20% consideran lo contrario. Céspedes (2015) enfatiza que con el tiempo las organizaciones compiten a través de su personal, donde el afán por incorporar y aportar en la formación integral de sus trabajadores ha sido una de las mejores inversiones de las empresas, lo cual es preocupante al no implementar estas políticas en las MYPE existentes, ya sea por desconocimiento en el tema, o por falta de inversión, es por ello la importancia de

poner en marcha programas de formación y perfeccionamiento de los colaboradores, con el objetivo de actualizar su conocimiento, aumentar su rendimiento y hacerlos crecer integralmente, siendo un elemento de gran importancia en donde el prestigio, reconocimiento y rendimiento laboral de una organización. La gran importancia en el conocimiento en los colaboradores de todas las características del producto que se está ofertando radica en la compra o la no compra del producto, y que el cliente nuevo, se convierta en frecuente. Valcazar (2017) afirma que el 80% indican que la atención personalizada es un elemento que está enfocada al cliente, el 46,67% toma como referencia los mejores aspectos de su competidor como técnica de gestión de calidad en servicio, y el 53,33% utiliza la capacitación para sus trabajadores, un 100% manifiestan que la satisfacción del cliente se debe al personal capacitado y el 86.67% cree que los recursos utilizados son adecuados para dar un buen servicio.

En la Tabla 10 denominada “Control de calidad” se observa que el 90% del total de clientes manifiestan que los productos si pasan por un control de calidad antes de ser vendidos, y tan solo un 10% consideran lo contrario. Crosby (2016) afirma que teniendo al control de calidad como el seguimiento detallado de los procesos dentro de una organización para mejorar la calidad del producto o servicio. El control de calidad consiste en la implantación de programas, mecanismos, herramientas y/o técnicas para la mejora de la calidad de sus productos, servicios y productividad.

Toscano (2015) en su estudio ratifica que la integración de las características propias de la organización, las necesidades de sus clientes, los procesos y las acciones de medición, análisis y mejora continua de la calidad a la gestión de la organización,

con un control de calidad más exhaustivo en el intento de alcanzar niveles superiores en el desempeño en la contribución de técnicas y métodos de evaluación del control de la calidad de los procesos de la Finca el Moral. La importancia del control de calidad permite que el producto presente todas las características propias en óptimo estado.

En la Tabla 11 denominada “Empresa ECO amigable” se observa que el 100% de los administradores de las zapaterías manifiestan que si cuentan que si se consideran una empresa ECO amigable. Cabeza (2016) afirma la mejor imagen que se ofrece gracias a la logística invertida, es favorable para que la empresa obtenga una ventaja competitiva con sus competidores. Saade (2015) señala que la incorporación de nuevas tecnologías de información, comunicaciones, innovadores mecanismos para tener acceso a otros mercados, cambios en países fuente de materiales, costos y materias primas, pero sobre todo, las empresas han evolucionado en el enfoque de lo social para el desarrollo de sus estrategias, y ser una empresa que contribuya a la no contaminación del ambiente. Es por esto que en los tiempos que corren es muy importante que las empresas respeten el medio ambiente, el cambio climático es una realidad, es por esto que las empresas ecológicas están cada vez floreciendo a un ritmo mayor no solo por la necesidad y la toma de conciencia de las mismas sino también por las demandas de los consumidores a ofrecer una buena oferta comercial y que además sea respetuosa con el medio ambiente.

En la Tabla 12 denominada “Clasificación y organización de mercadería” se observa que el 100% de los administradores de las zapaterías manifiestan que si clasifican y organizan la mercadería. Rodríguez (2016) señala la mercadería puede

dividirse según el tipo, color, materiales, diseño, etc., segmentándolos en almacén, como en exhibición. Morales (2018) señala que los ambientes del almacén mejoran al estar más organizados, con mejoras en las distancias de los pasillos para el mejor paso de los vehículos elevadores de carga, esto mejora significativamente el tiempo de respuesta a las órdenes ya que el tiempo de despacho se reduce significativamente, mejora en el equipamiento para mejorar la comunicación entre almacén y los talleres, esto permite un mejor manejo de la información de los pedidos lo cual reduce fallos y tiempo de entrega, manteniendo controlado la cantidad de stock para no realizar pedidos innecesarios, programar inventarios trimestrales para estabilizar el desorden de disponibilidad de productos. Lo fundamental es mantener un orden que permita la clasificación óptima de los productos, facilitando la venta de los productos, con mayor eficiencia en el tiempo de espera.

En la Tabla 13 denominada “Retiro de mercadería” se observa que el 100% de los administradores de las zapaterías manifiestan que si retiran la mercadería de la exhibición si se encuentra dañada, deteriorada o lastimada. Rodríguez (2016) constata la mercadería que presenta fallas, golpes, etc. que no cumplan con los requisitos óptimos para su comercialización, será retirado de la exhibición, como de almacén. Távara (2015) señala que realizar un control de inventarios continuo, se debe tener en cuenta normas y procedimientos que faciliten la salida de los artículos, de esta forma ayudara a mejorar el sistema de almacén, retirando la mercadería con alguna falla, o daño en los productos. El retiro de mercadería con fallas, dañada, deteriorada o lastimada de exhibición permitirá que el cliente tenga la mejor presentación de los productos, incentivando la confianza hacia el establecimiento.

En la Tabla 14 denominada “Devolución al proveedor” se observa que el 100% de los administradores manifiestan que si devuelven los productos con fallas a sus proveedores. Rogers y Tibben-Lembke (2016) afirma que la logística inversa consiste en el proceso de planificación, ejecución y control de la eficiencia y eficacia del flujo de las materias primas, inventario en proceso, productos terminados e información relacionada, desde el punto de consumo hasta el punto de origen, con el fin de recuperar valor o la correcta eliminación de una forma eficiente y lo más económica posible con el propósito de recuperar su valor o el de la propia devolución del bien o producto. Casimiro (2015) enfatiza que la logística inversa se puede reciclar y reutilizar los productos devueltos por los clientes, logrando recuperar un 80% de la mercadería devuelta en la empresa, en su mayoría las devoluciones que recibían la empresa por parte de los clientes, tenían daños leves. Las devoluciones necesitan de un mecanismo eficiente para que los productos que no presenten un estado óptimo sean devueltos con todas las facilidades a los proveedores.

En la Tabla 15 denominada “Recuperación y reciclaje” se observa que el 100% de los administradores manifiestan que no recicla las cajas o embalajes donde vienen los productos. Cabeza (2016) afirma que el reaprovechamiento de algunos o de todos los materiales que integran el producto, permitiendo recuperar los productos defectuosos, entre otros; entonces consiste en recuperar el producto en sí para darle un nuevo uso, dado que el mismo mantiene su forma y posee un nulo o escaso deterioro. Rubio (2016) señala que el diseño de la función logística de la empresa debe contemplar tanto el flujo directo productor - consumidor, como el flujo inverso consumidor - productor (recuperador), de manera que, a través de este enfoque

integral, se amplifiquen las oportunidades competitivas que ofrece esta función logística. Es por eso la importancia de la recuperación de productos para reaprovechar los productos o suministros en desuso.

En la Tabla 16 denominada “Reciclaje de productos” se observa que el 100% de los administradores manifiestan que por el momento no reciclan productos. Vásquez (2015) señala que el reciclaje es una práctica eco-amigable que consiste en someter a un proceso de transformación un desecho o cosa inservible para así aprovecharlo como recurso que nos permita volver a introducirlos en el ciclo de vida sin tener que recurrir al uso de nuevos recursos naturales. A su vez, el reciclaje es una manera verde de gestionar o, directamente, de acabar con buena parte de los desechos humanos. Casimiro (2015) enfatiza que la logística inversa se puede reciclar y reutilizar los productos devueltos por los clientes, logrando recuperar un 80% de la mercadería devuelta en la empresa EFILA S.A. Es por eso la importancia de una cultura de reciclaje en las empresas, para efectuar un reaprovechamiento óptimo, otorgando beneficios no solo materiales, si no contribuyendo al medio ambiente.

En la Tabla 17 denominada “Comercialización de productos reciclables” se observa que el 100% de los administradores manifiestan que aún no comercializan productos reciclables. Cabeza (2018) afirma que la comercialización de reciclables contribuye a reducir el impacto ambiental con estrategias de minimización y reaprovechamiento de residuos, por ello el servicio de comercialización, utilizando sistemas de seguridad en la ruta de comercialización, a fin de controlar los riesgos sanitarios y ambientales. El servicio de comercialización abarca la compra y venta de

residuos con fines de tratamiento, recuperación y reciclaje mediante procesos de transformación física o físico-química. Feal (2016) señala que para implementar un sistema de logística inversa de manera eficiente se debe producir una mentalización y colaboración total entre todos los agentes: proveedor, recursos humanos, distribución, transporte y usuario final. El destino final del material debe determinarse de tal forma que se maximice, en sentido amplio, la rentabilidad que del mismo se pueda obtener, o en caso contrario, que minimice el impacto social y ambiental que genere. La comercialización de estos productos, debe presentar a través de políticas de reciclaje y un plan efectivo para la reutilización de productos.

En la Tabla 18 denominada “Centro de devolución” se observa que el 100% de los administradores manifiestan que no cuentan con un centro de devolución. Vásquez (2015) Los centros de devolución centralizados son instalaciones dedicadas a manejar devoluciones rápidamente y eficientemente con agilidad y premura. Aquí los productos serán ordenados, procesados y enviados a sus respectivos destinos con correcta prisa, estos centros últimamente se han visto incrementados porque logra un aumento en los beneficios y se mejora de gran manera el proceso de devoluciones, se mentaliza y forma al personal hacia este respecto y con toma de decisiones eficientes orientadas a las necesidades del cliente.

Valle (2015) constata que mediante la implementación de una nueva operativa de verificación física y testeado de fallas en los diversos centros de atención al cliente para gestionar las devoluciones de equipos inalámbricos, el uso de un aplicativo que facilite el control de dichas devoluciones, la comunicación de las condiciones de

garantía al cliente y la contratación de terceros que realicen un reacondicionamiento de los equipos para su re inserción al mercado y compren los equipos inservibles como chatarra, la Empresa podrá percibir un gran beneficio económico al haber aplicado la gestión de Logística Inversa de manera eficiente. Es sumamente importante un centro de devolución de productos, para afianzar no solo beneficios para la organización si no para los colaboradores y clientes.

En la Tabla 19 denominada “Inventarios sobrantes” se observa que el 100% de los administradores manifiestan que si presentan inventarios sobrantes. Brito et al, (2015) afirma que las actividades de logística inversa están basados en los procesos de retorno de excesos de inventario, devoluciones de clientes, productos obsoletos, inventarios sobrantes de demandas estacionales, etc., y actividades de retirada, clasificación, reacondicionamiento y reenvío al punto de venta o a otros mercados secundarios.

Además en la tabla 20 denominada “Reutilización de los inventarios” se observa que el 100% de los administradores manifiestan que si reutilizan esos inventarios sobrantes. Brito et al, (2015) afirma que la empresa dispone de diversas formas de gestionarlo con la reutilización de los productos de los inventarios sobrantes estacionarios para la recuperación de la inversión en mercaderías, estas opciones están sujetas a múltiples consideraciones: viabilidad técnica, calidad del producto, existencia de infraestructuras, costes implicados. Rubio (2016) señala que la función inversa de la logística, para poder generar de manera eficiente estas oportunidades competitivas, requiere un proceso de planificación, desarrollo y control similar al existente para la

función directa de la logística. Esta reutilización puede generarse para evitar de manera directa pérdidas para la empresa.

V. CONCLUSIONES

Las características de la gestión de calidad y logística inversa, consideran que las MYPE a través de sus productos logran cumplir las expectativas del cliente por sus productos de calidad adaptados a las necesidades del clientes; según la logística inversa, presentan clasificación y organización estructurada de los productos, pero deja en evidencia la ausencia de cultura del reciclaje para su reaprovechamiento y comercialización, solo enfocadas en la reutilización de inventarios estacionales.

Los elementos de la gestión de calidad están determinadas no solo con la satisfacción si no con el cumplimiento de las expectativas del cliente contando con su asistencia recurrente, promovido con certificaciones óptimas de calidad.

La calidad de los productos está representada fundamentalmente con un diseño atractivo, adaptado a las necesidades del cliente, potenciado con el control de calidad; se recomienda una mejora continua en la atención al cliente, brindando mayores conocimientos del producto ofertado a los colaboradores.

Las actividades presentes en la logística inversa, son clasificación y organización de los productos de forma óptima y el retiro inmediato de la mercadería de la exhibición si se encuentra dañada, deteriorada o lastimada, no contando con un centro de devolución de productos y solo con reutilización de inventarios estacionales.

Las ventajas de la logística inversa identificadas son inexistentes, siendo desaprovechadas en su totalidad debido a que no hay una cultura de reciclaje y reaprovechamiento de productos, se recomienda la implementación de medidas que

permitan iniciativas de reciclaje, permitiendo la generación de ingresos a través del comercio de otros productos, adicionales a los que ya oferta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- Arévalo, L. (2018). “*Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE rubro librería del Centro de Piura, año 2018*” (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura. Perú.
- Arias, J. (2015). “*Implementación del sistema de gestión de calidad en la empresa QUALITY & CONSULTING GROUP S.A.S. conforme a la norma ISO 90001:2008*” (Tesis de pregrado). Universidad libre de Colombia, Colombia.
- Bances, E. (2018). “*Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las Mype de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2018*”. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura. Perú.
- Banco Central de Reserva de Perú (15 de junio del 2015) “*Tasa de inflación y su impacto en el Perú*”. *Diario Gestión*, pp 21-23.
- Benzaquen (2015). *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad del Perú. Calidad en las empresas latinoamericanas: El caso peruano*. Vol.9, 56-75.
- Brito et al (2015) *Reverse logistics*. Erasmus University Rotterdam, Econometric Institute.
- Cabeza, D. (2016) “*Logística Inversa en la cadena de suministro*”, España: Editorial Marge Books

- Camisón, C, Cruz, S & Gonzales, T. (2015) *“Gestión de Calidad”*: *Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid Pearson.
- Casimiro, D. (2015). *“Recuperación de mercadería utilizando el modelo de logística inversa en la empresa Efila S.A. período 2015”* (Tesis de pregrado) Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur, Villa el Salvador, Perú.
- Chullén, T. (2016). *“Propuesta de un sistema de logística inversa en una cadena de boticas como factor de ventaja competitiva”* (Tesis de Maestría). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- Crosby B. (2016) *Calidad sin lágrimas: el arte de administrar sin problemas*. México: CECSA, 2016.
- Flores, C. (15 de septiembre de 2015). *“Como impulsar la competitividad Empresarial”*. Diario Correo, pp.20-22.
- Lira, J. (12 de abril del 2015). *“El consumismo en El Perú, población y demanda”*. Diario Gestión, pp. 12-15.
- Gutiérrez, M. (10 de enero del 2016) *“Globalización de los mercados y la fuerte competencia tecnológica en las MYPE”*. Diario la República, pp 10-13.
- Feal (2015) *“Las actividades de logística inversa representan un sector económico en auge, aún por descubrir”* (Tesis de pregrado). Universidad de Capital de Navío, México.
- Garrido, L. (2018). *“Caracterización de la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las MYPE Hoteleras del centro de Piura, año 2018”* (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Piura, Perú.

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2016). *“Metodología de la investigación”*: (6a. ed.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Ishikawa (2016) *“Introducción al control de calidad”*. Primera Edición. Madrid: Días de Santos.
- Joseph M. Juran (2015) *“Juran y el liderazgo para la Calidad, un manual para directivos”*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Martínez, C. (2016). *“Propuesta e implementación de un sistema de trazabilidad en los procesos logísticos”* (Tesis de pregrado). Universidad de Piura, Perú.
- Meléndez, L. (2017). *“Propuesta de implementación del sistema de gestión de calidad en una industria pesquera según la norma ISO 9001:2015”* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.
- Morales (2018) *“Modelo de gestión logística para mejorar la eficiencia del área de mantenimiento de la empresa Midas – Valencia, 2016”* (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán, Lambayeque, Perú.
- Narváez, L. (2016). *“Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad mediante la Norma ISO 9001:2015 aplicado al área de tecnologías de la información de la Universidad Politécnica Salesiana”* (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador, Ecuador.
- Núñez, J. (2016). *“Implementación de la norma ISO 9001:2015 y su impacto en la eficiencia de los procesos productivos en una empresa pesquera”* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Trujillo. La Libertad, Perú.

- Oyarzún (2015) *“Calidad dentro de un sistema de gestión de calidad”* Dpto. Economía y Administración, Universidad Arturo Prat: 2015.
- Reyes Benítez, S. N. (2016). *Evaluación de la calidad del servicio de la sucursal 6432 del BPA Las Tunas*. Unpublished (Tesis de Maestría). Universidad de Camagüey, Cuba.
- Rodríguez, G. (2016). *Actividades inmersas en la logística inversa*. Colombia: Gestiopolis.
- Rogers, D. Tibben-Lembke R. (2016) *“Diferences between forward and reverse logistics in a retail environment”* Supply Chain Management, num 7, pp 271 – 282.
- Rubio, S. (2016). *“El sistema de logística inversa en la empresa: análisis y aplicaciones”* (Tesis de pregrado). Universidad de Extremadura, España.
- Saade, C. (2015). *“Propuesta para la aplicación de la logística inversa en la cadena de suministro de las empresas comercializadoras de insumos agrícolas”* (Tesis de pregrado). Universidad Dr. José Matías Delgado. El Salvador.
- Tamayo y Tamayo Mario (2015) *“El proceso de la investigación Científica”*. México: Quinta Edición, Editorial Limusa.
- Toscano, C. (2015). *“Modelo de Gestión de Calidad y su efecto en las ventas de la Finca el Moral de la parroquia el Triunfo del cantón Patate”* (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.
- Valcazar, M. (2017). *“Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza, de la urbanización Villa del Norte, distrito*

Los Olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2017” (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Lima, Perú.

Valle, G. (2015). “*Propuesta de mejora de la gestión de Logística Inversa de teléfonos inalámbricos* (Tesis de pregrado). Universidad Privada de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.

Vásquez. (2015). “*Elementos de dirección en la logística inversa*”. Venezuela: Editorial Marge Books.

Web grafía

Asociación de Emprendedores del Perú (7 de Febrero 2016). *Las MYPE porque son importante*. Recuperado de <https://www.pqs.pe/economia/mypes-por-que-son-importantes-para-la-economia-peruana>

Castro y Gonzales (2019). *La Calidad de los productos y su importancia*. Recuperado de: <https://blog.castroygonzalez.es/la-calidad-de-los-productos-y-su-importancia/>

Céspedes (2015). *Características de las Microempresas*. Recuperado de: <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/sotavento/article/download/1574/1426/>

Código Institucional de Ética en Investigación, Uladech Católica (2019). “*Código de Ética para la Investigación*” “Obtenido de; <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>

- COFIDE (Julio 2015). *Productos y servicios de apoyo a la MYPE*. Recuperado de <https://www.cofide.com.pe/COFIDE/productosyservicios/6/apoyo-a-la-mype>
- Corvo (Junio de 2016). *Producto de calidad*. Recuperado de <https://www.lifeder.com/productos-de-calidad/>
- De la roca (2016). *Industria del calzado en La Libertad está en caída*. Recuperado de <https://diariocorreo.pe/peru/industria-del-calzado-en-la-libertad-esta-en-caida-706357/>
- Diario el Peruano (Abril 2020) *DECRETO SUPREMO N° 064-2020-PCM*. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-prorroga-el-estado-de-emergencia-naciona-decreto-supremo-no-064-2020-pcm-1865482-3/>
- INEI (Mayo, 2016) *En Perú existen más de 2.4 millones de empresas, según el INEI*, Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/peru-existen-2-4-millones-empresas-inei-251359-noticia/>
- Levy, C.E. (2016). Slideshare. Recuperado de <http://es.slideshare.net/scourge/logisticainversa-17191095>.
- Monroy, T. (2019) *Elementos Importantes de un sistema de gestión de calidad*. Recuperado de https://blog.kawak.net/mejorando_sistemas_de_gestion_iso/los-cinco-elementos-importantes-de-un-sistema-de-gesti%C3%B3n-de-calidad

Nueva ISO 9001-2015, (2016) *Quiere saber lo que significa la gestión de calidad.*

Recuperado de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/10/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestion-de-calidad/>

SUNAT (2019). *Regímenes Tributarios.* Recuperado de:

<http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php/component/content/article/1-orientacion-tributaria/321-regimenes-tributarios->

Vargas, G. (2018). *Que es logística inversa y porque es importante.* Recuperado de

<https://www.peru-retail.com/que-es-logistica-inversa-por-que-es-importante/>

ANEXOS

Cuestionario

Cuestionario dirigido al cliente



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la gestión de calidad y logística inversa del rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

GESTIÓN DE CALIDAD

1. **¿Considera que el producto satisface sus necesidades?**
 - A) Si
 - B) No

2. **¿El producto obtenido cumple con las expectativas esperadas?**
 - A) Si
 - B) No

3. **¿Es cliente frecuente de la zapatería?**
 - A) Si
 - B) No

4. **¿El producto presenta materiales óptimos de fabricación?**
 - A) Si
 - B) No

5. **¿El producto comprado cumple con los requisitos óptimos de calidad?**
 - A) Si
 - B) No

6. **¿Considera que el producto presenta un nivel de calidad alto?**
 - A) Si
 - B) No

7. **¿El producto presenta un diseño atractivo?**
 - A) Si.
 - B) No.

8. ¿El producto se diseñó de acuerdo a sus necesidades?

- A) Si
- B) No

9. ¿Los trabajadores cuentan con conocimientos estructurados de los productos que ofertan?

- A) Si
- B) No

10. ¿Considera usted que los productos del establecimiento cumplen con un test que verifique el control de calidad?

- A) Si
- B) No

¡Gracias por su tiempo!

Cuestionario dirigido al dueño o administrador



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la gestión de calidad y logística inversa del rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

LOGÍSTICA INVERSA

1 ¿Se considera una organización Eco amigable?

- A) Si
- B) No

2 ¿Clasifica y organiza estructuradamente la mercadería dentro del establecimiento?

- A) Si
- B) No.

3 ¿Retira la mercadería dañada, lastimada o deteriorada?

- A) Si
- B) No

4 ¿Los productos con alguna falla o desperfecto son devueltos al proveedor?

- A) Si
- B) No

5. ¿Recupera y recicla las cajas y embalajes de la mercadería?

- A) Si
- B) No

6. ¿Utiliza el reciclaje como método de reaprovechamiento de productos?

- A) Si
- B) No

7. ¿Ha pensado en comercializar productos reciclables?

- A) Si
- B) No

8. ¿Tiene un espacio utilizado como centro de devolución en sus instalaciones?

- A) Si
- B) No

9. ¿Presenta inventarios sobrantes de demandas estacionales?

- A) Si
- B) No

10. ¿Reutiliza esos inventarios sobrantes?

A) Si

B) No

¡Gracias por su tiempo!

Evidencias

Validación

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO Victor Helio Patiño Muñe identificado con N° de DNI 02860873
MAGISTER en Administración.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos. El CUESTIONARIO elaborado por **MELISSA MERCEDES CORTEZ ROBLEDO**, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de la “**Caracterización la gestión de calidad y logística inversa del rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020**” que se encuentra realizando.

Luego de la revisión correspondiente se recomienda al autor tener en cuenta las observaciones hacia el instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Firma


Victor Helio Patiño Muñe
Mg. VICTOR HELIO PATIÑO MUÑE
RUC: 014100000

Sello

VALIDACIÓN

ítems relacionados a Gestión de calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesitas mejorar la redacción?		¿Es tendencioso adquisicente		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
¿Considera que el producto satisface sus necesidades?	X			X		X	Si (X) No ()
¿El producto obtenido cumple con las expectativas esperadas?	X		X			X	Si () No (X)
¿Es cliente frecuente de la zapatería?	X			X		X	Si () No (X)
¿El producto comprado cumple con los requisitos óptimos de calidad?	X			X		X	Si () No (X)
¿Cree usted que los productos del establecimiento cumplen con un test que verifique el control de calidad?		X	X			X	Si () No (X)
¿Considera que el producto presenta un nivel de calidad alto?	X		X			X	Si (X) No ()
¿El producto presenta un diseño atractivo?	X			X		X	Si () No (X)
¿El producto se diseñó de acuerdo a sus necesidades?	X			X		X	Si () No (X)
¿El producto presenta materiales óptimos de fabricación?	X			X		X	Si () No (X)
¿Los trabajadores cuentan con conocimientos estructurados de los productos que ofertan?	X		X			X	Si (X) No ()

Ítems relacionados a Logística inversa	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesitas mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
¿Recupera y recicla las cajas y embalajes de su mercadería?	X			X		X	Si (X) No ()
¿Utiliza el reciclaje como método de reaprovechamiento en sus productos?	X		X			X	Si () No (X)
¿Ha pensado en comercializar productos reciclables?	X			X		X	Si () No (X)
¿Se considera una empresa ECO amigable?	X			X		X	Si () No (X)
¿Clasifica y organiza estructuradamente la mercadería dentro del establecimiento?	X		X			X	Si () No (X)
¿Presenta inventarios sobrantes de demandas estacionales?	X			X		X	Si () No (X)
¿Reutiliza esos inventarios sobrantes?	X			X		X	Si () No (X)
¿Retira la mercadería dañada, lastimada o deteriorada de exhibición?		X		X		X	Si () No (X)
¿Los productos con alguna falla o desperfecto son devueltos al proveedor?		X	X			X	Si () No (X)
¿Tiene un espacio utilizado como centro de devolución en sus instalaciones?	X		X			X	Si () No (X)

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, PEÑA MARAVÍ Pedro identificado con N° de DNI 20022562 MAGISTER en Administración. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos. El **CUESTIONARIO** elaborado por **MELISSA MERCEDES CORTEZ ROBLEDO**, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de la **“Caracterización la gestión de calidad y logística Inversa del rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020”** que se encuentra realizando.

Luego de la revisión correspondiente se recomienda al autor tener en cuenta las observaciones hacia el instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
ESCUELA DE POSTGRADO
DR. PEDRO C. PEÑA MARAVÍ MBA
DOCENTE

VALIDACIÓN

ítems relacionados a Gestión de calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesitas mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
¿Considera que el producto satisface sus necesidades?	X			X		X	Si () No (X)
¿El producto obtenido cumple con las expectativas esperadas?	X		X			X	Si () No (X)
¿Es cliente frecuente de la zapatería?	X			X		X	Si () No (X)
¿El producto comprado cumple con los requisitos óptimos de calidad?	X		X			X	Si () No (X)
¿Cree usted que los productos del establecimiento cumplen con un test que verifique el control de calidad?		X	X			X	Si () No (X)
¿Considera que el producto presenta un nivel de calidad alto?	X					X	Si () No (X)
¿El producto presenta un diseño atractivo?	X			X		X	Si () No (X)
¿El producto se diseñó de acuerdo a sus necesidades?	X			X		X	Si () No (X)
¿El producto presenta materiales óptimos de fabricación?	X			X		X	Si () No (X)
¿Los trabajadores cuentan con conocimientos estructurados de los productos que ofertan?	X			X		X	Si () No (X)

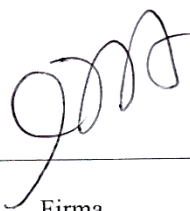
Ítems relacionados a Logística inversa	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesitas mejorar la redacción?		¿Es tendenciosos aquiescente		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
¿Recupera y recicla las cajas y embalajes de su mercadería?	X			X		X	Si () No (X)
¿Utiliza el reciclaje como método de reaprovechamiento en sus productos?	X			X		X	Si () No (X)
¿Ha pensado en comercializar productos reciclables?	X			X		X	Si () No (X)
¿Se considera una empresa ECO amigable?	X			X		X	Si () No (X)
¿Clasifica y organiza estructuralmente la mercadería dentro del establecimiento?	X		X			X	Si () No (X)
¿Presenta inventarios sobrantes de demandas estacionales?	X				X	X	Si () No (X)
¿Reutiliza esos inventarios sobrantes?	X			X		X	Si () No (X)
¿Retira la mercadería dañada, lastimada o deteriorada de exhibición?	X			X		X	Si () No (X)
¿Los productos con alguna falla o desperfecto son devueltos al proveedor?	X		X			X	Si () No (X)
¿Tiene un espacio utilizado como centro de devolución en sus instalaciones?	X			X		X	Si () No (X)

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO Osorio Emilio Sosa Ancajima identificado con N° de DNI 03890338
MAGISTER en Gestión Pública.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos. El **CUESTIONARIO** elaborado por **MELISSA MERCEDES CORTEZ ROBLEDO**, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de la “**Caracterización la gestión de calidad y logística inversa del rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020**” que se encuentra realizando.

Luego de la revisión correspondiente se recomienda al autor tener en cuenta las observaciones hacia el instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.



Firma



VALIDACIÓN

Ítems relacionados a Gestión de calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesitas mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
¿Considera que el producto satisface sus necesidades?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿El producto obtenido cumple con las expectativas esperadas?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿Es cliente frecuente de la Zapatería?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿El producto comprado cumple con los requisitos óptimos de calidad?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿Cree usted que los productos del establecimiento cumplen con un test que verifique el control de calidad?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿Considera que el producto presenta un nivel de calidad alto?	<input checked="" type="checkbox"/>					<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿El producto presenta un diseño atractivo?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿El producto se diseñó de acuerdo a sus necesidades?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿El producto presenta materiales óptimos de fabricación?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿Los trabajadores cuentan con conocimientos estructurados de los productos que ofertan?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)

Ítems relacionados a Logística inversa	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesitas mejorar la redacción?		¿Es tendenciosos aquiescente		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
¿Recupera y recicla las cajas y embalajes de su mercadería?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿Utiliza el reciclaje como método de reaprovechamiento en sus productos?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿Ha pensado en comercializar productos reciclables?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿Se considera una empresa ECO amigable?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿Clasifica y organiza estructuralmente la mercadería dentro del establecimiento?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿Presenta inventarios sobrantes de demandas estacionales?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿Reutiliza esos inventarios sobrantes?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿Retira la mercadería dañada, lastimada o deteriorada de exhibición?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿Los productos con alguna falla o desperfecto son devueltos al proveedor?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
¿Tiene un espacio utilizado como centro de devolución en sus instalaciones?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)

2. MATRIZ INDICADOR PREGUNTA

Variable	Indicador	Pregunta	Ítems	Fuente	Instrumento
GESTIÓN DE CALIDAD	Satisfacción	¿Considera que el producto satisface sus necesidades?	A) Si B) No	CLIENTES	CUESTIONARIO
	Expectativas del cliente	¿El producto obtenido cumple con las expectativas esperadas?	A) Si B) No		
	Obtención nuevos clientes	¿Es cliente frecuente de la zapatería?	A) Si B) No		
	Cumplimiento de requisitos.	¿El producto comprado cumple con los requisitos óptimos de calidad?	A) Si B) No		
	Cumplimiento de exigencias.	¿Cree usted que los productos del establecimiento cumplen con un test que verifique el control de calidad?			
	Confiabilidad	¿Considera que el producto presenta un nivel de calidad alto?	A) Si B) No		
	Calidad de diseño	¿El producto presenta un diseño atractivo?	A) Si B) No		
		¿El producto se diseñó de acuerdo a sus necesidades?			
	Materiales	¿El producto presenta materiales óptimos de fabricación?	A) Si B) No		
Servicio.	¿Los trabajadores cuentan con conocimientos estructurados de los productos que ofertan?	A) Si B) No			
LOGÍSTICA INVERSA	Reaprovechamiento	¿Utiliza el reciclaje como método de reaprovechamiento en sus productos?		DUEÑOS O ADMINISTRADORES	CUESTIONARIO
	Abarcar mercados	¿Ha pensado en comercializar productos reciclables?			
	Mejora de imagen	¿Se considera una empresa ECO amigable?	A) Si B) No		
	Clasificación de mercadería.	¿Clasifica y organiza estructuradamente la mercadería dentro del establecimiento?	A) Si B) No		
	Inventarios sobrantes	¿Presenta inventarios sobrantes de demandas estacionales?	A) Si B) No		
		¿Reutiliza esos inventarios sobrantes?	A) Si B) No		
	Recuperación y reciclaje	¿Recupera y recicla las cajas y embalajes de su mercadería?			
	Retiro de mercadería	¿Retira la mercadería dañada, lastimada o deteriorada de exhibición?	A) Si B) No		
	Devolución de mercadería	¿Los productos con alguna falla o desperfecto son devueltos al proveedor?	A) Si B) No		
	Centro de devolución	¿Tiene un espacio utilizado como centro de devolución en sus instalaciones?	A) Si B) No		

Elaboración propia.

Tabulación logística Inversa

PREGUNTA/ ENCUESTADO	1	2	3	T1	T2	TOTAL
1	1	1	1	3	0	3
2	1	1	1	3	0	3
3	1	1	1	3	0	3
4	1	1	1	3	0	3
5	2	2	2	0	3	3
6	2	2	2	0	3	3
7	2	2	2	0	3	3
8	2	2	2	0	3	3
9	1	1	1	3	0	3
10	1	1	1	3	0	3

4. Reporte TURNITIN

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 11-abr.-2020 14:11 -05

Identificador: 1295226290

Número de palabras: 20378

Entregado: 1

INFORME FINAL Por Melissa Cortez Robledo

Similitud según fuente	
Índice de similitud	
5%	
Internet Sources:	9%
Publicaciones:	0%
Trabajos del estudiante:	9%

5. EVIDENCIA DE NO ADEUDO

CMACT - AHORRO
PIURA

Fecha: 14/04/2020 Hora: 11:10:58
CORTEZ ROBLEDO MELISSA MERCEDES
Cod: 1203102040

----- PAGOS. ULADECH -----

01/04/2020	PENSION TALLERO	675.00
02/05/2020	PENSION TALLERO	675.00
14/05/2020	SERV. ANTIPLAGI	100.00

Total 1,450.00

JPZE