



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS**

**EMPRESAS DEL SECTOR PRODUCCIÓN Y COMERCIO –**

**RUBRO CAFÉ DEL CENTRO POBLADO EL ROBLE, DISTRITO**

**DE SANTO TOMÁS, PROVINCIA DE CUTERVO,**

**DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA, AÑO 2018**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO**

**ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS**

**ADMINISTRATIVAS**

**AUTOR**

**PÉREZ TORRES, JOSÉ KELVIN**

**ORCID: 0000-0002-4805-5604**

**ASESORA**

**ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA**

**ORCID: 0000-0001-6079-2319**

**LIMA – PERÚ**

**2020**

## **1. TITULO DE INVESTIGACIÓN**

“La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector producción y comercio – rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomás, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca, año 2018”

## **2. EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

PÉREZ TORRES, JOSE KELVIN

ORCID: 0000-0002-4805-5604

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Lima, Perú

### **ASESORA**

Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de  
Administración, Lima, Perú

### **JURADO**

**Meza De los Santos, Juan Pablo**

ORCID: 0000-0001-8852-1342

**Morillo Campos, Yuly Yolanda**

ORCID: 0000-0002-5746-9374

**Espinosa Otoyá, Víctor Hugo**

ORCID: 0000-0002-7260-5581

### 3. Hoja de firma del jurado y asesor

---

Meza De los Santos, Juan Pablo

**PRESIDENTE**

---

Morillo Campos, Yuly Yolanda

**MIEMBRO**

---

Espinosa Otoy, Víctor Hugo

**MIEMBRO**

---

Zenozain Cordero, Carmen Rosa

**ASESORA**

#### **4. Agradecimiento y dedicatoria**

Gracias a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, a la facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, a profesores compañeros y a todos que conforman esta familia educativa por haber formado parte de en este proceso tan importante que es mi formación académica y así cumplir este objetivo tan importante para mi persona

En memoria de mi familia por los buenos recuerdos, buenos consejos que me impulsaron a seguir adelante en este proceso de formación y el apoyo incondicional que me brindaron

## **Dedicatoria**

El presente trabajo está dedicado a mis padres  
Elita y Grimaniel quien me dieron todo su  
apoyo y depositaron su confianza en mí para  
llegar a ser un profesional de éxito.

## 5. RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general Determinar las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector producción y comercio – rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca, año 2018. La investigación es de fue de diseño no experimental transversal, para recopilación de los o información se eligió una población de 10 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplico un cuestionario de 18 preguntas, a través de la técnica de la encuesta de lo cual se obtuvo los siguientes resultados: EL 67% tienen de 6 a 10 trabajadores, el 67% las personas que trabajan en la empresa son familiares y no familiares, el 93% su objetivo de creación es generar ingresos, el 73% constitución persona natural, el 53% casi siempre logran sus objetivos, el 60 % hacen uso de estrategias, el 33% algunas veces implementa procesos de actividades, el 47% casi siempre está al pendiente de las actividades, el 60% casi siempre están en constante medición de los proceso, el 73% casi siempre evalúan la efectividad de los resultados, el 47% casi siempre la mejora es constante para sacar un producto de calidad, el 87% siempre la mejora es constante, el 67% indicaron que siempre su producto es reconocido en el mercado por su calidad, el 53% siempre indicaron que sus clientes quedan satisfechos, el 33% indican que el precio del producto lo varía de acuerdo al mercado, el 40% indicaron que siempre sus precios lo mantienen de acorde a la competencia, el 47% algunas veces la empresa esta estratégicamente ubicada, el 60% siempre su producto pasa por un control, el 67% muy pocas veces usan los medios de comunicación para difundir su producto, el 87% siempre van a ofrecer su producto a sus clientes de forma personal.

Conclusiones. Las empresas casi siempre logra sus metas, algunas veces se trabaja con políticas, muy pocas veces implementa procesos, casi siempre organizan los materiales,

casi siempre realizan seguimientos, casi siempre evalúan la efectividad, casi siempre la mejora es constante, siempre controla los procesos de trabajo.

**Palabra clave:** gestión, calidad, MYPES, representante



## SUMMARY

The objective of this research was to determine the main characteristics of the quality management of micro and small companies in the production and trade sector - coffee sector of the populated center of El Roble, Santo Tomas district, Cutervo province, Cajamarca department, year 2018. The research is of a non-experimental cross-sectional design, to collect the information of a population of 10 micro and small companies was chosen, to whom a questionnaire of 18 questions was applied, through the technique of the survey of which obtained the following results: 67% have from 6 to 10 workers, 67% people who work in the company are family and non-family, 93% their goal of creation is to generate income, 73% constitution person Naturally, 53% almost always achieve their goals, 60% use strategies, 33% sometimes implement activity processes, 47% are almost always on the lookout for the activities, 60% are almost always in constant measurement of the processes, 73% almost always evaluate the effectiveness of the results, 47% almost always the improvement is constant to get a quality product, 87% always the improvement It is constant, 67% indicated that their product is always recognized in the market for its quality, 53% always indicated that their customers are satisfied, 33% indicate that the price of the product varies according to the market, 40% They indicated that their prices always keep it in line with the competition, 47% sometimes the company is strategically located, 60% their product always goes through a control, 67% very rarely use the media to spread their product. , 87% will always offer their product to their clients personally.

Conclusions. Companies almost always achieve their goals, sometimes they work with policies, very rarely implement processes, almost always organize materials, almost always carry out follow-ups, almost always evaluate effectiveness, almost always improve constantly, always control the processes of job.

Keyword: management, quality, MYPES, representative

<b>6. Contenido</b>	
1. Título de la investigación.....	ii
2. Equipo de trabajo.....	iii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iv
4. Agradecimiento y dedicatoria.....	v
5. Resumen.....	vii
6. Contenido.....	xi
7. Índice de tablas .....	xii
I. INTRODUCCION .....	14
II. REVISIÓN DE LITERATURA .....	18
2.1. Antecedentes .....	18
2.2. Bases teóricas.....	21
2.3. Marco conceptual.....	41
III. HIPOTESIS.....	41
IV. METODOLOGIA.....	42
4.1. Diseño de la investigación .....	42
4.2. Población y muestra.....	42
4.3. Definición y operación de la variable .....	43
4.4. Técnicas e instrumentos variables .....	45
3.5. Plan de analisis.....	45
3.6. Matriz de consistencia .....	45
3.7. Principios éticos .....	47
V. RESULTADOS.....	48
5.1.Resultados.....	48
5.2. Análisis de resultados.....	66
VI. CONCLUSIONES.....	68
VII. RECOMENDACIONES.....	69
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	70
ANEXOS .....	73

## 7. INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### TABLAS

<i>Tabla 1:</i> Distribución según edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas..	48
<i>Tabla 2:</i> Distribución según sexo de los representantes de las micro y pequeñas empresas...	49
<i>Tabla 3:</i> Grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas.....	50
<i>Tabla 4:</i> Cargo que desempeñan los representantes de la micro y pequeñas empresas.....	51
<i>Tabla 5:</i> Tiempo que desempeñan los representantes de las micro y pequeñas empresas.....	52
<i>Tabla 6:</i> Tiempo de la permanencia de las micro y pequeñas empresas en el rubro.....	53
<i>Tabla 7:</i> Número de trabajadores en las micro y pequeñas empresas.....	54
<i>Tabla 8:</i> Personas que trabajan en la empresa.....	55
<i>Tabla 9:</i> Objetivo de creación de las micro y pequeñas empresas.....	56
<i>Tabla 10:</i> Tipo de instrucción de las micro y pequeñas empresas.....	57
<i>Tabla 11:</i> la empresa logra sus metas en los plazos establecidos.....	58
<i>Tabla 12:</i> En la empresa se trabaja con políticas ya establecidas con anticipación.....	59
<i>Tabla 13:</i> implementa procesos de actividades y tener un orden de producción.....	60
<i>Tabla 14:</i> Organiza los materiales y las herramientas necesarias para el trabajo.....	61
<i>Tabla 15:</i> Realiza seguimiento a los procesos que se realiza en las labores diarias.....	62
<i>Tabla 16:</i> Evalúa la efectividad de los resultados que obtienen para seguir mejorando.....	63
<i>Tabla 17:</i> En la empresa la mejora es constante para sacar un producto de calidad y ser competitivo en el mercado.....	64
<i>Tabla 18:</i> Controla los procesos de trabajo hasta llegar al producto que va al mercado.....	65

## FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Distribución según edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas..	48
<b>Figura 2:</b> Distribución según sexo de los representantes de las micro y pequeñas empresas...	49
<b>Figura 3:</b> Grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas.....	50
<b>Figura 4:</b> Cargo que desempeñan los representantes de la micro y pequeñas empresas.....	51
<b>Figura 5:</b> Tiempo que desempeñan los representantes de las micro y pequeñas empresas.....	52
<b>Figura 6:</b> Tiempo de la permanencia de las micro y pequeñas empresas en el rubro.....	53
<b>Figura 7:</b> Número de trabajadores en las micro y pequeñas empresas.....	54
<b>Figura 8:</b> Personas que trabajan en la empresa.....	55
<b>Figura 9:</b> Objetivo de creación de las micro y pequeñas empresas.....	56
<b>Figura 10:</b> Tipo de instrucción de las micro y pequeñas empresas.....	57
<b>Figura 11:</b> la empresa logra sus metas en los plazos establecidos.....	58
<b>Figura 12:</b> En la empresa se trabaja con políticas ya establecidas con anticipación.....	59
<b>Figura 13:</b> implementa procesos de actividades y tener un orden de producción.....	60
<b>Figura 14:</b> Organiza los materiales y las herramientas necesarias para el trabajo.....	61
<b>Figura 15:</b> Realiza seguimiento a los procesos que se realiza en las labores diarias.....	62
<b>Figura 16:</b> Evalúa la efectividad de los resultados que obtienen para seguir mejorando.....	63
<b>Figura 17:</b> En la empresa la mejora es constante para sacar un producto de calidad y ser competitivo en el mercado.....	64
<b>Figura 18:</b> Controla los procesos de trabajo hasta llegar al producto que va al mercado.....	65

## **I. INTRODUCCION**

El café (cafeto) es una de las bebidas más solicitadas en el mundo, es una bebida sin alcohol, es estimulante puesto que tiene como componente de la cafeína.

En muchos países se acostumbra tomar café en el desayuno, para entablar una conversación, o solo por costumbre. Al cafeto o café se puede añadir otras bebidas para variar su sabor como leche, licor, crema o nata tal es caso de los países de España y Grecia que lo toman el café frío o con hielo.

El café es originario Etiopia en la provincia de Kaffa en donde la planta del café crece de forma silvestre. En siglo XI las derivaciones energéticas los pobladores de la tribu Galla de Etiopía ya tenían conocimiento.

En tiempos actuales el café es cultivado en Brasil que es el principal productor de café en el mundo abarca un tercio de la producción de café a nivel mundial entre otros países también tenemos como: Vitnan, Colombia, Indonesia, Perú y Etiopia.

### **PERÚ PRODUCTOR DE CAFÉ**

En el Perú la producción de café llegó a alcanzar 77,197 toneladas en junio del 2017 en nivel superior comparándolo con año anterior por el clima favorable y su temperatura apropiada para el cultivo del café.

En Cajamarca aunque es bajo el índice de producción de café el gobierno regional junto con las autoridades locales se está invirtiendo mucho en lo que es el trato tecnificado de producción de café. En el distrito de Santo Tomás provincia de Cutervo la producción de café está siendo impulsada por los propios productores cambiando así lo que es la crianza del ganado por lo que es café debido a la gran producción, mejora de precios y más ganancias para el agricultor.

Dicho y observado la problemática el presente trabajo tiene como enunciado del problema ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector producción y comercio – rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca, año 2018?

Además tiene como objetivo general Determinar las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector producción y comercio – rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca, año 2018

Y como objetivos específicos:

1. Determinar las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector producción y comercio– rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca, año 2018.
2. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector producción y comercio– rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca, año 2018.
3. Determinar las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector producción y comercio – rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca, año 2018.

Además se justifica porque:

Nos sirvió para determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector producción Y comercio porque se extraerá información de fuentes bibliográficas oficiales (libros, revistas, tesis aprobadas, etc.) que se refiere a

micro y pequeñas empresas y esta información adquirida servirá a los empresarios para que lo apliquen en sus empresas. Además de ello también nos permite recaudar información tanto nacional e internacional del rubro tratado y así los representantes de las empresas que lo requieran puedan aplicarlo en el campo, también nos servirá como herramienta de investigación para trabajos que se requiera hacer en lo futuro porque en la elaboración de lo mismo se utilizara los mismos instrumentos metodológicos.

La metodología tubo como diseño descriptivo, no experimental, transversal y cuantitativo.

Tuvo como principales resultados del total de encuestados manifiesta que el 33% algunas veces implementa procesos de actividades para tener un orden de producción. Del total de encuestados el 47% manifiesta que casi siempre está al pendiente de las actividades para tener una mejora en la producción de la empresa. Del total de encuestados indicaron que el 60% casi siempre están en constante medición de los proceso y así sacar conclusiones y mejorar a producción. Del total de encuestados el 73% casi siempre evalúan la efectividad de los resultados que obtiene para seguir mejorando. Del total de encuestados el 47% casi siempre la mejora es constante para sacar un producto de calidad y ser competitivo en el mercado. Del total de encuestados el 87% siempre la mejora es constante para sacar un producto de calidad y ser competitivo en el mercado. El 67% indicaron que siempre su producto es reconocido en el mercado por su calidad. Del total de encuestados el 53% siempre indicaron que sus clientes quedan satisfechos con la calidad del producto. Del total de encuestados el 33% indican que casi el precio del producto lo varía de acuerdo al comportamiento del mercado. Del total de encuestados el 40% indicaron que siempre sus precios lo mantienen de acorde a la competencia. Del total de encuestados el 47% indicaron que algunas veces la empresa esta estratégicamente ubicada. Del total de encuestados el 60% indicaron que siempre su producto antes de enviarlo pasa por un control para que llegue a su destino en perfectas condicione. Del



total de encuestados el 67% indicaron que muy pocas veces usan los medios de comunicación para difundir su producto. Del total de encuestados indicaron que el 87% siempre van a ofrecer su producto a sus clientes de forma personal.

Y como principal conclusión se obtuvo que la mayoría de empresas casi siempre logra sus metas en los plazos establecidos, las empresas muy pocas veces y algunas veces se trabaja con políticas ya establecidas con anticipación, la mayoría de empresas muy pocas veces implementa procesos de actividades y tienen un orden de producción, las empresas casi siempre Organizan los materiales y las herramientas necesarias para el trabajo, las empresas casi siempre realizan seguimientos a los procesos que se realiza en las labores diarias, las empresas casi siempre Evalúan la efectividad de los resultados que obtienen para seguir mejorando, la mayoría de empresas casi siempre la mejora es constante para sacar un producto de calidad y ser competitivo en el mercado, la mayoría de empresas siempre controla los procesos de trabajo hasta llegar al producto que va al mercado.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### Nacionales

**Márquez, Julca, Canto, Soplín, Varga, & Huerta (2016)** en su tesis titulada “*Sustentabilidad ambiental en fincas cafetaleras después de un proceso de certificación orgánica en la convención (Cusco, Perú)*” el objetivo de este trabajo fue determinar la sustentabilidad ambiental de las fincas cafetaleras después de un proceso de certificación orgánica en La Convención (Cusco, Perú). Se utilizó el Método de Análisis Multicriterio adaptado para fincas cafetaleras, se consideró que la sustentabilidad se logra cuando el Indicador General Ambiental (IA) es  $> 2$  puntos, de un máximo de 4 puntos. La población fue de 1 520 fincas y se tomó una muestra ( $n=61$ ). Los responsables de las fincas seleccionadas fueron encuestados en dos momentos, primero cuando trabajaban con un sistema de producción convencional y luego cuando pasaron a trabajar con un sistema certificado de producción orgánica, con un intervalo de tiempo de siete años. Se encontró que el sistema de producción orgánica alcanzó un mayor Indicador General Ambiental (IA = 2.71), más alto que el que alcanzó el sistema de producción convencional (IA=2.08). El número de fincas sustentables ambientalmente, aumentó con el proceso de certificación orgánica. Cuando producían café convencional, el 66.60% de las fincas eran ambientalmente sustentables; la cifra aumentó a 91.10%, siete años después

**Muñoz & Gallegos, (2016)** en su tesis titulada “*Programa de sensibilización para la producción de café orgánico en el distrito de la peca departamento de Amazonas Perú*” el presente trabajo se ha realizado con la finalidad de dar a conocer a los productores de café del distrito la Peca Departamento Amazonas su importancia de adaptarse a las nuevas tendencias de producción y consumo a nivel internacional. Metodología. En la presente investigación participaron 261 caficultores afiliados a la comunidad campesina de

Distrito de La Peca a quienes se les aplicó un cuestionario, se ha utilizado el diseño de una sola casilla solo con pre test y para contrastar la hipótesis se ha hecho uso de la estadística descriptiva.

**CONCLUSION** Los resultados de la investigación nos han permitido conocer el proceso productivo del café, la situación actual de la producción y comercialización, costos de producción por hectárea de café tradicional y café orgánico, así mismo el grado de conocimiento y el nivel de aceptación que tendría la producción y comercialización de café orgánico es favorable.

**Luz (2017)** en su tesis titulada “*Beneficios Tributarios y su incidencia en la situación económica de las empresas comercializadoras de café en el Distrito de Chanchamayo, 2016*”, tiene como objetivo principal determinar la incidencia de los beneficios tributarios en la situación económica de las empresas comercializadoras de café en el Distrito de Chanchamayo, 2016. La investigación cuenta con un esquema no experimental, porque ninguna de las dos variables será maniobrada. Está compuesta por una muestra de 40 sujetos que trabajan en las empresas comercializadoras de café, personas que laboran en las áreas administrativas. El elemento que ha sido usado es la de encuesta, el cual ha sido aprobada por peritos de la Universidad Cesar Vallejo y por el Alfa de Cronbach. Para el cotejo de hipótesis se ha manejado la prueba del Chi Cuadrado el cual muestra la relación entre una y la otra variable. Al término de esta investigación se logró comprobar que Los beneficios tributarios si tienen incidencia en la situación económica de las empresas comercializadoras de café, debido a que el resultado de su aplicación de los mismos repercute en la determinación de sus obligaciones tributarias y estos son reflejados en su situación económica.

## **Internacionales**

**Benítez, Jaramillo, Escobedo & Mora (2015).** En su tesis titulada “*Caracterización de la producción y del comercio de café en el Municipio de Cuetzalan, Puebla.*” el objetivo de este trabajo fue conocer las características de la producción y comercio de café en este municipio para generar propuestas de intervención que podrían mejorar el margen neto de comercialización del productor. El análisis se realizó con una muestra de 101 productores, con 95 % de confiabilidad y 10 % de precisión. Los datos se obtuvieron mediante entrevista estructurada. De los productores, 72.81 % se emplea en actividades no agropecuarias, 33 % como jornaleros y 18.4% como comerciantes. El 76.2 % produce café orgánico; la variedad arábica es cultivada por 72.8 % de los productores. La superficie sembrada es de 1.57 ha en promedio, con un rendimiento promedio de 2.06 ton ha<sup>-1</sup>. El nivel tecnológico promedio fue de 0.46, en escala de cero a uno. Se observó una relación directa entre nivel tecnológico, ingreso de la finca y rendimiento unitario. De los productores, 59.4 % vende su café a una cooperativa y 40.6 % a intermediarios. Se concluye señalando la necesidad de una intervención diferenciada, tomando como base los estratos identificados.

### **Locales**

**Avellaneda Espinoza & Bautista Flores (2019)** en su tesis titulada “*Oferta exportable de café en grano hacia Alemania durante los años 2017-2018*” (*Tesis Parcial*) Esta investigación tiene como objetivo principal analizar el desarrollo de la oferta exportable de café en grano hacia Alemania durante los años 2017-2018. Para lograr este estudio se tomó en cuenta la recopilación de importante material estadístico y bibliográfico y entrevistas realizadas a especialistas de Promperú y la Junta Nacional del Café. Este estudio permite obtener una importante visión de la situación actual de la oferta exportable de café, en la que se detalla una serie de factores que hacen que el café sea reconocido como un producto bandera. Por lo consiguiente, Perú lo promueve en

importantes eventos nacionales e internacionales, lo que permite colocarse como uno de los principales productores de café del mundo. Cabe mencionar que el Perú es considerado como país cafetalero y en consecuencia debería mostrar una importante posición frente al desarrollo de sociedades económicamente activas y sustentables. Esta investigación utiliza una metodología de tipo no experimental – descriptiva, con diseño cualitativa de corte transversal.

**Hernandez, & Jesus (2017)** en su tesis titulada “*Comercio internacional y competitividad del café descafeinado sin tostar 2008-2016*” La presente investigación tiene como objetivo analizar la competitividad y el nivel de comercialización del café descafeinado sin tostar al mercado mundial durante el periodo 2008-2016. La comercialización del café descafeinado sin tostar a través de los años se ha ido incrementando a diferentes mercados gracias a sus cualidades para prevenir enfermedades, como antioxidante y como ayuda para concentración al ingerirlo en grandes cantidades; Debido a esto la comercialización del café descafeinado sin tostar mercado mundial durante 2008-2016. Hemos denotado que en total tuvo una baja tasa de exportación por parte del Perú donde vemos que no hubo mucha tendencia positiva donde se ve que los factores climatológicos y enfermedades en los cultivos tuvieron rol importante que nos impidieron progresar en todo momento para nuestros cafetaleros peruanos. Alemania es un país que mayor importa el café descafeinado sin tostar por el uso de cultivo tecnificado y también por los avances tecnológicos en el riego como también lo hacen España y por su parte Vietnam.

Metología. Correlacional descriptiva, no experimental.

Plan de análisis se utilizó el método estadístico

## **2.2. BASES TEORICAS**

Para comprender o entender la influencia que tiene en la gestión de calidad en las Mype y pequeñas empresas del sector producción Y comercio – rubro café del centro poblado el roble, distrito de santo tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca, año 2017, para ello vamos a conceptualizar gestión, calidad, beneficios y Mypes en términos que tienen que ver con empresas.

## **GESTION DE CALIDAD**

### **Guilló & Fernández define:**

Que es que es un sistema que tiende a perseguir una mejora continua de todas las actividades de la empresa y el objetivo que tiene es mantener satisfechos y a gusto a los clientes.

Entre los modelos más utilizados por las empresas tenemos:European Quality Award, Malcolm Baldrige Nacional,Quality Award, The Deming Award, estos modelos nos dan un modelo para emplear en una empresa y tendremos una calidad continua.

Lepeley (2001) define que La gestión de calidad es un sistema de administración de organizaciones que se basa en principios de hacer las cosas bien. Pero asume que para hacer los casos bien la integridad de las personas que participan en el proceso productivo es tan importante como la efectividad del liderazgo para dirigir la misión de la organización centra en satisfacer las necesidades de los usuarios, consumidores y clientes (pag.14).

La gestión de calidad se fundamenta en satisfacer las necesidades de los clientes externos, también asume aquellas necesidades que no podrán ser satisfechas si los clientes internos sientan que la organización satisface sus necesidades.

**Lepeley (2001).** En su enunciado nos indica “La gestión de calidad es un modelo de gestión intensivo en las personas, no en el capital” (pag.15).

**Durán (1992)** Define que “La gestión de calidad sería el modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente” (pag.5).

Gestión de calidad y tipos de actuaciones para garantizar y analizar productos y servicios ofertados:

- La definición de objetivos de calidad, poniendo en una misma línea los objetivos de la empresa con las necesidades de los clientes.
- Productos y servicios al mismo nivel y que vayan de acuerdo con los intereses y objetivos de la empresa, y haciendo posible todos los medios para lograrlo.
- Estar en constante evaluación para vigilar que se alcance la calidad deseada.
- Estar en mejora continua, y así convertir en un proceso dinámico los objetivos y con una consecuente calidad.
- Fundamentos de gestión de calidad
- Objetivo de la empresa, mejora continua y ser competitivos.
- Satisfacer necesidades del cliente.
- Elemento más impórtate es el talento humano (recurso humano)
- Trabajo en equipo para conseguir objetivos trazados.
- Fluida comunicación, información y con la participación de todos los niveles, estos son elementos muy importantes para el éxito organizacional.
- Disminución de costes en la producción.

- Implantar objetivos pero con una mejora continua y realizar seguimientos.
- Políticas con objetivos estratégicos fundamentales.

**Modelos de gestión de calidad total:** modelo Deming, modelo EFQM, Modelo Iberoamericano de Excelencia.

**Modelo Gerencial Deming.** (Planificar, hacer, comprobar, actuar)

**Nieves & McDonnell (2006)** En su enunciado menciona “Este modelo tiene como misión crear un sistema organizativo que fomente la cooperación, tanto interna como externa así como un aprendizaje que facilite la implementación de prácticas de gestión de procesos, esto lleva a una mejora continua de procesos producción y servicios, así como la satisfacción del trabajador, fundamentales para la satisfacción del cliente y para la supervivencia de la organización” (pag.2)

El modelo Deming está basado en el enfoque de un control estadístico, en reducir problemas y llegar a perfeccionar la mejora continua.

**Criterios que componen el modelo Deming.**

- Liderazgo visionario
- Cooperación interna y externa
- Aprendizaje
- Gestión de procesos
- Mejora continua
- Satisfacción del empleador
- Satisfacción del cliente

**Principios fundamentales del modelo Deming**



- Crear y difundir visión, propósito, misión.
- Aprender y adoptar la nueva filosofía.
- No depender más de la inspección masiva.
- Eliminar la práctica de otorgar contratos de compra basándose exclusivamente en el precio.
- Mejora de forma continua y para siempre el sistema de producción y de servicios.
- Instituir la capacidad en el trabajo.
- Enseñar e instruir el liderazgo.
- Desterrar el temor, generar el clima para la innovación.
- Derribar las barreras que hay entre las áreas departamentales.
- Eliminar los eslóganes, las exhortaciones y las metas numéricas para la fuerza laboral.
- Eliminar estándares de producción y las cuotas numéricas, sustituir por mejora continua.
- Derribar las barreras que impiden el orgullo de hacer bien un trabajo.
- Instituir un programa vigoroso de educación y reentrenamiento.
- Empezar acciones para alcanzar la transformación.

### **Modelo Juran ( Joseph Moses Juran)**

Enfoque de calidad Juran

Fue el primero en incorporar el aspecto humano en la gestión de calidad (gerencia de calidad total).

Según Suárez (Suárez, 1992), resume 5 principios:

- Proceso de calidad
- Secuencia de descubrimiento.
- Acercamiento a la mejora continua (proyecto por proyecto)
- Principio (poco vital y mucho trivial).
- Trilogía de calidad.

Juran afirma que la calidad es el resultado de la sinergia de una organización.

#### **Planificación de la calidad:**

- Identificar a los clientes
- Determinar las necesidades de los clientes.
- Traducir esas necesidades al lenguaje de la organización.
- Desarrollar un producto un producto que pruebe responder a las necesidades de los clientes.
- Perfeccionar las características del producto para satisfacer las necesidades de la organización y las necesidades de los clientes.

#### **Mejoramiento de la calidad**

- Desarrollar un proceso capaz de elaborar un producto.
- Optimizar del proceso.

#### **Control de a calidad.**

- Probar que el proceso produzca productos en condiciones operativas con mínima inspección.

- Llevar el proceso a operación.

**Modelo Iberoamericano.** Elementos (enfoque, desarrollo, evaluación y revisión)

**Nieves & McDonnell (2006)** En su enunciado menciona “Posee una premisa debido a los resultados excelentes se consiguen no solo con el liderazgo, sino también con un estilo de dirección y procesos adecuados” (pag.2)

**Esquema estructural.**

- Liderazgo y estilo de dirección.
- Desarrollo de las personas.
- Políticas y estrategias.
- Asociados y recursos.
- Clientes.

**Criterios del modelo Iberoamericano**

- Liderazgo y estilo de dirección.
- Desarrollo de las personas.
- Políticas y estrategias.
- Asociados y recursos.
- Clientes.
- Resultados en los clientes.
- Resultados en las personas.
- Resultados en la sociedad.

- Resultados globales.

### **El modelo EFQM de Excelencia**

Este modelo de gestión de calidad se basa en enfoques que va en dirección a la mejora del análisis de aspectos parciales de la organización así como resultados, no suficientes para llegar a tener una organización competitiva y que sepa adaptarse a los cambios que se dan en el entorno empresarial.

**Maderuelo F (2002).** En su enunciado dice “La satisfacción de los clientes y empleados y la obtención de un impacto positivo en la sociedad se consiguen mediante adecuado liderazgo de los directivos en el proceso de transformación de la organización mediante el establecimiento de oportunas políticas y estrategias, un adecuado aprovechamiento de los recursos y alianzas de todo tipo y una buena gestión de sus procesos todo lo cual lleva a conseguir la visión de la organización con excelentes resultados de negocio”.

El modelo MFQM está compuesto de nueve criterios:

**Liderazgo.** Este criterio están los directivos que son la parte fundamental para llevar la organización y aplicando una mejora continua, los líderes deben demostrar que están comprometidos con la organización, desarrollando misión y visión y con ejemplo de acciones correctas para que haya un clima de respeto.

**Políticas y estrategias.** Este criterio revisa la misión, visión, y valores esto se fundamenta en información recopilada de indicadores: rendimiento, investigación, creatividad, y comparación.

**Personas.** Son los recursos humanos de la empresa y las tareas que desempeñan para el aprovechamiento del potencial profesional que estos poseen.

Recursos y alianzas. Es la gestión de recursos importantes para la organización tales como: materiales, financieros, información y tecnológicos. Junto con colaboradores externos.

Procesos. Es como se hacen o gestionan procesos implantados para su análisis y así cubrir las necesidades de los clientes.

Resultados relativos a los clientes. Es lo que los clientes esperan o perciben de una organización.

Resultados relativos al personal. Es lo que el personal que labora en la empresa espera o percibe.

Resultados relativos a la sociedad. Es lo que se alcanza con respecto a la sociedad.

Resultados clave. Es como un análisis con respecto a los logros de la organización.

## **LA GESTIÓN**

Este término está derivado en gestionar, hacer actividades para el logro de objetivos y metas.

En cuanto a la empresa esto vendría a ser procedimientos operativos establecidos previamente para el logro de metas u objetivos.

Estas acciones o diligencias pueden ser 4:

1. **PLANEACIÓN** es analizar una situación que está vigente (actual) no importa el tamaño de la empresa una buena planeación es imprescindible para el logro del objetivo.
2. **ORGANIZACIÓN** este procedimiento viene después de la planeación y se encarga de la perfección de la asignación de las actividades a ejecutar para el logro

de objetivos y metas, además de ello permite la coordinación de las unidades orgánicas de una empresa.

3. DIRECCIÓN es dirigir al talento humano por el camino correcto y lograr los objetivos trazados
4. CONTROL se encarga de controlar los planes de la empresa.

## **Benchmarking**

El benchmarking es un proceso por el cual hay una comparación con otras empresas para detectar las fallas o dificultades que existen, la observación siempre se hace al líder de la organización similar que se está observado se toma lo resaltante o lo mejor y se aplica en la entidad pero siempre con una mejora continua.

El benchmarking no se trata de hacer lo que hace tu competencia o copiar lo que está haciendo si no en fijarse en que hacen los líderes para que tú lo implementes y lo apliques en tu organización adoptando métodos para así ser competitivos.

## **Tipos de benchmarking**

### **Competitivo**

Es comparar con la competencia y así sacar conclusiones para la mejora de la nuestra

Este tipo es muy complicado de realizar puesto que la competencia directa no están aptos para apoyar por ello se deberá atizar otros recursos para la recopilación de datos los cuales se hará más costosos.

### **Interno**

Se hace dentro de la empresa pero este tipo de benchmarking se utiliza en empresas grandes o en corporaciones donde se hace y se recopila información por departamentos

Es fácil de realizar puesto que los datos se recopilarían dentro de la misma empresa

### **Funcional**

Se recopila información o datos de una empresa que sea buena en lo que hace para así mejorar el área que se requiere mejorar. No es necesario que pertenezca al mismo sector.

Suele ser fácil de aplicar puesto que no es empresas de competencias directas se confía información sin problemas.

### **Etapas de benchmarking**

- 1. Planificación** es la primera etapa lo cual debemos planificar y se debe responder a las siguientes preguntas:  
¿Qué es lo quiero medir?, ¿a quién lo voy a medir?, ¿Cómo lo vamos hacerlo?
- 2. Datos** es la recopilación de datos de ello dependerá el éxito, se obtiene de diferentes fuentes.
- 3. Análisis** después de la recopilación de los datos se hace un análisis para ver las oportunidades de mejora
- 4. Acción** después del análisis y después de haber visto las demás referencias de as empresas en estudio se pone en práctica a la organización pero siempre y cuando con propuestas de mejora.
- 5. Seguimiento y mejora** es la última etapa esto ayudara a retomar trabajos posteriores pero siempre con una mejora continua.

### **Liderazgo**

Liderazgo es la habilidad de influir a un grupo de trabajo en la forma de comportarse, de ser, actuar para el grupo trabaje con ganas y entusiasmo para alcanzar las metas y los objetivos propuestos

### **Tipos de liderazgo en una empresa**

**Liderazgo laissez-faire** este tipo de líder nos dice que deja a sus trabajadores ellos saben lo que hacen; solo interviene cuando es estrictamente necesario por lo tanto este tipo de liderazgo no es adecuado porque no está apto para dar muchas instrucciones.

**Liderazgo autocrático** en este tipo de liderazgo el líder tiene mucho poder por lo que nadie debe desafiar sus decisiones

En este liderazgo no hay participación del grupo.

**Liderazgo democrático** es un liderazgo participativo promueve el diálogo, la unión como equipo aunque al final la decisión recae sobre el líder.

**Liderazgo transaccional** se basa en el intercambio entre los jefes y sus subordinados los seguidores del líder reciben incentivos por su desempeño y el líder se beneficia por la eficacia y el cumplimiento de los objetivos.

**Liderazgo transformacional** los jefes están en constante comunicación la comunicación es muy fluida con el equipo.

### **CALIDAD**

En la calidad no nos referimos solo al producto terminado sino que también debe afectar a las diferentes áreas de la empresa y si hablamos de una Mype seria en la forma de manejar esta micro o pequeña empresa de una manera solidad partiendo desde el dueño con planes que sean productivos que lleven a la Mype a crecer tanto económicamente sino también en su calidad en sus productos y como empresa.



### **Enfoque de calidad de Ishikawa (Kaouru Ishikawa)**

El control de calidad en toda organización se enfoca al servicio continuo al cliente.

**SkyMark (SkyMark, 2000)** afirma que, para Ishikawa, el mejoramiento de la calidad es un proceso continuo y siempre puede traducirse en “estar un paso adelante”.

Cuatro principios por los cuales es reconocido Ishikawa:

- Utiliza las técnicas estadísticas para la gerencia de la calidad.
- Círculos de calidad.
- La calidad a lo largo del ciclo de vida de un producto.
- Ampliación del ciclo de Deming.

### **Siete herramientas de calidad de Ishikawa:**

- Histograma.
- Diagrama de causa y efecto.
- Hoja de revisión.
- Diagrama de Pareto.
- Mapa de control.
- Diagrama de dispersión
- Gráficos.

### **FACTORES QUE NOS LLEVARAN A UNA CALIDAD TOTAL EMPRESARIAL**

**SATISFACCIÓN DEL CLIENTE** partiendo del cliente siendo el actor más importante de la organización podemos deducir que para que un cliente este satisfecho debemos tener en cuenta:

- El producto o servicio debe cumplir las expectativas del cliente
- La atención o la forma de entrega del producto o servicio es muy importante también para que el cliente este satisfecho.
- El precio que debe pagar el cliente por el producto o servicio.

## **UN SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD**

Es la formación de un sistema de trabajo o procesos donde se aplican normas de índole internacional como por ejemplo la norma ISO 9000 que sirve para asegurar las empresas. En este sistema se adecuara registros y control en la ejecución de los procesos, en donde se utilizaran técnicas de gestión.

## **LA GESTIÓN DE LOS PROCESOS**

Podemos decir si hablamos de procesos es sucesión o secuencia de las actividades a realizar con un producto o servicio ya sea interno o externo.

En los elementos que se presentan en un proceso tenemos:

- Materia prima como elemento de entrada
- Mano de obra y los recursos que están dentro del proceso
- Producto terminado o servicio que va para los clientes

## **LOS ERRORES**

Se trata de no seguir haciendo o cometiendo los mismos errores si cometemos algún error aprender de ello y no continuar con lo mismo.

Su gestión de este factor seria identificar las causas para luego preverlo y no permitir que pase.

## **MEJORAR CONTINUAMENTE**

Es una gestión de calidad que está dirigida al bienestar y satisfacción al cliente

- Los procesos de ejecución (procesos operativos)
- Procesos de gestión
- Constante innovación o por lo menos que se sienta una presencia de innovación en los productos o servicios.
- Ser competitivos en comparación a la competencia
- Cambios de actitudes y comportamientos pero siempre para bien.

## **DESARROLLO DEL RECURSO HUMANO**

Es necesario que el trabajador conozca el producto, los servicios y los objetivos de la empresa. Para ello es importante invertir en entrenamiento y capacitación del personal.

## **GESTIÓN PARTICIPATIVA**

Fomentar la creatividad de los miembros de la organización de tales formas que ello pueda aportar ideas para el bien de la organización.

Por lo tanto:

- Expandir información
- Dar o asignar responsabilidades
- Siempre dar motivaciones (constante motivación)
- Aceptar las críticas
- Compartir los objetivos de la empresa

## **LA DELEGACIÓN**

Se debe delegar y transmitir poder para la rapidez y flexibilidad en los posesos pero siempre y cuando la satisfacción del cliente quede intacta.

## **COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN**

La información que circula por la organización debe de ser transparente y verídica el personal debe de conocer el negocio, objetivos, misión, estrategias de una organización. En cuanto a los clientes es vital que haya comunicación para satisfacer sus necesidades.

## **Modelos de calidad**

### **El modelo Deming**

La misión de este modelo es establecer y mantener junto con un mejoramiento continuo la calidad de organización bajo dos aspectos fundamentales

1. Los ámbitos internos como externos se sientan fortalecidos para que haya cooperación para el bien de la empresa
2. Promover y fortalecer el aprendizaje de una forma permanente para la mejora de las prácticas de una gestión de procesos

### **Gerencial Deming**

- ✓ Se busca una satisfacción de los trabajadores
- ✓ Mejoramiento continuo de: los procesos, los productos, los servicios.
- ✓ El logro de resultados como: una propicia y una excelente satisfacción del cliente
- ✓ Garantía una evolución y supervivencia organizacional

### **Enfoque gerencial**

- ✓ Control estadístico
- ✓ Trabajo en equipo para resolver lo que se nos presenta en el transcurso de la realización de los procesos
- ✓ Un mejoramiento continuo

### **Criterios**

Para lograr una gestión de calidad total este modelo está basado en 7 criterios

- ✓ Liderazgo
- ✓ Cooperación
- ✓ Aprendizaje
- ✓ Gestión en los procesos
- ✓ Mejoramiento de forma continúa
- ✓ Satisfacción al trabajador
- ✓ Satisfacción al cliente

### **BENEFICIOS**

Para disfrutar los beneficios de una gestión de calidad de una empresa debemos asumir que ese conocimiento no es los trabajadores o miembros de la organización sino que es un patrimonio de la organización y que se debe compartir.

### **MYPES**

Cently, D. (2003), menciona que “las MYPES vienen tomando mayor posición a nivel mundial, ya que muchas de las pequeñas microempresas que surgieron de la necesidad de

ofrecer productos accesibles para todas las personas (clientes) cuentan con mayor eficiencia que las grandes empresas” (pag.14).

Según la edición del Microscopio Global (2012), “el Perú es uno de los países que promueve el desarrollo de micro y pequeñas empresas, manteniéndose líder entre países con mejor entorno para micro finanzas, siendo las entidades micro financieras las que generan mayor sustento a las MYPES” (pag.14).

Las mypes en nuestro país cumplen un rol muy impórtate por son un motor que mueve al país con la economía y con una gran fuente de empleo que todos como cuídanos podemos percibir.

Pero todavía hay vacíos que podemos mejorar la informalidad que se dan en una gran parte de mypes, los emprendedores o dueños de estas mypes informales tal vez no comprendan la importancia de formalizar sus empresas pero no saben que están haciendo un gran daño a la economía con su evasión de impuesto por tal motivo es ahí donde debería centrarse el gobierno a tallar en estos puntos con la información adecuada y leyes que favorezcan tanto al país en si como a las mypes.

Todos los días crecen o aparecen nuevas empresas las cuales cada día hay crecimiento en economía y empleo.

En el Perú las Mypes son muy importantes porque:

### **SON APORTANTES AL PBI**

Aportan con sus impuestos por eso se dice que son una fuente de economía.

### **GENERACIÓN DE EMPLEO**

Las Mypes son generadoras de empleo, inclusión social, lucha contra la pobreza, son competitivas. Las Mypes en su conjunto generan el 47% de empleo en América Latina.

## **ES UN MOTOR DE DESARROLLO**

En el Perú las Mypes constituyen 96,6% de las empresas brindando una gran fuente de trabajo para miles de Peruanos junto a ello las Mypes como van creciendo poco a poco nuevas van apareciendo.

## **EMPRESAS**

Las empresas que pertenecen al sector Mypes de acuerdo a la sociedad de comercio exterior (comexperu) aumentan año tras año.

## **LOS CREDITOS MYPE**

Las cajas de ahorro y crédito son aportadoras principales para las Mypes por ello dan préstamos para emprendedores y capitalizar sus negocios.

## **CARACTERÍSTICAS DE UNA MYPE**

### **MICROEMPRESA**

- 1-10 trabajadores
- 150 UIT como máximo

### **PEQUEÑA EMPRESAS**

- 1-100 trabajadores
- 1700 UIT como máximo

## **PRODUCCIÓN DE CAFÉ**

En la actualidad la producción de café en el Perú debido a la creciente demanda que tiene nuestro país ya que poco nuestros productores se van capacitando para lograr un producto de calidad y de exportación. En los últimos años el Perú a exportado café de

calidad y no tiene nada que envidiara a las producciones de países productores como Brasil, Colombia ya estos países en los años 2010 al 2014 tuvieron una baja importante por las plagas que atacan a la plata de café.

### **Importancia de las MYPES en el Perú**

La importancias de las MYPES en el Perú lo podemos tomar desde dos ángulos, en primer lugar es una principal proveedora de empleo si bien es cierto nuestro país lleno de MYPES quien son la fuente más importante de empleo por lo que pide solo una inicial inversión, en segundo lugar se puede aliar a grandes empresas como prestadoras de servicio lo cual pude desarrollar en producción y así generar más empleo a personas sin empleo y de bajo recurso económicos. **(Cabello, S. 2014)**

### **Restricciones para las MYPES**

Uno de las dificultades para el crecimiento de una MYPE es el crédito el cual, en nuestro país el problema es más grande porque no hay garantías que les respalde a las MYPES con un crédito, por las altas tasas de intereses hacen que un crédito sea inalcanzable para aquellos empresarios que quieren formarse como tal, y esto hace que se encarezca. **(Cabello, S. 2014)**

**En nuestro país existen diferentes tipos de instituciones que dan financiamiento a las MYPES.**

Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC)

Cajas de Ahorro y Crédito (CRACC)

Entidades desarrolladas de la pequeña microempresa (EDPYME)

Instituciones financieras de segundo piso



### 2.3. MARCO CONCEPTUAL

**Gestión de calidad.-** se puede definir como un conjunto pasos, caminos por el cual se llega a la calidad, tomándose en cuenta los posesos de una buena gestión lo cual traduciendo al inglés “management” que quiere decir: dirección, gobierno, y la coordinación de actividades. **(Durán, M. 1992)**

**Gestión.-** este término viene del latín GESTIO-GESTIONIS que quiere decir ejecutar, alcanzar un éxito con los medios más pertinentes. **(Corominas, 1995)**

**Calidad.-** se define como adecuación del diseño de un producto o un servicio, y la medición d3l grado de satisfacción con el diseño del producto. **(Juran y Gryna 1993)**

**Producción.-** se define como generar productos por medio de procesos por el cual se lleve a cabo el procedimiento de los productos del suelo o de la industria. **(Julián P. & Merino 2012)**

**Comercio.-** este término proviene del termino latino *commercium* esto quiere decir que hay un intercambio de mercadería en donde implica una actividad económica hay una acción de compra y venta o tambien se incluye una contratación de viene y servicios. **(Valera, B. 2004).**

**Café.-** es una planta que se originó en en Etiopia (África), después del siglo XVI se conocen datos de este producto en Europa y luego expandiéndose por todo el mundo.

### III. HIPOTESIS

Por tratase de una investigación descriptiva la hipótesis puede ser un presagió o una hipótesis descriptiva es por ello que no está obligado a ser probado por formulas estadísticas.

Abreu, J. (2012) “la hipótesis descriptiva son proposiciones del valor de las variables que se va a observar en un contexto o en la expresión de otra variable. Las hipótesis de este tipo se utilizan en estudios descriptivos” (pag.190).

#### **IV. METODOLOGIA**

##### **4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El diseño de esta investigación es descriptivo, no experimental, trasversal y cuantitativo.

Descriptivo porque según Morales, F. (2012) consiste fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores (pag.2).

No experimental porque según Salinas, P. (2012) no hay manipulación de variable. Independiente, no se asignan al azar los grupos. Solo se observan los cambios que ocurren.

Pita & Pértegas, (2002) La investigación cuantitativa es aquella en la se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generación y la objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede (pag.1).

##### **4.2. POBLACIÓN Y MUESTRA**

La población está conformada por 10 micro y pequeñas empresas dedicadas a la producción y comercio de rubro café del distrito de Santo Tomas.

**Tapia, M. (2000)** la totalidad de un grupo de un elemento u objetos que se requieren investigar, es el conjunto de todos los casos que concuerdan con lo que se pretende investigar (pag.9)

La muestra está conformada por 10 Mypes las cuales son el 100% de la población en estudio dedicada a la producción y comercio de rubro café del distrito de Santo Tomas.

**Tapia, M. (2000)** Es un conjunto de la población o parte representativa (pag.9).

#### **4.3. Definición y operación de la variable**

VARIABLE		CONCEPTO			Escala de medición
		DIMENSIÓN		INDICADOR	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	denominación	
Gestión de calidad	Es la interrelación del conjunto de medios por los cuales se logra la calidad. Para realizar este proceso se tiene en cuenta cuatro elementos: planificar, hacer, verificar, actuar (Deming. , 1986)	Planificar	Trazar metas para lograr una satisfacción del cliente siguiendo la política de la empresa	Metas	Likert
				políticas	
		Hacer	Ejecución de lo planeado con anticipación	Procesos	
				organización	
		Verificar	Hacer el control o seguimiento de las actividades realizadas	seguimiento	
				evaluaciones	
		Actuar	Aquí se encuentra la toma de decisiones para ver que está fallando y si se tiene que mejorar se hará desde un comienzo	Mejora	
				Control de procesos	

#### **4.4. Técnicas e instrumentos variables**

**Orellana & Sánchez (2006)** nos dice que son formas metodológicas que después de ello, sigue un proceso de triangulación de las mismas para que haya coherencia en lo posible los datos obtenidos por el investigador que puede contar con información exhaustiva y variada para lograr la comprensión del objetivo que se puede lograr.

#### **TECNICA**

- Se utilizó la técnica de la encuesta a los representantes de cada MYPE.
- Tambien se utilizaron información de fuentes como el internet, libros, revistas, etc.
- Se elaboró un cuestionario de 18 preguntas

#### **4.5. PLAN DE ANALISIS**

Para el plan de análisis los datos recolectados y para ello se hizo un plan de análisis descriptivo de la gestión de calidad, para ello se empleó tablas de distribución de frecuencia absoluta y relativo porcentual, así tambien se empleó cuadros estadísticos.

Para la elaboración del trabajo tambien se utilizó los siguientes programas:

Microsoft work, con este software se redactó de manera digital y después posteriores observaciones.

Microsoft Excel, con este software se elaboró los cuadros estadísticos.

#### **4.6. Matriz de consistencia**

Problema	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector producción y comercio – rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca, año 2018?	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector producción y comercio – rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca, año 2018</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determinar las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector producción y comercio– rubro cafetaleras del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca, año 2018</li> <li>2. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector producción y comercio– rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca, año 2018</li> <li>3. Determinar las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector producción y comercio – rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca, año 2018</li> </ol>	Gestión de calidad	<p><b>Población</b></p> <p>La población está conformada por 10 MYPES</p> <p><b>Muestra</b></p> <p>La muestra está conformada por 10 MYPES que es el 100% de la población</p>	<p><b>El tipo de investigación</b></p> <p>No experimental – transversal</p> <p>Descriptivo - cuantitativo</p>	<p><b>Técnica</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b></p> <p>cuestionario</p>

#### **4.7.principios éticos**

**Protección a las personas.** Este principio benefició a las personas que se encontraron involucradas en la investigación y se protegió teniendo en cuenta la protección de la persona y así estuvieron seguros que no correrían ningún riesgo o exposición que se podría dar.

**Beneficio y no maleficio.** Este principio buscó dar el beneficio a las personas involucradas es por eso que el investigador estuvo obligado a cumplir las reglas generales tales como: no causar daño, disminuir los efectos negativos, y maximizar los beneficios.

**Justicia.** Este principio dice que el investigador no discriminó a nadie por contrario se dio un trato justo a toda persona involucrada sin distinguir ya sea por género, condición socioeconómica, etc.

**Integridad científica.** El investigador demostró que es íntegro en el acto científico y en su ejercicio profesional.

**Consentimiento informado y expresado.** El investigador demostró interés de formar parte de esta investigación y salvaguardar el derecho de con fidelidad de las personas involucradas en la investigación.

## V. RESULTADOS

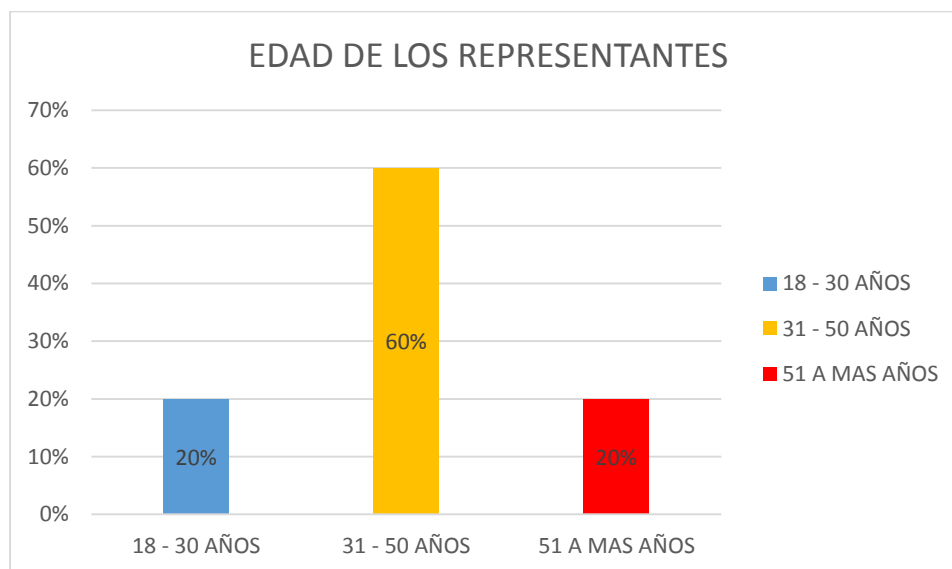
### 5.1.Resultados

#### Resultados respecto a los representante de las micro y pequeñas empresas

**Tabla 1.** Distribución según edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas

Edad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa Porcentual Acumulado
18-30	2	20%	20%
31-50	6	60%	80%
51 a mas	2	20%	100%
Total	10	100%	

**Fuente:** cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca



**Figura 1:** edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas

**Fuente:** Tabla 1

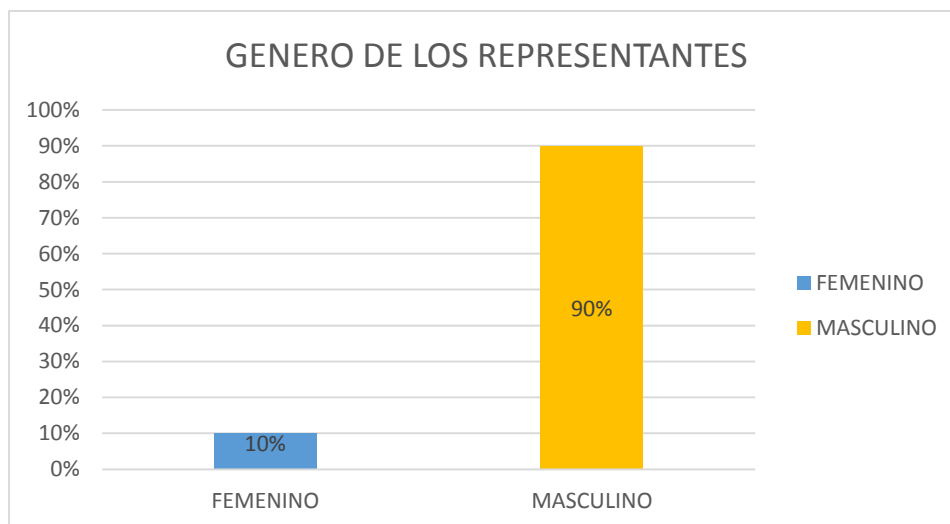
**Interpretación:** del total de los representantes encuestados el 60% tienen una edad ente 31 – 50 años, el 20% tienen entre 18 – 30 años y el 20% de 51 a más años.



**Tabla 2: Distribución según sexo de los representantes de las micro y pequeñas empresas**

sexo	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa Porcentual Acumulado
Femenino	1	10%	10%
Masculino	9	90%	100%
Total	10	100%	

**Fuente:** cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca



**Figura 2: sexo de los representantes de las micro y pequeñas empresas**

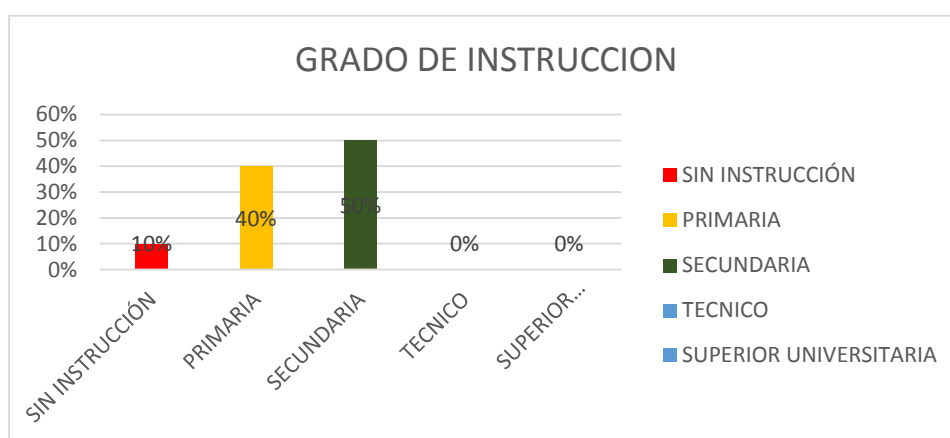
**Fuente:** Tabla 2

**Interpretación:** del total de los representantes el 90% son de género masculino y el 10% son de género femenino.

**Tabla 3: Grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas**

Grado de instrucción	Frecuencia absoluta	Frecuencia	Frecuencia relativa
		relativa	Porcentual
		porcentual	Acumulado
Sin instrucción	1		10%
Primaria	4		40%
Secundaria	5		50%
Superior no universitaria	0		0%
Superior universitaria	0		0%
Total	10		100%

**Fuente:** cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca.



**Figura 3: Grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas**

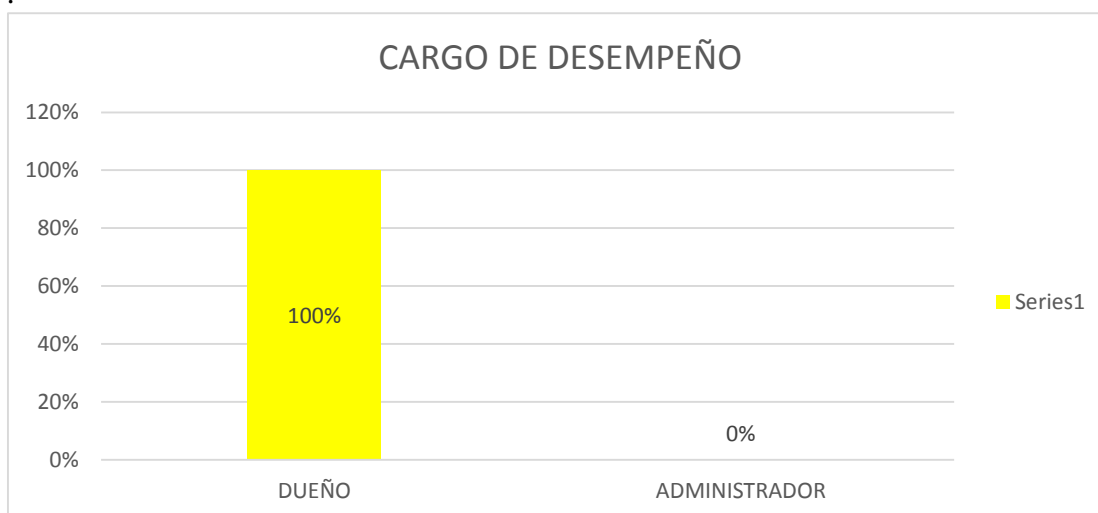
**Fuente:** Tabla 3

**Interpretación:** del total de los representantes el 50% tienen el grado de instrucción secundaria, el 40% primaria, el 10% sin instrucción, el 0% tecnico y el 0% superior universitaria.

**Tabla 4: Cargo que desempeñan los representantes de la micro y pequeñas empresas**

cargo	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa Porcentual Acumulado
Dueño	10	100%	100%
Administrador	0	0%	100%
Total	10	100%	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca.



**Figura 4: Cargo que desempeñan los representantes de la micro y pequeñas empresas**

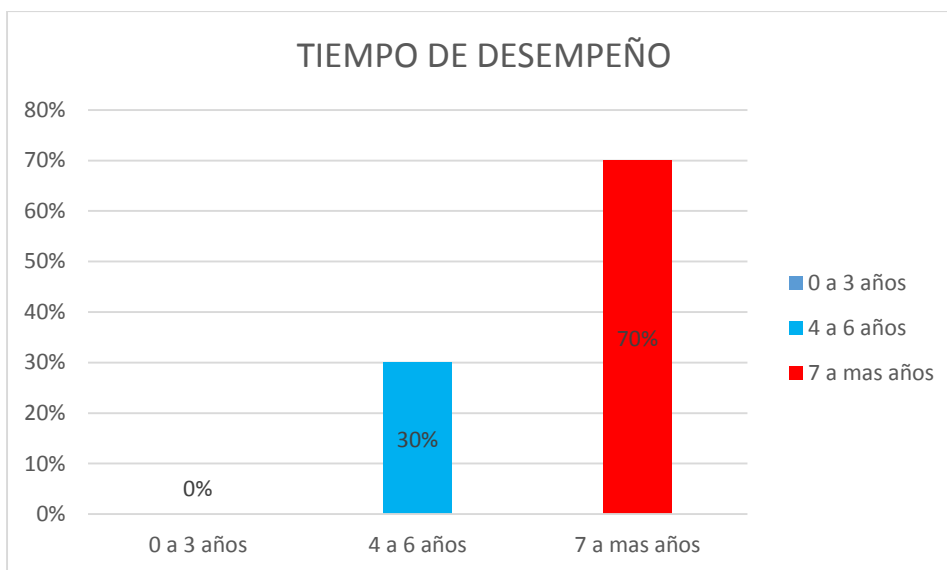
**Fuente:** Tabla 4

**Interpretación:** del total de encuestados el 100% de los encuestados son los dueños de las empresas en estudio y el 0% de administrador

**Tabla 5: Tiempo que desempeñan los representantes de las micro y pequeñas empresas**

Tiempo	Frecuencia absoluta	Frecuencia	Frecuencia relativa
		relativa porcentual	Porcentual Acumulado
0 a 3 años	0	0%	0%
4 a 6 años	3	30%	30%
7 años a mas	7	70%	100%
Total	11	100%	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca.



**Figura 5: Tiempo que desempeñan los representantes de las micro y pequeñas empresas**

**Fuente:** Tabla 5

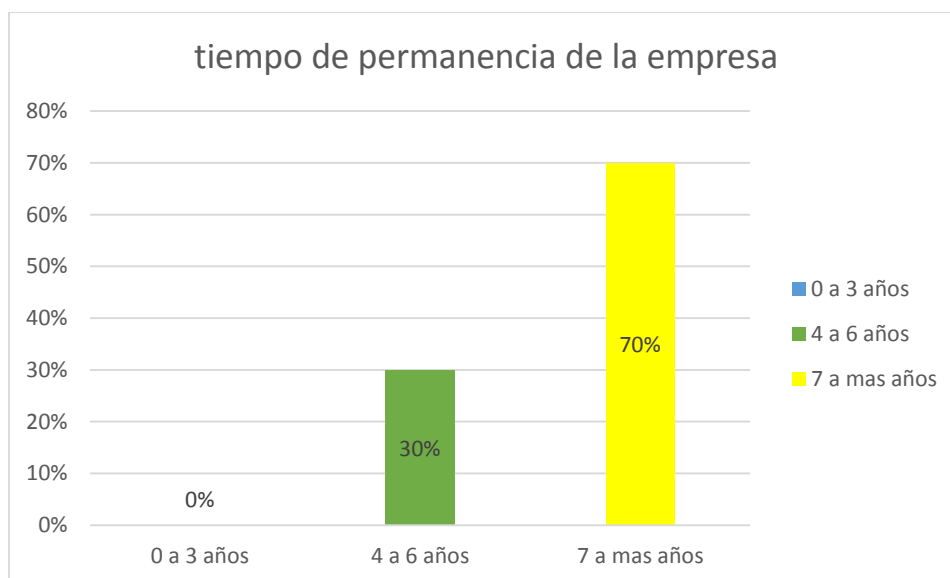
**Interpretación:** del total de encuestados el 70% tienen un tiempo de desempeño de la empresa de 7 años a más, el 30% de 4 a 6 años y el 0% de 0 a 3 años.

## Resultados referente a las características de las micro y pequeñas empresas

**Tabla 6: Tiempo de la permanencia de las micro y pequeñas empresas en el rubro**

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa Porcentual acumulado
0 a 3 años	0	0%	0%
4 a 6 años	3	30%	30%
7 años a mas	7	70%	100%
total	10	100%	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca.



**Figura 6: Tiempo de la permanencia de las micro y pequeñas empresas en el rubro**

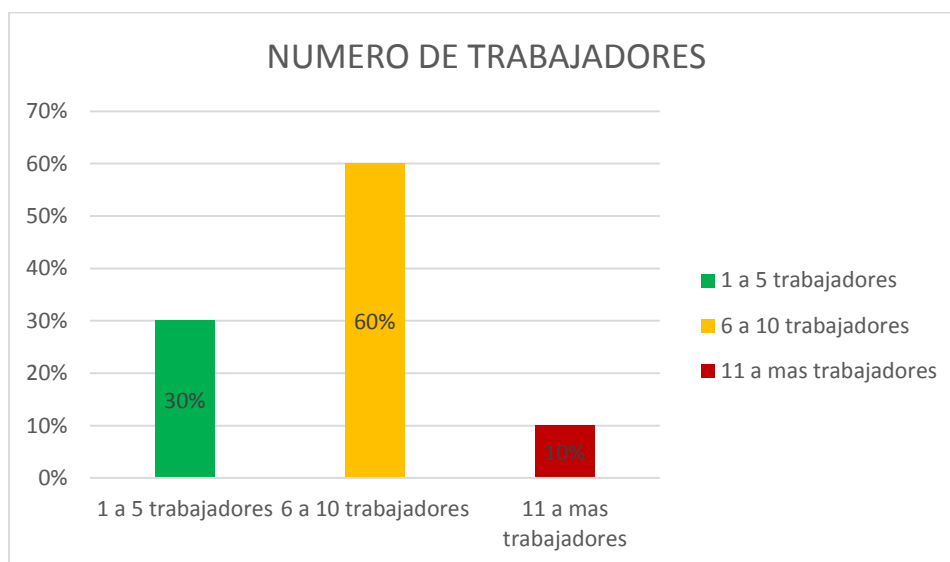
**Fuente:** Tabla 6

**Interpretación:** del total de MYPES encuestas el 70% de empresas permanecen el rubro de 7 años a más, el 30% de 4 a 6 años y el 0% de 0 a 3 años.

**Tabla 7: Número de trabajadores en las micro y pequeñas empresas**

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa Porcentual acumulado
1 a 5	3	30%	30%
6 a 10	6	60%	90%
11 a mas	1	10%	100%
Total	10	100%	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca.



**Figura 7: Número de trabajadores en las micro y pequeñas empresas**

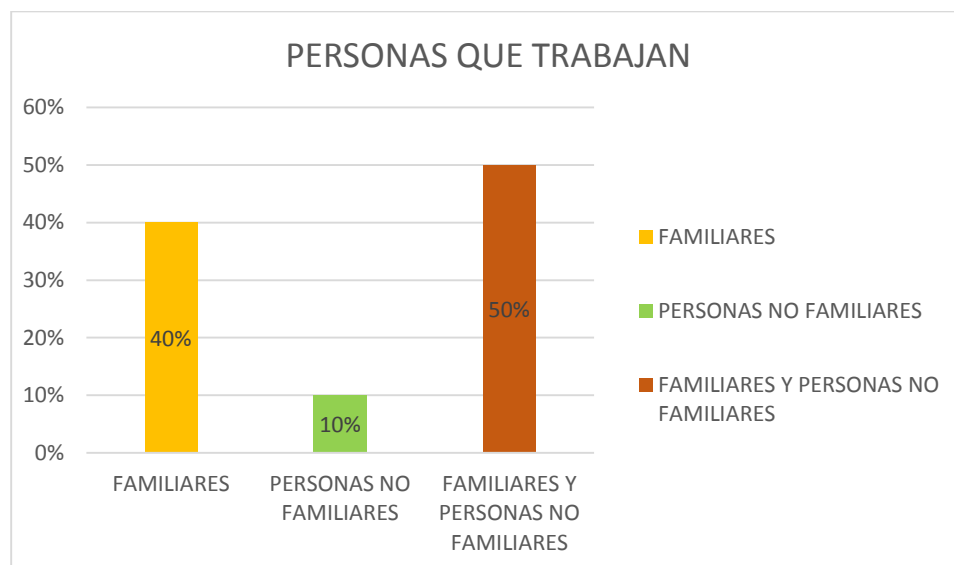
**Fuente:** Tabla 7

**Interpretación:** del total de MYPES encuestadas el 60% tiene un número de trabajadores entre 6 a 10 trabadores, el 30% de 1 a 5 años y el 10% de 11 a más trabajadores.

**Tabla 8: Personas que trabajan en la empresa**

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa Porcentual acumulado
familiares	4	40%	40%
Personas no familiares	1	10%	50%
Familiares y personas no familiares	5	50%	100%
Total	10	100%	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca.



**Figura 8: Personas que trabajan en la empresa**

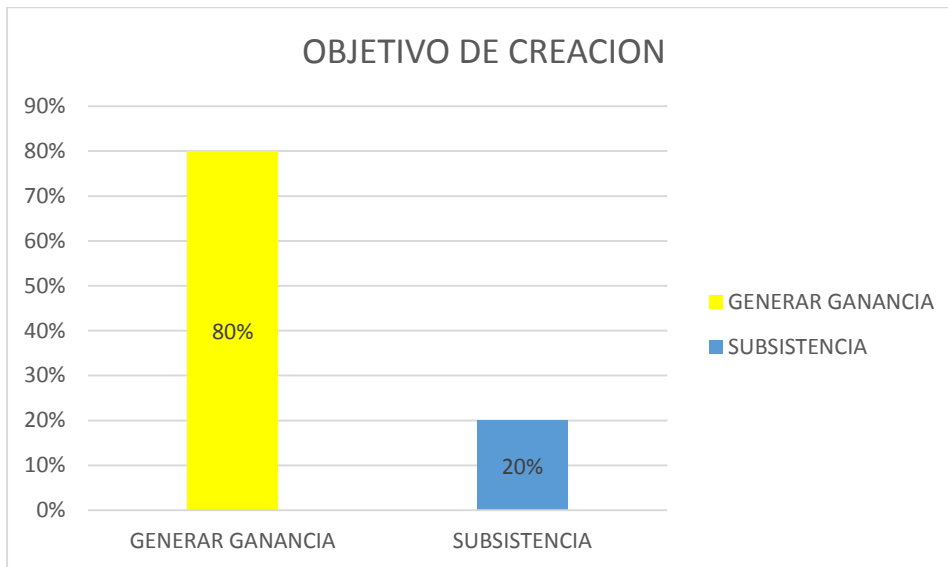
**Fuente:** Tabla 8

**Interpretación:** del total de MYPES encuestadas el 50% de personas que trabajan son familiares y personas no familiares, el 40% son familiares y el 10% personas no familiares.

**Tabla 9: Objetivo de creación de las micro y pequeñas empresas**

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa Porcentual acumulado
Generar ganancias	8	80%	80%
subsistencia	2	20%	100%
Total	10	100%	

**Fuente:** cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca.



**Figura 9: Objetivo de creación de las micro y pequeñas empresas**

**Fuente:** Tabla 9

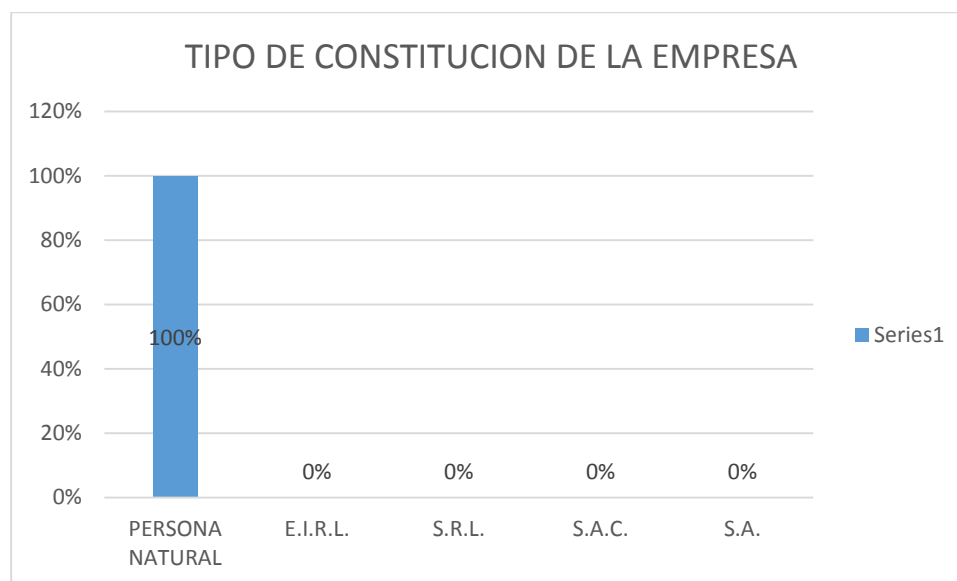
**Interpretación:** del total de MYPES encuestadas el 80% son creadas para generar ganancias y el 20% para sustir.



**Tabla 10: Tipo de instrucción de las micro y pequeñas empresas**

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa Porcentual acumulado
Persona natural	10	100%	100%
E.I.R.L.	0	0%	100%
S.R.L.	0	0%	100%
S.A.C.	0	0%	100%
S.A.	0	0%	100%
Total	10	100%	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca.



**Figura 10: Tipo de constitución de las micro y pequeñas empresas**

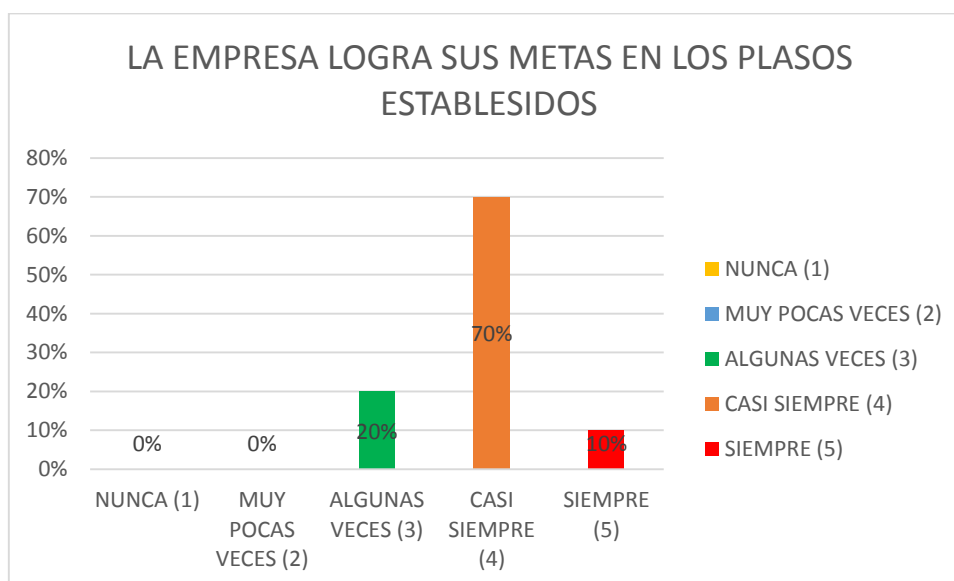
**Fuente:** Tabla 10

**Interpretación:** del total de empresas encuestadas el 100% están constituidas como personas naturales, el 0% E.I.R.L., el 0% S.R.L., el 0% S.A.C., el 0% S.A.

**Tabla 11: la empresa logra sus metas en los plazos establecidos**

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa Porcentual Acumulado
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	2	20%	20%
Casi siempre	7	70%	90%
Siempre	1	10%	100%
Total	10	100%	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca.



**Figura 11: ¿la empresa logra sus metas en los plazos establecidos?**

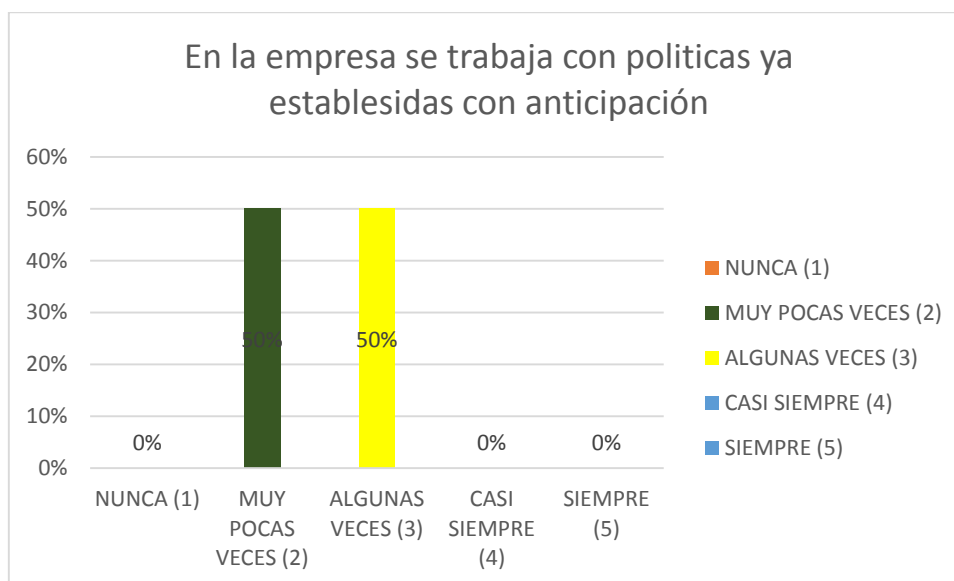
**Fuente:** Tabla 11

**Interpretación:** del total de empresas el 70% casi siempre logran sus metas en los plazos establecidos, el 20% algunas veces, el 10% siempre, el 0% muy pocas veces y el 0% nunca.

**Tabla 12: En la empresa se trabaja con políticas ya establecidas con anticipación**

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa Porcentual acumulado
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	5	50%	50%
Algunas veces	5	50%	100%
Casi siempre	0	0%	0%
Siempre	0	0%	100%
Total	10	100%	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca.



**Figura 12: ¿En la empresa se trabaja con políticas ya establecidas con anticipación?**

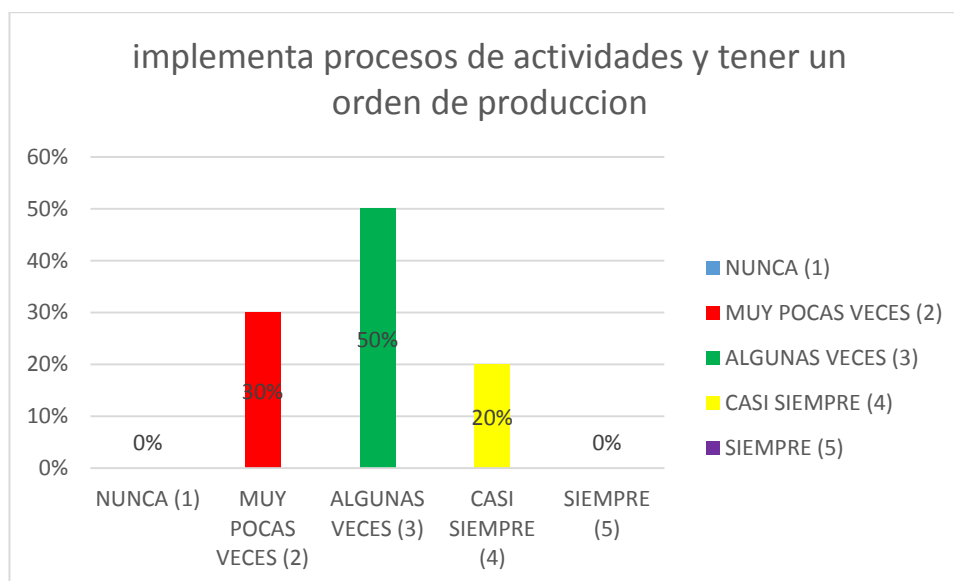
**Fuente:** Tabla 12

Interpretación: del total de empresas encuestadas el 50% muy pocas veces se trabaja con políticas ya establecidas con anticipación, el 50% algunas veces, el 0% casi siempre, el 0% siempre y el 0% nunca.

**Tabla 13: implementa procesos de actividades y tener un orden de producción**

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa Porcentual acumulado
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	3	18%	18%
Algunas veces	5	9%	27%
Casi siempre	2	55%	82%
Siempre	0	18%	100%
Total	10	100%	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca.



**Figura 13: ¿implementa procesos de actividades y tener un orden de producción?**

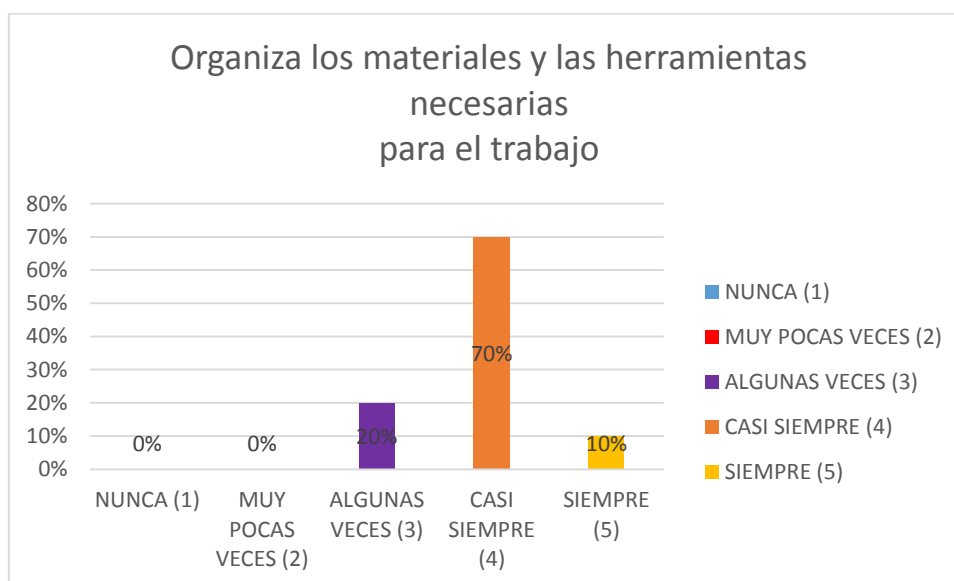
**Fuente:** Tabla 13

**Interpretación:** del total de empresas encuestadas el 50% algunas veces implementa procesos de actividades y tener un orden de producción, el 30% muy pocas veces, el 20% casi siempre, el 0% siempre y el 0% nunca.

**Tabla 14: Organiza los materiales y las herramientas necesarias para el trabajo**

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa Porcentual Acumulado
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	2	20%	20%
Casi siempre	7	70%	90%
Siempre	1	10%	100%
Total	10	100%	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca.



**Figura 14: ¿Organiza los materiales y las herramientas necesarias para el trabajo?**

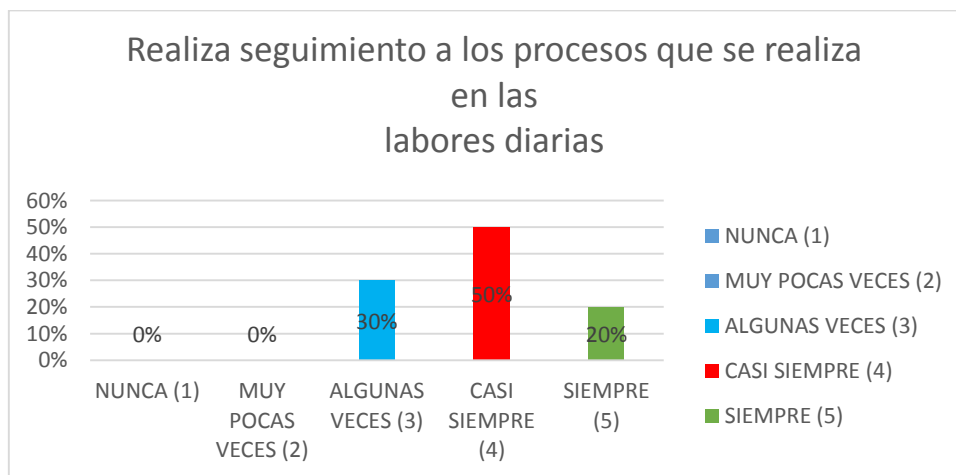
**Fuente:** Tabla 14

**Interpretación:** del total de empresas encuestadas el 70% casi siempre Organiza los materiales y las herramientas necesarias para el trabajo, el 20% algunas veces, el 10% siempre, el 0% muy pocas veces y el 0% nunca.

**Tabla 15: Realiza seguimiento a los procesos que se realiza en las labores diarias**

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa Porcentual Acumulado
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	3	30%	30%
Casi siempre	5	50%	50%
Siempre	2	20%	100%
Total	11	100%	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca.



**Figura 15: ¿Realiza seguimiento a los procesos que se realiza en las labores diarias?**

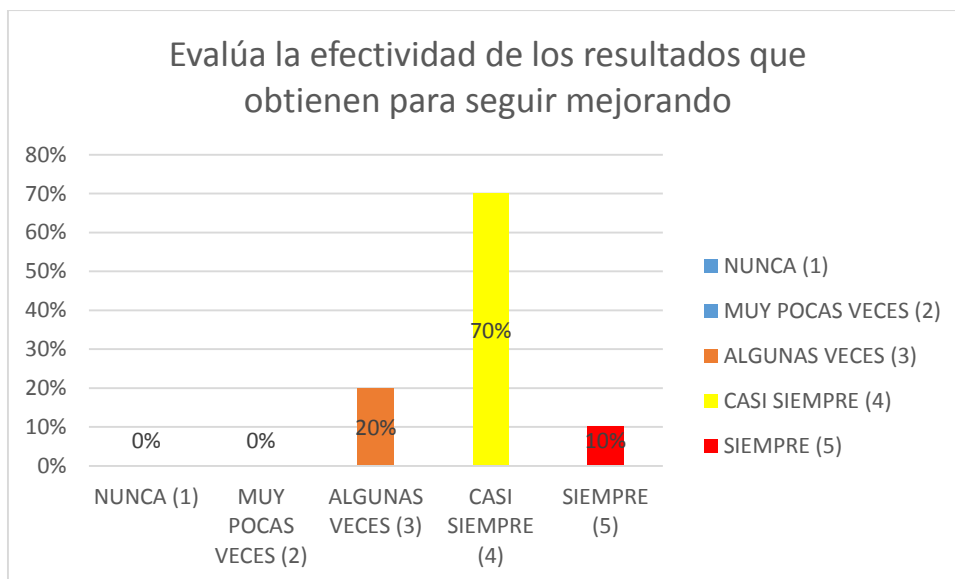
**Fuente:** Tabla 15

**Interpretación:** del total de empresas encuestadas el 50% casi siempre realiza seguimiento a los procesos que se realiza en las labores diarias, el 30% algunas veces, el 20% siempre, el 0% muy pocas veces y el 0% nunca.

**Tabla 16: Evalúa la efectividad de los resultados que obtienen para seguir mejorando**

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa Porcentual acumulado
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	2	20%	20%
Casi siempre	7	70%	70%
Siempre	1	10%	100%
Total	10	100%	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca.



**Figura 6: ¿Evalúa la efectividad de los resultados que obtienen para seguir mejorando?**

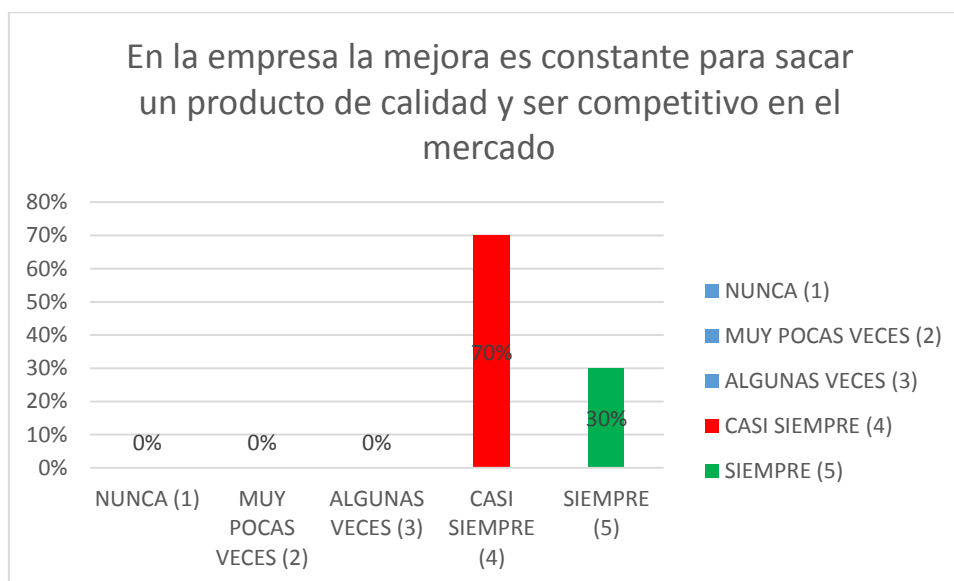
**Fuente:** Tabla 6

**Interpretación:** del total de las empresas encuestadas el 70% casi siempre evalúa la efectividad de los resultados, el 20% algunas veces, el 10% siempre, 0% muy pocas veces y el 0% nunca.

**Tabla 17: En la empresa la mejora es constante para sacar un producto de calidad y ser competitivo en el mercado**

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa Porcentual acumulado
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	0	0%	0%
Casi siempre	7	70%	70%
Siempre	3	30%	100%
Total	10	100%	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca.



**Figura 7: ¿En la empresa la mejora es constante para sacar un producto de calidad y ser competitivo en el mercado?**

**Fuente:** Tabla 7

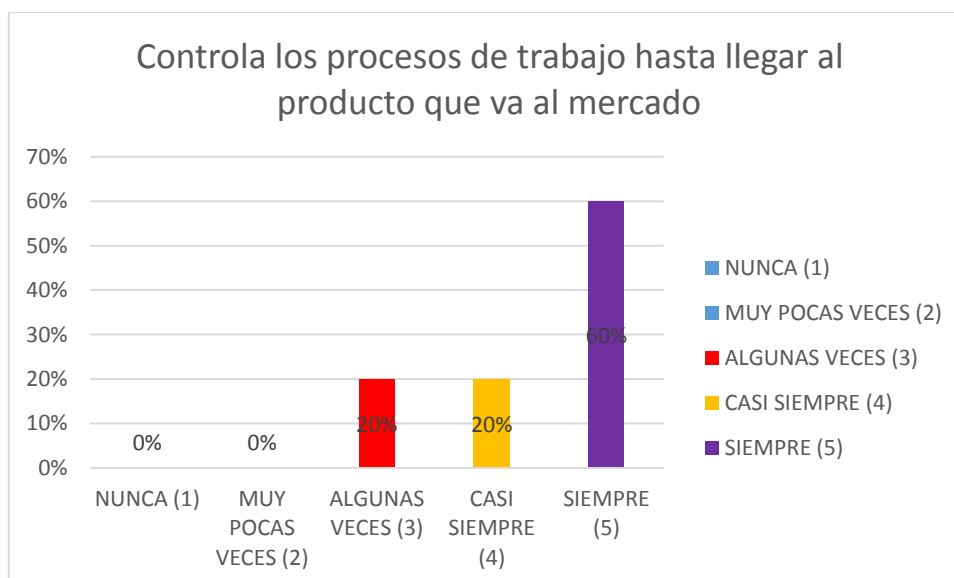
**Interpretación:** del total de empresas encuestadas el 70% casi siempre la mejora es constate para sacar un buen producto de calidad y ser competitivo, el 30% siempre, el 0% algunas veces, 0% muy pocas veces, 0% nuca



**Tabla 18: Controla los procesos de trabajo hasta llegar al producto que va al mercado**

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa Porcentual acumulado
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	2	20%	20%
Casi siempre	2	20%	40%
Siempre	6	60%	100%
Total	10	100%	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro café del centro poblado el Roble, distrito de Santo Tomas, provincia de Cutervo, departamento de Cajamarca.



**Figura 8: ¿Controla los procesos de trabajo hasta llegar al producto que va al mercado?**

**Fuente:** Tabla 8

**Interpretación:** del total de empresas encuestadas el 60% siempre tiene un control de procesos hasta llegar al mercado, el 20% casi siempre, el 20% algunas veces, 0% muy pocas veces, 0% nunca.

## **5.2. Análisis de resultados**

### **Referente a los representantes de las MYPES**

Del total de los representantes, el 53% tienen de 31 a 50 años, esto contrasta con Sánchez (2013), quien indica que el 50% tiene una edad de 30 y 40 años. El 60% es de género masculino, esto contrasta con Beltrán, (2014) quien indica que el 62% son de género masculino. El 53% con secundaria. El 87% son dueños. Se desempeña en el cargo el 53% de 7 años a más.

### **Referente a las micro y pequeñas empresas**

Total de permanencia de las MYPES el 60% es de 7 años. Número de trabajadores el 67% tienen de 6 a 10 trabajadores. Personas que laboran el 67% familiar y personas no familiares. Las MYPES el 93% han sido creadas para generar ganancia. Su constitución de las MYPES el 73% son tipo persona natural. Los representantes encuestados el 53% casi siempre logran sus objetivos en plazos establecidos. Del total de encuestados el 60% manifiestan que casi siempre usan estrategias para el logro de los objetivos de la empresa.

### **Gestión de calidad**

Del total de encuestados manifiesta que el 33% algunas veces implementa procesos de actividades para tener un orden de producción. Del total de encuestados el 47% manifiesta que casi siempre está al pendiente de las actividades para tener una mejora en la producción de la empresa. Del total de encuestados indicaron que el 60% casi siempre están en constante medición de los procesos y así sacar conclusiones y mejorar a producción. Del total de encuestados el 73% casi siempre evalúan la efectividad de los resultados que obtiene para seguir mejorando. Del total de encuestados el 47% casi

siempre la mejora es constante para sacar un producto de calidad y ser competitivo en el mercado. Del total de encuestados el 87% siempre la mejora es constante para sacar un producto de calidad y ser competitivo en el mercado. El 67% indicaron que siempre su producto es reconocido en el mercado por su calidad. Del total de encuestados el 53% siempre indicaron que sus clientes quedan satisfechos con la calidad del producto. Del total de encuestados el 33% indican que casi el precio del producto lo varía de acuerdo al comportamiento del mercado. Del total de encuestados el 40% indicaron que siempre sus precios lo mantienen de acorde a la competencia. Del total de encuestados el 47% indicaron que algunas veces la empresa esta estratégicamente ubicada. Del total de encuestados el 60% indicaron que siempre su producto antes de enviarlo pasa por un control para que llegue a su destino en perfectas condiciones. Del total de encuestados el 67% indicaron que muy pocas veces usan los medios de comunicación para difundir su producto. Del total de encuestados indicaron que el 87% siempre van a ofrecer su producto a sus clientes de forma personal.

## **VI. CONCLUSIONES**

### ***Representantes de las micro y pequeñas empresas***

La mayoría de micro y pequeñas empresas encuestadas están dirigidas por personas entre 31 – 50 años, son de género masculino, su nivel de estudios tiene secundaria, estas micro y pequeñas empresas están dirigidas por el mismo dueño y el tiempo que tienen es de 7 años a más.

### ***Micro y pequeñas empresas***

En cuanto a las micro y pequeñas empresas la mayoría su permanencia es de 7 años a más, su número de trabajadores de la mayoría de empresas es de 6 a 10 trabajadores, las personas que trabajan en la empresa en las micro y pequeñas empresas son familiares y no familiares, el objetivo de la mayoría de empresas es generar ganancias, el tipo de constitución es persona natural.

### ***Gestión de calidad***

En cuanto a la gestión de calidad la mayoría de empresas casi siempre logra sus metas en los plazos establecidos, las empresas muy pocas veces y algunas veces se trabaja con políticas ya establecidas con anticipación, la mayoría de empresas muy pocas veces implementa procesos de actividades y tienen un orden de producción, las empresas casi siempre Organizan los materiales y las herramientas necesarias para el trabajo, las empresas casi siempre realizan seguimientos a los procesos que se realiza en las labores diarias, las empresas casi siempre Evalúan la efectividad de los resultados que obtienen para seguir mejorando, la mayoría de empresas casi siempre la mejora es constante para sacar un producto de calidad y ser competitivo en el mercado, la mayoría de empresas siempre controla los procesos de trabajo hasta llegar al producto que va al mercado.

## **VII. RECOMENDACIONES**

### ***REPRESENTANTES DE LAS MYPES***

Recomendar a los representantes capacitarse más sobre la producción de café, informarse sobre como las últimas tendencias de producción de café para que así sean competitivos y cumplan con todas las normas que pide el mercado nacional e internacional para que el producto sea un producto de exportación.

### ***MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS***

Hacer convenios o contratos con empresas grandes de café para que la MYPE sea directamente proveedora de la empresa y no vender a empresas terceras.

### ***GESTIÓN DE CALIDAD***

Utilizar más técnicas para los procesos de producción junto con el uso de tecnologías para que así obtener un producto de calidad y ser así los que vendan directo a las empresas grandes y con ello traería más ganancias porque el trato seria directo de las grandes empresas a las MYPES.

## VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Hopkins, R. (1979). La producción agropecuaria en el Perú, 1944-1969: *una aproximación estadística*.

<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

<https://www.expreso.com.pe/opinion/alfredo-palacios-dongo/peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas>

Castro, P., Contreras, Y., Laca, D., & Nakamatsu, K. (2004). Café de especialidad: alternativa para el sector cafetalero peruano. *The bi-annual academic publication of Universidad ESAN*, 9(17).

<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

[http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/4711/Mares\\_Carla.pdf](http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/4711/Mares_Carla.pdf)

Guilló, J. T., & Fernández, M. G. (2009). Dimensiones de la gestión del conocimiento y de la gestión de la calidad: una revisión de la literatura. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 15(3), 135-148.

Gremios expresan apoyo al programa de créditos PYME. (2006, Agosto 11). *El Comercio*, p. B3

Proyecto Café especiales, Junta Nacional de Café, Cámara del Café y Cacao, Organización Internacional del café, FAOStat

<http://infocafes.com/portal/infocafes/produccion-de-cafe-en-peru>

<http://minagri.gob.pe/portal/485-feria-scaa/10775-el-cafe-peruano>

Arcila, J., FARFAN, F., Moreno, A. M., Salazar, L. F., & Hincapié, E.

(2007). Sistemas de producción de café en Colombia.

Maderuelo Fernández, J. A. (2002). Gestión de la calidad total: El modelo

EFQM de excelencia. *Medifam*, 12(10), 41-54.

<http://expocafeperu.com.pe/CafePeruano.php>

<https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/los-5-tipos-liderazgo-empresarial-bertrand-regader>

Arbós, L. C., & Babón, J. G. (2017). *Gestión integral de la calidad:*

*implantación, control y certificación*. Profit Editorial.

Junguito Bonet, R. (1991). La producción de café en

Colombia. *Fedesarrollo-Fondo Cultural Cafetero*. Bogotá.

Cabello, S. Y. T. (2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas

empresas en el desarrollo del país. *LEX-REVISTA DE LA FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS*, 12(14), 199-218.

Lepeley, M. T. (2001). *Gestión y calidad en educación: un modelo de*

*evaluación* (p. 4). McGraw-Hill Interamericana.

Durán, M. U. (1992). *Gestión de calidad*. Ediciones Díaz de Santos.

de Nieves Nieto, C., & McDonnell, L. R. (2006, September). Comparación

entre los modelos de gestión de calidad total: EFQM, gerencial de

Deming, Iberoamericano para la excelencia y Malcom Baldrige.

Situación frente a la ISO 9000. In *X Congreso de Ingeniería de Organización*.

Pita Fernández, S., & Pértegas Díaz, S. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Cad Aten Primaria*, 9, 76-8.

Abreu, J. (2012). Hipótesis, método & diseño de investigación (hypothesis, method & research design). *Daena: International Journal of Good Conscience*, 7(2), 187-197.



## **ANEXOS**

### **Anexo 1**

#### **CUESTIONARIO QUE SE APLICARA A LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPES DEL SECTOR PRODUCCIÓN Y COMERCIO, RUBRO CAFÉ**

Este cuestionario tiene como finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para realizar el trabajo de investigación titulado: LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR PRODUCCIÓN Y COMERCIO – RUBRO CAFE DEL CENTRO POBLADO EL ROBLE, DISTRITO DE SANTO TOMAS, PROVINCIA DE CUTERVO, DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA, AÑO 2018

**Instrucciones:** a continuación, le presentamos 18 preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

#### **I. GENERALIDADES**

##### **1.1. Referente a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.**

##### **1. Edad**

- a. 18 – 30 años
- b. 31 – 50 años
- c. 51 a más años

##### **2. Género**

- a. Femenino
- b. Masculino

##### **3. Grado de Instrucción**

- a. Sin instrucción
- b. Primaria
- c. Secundaria

- d. Técnico
- e. Superior Universitaria

**4 Cargo que desempeña**

- a. Dueño
- b. Administrador

**1. Tiempo que desempeña**

- a. 0 a 3 años
- b. 4 a 6 años
- c. 7 a más años

**1.2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas**

**6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro**

- a. 0 a 3 años
- b. 4 a 6 años
- c. 7 a más años

**7. Número de trabajadores**

- a. 1 a 5 trabajadores
- b. 6 a 10 trabajadores
- c. 11 a más trabajadores

**1. Las personas que trabajan en su empresa son:**

- a. Familiares
- b. Personas no familiares
- c. Familiares y Personas no Familiares

**9. Objetivo de creación**

- a. Generar Ganancia
- b. Subsistencia

**10. Tipo de constitución de la empresa**

- a. Persona Natural
- b. Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)
- c. Sociedad comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)
- d. Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)
- e. Sociedad Anónima (S.A.)

NUNCA (1)	MUY POCAS VECES (2)	ALGUNAS VECES (3)	CASI SIEMPRE (4)	SIEMPRE (5)
--------------	---------------------------	-------------------------	------------------------	----------------

N°	Ítems					
<b>V1: Gestión de Calidad</b>						
<b>D1: Planificar</b>						
1	Planifica las metas que quiere conseguir en el último año	1	2	3	4	5
2	Trabaja mediante la planificación las políticas de trabajo en la empresa	1	2	3	4	5
<b>D2: Desarrollar (hacer)</b>						
3	Los procesos de actividades en las fincas de café son claros y precisos bajo documentos normativos	1	2	3	4	5
4	Organiza los materiales y las herramientas necesarias para el trabajo	1	2	3	4	5
<b>D3: Comprobar (verificar)</b>						
5	Realiza seguimiento a los procesos que se realiza en las labores que se hacen	1	2	3	4	5
6	Evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando	1	2	3	4	5
<b>D4: Actuar</b>						
7	Considera que es importante mejorar continuamente con el objetivo de sacar un producto de calidad	1	2	3	4	5
8	Controla los procesos de trabajo hasta llegar al producto que va al mercado	1	2	3	4	5

## Anexo 2

N°	ACTIVIDADES	2018 – 2				2019 – 1				2019 - 2				2020 - 1			
		Set	Oct	Nov	Dic	Abr	May	Jun	Jul	Set	Oct	Nov	Dic	Abr	May	Jun	Jul
1	<b>Definir título de proyecto</b>	X															
2	<b>Planteamiento de problema</b>	X															
3	<b>Marco teórico conceptual</b>		X														
4	<b>Metodología de la investigación</b>			X													
5	<b>Referencias y anexos</b>			X													
6	<b>Presentación y sustentación del proyecto</b>				X												
7	<b>Aprobación del proyecto</b>				X	X											
8	<b>Trabajo de campo (recolección de datos)</b>						X	X									
9	<b>Procesamiento de datos</b>								X	X							
10	<b>Análisis de resultados y conclusiones</b>										X	X					
11	<b>Elaboración del plan de mejora</b>												X	X			
12	<b>Revisión de literatura</b>														X		
13	<b>Elaboración del informe de tesis</b>														X	X	
14	<b>Presentación del pre informe</b>															X	X
15	<b>Aprobación del informe de tesis</b>																X
16	<b>Presentación y sustentación del informe de tesis</b>																X

**Anexo N° 3**

**PRESUPUESTO**

<b>N°</b>	<b>DETALLE</b>		<b>CANTIDAD</b>	<b>C/U</b>	<b>C/T</b>
<b>1</b>	<b>BIENES</b>	Laptop	01	S/.1200.00	S/.1200.00
		Impresora	01	S/.500.00	S/.570.00
		USB	01	S/. 25.00	S/. 25.00
<b>2</b>	<b>MATERIALES</b>	Papel bond	½ millar	S/. 0.02	S/. 10.00
		Lapiceros	04	S/. 1.50	S/. 6.00
		Borrador	01	S/. 1.00	S/. 1.00
		Lápiz	01	S/. 1.00	S/. 1.00
		Corrector	01	S/. 2.50	S/. 2.50
		Perforador	01	S/. 3.00	S/. 3.00
		Engrapador	01	S/. 10.00	S/. 10.00
		Folder	03	S/. 2.00	S/. 6.00
<b>3</b>	<b>SERVICIOS</b>	Fotocopia	170	S/. 0.10	S/. 17.00
		Anillados	03	S/. 3.00	S/. 9.00
		Internet	35	S/. 35.00	S/. 35.00
		Movilidad (ida y vuelta)	50	S/. 1.50	S/. 75.00
		Alimentación (almuerzo)	07	S/. 7.00	S/. 49.00
<b>TOTAL</b>					<b>S/. 1999,5</b>

**Financiamiento:** Autofinanciado por el estudiante.

