



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DEL PLANEAMIENTO
ESTRATÉGICO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL
SECTOR COMERCIO, RUBRO FERRETERÍA DE LA CIUDAD DE
HUARMEY, 2016.

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

AUTORA:

Br. MARÍA CLAUDIA CONTRERAS RAMIREZ

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE – PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR

Dr. José Germán Salinas Gamboa

Presidente

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, dueño de todo, por guiarme durante esta etapa profesional, y cumplir una de mis metas personales, por darme inteligencia y entendimiento para desarrollar mi carrera profesional.

A mis padres; Tula y Florentino por su apoyo absoluto, por creer en mí en todo momento y no dejarme sola, les doy las gracias por ser mis eternos consejeros y por motivarme a seguir mis sueños.

Al Dr. Reinerio Z. Centurión Medina el cual ha sido nuestro guía, ha brindado todos sus conocimientos profesionales para desarrollar con éxito este trabajo de investigación.

DEDICATORIA

A Dios, por la fuerza y sabiduría que me ha dado día a día. Por haberme dado salud para cumplir con mis metas propuestas, por iluminarme durante este trabajo y permitirme culminarlo.

A mis Padres, pues ellos son mis pilares para seguir adelante y superarme, por el apoyo que me dan, por el esfuerzo diario que realizaron para brindarme una mejor educación, por ser mis guías que me han permitido ser una buena persona.

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo determinar las características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, 2016, asimismo tuvo un diseño no experimental, transversal y descriptivo; estuvo conformada por una población de 15 micro y pequeñas empresas, y una muestra dirigida a 10 micro y pequeñas empresas, a los representantes se les aplicó un cuestionario estructurado de 22 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta, se tuvo como resultados: el 70% tienen entre 31 a 50 años, el 60% son género masculino, el 40% tienen el grado superior no universitario, el 80% son dueños, el 90% tienen 1 a 5 trabajadores, el 80% son familiares, el 100% tiene como objetivo generar ganancia, el 60% desconoce el término gestión de calidad, el 60% indica que la gestión de calidad no contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 60% desconoce el término plan estratégico, el 80% no cuenta con un plan estratégico y el 70% no ha diseñado una misión y visión. En conclusión, los representantes de las Mypes tienen entre 31 a 50 años, los trabajadores son familiares, tienen como objetivo generar ganancias, además desconocen el término de gestión de calidad, por lo que consideran que la gestión de calidad no contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa, asimismo, indican que no conocen el término de Planeamiento estratégico, por ello no cuentan con uno.

Palabras Clave: Estratégico, Gestión de Calidad, Micro empresas, Pequeñas empresas y Planeamiento

ABSTRACT

The objective of the present study was to determine the characteristics of quality management with the use of strategic planning in the micro and small businesses of the trade sector, hardware store sector of the city of Huarmey, 2016, also had a non – experimental design, transversal and descriptive; It was formed by a population of 15 micro and small businesses, and a sample aimed at 10 micro and small enterprises, the representatives were applied a structured questionnaire of 22 questiones closed, through the technique of the survey, it was as a result: 70% have between 31 to 50 years, 60% are male gender, 40% have the grade non – university, 80% are owners, 90% have 1 to 5 workers, 80% are familiar, 100% aims to generate profit, 60% unknown the term quality management, 60% indicates that the quality management not helps to improve the performance of the business, 60% do not know the term stratetgic plan, 80% does not have a strategic plan and 70% has not designed a mission and vision. In conclusion, the representatives of the MSBs are between 31 to 50 years, the workers are familiar, they aim to generate profits, also they do not know the term of quality management, so they consider that the quality management does not contribute to improve the performance of the company, they also indicate that they do not know the term Strategic Planning, so they do not have one.

Keywords: Strategic, Quality Management, Micro businesses, Small businesses and Planning

CONTENIDO

1. Título	i
2. Firma del Jurado Evaluador.....	ii
3. Agradecimiento.....	iii
4. Dedicatoria.....	iv
5. Resumen.....	v
6. Abstract.....	vi
7. Contenido.....	vii
8. Índice de tablas y figuras.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
2.1. Antecedentes.....	5
2.2. Bases Teóricas.....	9
2.3. Marco Conceptual.....	16
III. HIPÓTESIS.....	19
IV. METODOLOGÍA.....	20
4.1. Diseño de la Investigación.....	20
4.2. Población y muestra.....	20
4.3. Definición y Operacionalización de variables	21
4.4. Técnicas e instrumentos.....	23
4.5. Plan de Análisis.....	24
4.6. Matriz de consistencia.....	25
4.7. Principios éticos.....	26
V. RESULTADOS.....	27
5.1. Resultados.....	27
5.2. Análisis de resultados.....	31
VI. CONCLUSIONES.....	39
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	40
ANEXOS.....	43

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLAS:

Tabla 01 Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarney, 2016.....	27
Tabla 02 Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarney, 2016.....	28
Tabla 03 Características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarney, 2016.....	29

FIGURAS

Figura 01: Edad de los Representantes de las MYPE.....	54
Figura 02: Genero de los Representantes de las MYPE.....	54
Figura 03: Grado de instrucción de los Representantes de las MYPE.....	55
Figura 04: Cargo que desempeña los representantes de las MYPE.....	55
Figura 05: Tiempo que desempeña en el cargo de los representantes de las MYPE.....	56
Figura 06: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	57
Figura 07: Número de trabajadores en las MYPE.....	57
Figura 08: Las Personas que trabajan en la empresa.....	58
Figura 09: Objetivo de creación de las MYPE.....	58
Figura 10: Conoce el termino gestión de calidad.....	59
Figura 11: Que Técnicas modernas de la gestión de calidad conoce.....	59
Figura 12: Que dificultades para la implementación de gestión de calidad.....	60
Figura 13: Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce.....	60

Figura 14: La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.....	61
Figura 15: La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización.....	61
Figura 16: Conoce el termino plan estratégico.....	62
Figura 17: Su empresa cuenta con un plan estratégico.....	62
Figura 18: Para que utiliza Ud. el plan estratégico.....	63
Figura 19: Cuales son las principales preocupaciones que posee su empresa.....	63
Figura 20: Ha establecido un plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades.....	64
Figura 21: Ha diseñado una misión y visión de su empresa.....	64
Figura 22: Que desea lograr en su empresa.....	65

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación está relacionada con la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas (MYPE), estas tienen consigo beneficios económicos en un país, incrementan el PBI, además que son una fuente generadora de empleo y de vital relevancia de la estructura productiva del país, ello reduce la pobreza por medio de sus actividades, incentivan el espíritu emprendedor de la población y contribuyen al crecimiento económico.

Pero al saber todo ello sobre la relevancia que tienen la micro y pequeñas empresas, también se debe de entender que hay deficiencias en este sector puesto que muchas de las micro y pequeñas empresas son negocios propios, creados para que el propietario del negocio subsista, generalmente las micro y pequeñas empresas son empresas familiares, muchas veces eso quiere decir que no tienen conocimientos necesarios para tener una correcta gestión de calidad, un planeamiento estratégico y por ende no logran un buen desarrollo empresarial en el mercado.

A pesar de que las micro y pequeñas empresas son importantes en la economía de un país, estos enfrentan problemas no solo nacionales sino también internacionales tales como en Italia está compuesta en su mayoría por microempresas. Pequeñas empresas como el mercado de pescado de Rialto, que emplean al 86% de los italianos. Pero aquí, en este sector, ha caído el número de contrataciones desde antes de que comenzase la crisis, debido a la imposibilidad de estas empresas para seguir creciendo. La confianza empresarial italiana ha mejorado desde entonces, pero varía según la zona y el sector, por eso, la innovación y la especialización son fundamentales para el crecimiento. (Euronews, 28 de setiembre de 2017). En el Perú existe también el problema de la innovación, ello implica utilizar herramientas de gestión de calidad que permitan a la empresa a alcanzar sus objetivos, se debería seguir el modelo de Francia de la innovación y especialización, ello permitiría que las micro y pequeñas empresas tengan mayor presencia en el mercado y puedan seguir por más tiempo, para ello se debe concientizar a la población empresarial y brindar instrucciones para un correcto desarrollo de la empresa.

Asimismo, en Ecuador el diagnóstico del Mipro detecto problemas en acceso a mercados, gestión empresarial, innovación, acceso a financiamiento, calidad y

asociatividad. Entre algunas de las soluciones que expuso García (*Ministra de Industrias*) está la creación e implementación de inteligencia comercial, potenciar la marca Primero Ecuador, microfranquicias, incrementar la participación en compras públicas, reducción de tasas de financiamiento, capital semilla y de riesgo, mercado bursátil, incubadoras de empresas, certificaciones y consorcios productivos. A todo ello se suma la instalación de Centros de Desarrollo Empresarial (CDEC) que no solo darán asesoramiento técnico, también acompañarán a los empresarios. (Telégrafo, 28 de junio del 2017). El estado peruano debe de imitar en cierta forma las acciones que toma el país vecino Ecuador en las micro y pequeñas empresas, en promoverlas, crear centros de desarrollo empresarial para que los peruanos emprendedores puedan tener conocimientos de cómo gestionar su empresa y brindar un correcto servicio y/o producto de calidad, de forma continua.

En cambio, en Argentina, se manifiesta que las pymes desempeñan un papel preponderante en el crecimiento económico del país, representando el 60% del empleo, el 45% del PBI y el 15% de las exportaciones de Argentina. Sin embargo, los problemas que tienen las pymes en Argentina son: “En una primera instancia uno creería que lo que necesita este sector es financiamiento, pero en realidad hay muchos que lo tienen y luego no saben cómo administrar dicho dinero. Por esto la importancia recae en la necesidad de capacitación y planificación de negocios, El principal problema por el cual fracasan muchos de los negocios y no llegan a ser sustentables en el tiempo. Muchos “no suponen un plan de crecimiento, de crisis, de apertura de mercado o negocios. Es por esto que se quedan en el camino y no tienen forma de subsistir y salir de la actual pérdida de competitividad y atraso cambiario” señaló Ghisoni. Redactado por SAIEG. (Los Andes, 22 de mayo de 2015). Es cierto que muchas de las micro y pequeñas empresas tanto en Argentina como en el Perú se constituyen sin tener conocimientos alguno de cómo gestionar una empresa, si la empresa que abrió será viable o no, muchos no aplican un planeamiento estratégico que les permite obtener líneas de acción para desarrollarse en un determinado tiempo, muchos de las micro y pequeñas empresas no cuentan con objetivos, con una visión y misión; no saben a qué dirección ir, para ello es necesario que el empresario asista a talleres sobre este tema que es muy importante para lograr ser exitoso en el mercado, estos talleres de gestión empresarial pueden

ser promovidos por los gobiernos locales, permitiéndoles así a la población un desarrollo empresarial.

Ya en el Perú; Solo el 1% del total de empresas formales en el Perú cuentan con sistemas de gestión de calidad, lo cual revela que existe un gran trabajo para convencer a las restantes de que caminen por el sendero de la competitividad, Según señaló el economista Walter Ramirez, jefe de la oficina de estudios económicos del Instituto Nacional de Calidad (INACAL) (RPP Noticias, 06 de julio del 2016). El Perú tiene un gran trabajo que hacer para que más empresas logren utilizar un sistema de calidad, en realidad lo que deben de hacer es concientizarlos y hacerlos participes de certificaciones por destacarse de las demás, premiarlos.

En la ciudad de Huarmey donde se desarrolló el estudio de investigación, en las micro y pequeñas empresas que se dedican al rubro de Ferretería, muchos de ellos desconocen el término de la gestión de calidad y también desconocen el término de planeamiento estratégico, además no cuentan con la implementación de ello, porque no saben técnicamente como realizarlo. Por ello se planteó el siguiente problema de investigación **¿Cuáles son las características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, 2016?**

Para dar respuesta al enunciado se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, 2016; para dar solución a este objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, distrito de Huarmey, provincia de Huarmey, año 2016.
- Determinar las características de las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Huarmey, distrito de Huarmey, provincia de Huarmey, año 2016.
- Determinar las características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en el sector comercio, rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, distrito de Huarmey, provincia de Huarmey, año 2016.

Asimismo el presente estudio se justifica porque permite obtener aspectos teóricos de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico que se aplican en las micro y pequeñas empresas para su desarrollo y permanencia en el mercado, es necesario decir que esta herramienta permite una mejor eficiencia, permite que toda empresa se acondicione a medios demandantes, cambiantes y dinámicos; de esta forma se puede lograr que la empresa sea eficiente, alcance sus objetivos, tenga un mejor desempeño y así logre ganancias y la satisfacción del cliente.

También se justifica porque permite a los gerentes en el sector comercio aplicar la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en sus micro y pequeñas empresas, ya que se brinda información sobre los beneficios de una gestión de calidad usando el planeamiento estratégico para lograr la productividad del negocio mediante los objetivos, la misión y visión, y de esta manera concluir con el éxito de las micro y pequeñas empresas.

Además, se justifica porque beneficia a estas, proporcionándoles conocimientos sobre la utilidad de la aplicación de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico, ya que en el proceso de implementación se genera mejoras en la visualización de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, facilita la toma de decisiones estratégicas adecuadas proyectándose al futuro.

Finalmente se justifica porque esta investigación servirá de base para futuras investigaciones sobre la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas.

Además, el presente estudio tuvo un diseño no experimental, transversal y descriptivo; estuvo conformada por una población de 15 micro y pequeñas empresas, y una muestra dirigida a 10 micro y pequeñas empresas, a los representantes se les aplicó un cuestionario estructurado de 22 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta, obteniéndose resultados los cuales están en el acápite V: Resultados del presente informe de Tesis (Pág. 27).

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

En el presente estudio se da a conocer los antecedentes con los cuales se contó para la realización de la investigación, estos antecedentes son de investigadores nacionales y están relacionados con los representantes, con las variables de la unidad de análisis (Mypes), gestión de calidad, pero no se encontró antecedentes explícitos sobre el planeamiento estratégico, por lo cual se utilizó antecedentes con el rubro y variable relacionados.

Rubio (2014) en su tesis titulado “Caracterización del Financiamiento y la Gestión de Calidad en las Mype’s del sector - comercio rubro – venta de productos agropecuarios, equipos e insumos del distrito de Chimbote, año 2011”, tuvo como objetivo general describir las principales características del financiamiento y la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector – comercio rubro – venta de productos agropecuarios, equipos e insumos en el distrito de Chimbote, año 2011. Los resultados obtenidos del estudio fueron los siguientes el 44% de los representantes tienen entre 41 – 50 años, el 89% son de sexo femenino, el 78% tiene estudios universitarios, el 56% son propietarios de la empresa, el 67% tiene entre 6 a 10 años en el cargo del representante de la empresa, también el 56% tienen entre 0 a 5 años de actividad de las Mype’s, el objetivo principal según el 89% de los representantes indicaron que es obtener ganancias. En lo que implica la gestión de calidad el 67% indica que no conocen lo que es gestión de calidad, el 89% utiliza métodos para evaluar la mejora continua en los procesos tales como autoevaluaciones y revisión, el 89% asegura que las mediciones del desempeño de los procesos han permitido alcanzar los objetivos planificados y del mismo modo el 89% de ellas reconoció que los objetivos de calidad han permitido a las empresas lograr la mejora continua. Llegando así a la conclusión que los representantes tienen entre 41 a 50 años son mujeres, tienen estudios universitarios y la gran mayoría son dueños de los negocios de venta de productos agropecuarios, equipos e insumos, del mismo modo ellos tienen entre 6 a 10 años en el cargo y 0 a 5 años en la actividad de las Mypes, su objetivo principal es la obtención de ganancias. Los encargados de las Mypes no tienen conocimientos de la gestión de calidad, pero si utilizan métodos para evaluar su mejora continua, asimismo aseguran que medir su desempeño permite lograr sus objetivos y reconocen la gestión de calidad permite alcanzar la mejora continua.

Rodriguez (2016) en su tesis titulado “Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes en los servicios de venta de electrodomésticos en el distrito de Juanjuí, año 2016” tuvo como objetivo general, determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el distrito de Juanjuí, Año 2016. Mediante la técnica de la encuesta, se obtuvo los siguientes resultados: Los representantes legales de las MYPES el 66.7% tienen de 31 a 50 años, son de sexo masculino el 83.3%, mientras que el 66.7% tienen grado de profesional universitario. El 50.0% de las MYPES tienen más de 4 años de permanencia en el mercado. El 100% indica que su empresa se creó para generar ganancias, del mismo modo el 100% indica que el número de trabajadores permanentes y eventuales es menor de 10, Además afirman que el 100% si tiene un plan estratégico, El 100% de las MYPES aseguran que la Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 66.7% utiliza el Benchmarking como técnica moderna para la gestión de calidad, el 83.3% tiene como dificultad la poca iniciativa por parte del personal, La técnica que utiliza el 66.7% para medir el rendimiento del personal es la Escala de puntuaciones. La conclusión que se desprende de los resultados es que los representantes tienen entre 31 a 50 años, muchos de ellos son del sexo masculino y tienen el grado profesional universitario. La mitad de las Micro y pequeñas empresas encuestadas tienen más de 4 años de permanencia en el mercado y su principal objetivo es obtener ganancias, tienen menos de 10 trabajadores permanentes y eventuales, asimismo tienen un plan estratégico y también aseguran que la gestión de calidad ayuda a la mejora del rendimiento del negocio, la mayoría de negocios encuestados utiliza el Benchmarking como técnica moderna administrativa, su principal dificultad por parte de su personal es la poca iniciativa y utilizan la escala de puntuaciones como técnica para medir el rendimiento del personal.

Gonzales (2016) en su tesis titulado “Caracterización de la Gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro venta minorista de ropa, mercado modelo, del distrito de Chimbote, 2013”, tuvo como objetivo general Determinar si las micro y pequeñas empresas en el rubro venta minorista de ropa en el mercado modelo del distrito de Chimbote aplican la gestión de calidad, mediante la técnica empleada de la encuesta, se llegó a los resultados siguientes: El 50% tiene 31 a 50 años, 63.3% son mujeres, 50% tiene estudios tecnológicos,

40% es propietario, 56.7% permanece en el mercado de 5 a 10 años, el 76.7% indicó que el número de trabajadores es de 1 a 4, el 66.7% tiene como objetivo crecer y expandir el negocio, mientras que el 80% conoce el significado de gestión de calidad, el 80% aplican el planeamiento estratégico Benchmarking u Outsourcing, a su vez el 80% percibe que la gestión de calidad le ayuda a crecer en el mercado. Concluyendo: Los representantes tienen entre 31 a 50 años, son de género femenino, con estudio tecnológico, atención del propio dueño, permanencia en el mercado de 5 a 10 años, tienen alrededor de 1 a 4 trabajadores, tienen el objetivo de crecer y expandir, conocen el término gestión de calidad, aplican un planeamiento estratégico benchmarking u Outsourcing, la gestión de calidad les ayuda a crecer en el mercado.

Chuquipiondo (2017) en su tesis titulada “Gestión de Calidad y Formalización en las ventas de repuestos y accesorios de motos y motokar del distrito de Yarinacocha, año 2016”, tuvo como objetivo general determinar y describir los principales beneficios de gestión de calidad y formalización en las Mypes ventas de repuestos y accesorios de motos y motokar del distrito de Yarinacocha año 2016. Los resultados que se obtuvieron del presente estudio fueron que el 75% de los representantes tienen entre 25 a 44 años, el 65% son del sexo masculino, el 70% culminó su secundaria, ese mismo porcentaje refleja que los representantes de las Mypes encuestadas son dueños del negocio, el 50% tienen entre 1 a 2 años de permanencia en la actividad. Respecto a la gestión de calidad el 75% de los representantes desconoce las técnicas de gestión, el 75% no aplica la gestión de calidad, el 69% opina que la gestión de calidad no ayuda a lograr los objetivos, el 95% de los negocios encuestados tienen misión, visión y valores. Se concluye que los representantes tienen entre 25 a 44 años, la mayoría de ellos son del sexo masculino, su grado de instrucción es secundaria, los encargados de los negocios de repuestos y accesorios de motos y motokar son dueños, tienen entre 1 a 2 años en la actividad comercial, por otra parte una cantidad considerable de los representantes no tienen conocimientos de la gestión de calidad es por ello que no utilizan ninguna técnica de gestión, al no aplicar la gestión de calidad los encargados consideran que no les ayuda a lograr sus objetivos, pero si tienen una misión, visión y valores dentro de su negocio.

Espinoza (2017) en su tesis titulado “Gestión de Calidad con el uso del Marketing Estratégico en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio –

Rubro Venta Minorista de Ropa, Galería Señor de los Milagros de Huarney, año 2016”, tuvo como objetivo general Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el Uso del Marketing Estratégico de las micro y pequeñas empresas de Sector Comercio – Rubro Venta Minorista de Ropa en la Galería Señor de los Milagros de Huarney, año 2016. Los resultados que se obtuvo de la encuesta es que el 50% de los representantes tienen 31 – 50 años, el 85% son de sexo femenino, el 65% tiene su grado académico secundaria, el 75% son dueños del negocio y el tiempo que desempeña el 60% de los representantes es de 4 a 6 años. Con respecto a la gestión de calidad el 70% tienen desconocimiento de ello. Concluyendo que las Mypes, sus representantes tienen entre 31 a 50 años, los representantes en la mayoría son mujeres, las cuales tienen un grado de instrucción secundaria y son dueños del negocio a su vez tienen un tiempo de 6 a más años en el cargo. Por último, la gran mayoría desconoce sobre la gestión de calidad, ello quiere decir que trabajan empíricamente.

Gamarra (2017) en su tesis titulado “Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de información y comunicación en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Ferretería, Ciudad de Huarney, 2016”, tuvo como objetivo general Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarney. 2016, mediante su técnica de la encuesta llegó a los resultados de que el 55% de los empresarios tienen entre 31 – 50 años. El 67% de los empresarios respondieron que son de sexo masculino. El 61% tienen grado de instrucción secundaria. El 50% tiene alrededor de 8 a más años de permanencias en el rubro. El 61% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con la finalidad de generar ganancia. Además, el 83% tienen entre 0 a 4 trabajadores en su empresa, lo que respecta a la gestión de calidad el 72% si conocen el término de gestión de calidad. El 27.8% de los empresarios considera que la gestión de calidad no contribuye a su negocio. Por ende, se concluye que los empresarios tienen edad promedio de 31 a 50 años, son de sexo masculino, tienen un grado de instrucción secundaria, las micro y pequeña empresa tiene 8 a más años de permanencia en el rubro, estas son creadas para generar ganancias, tienen entre 0 a 4 trabajadores, sus propietarios conocen el término de la gestión de calidad, pero ellos creen que la gestión de calidad no le ayuda a la empresa.

2.2 Bases Teóricas.

Micro y Pequeñas Empresas

Las micro y pequeñas empresas tienen un rol muy importante en todos los países del mundo ya que estas generan puestos de trabajo, incentivan el espíritu emprendedor, contribuyen a los ingresos económicos del país mediante la recaudación tributaria, permite una ampliación en el mercado interno del país. Según la definición establecida en:

La ley 28015 – “Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa” (2003). **Art 2° Definición de la Micro y Pequeña Empresa**, indica que la micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Según los resultados de las encuestas del presente trabajo a las micro y pequeñas empresas, al sector comercio, rubro ferreterías en la ciudad de Huarmey el 80% son dueños del negocio, el 70% tienen entre 31 a 50 años y el 60% son varones los propietarios de las ferreterías en Huarmey. Por ende, las micro y pequeñas empresas que emprenden en Huarmey, en el rubro de ferretería son negocios propios, los cuales, en su mayoría, los varones adultos son quienes se encargan de gestionar y atender su empresa ya que tienen experiencia en el rubro.

Según La Ley 30056, en el Art. 5° (2013) Modificado en **Las Características de las micro y pequeñas y medianas empresas**, señala que las micro y pequeñas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el Ministerio de Economía y Finanzas y el Ministerio de la Producción cada dos (2) años

Se indica, en la presente investigación las micro y pequeñas empresas del rubro de ferreterías de la ciudad de Huarney en su mayoría son empresas familiares que tuvieron la necesidad de emprender un negocio para que puedan obtener ganancias, y dichas ganancias pueden permitirle tener una mejor calidad de vida, tanto para el propietario del negocio como también a su familia.

Gestión de Calidad

En el mundo actual, las exigencias del mercado son cada vez más competitivo y dinámico, son muy cambiantes, ello obliga a toda empresa a perfeccionarse, mejorar continuamente los procesos de la empresa; es allí donde la Gestión de calidad interviene, ya que permite la optimización de los procesos, mejora la organización interna, la flexibilidad al cambio, permite obtener productos muy bien elaborados, brindar un buen servicio el cual permita la satisfacción y fidelidad del cliente hacia la empresa.

Muchas veces se considera que la Gestión de calidad esta relaciona solo con el producto y la satisfacción del cliente, pues no, esto es un sistema integral, que coordina, controla y dirige todos los procesos de la empresa. **La definición de la Gestión de Calidad** según Uribe, en su artículo para la Revista Mundo Económico y Empresarial sobre el Marco Teórico de la Calidad, base para la caracterización de los sistemas de gestión de calidad de empresas de Ibagué señala que:

“La Gestión de Calidad no solo implica gestionar la calidad del producto o servicio, sino también administrar la calidad de la gestión de la organización como tal, Esto quiere decir que dentro de la gestión de calidad se debe mejorar continuamente el proceso de gestión de la empresa reduciendo las actividades inútiles que no están agregando calor al proceso y permitiendo de esta forma un sistema más efectivo”, además indica que la gestión de la calidad proporciona una herramienta para mejorar y asegurar la calidad en todos y cada uno de los procesos de la organización. (Uribe, 2007).

Los Principios de Gestión de la Calidad, permitirán un eficiente proceso, al aplicar cada uno de los principios se podrá tener una mejora continua y por ende el éxito de la organización. según la norma de la serie ISO 9000 se basan en ocho principios para la gestión de calidad:

Estos principios pueden ser usados como una estructura para guiar la organización hacia la mejora de su desempeño y se derivan de las experiencias y los conocimientos colectivos de los expertos internacionales que integran la Comisión ISO Technical Committee ISO/TC 176.

- 1) Enfoque al Cliente
- 2) Liderazgo
- 3) Participación de las personas
- 4) Enfoque basado en procesos
- 5) Enfoque de sistemas para la gestión
- 6) Mejora Continua
- 7) Enfoque basado en hecho para la toma de decisiones
- 8) Relaciones mutuamente beneficiadas con el proveedor.

Con respecto a la relación de la conceptualización y los resultados de la variable de gestión de calidad: En la realidad, la teoría no siempre es lo mismo que en la práctica, porque en los resultados de la presente investigación el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería de la ciudad de Huarmey no conocen el término de gestión de calidad, del mismo modo el 60% de las dificultades que tienen para implementar la gestión de calidad es el aprendizaje lento, el 60% de los representantes indica que la gestión de la calidad no contribuye a mejorar el rendimiento del negocio y el 60% indico que la gestión de calidad no ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización.

Es decir, para los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías de la ciudad de Huarmey, la mayoría de ellos no tienen una definición clara sobre la gestión de calidad, ya que no tienen la instrucción necesaria de cómo gestionar una empresa correctamente, es por ello por lo que no lo aplican en sus negocios, sin embargo, si lo aplicaran este les permitiría lograr sus metas y mejorar el rendimiento del personal.

Planeamiento Estratégico

El planeamiento estratégico es muy importante para una empresa puesto que, permite establecer directrices para la empresa, establece y mejora los objetivos, la misión y visión de la organización, se puede lograr una mejor comunicación y desempeño por parte de sus colaboradores de la empresa. Según Chiavenato (2016) citado por Mc Graw – Hill. (Ed.) (2017, Cap. 2, p. 27), quien señala que:

La planeación estratégica es el proceso que sirve para formular y ejecutar las estrategias de la organización con la finalidad de insertarla, según su misión, en el contexto en el que se encuentra.

Un proceso de Planeación Estratégica eficaz no debe ser formal y burocrático, sino que se debe iniciarse con preguntas simples como estas:

¿Cuál es la situación presente de la organización? ¿Cuál es su desempeño con los clientes y frente a los competidores?

Si no se aplica cambio alguno, ¿cómo será la organización dentro de un año?

¿Dentro de dos, cinco, o diez años?

Si las respuestas a las preguntas anteriores no fueran aceptables, ¿qué decisiones deberían tomar los administradores? ¿Qué riesgos implicarían?

Afirma Armijo (2011) Desde un punto metodológico, la planificación estratégica consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción (estrategias) para alcanzar dichos objetivos.

Referente a la conceptualización del Planeamiento Estratégico en los resultados reales obtenidos de la presente investigación se dio que el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no conocen la definición de Plan Estratégico, asimismo el 80% de los negocios ferreteros en Huarmey no cuentan un plan estratégico.

Los encargados de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías desconocen sobre el Planeamiento Estratégico, además, no lo aplican en sus negocios porque no comprenden la importancia de un plan estratégico y consideran que es compleja su aplicación en la empresa.

Después de obtener los anteriores resultados de la presente investigación, en donde los representantes no aplican la Planeación estratégica, se indica **Los Beneficios de la Planeación Estratégica** según Wilson (1994) citado por Mc Graw Hill (Ed.) (2017, p. 28). en una investigación que incluyó 50 organizaciones de varios países y sectores arrojó que los principales beneficios de la planeación estratégica son:

- La Claridad de la visión estratégica de la organización.
- La debida comprensión de un entorno sumamente cambiante y competitivo.
- El enfoque dirigido, mediante objetivos de largo plazo, a lo que tendrá importancia estratégica para la organización en el futuro.
- Un comportamiento proactivo frente a los elementos del entorno externo, de modo independiente al de los del entorno interno.
- Un comportamiento sistemático y holístico que involucre a toda la organización.
- La interdependencia con el entorno externo.

Proceso de la Planeación Estratégica

“El proceso de la planeación estratégica es el proceso a través del cual se declara la visión, la misión y los valores de una empresa, se analiza su situación externa e interna, se establecen sus objetivos a largo plazo, y se formulan las estrategias que permiten alcanzar dichos objetivos” (Chiavenato y Sapiro, 2010)

A continuación, se define los Componentes Esenciales para el debido proceso de la Planeación Estratégica, para ello cito a Choque (2015, p.51- 53, 55, 60-61), quien afirma lo siguiente:

Misión: La misión organizacional se traduce en una declaración duradera de objetivos que distingue a una organización de otras similares. Es un compendio de la razón de ser de una organización, esencial para determinar objetivos y formular estrategias. Asimismo, la misión introduce unidad de pensamiento en la organización, aspecto esencial para la unidad de acción.

Visión: Comprende un futuro realista, verosímil y atractivo para la organización. Es la articulación de un destino hacia el cual debe orientarse la organización: un futuro mejor y más deseable para ella.

Valores: En la planificación estratégica, es fundamental definir colectivamente los valores que se promoverán en todo nivel. Estos comprenden los principios, las premisas de valor que se encuentran a nuestro alcance, las declaraciones y todo aquello que permita que la organización sea competitiva e innovadora, además, que logre sus objetivos y genere valor público. La declaración de los valores de la organización tiene que ser producto de la construcción colectiva de los miembros de la organización con el fin de lograr que estos valores sean apropiados, comunicados y aplicados.

Análisis FODA: El termino FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. De las cuatro variables mencionadas, las fortalezas y las debilidades son internas a la organización, por lo que es posible intervenir sobre ellas; en tanto que las oportunidades y las amenazas son externas a la organización, por lo cual, generalmente, son difíciles de modificar. Es una herramienta muy importante en la planificación estratégica, ya que permite efectuar un cuadro de la situación actual de la organización, el cual, a su vez, hace posible tener un diagnóstico preciso con el fin de tomar decisiones en concordancia con las políticas y objetivos institucionales.

Objetivos: Son los resultados deseados que expresan un cambio concreto y mensurable que se alcanzará en un tiempo, espacio y población determinada. Estos dan direccionalidad al plan: permiten diseñar su estructura y determinar las actividades necesarias para alcanzarlas. Además, intervienen en la evaluación, ya que de ellos se desprenden los criterios para determinar el éxito o no del plan. Asimismo, fomentan el trabajo cooperativo y en equipo, puesto que engloban a varias áreas de la organización.

Objetivos Estratégicos Generales: Estos son orientaciones generales que la organización adopta como medios que tienen la finalidad de alcanzar la visión organizacional y guiar el proceso de desarrollo.

Objetivos Estratégicos Específicos: Estos son las definiciones que detallan los diferentes aspectos para lograr o cumplir cada uno de los objetivos estratégicos generales. Son también los productos tangibles que se logran a partir del desarrollo de un conjunto de proyectos que le corresponden.

Según lo señalado anteriormente, se indica que, en la práctica el 70% de los encargados de las micro y pequeñas empresas del rubro ferretería no han establecido un plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades, además el 70% no han diseñado la misión y visión de su empresa, asimismo el 100% de busca lograr alcanzar la rentabilidad de su negocio.

Como toda empresa su única finalidad es obtener la rentabilidad, pero no siempre lo logran, si una empresa no tiene una misión y visión entonces no ha definido el futuro de esta, de igual manera si no se tiene un plan de acción que les permita tomar acciones necesarias para transformar sus debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades la empresa no podrá desarrollarse empresarialmente de la mejor manera.

2.3 Marco Conceptual

Historia de las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería de la ciudad de Huarney

Mediante una investigación realizada a las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería de la ciudad de Huarney, 2016, se pudo concluir que las personas que emprendían un negocio del rubro ferretería, era por la necesidad de poder generar ingresos económicos y así mejorar su calidad de vida, mayormente en este rubro los que iniciaban en el negocio eran varones ya que tenían los conocimientos sobre los artículos de ferretería, al principio en Huarney había muy pocos negocios de este rubro, eso era en cierta forma positivo y por otro lado negativo. Positivo porque, ya que había pocas empresas ferreteras, había poca competencia, ellos tenían el poder en el mercado, la población tenía que ir a comprar a estas ferreterías, y negativo porque los ciudadanos tenían que aceptar el precio del producto aunque el precio fuese alto ya que necesitaban el producto tenían que comprar, o de lo contrario tenían que viajar a la capital del país o alrededores para conseguir el material o producto que necesitaban, estas primeras ferreterías, no estaban muy surtidas, vendían sus productos muy caros, no había muchos proveedores, etc. Actualmente hay competencia en el negocio del rubro ferretería ya que hay más demanda de compra de los ciudadanos por los artículos de ferretería, ello se debe a que la población va creciendo y expandiéndose, no todos los que emprenden ahora este tipo de negocio son varones sino también mujeres, ellas poco a poco van adquiriendo experiencia en conocer los productos que venden, el problema que tienen estas micro y pequeñas empresas es la falta de planificación y carencia de cursos de acción frente a ciertas situaciones que demanden una decisión, asimismo no cuentan con el personal adecuado ya que en su mayoría los trabajadores son familiares que no cumplen con el perfil para el puesto, esto quiere decir que muchas veces trabajan empíricamente.

Definición de Ferretería.

El rubro de ferretería es un establecimiento comercial donde se venden artículos de construcción, eléctricos, de limpieza industrial y del hogar, este tipo de negocio están dirigidos al público en general en sí, pero los que frecuentan estos establecimientos comerciales son los albañiles, electricistas, gasfiteros,

entre otros. Es decir, si hay alguna avería en casa o algún mueble por reparar debemos ir a comprar a la ferretería clavos, tornillos, cola, martillo, tubos, etc.

Micro y pequeñas empresas del rubro Ferretería

Las micro y pequeñas empresas del rubro ferretería no recurren a las herramientas administrativas como la planificación porque no saben qué hacer cuando hay alguna eventualidad, no tienen estrategias, muchos dueños de las ferreterías venden sus productos por vender, no brindan asesoría, no tienen estrategias para implantar los precios a sus productos, solo les importa las ganancias, lo cual, es importante pero también se debe velar por la satisfacción del cliente y la imagen de la empresa, tener un valor agregado que los diferencie de los demás; además deben tener claro cuáles son sus ingresos, gastos y cuanto invierten, para poder tomar las mejores decisiones a si lograr sus objetivos.

Gestión de Calidad

La gestión de calidad es un medio estratégico que las empresas utilizan para garantizar la mejora continua en los procesos de la empresa, en el producto/servicio y así satisfacer a los clientes, también permite el trabajo en equipo de los colaboradores de la empresa ya que tiene una participación para lograr mejores resultados.

Planeamiento Estratégico

El planeamiento estratégico es una herramienta que permite que la organización tenga un plan maestro, donde se presentan los objetivos, metas, misión, visión; y mediante ello alcanzar los propósitos de la empresa, esta herramienta es importante porque permite el rumbo y la dirección que la organización debe seguir, y así lograr el desarrollo empresarial.

Gestión de Calidad con el uso del Planeamiento Estratégico

Es una técnica moderna de la gestión de calidad que todo representante de una empresa debe conocer y utilizar ya que permite que la organización pueda cumplir sus objetivos y metas trazadas basados en la misión y la visión, además permitirá que la empresa logre lo que desea, mejorar el rendimiento del negocio y genere rentabilidad, es por ello que toda empresa debe contar con un plan

estratégico basado en la gestión de calidad. En algunos casos se presentarán dificultades en su implementación en la empresa, para ello se debe tener un personal que rinda y sea eficiente, para una mejor funcionalidad de la herramienta en la empresa, se debe aplicar técnicas de rendimiento al personal, asimismo se debe establecer un plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades, también tomar en cuenta las principales preocupaciones que posee la empresa para establecer estrategias.

III. HIPÓTESIS

En la presente investigación de la “Gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, 2016, no se plantea hipótesis porque se trata de una investigación de tipo descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

El diseño de investigación del presente estudio fue no experimental – transversal – descriptivo.

Fue no experimental porque se realizó sin manipular la variable, se observó la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería tal como se presentó dentro de su contexto, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal porque el estudio de investigación la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, el cual tuvo un inicio y un fin del estudio, específicamente año 2016.

Fue descriptivo, porque solo se describió las principales características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, 2016.

4.2 La población y muestra

Población:

La población del presente estudio estuvo conformada por 15 micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, 2016; la información se obtuvo mediante la técnica del sondeo, por medio de esta técnica se pudo estimar cuantas micro y pequeñas empresas existen. (ver anexo 3)

Muestra:

La muestra fue dirigida a 10 micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, 2016, solo se consideraron aquellas micro y pequeñas empresas porque sus representantes brindaron información para el desarrollo del trabajo de investigación. (ver anexo 4)

4.3 Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Escala de Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Son personas de diferentes edades, de ambos sexos, que emprenden una empresa a partir de una idea de negocio, indistintamente de su grado de instrucción, este asume un cargo dentro de la micro y pequeña empresa, además depende de cómo se desempeñe para determinar el tiempo que se mantendrá en el puesto.	Edad	<ul style="list-style-type: none"> • 18 – 30 • 31 – 50 • 51 – mas 	Razón
		Sexo	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino 	Nominal
		Grado Instrucción	<ul style="list-style-type: none"> • Sin instrucción • Primaria • Secundaria • Superior no universitaria • Superior universitaria 	Ordinal
		Cargo que Desempeña	<ul style="list-style-type: none"> • Dueño • Administrador 	Nominal
Características de las micro y pequeñas empresas	Son aquellas particularidades que las micro y pequeñas empresas tienen, generalmente comprende el tiempo de permanencia en el rubro, el número de trabajadores, las personas que trabajan en la empresa, el objeto de creación de la micro y pequeña empresa.	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	<ul style="list-style-type: none"> • 0 a 3 años • 4 a 6 años • 7 a más años 	Razón
		Número de Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> • 1 a 5 trabajadores • 6 a 10 trabajadores • 11 a más trabajadores 	Razón
		Las personas que trabajan en su empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Familiares • Personas no familiares 	Nominal
		Objetivo de creación	<ul style="list-style-type: none"> • Generar ganancia • Subsistencia 	Nominal

Continua...

Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Escala de Medición
Gestión de Calidad con el uso del Planeamiento Estratégico	Es una técnica moderna de la gestión de calidad que todo representante de una empresa debe conocer y utilizar ya que permite que la organización pueda cumplir sus objetivos y metas trazadas, basados en la misión y la visión, además permitirá que la empresa logre lo que desea, mejorar el rendimiento del negocio y generar rentabilidad, es por ello que toda empresa debe contar con un plan estratégico basado en la gestión de calidad. En algunos casos se presentarán dificultades en su implementación en la empresa, para ello se debe tener un personal que rinda y sea eficiente, para una mejor funcionalidad de la herramienta en la empresa; se debe aplicar técnicas de rendimiento al personal, asimismo se debe establecer un plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades, también tomar en cuenta las principales preocupaciones que posee la empresa para establecer las estrategias.	Conoce el termino Gestión de Calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		Técnicas modernas de la gestión de calidad conoce	<ul style="list-style-type: none"> • Benchmarking • Red-corporativas • Empowerment • La 5s • Outsourcing • Otros 	Nominal
		Dificultades para la implementación de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Poca iniciativa • Aprendizaje lento • No se adapta a los cambios • Desconocimiento del puesto • Otros 	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> • La observación • La evaluación • Escala de puntuaciones • Evaluación de 360° • Otros 	Nominal
		La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		Conoce el termino plan estratégico	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		La empresa cuenta con un plan estratégico	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		Para que utiliza Ud. El plan estratégico	<ul style="list-style-type: none"> • Descubrir lo mejor de su empresa • Aclarar ideas futuras • Prevenir cualquier eventualidad • Diseñar una estructura de objetivos que sea desea lograr • No utiliza un plan estratégico 	Nominal
		Las principales preocupaciones que posee su empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Producción • Ahorro • Inversión • Crédito 	Nominal

Continua...

Concluye.

Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Escala de Medición
		Ha establecido un plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades	<ul style="list-style-type: none">• Si• No	Nominal
		Ha diseñado una misión y visión de su empresa	<ul style="list-style-type: none">• Si• No	Nominal
		Que desea lograr en su empresa	<ul style="list-style-type: none">• Ser reconocida en el mercado• Alcanzar rentabilidad	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica y el instrumento que se utilizaron en la investigación son los siguientes:

Se aplicó la técnica de la encuesta, ello permitió recopilar datos e información pertinentes de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarmey.

El Instrumento que se aplicó fue el Cuestionario estructurado de 22 preguntas cerradas, las cuales fueron distribuidas de la siguiente manera: 5 referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas, 4 referente a las características de las micro y pequeñas empresas, 6 referente a la variable de Gestión de Calidad y 7 referente a la técnica administrativa: Planeamiento Estratégico, además las preguntas fueron de diferentes tipos como de intervalo, dicotómicas y politómicas; todo ello permitió tener información y obtener conclusiones sobre los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro ferretería y también sobre la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico. (ver anexo 5)

4.5 Plan de análisis

Se realizó el análisis descriptivo de la investigación utilizando el programa WORD 2010 para elaborar las encuestas a los representantes (ver anexo 5) y el informe de la investigación; además se aplicó el programa de EXCEL 2010 para elaborar las tabulaciones (ver anexo 6), las figuras (ver anexo 7) y tablas para procesar la información que se obtuvo de la encuesta realizada a los representantes, ello se visualiza en los anexos, también se empleó el programa de PDF para la presentación del informe de investigación.

4.6 Matriz de consistencia lógica.

Matriz de Consistencia					
Enunciado	Objetivos	Variables	Metodología		
			Población y Muestra	Métodos	Técnicas E Instrumentos
¿Cuáles son las características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico, del sector comercio, rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, 2016?	<p>Objetivo General: Determinar las características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, 2016.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, de la ciudad de Huarmey, distrito de Huarmey, provincia de Huarmey, año 2016 • Determinar las características de las micro y pequeñas empresas en la ciudad de Huarmey, distrito de Huarmey, provincia de Huarmey, año 2016 • Determinar las características de una Gestión de Calidad con el uso del Planeamiento estratégico en el sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarmey, distrito de Huarmey, provincia de Huarmey, año 2016 	Gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico.	<p>Población: Estuvo conformado por 15 micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, 2016; la información se obtuvo mediante la técnica del sondeo, por medio de esta técnica se pudo estimar cuantas micro y pequeñas empresas que existen.</p> <p>Muestra: Fue dirigido a 10 micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, 2016, solo se consideraron aquellas micro y pequeñas empresas porque sus representantes brindaron información para el desarrollo del trabajo de investigación.</p>	<p>Diseño de la investigación: El diseño de investigación del presente estudio fue no experimental – transversal – descriptivo.</p> <p>Fue no experimental porque se realizó sin manipular la variable, se observó la gestión de calidad con el uso del planteamiento estratégico en la micro y pequeñas empresas de. Sector comercio, rubro ferretería tal como se mostró dentro de su contexto, sin sufrir modificaciones.</p> <p>Fue transversal porque se estudió en un espacio de tiempo determinado, donde se estableció un inicio y un fin del estudio, este fue en el transcurso del año 2016.</p> <p>Fue descriptivo, porque describió características importantes de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería de la ciudad de Huarmey, 2016.</p>	<p>La técnica y el instrumento que se utilizaron en la investigación son los siguientes:</p> <p>Técnica: Se aplicó la técnica de la encuesta, ello permitió recopilar datos e información pertinentes de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarmey.</p> <p>Instrumento: El Instrumento que se aplico fue el cuestionario estructurado de 22 preguntas cerradas, las cuales fueron distribuidas de la siguiente manera: 5 referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas, 4 referente a las características de las micro y pequeñas empresas, 6 referente a la variable de gestión de calidad y 7 referente a la técnica administrativa: planeamiento estratégico, además las preguntas fueron de diferentes tipos como de intervalo, dicotómicas y politómicas; todo ello permitió tener información y obtener conclusiones sobre los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro ferretería y también sobre la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico.</p>

4.7 Principios éticos

En la presente investigación los principios éticos que se utilizaron en la realización del estudio fueron:

- Principio de Confidencialidad, porque solo se publicó la información relevante que el representante de la micro y pequeña empresa proporcionó y también se reservó dicha información que no se desea ser compartida con el público.
- Principio de Confiabilidad, porque los datos e información que se presentan son reales, extraídos de fuentes confiables.
- Principio Respeto a la persona humana, porque se respetaron las opiniones, ideas, creencias de las personas para la elaboración de la presente investigación.

El Código de Ética de Universitaria de la Universidad los Ángeles de Chimbote, aprobado por el Consejo Universitario, Resolución N°1226, Primera Versión: Agosto 2008 y Elaborado por Julio B. Domínguez Granda. Lo principios son los siguientes:

- Principio de Respeto a la Dignidad Humana: La dignidad del hombre ante Dios es el fundamento de la dignidad para una sociedad justa que respeta a la persona humana como fin último de la sociedad y responsable por su propio proceso de crecimiento junto con la comunidad de la que forma parte.
- Principio del Bien Común: Conjunto de condiciones de vida social que hace posible a las organizaciones y a cada uno de sus miembros el logro más pleno de su propio crecimiento. El fin de la vida social es el bien común históricamente realizable.
- Principio de la Subsidiaridad: Cultivar, una actitud de ayuda “subsidium”, por tanto, de apoyo, promoción, desarrollo y respeto a quienes lo requieran, principalmente las organizaciones más pequeñas, reconociendo su iniciativa, libertad y responsabilidad.
- Principio de la Solidaridad: La solidaridad como virtud moral es la determinación firme y perseverante de empeñarse en el bien común; es decir en bien de todos y cada uno, para que todos seamos verdaderamente responsables de todos. Es una virtud social orientada al bien común y a la entrega por el bien del prójimo. Dispuesto a entregar en lugar de explotar, y de servir en lugar de oprimir en provecho propio.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 01 Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarmey, 2016.

Datos generales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad		
18 a 30 años	1	10,0
31 a 50 años	7	70,0
51 a más años	2	20,0
Total	10	100,0
Género		
Masculino	6	60,0
Femenino	4	40,0
Total	10	100,0
Grado de instrucción		
Sin Instrucción	0	0,0
Primaria	0	0,0
Secundaria	3	30,0
Superior no Universitaria	4	40,0
Superior Universitaria	3	30,0
Total	10	100,0
Cargo que desempeña		
Dueño	8	80,0
Administrador	2	20,0
Total	10	100,0
Tiempo en el cargo		
0 a 3 años	3	30,0
4 a 6 años	3	30,0
7 a más años	4	40,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarmey, año 2016.

Tabla 02 Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarmey, 2016.

Datos generales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	2	20,0
4 a 6 años	3	30,0
7 a más años	5	50,0
Total	10	100,0
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	9	90,0
6 a 10 trabajadores	1	10,0
11 a más trabajadores	0	0,0
Total	10	100,0
Las personas que trabajan en la empresa		
Familiares	8	80,0
Personas no Familiares	2	20,0
Total	10	100,0
Objetivo de creación		
Generar ganancia	10	100,0
Subsistencia	0	0,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarmey, año 2016.

Tabla 03 Características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarney, 2016.

Datos generales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce termino gestión de calidad		
Si	4	40,0
No	6	60,0
Total	10	100,0
Técnicas modernas de la gestión de calidad conoce		
Benchmarking	2	20,0
Red – corporativas	0	0,0
Empowerment	0	0,0
La 5 s	0	0,0
Outsourcing	0	0,0
Otros	8	80,0
Total	10	100,0
Dificultades para la implementación de gestión de calidad		
Poca Iniciativa	3	30,0
Aprendizaje lento	6	60,0
No se adapta a los cambios	1	10,0
Desconocimiento del puesto	0	0,0
Otros	0	0,0
Total	10	100,0
Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce		
La observación	9	90,0
La evaluación	1	10,0
Escala de puntuaciones	0	0,0
Evaluación de 360°	0	0,0
Otros	0	0,0
Total	10	100,0
La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
Si	4	40,0
No	6	60,0
Total	10	100,0
La gestión de calidad a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización		
Si	4	40,0
No	6	60,0
Total	10	100,0
Conoce termino plan estratégico		
Si	4	40,0
No	6	60,0
Total	10	100,0
Cuenta con un plan estratégico		
Si	2	20,0
No	8	80,0
Total	10	100,0

Continua...

Tabla 03 Características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarmey, 2016.

Concluye.

Datos generales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Para que utilizan el plan estratégico		
Descubrir lo mejor de su empresa	0	0,0
Aclarar ideas futuras	0	0,0
Prevenir cualquier eventualidad	2	20,0
Diseñar una estructura de objetivos que desea lograr	0	0,0
No utiliza un plan estratégico	8	80,0
Total	10	100,0
Principal preocupación que posee su empresa		
Producción	0	0,0
Ahorro	0	0,0
Inversión	2	20,0
Crédito	8	80,0
Total	10	100,0
Establece un plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades		
Si	3	30,0
No	7	70,0
Total	10	100,0
Diseño una misión y visión de su empresa		
Si	3	30,0
No	7	70,0
Total	10	100,0
Desea lograr la empresa		
Ser reconocida en el mercado	0	0,0
Alcanzar rentabilidad	10	100,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarmey, año 2016.

5.2 Análisis de los Resultados

Referente a la Tabla 01: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarmey, 2016.

Edad del representante: El 70% de los representantes tienen una edad de entre 31 a 50 años (Tabla 01), lo cual coincide con lo expuesto por Rodríguez (2016) ya que indica que el 66.7% de sus representantes encuestados tienen entre 31 a 50 años, del mismo modo coincide con los resultados de Gonzales (2016) el cual determina que el 50% de los representantes tienen 31 a 50 años, igual que Gamarra (2017) coincide que el 55% de los empresarios tienen entre 31 a 50 años y también Espinoza (2017) quien señala que el 50% de los representantes tienen 31 a 50 años, por otro lado coincide levemente con Rubio (2014) quien manifiesta que el 44% de los representantes tienen entre 41 a 50 años, mientras que Chuquipiondo (2017) coincide levemente ya que el 75% de los representantes tienen entre 25 a 44 años. Esto indica que los adultos y jóvenes son los que más emprenden una micro y pequeñas empresas del sector comercio, los adultos crean un negocio por la necesidad de tener un trabajo independiente que les genere ingresos, con su ingenio y experiencia ellos permanecen en el mercado, actualmente los jóvenes emprendedores, prefieren generar sus propios ingresos económicos y no depender de sus familiares, además ellos son quienes tienen una mentalidad innovadora y creativa.

Género del representante: El 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son varones (Tabla 01), el cual coincide con Rodríguez (2016) ya que indica que el 83.3% de sus representantes son del género masculino, asimismo coincide con Chuquipiondo (2017) señala que el 65% de los encargados de las micro y pequeñas empresas son del género masculino, de igual forma Gamarra (2017) coincide que el 67% de los empresarios son de sexo masculino. Pero contrasta con Rubio (2014) quien manifiesta que el 89% de los representantes son de sexo femenino, del mismo modo contrasta con Gonzales (2016) ya que el 63.3% de los representantes son mujeres y también contrasta con Espinoza (2017) puesto que obtuvo que el 85% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas encuestadas son de sexo femenino. Según los resultados se aprecia que las micro y pequeñas empresas están representadas tanto por varones como por mujeres, ello indica que ambos tienen una participación, muy importante en el sector comercio,

puesto que ambos géneros tienen la misma obligación de obtener ganancias y mejorar económicamente, sin embargo, en el rubro ferretería aun destaca la participación de los varones, ya que ellos tienen experiencia y conocimientos necesarios para este rubro.

Grado de instrucción: El 40% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestas tienen grado superior no universitaria (Tabla 01), lo cual coincide con Gonzales (2016) ya que el 50% de los representantes tienen estudios tecnológicos, por otro lado, contrasta con Rubio (2014) quien indica que el 78% de los representantes tienen estudios universitarios de igual forma contrasta con Rodríguez (2016) el afirma que el 66.7% de los representantes tienen grado profesional universitario, además contrasta con Chuquipiondo (2017) quien manifiesta que el 70% de encargados de las micro y pequeñas empresas culminaron solo la secundaria, del mismo modo contrasta con Espinoza (2017) quien señala que el 65% de los representantes tienen el grado académico secundaria y de igual manera contrasta con Gamarra (2017) quien en su investigación determina que el 61% de los empresarios de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción secundaria. Por ello se puede concluir que los representantes tienen diferentes grados de instrucción, indistintamente del grado de instrucción que se tenga todos emprenden un negocio por la necesidad de obtener ganancias y mejorar su calidad de vida.

Cargo que desempeña: El 80% de los representantes encuestados son dueños de las micro y pequeñas empresas (Tabla 01), lo cual coincide con Rubio (2014) quien señala que el 56% de sus encuestados son propietarios de la empresa, del mismo modo Gonzales (2016) coincide que el 40% es propietario de las micro y pequeñas empresas, igual que Espinoza (2017) coincide en su estudio de investigación manifiesta que el 75% son dueños de sus negocios, además Chuquipiondo (2017) coincide lo expuesto anteriormente ya que según sus resultados el 70% de los representantes son dueños de las micro y pequeñas empresas. Ante esta comparación, se concluye que las micro y pequeñas empresas son negocios propios en donde los dueños son quienes se encargan de funcionamiento y administración de su propia empresa, en muchos de los casos ellos se encargan de todo con el fin de no contratar a un personal que administre el negocio, ello quizás por la desconfianza de que sean deshonestos al rendir cuentas, le roben, de que no abran el negocio en el horario de atención indicado, etc.

Tiempo en el Cargo: El 40% de los propietarios de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo en el cargo de 7 a más años (Tabla 01), asimismo Rubio (2014) contrasta en sus resultados de investigación que el 67% de los representantes tienen entre 6 a 10 años en el cargo, también contrasta con Espinoza (2017) quien indica que el 60% de los representantes tienen entre 4 a 6 años en el cargo. Se concluye que las micro y pequeñas empresas está constituida por representantes que tienen la madurez laboral para gestionar una empresa y ello permite la eficiencia en la toma de decisiones.

Referente a la Tabla 02: Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarney, 2016.

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro: El 50% de las micro y pequeñas empresas estudiadas tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 7 a más años (Tabla 02), esto coincide levemente con Gamarra (2017) quien manifiesta que el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen alrededor de 8 a más años de permanencia en el rubro de la misma forma coincide levemente con Gonzales (2016) quien indica que el 56.7% de las micro y pequeñas empresas tienen una permanencia en el mercado de 5 a 10 años. Además, contrasta con los resultados de Rubio (2014) quien señala que el 56% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 0 a 5 años de actividad, asimismo contrasta con Rodriguez (2016) quien determina que el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 4 años de permanencia en el mercado y también contrasta con Chuquipiondo (2017) quien tuvo como resultado que el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 2 años de permanencia en la actividad de la empresa. Según los resultados se concluye que las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen un tiempo de permanencia en el sector comercial considerable en algunos casos, esto indica que los propietarios van desarrollando sus habilidades empresariales y también obtienen la experiencia necesaria para seguir en el mercado.

Número de trabajadores: El 90% de las micro y pequeñas empresas tiene entre 1 a 5 trabajadores (Tabla 02), ello coincide levemente con lo expuesto por Gonzales (2016) quien manifiesta que el 76.7% tiene de 1 a 4 colaboradores, también coincide levemente con Gamarra (2017) quien indica que el 83% tienen entre 0 a 4 trabajadores en las empresas encuestadas, a su vez coincide levemente con los resultados de Rodriguez (2016) quien estima que el 100% tienen un número de

empleados permanente y eventuales menores a 10. Entonces las micro y pequeñas empresas están constituidas por un número reducido de trabajadores, ya que no tiene muchas actividades en las que implica mano de obra, además que los dueños de los negocios en su mayoría realizan todas las funciones en su empresa.

Las personas que trabajan en su empresa: El 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas indican que los trabajadores en su mayoría son familiares, mientras que el 20 % de los representantes tienen trabajadores que son personas no familiares (Tabla 02). Ello indica que los representantes prefieren tener a sus familiares más cercanos trabajando para ellos, ya que los conocen y no habría desconfianza, además que así se apoyan económicamente.

Respecto al objetivo de creación: el 100% de las micro y pequeñas empresas su principal objetivo de creación es generar ganancia (Tabla 02), lo cual coincide totalmente con Rodríguez (2016) quien señala que el 100% de las empresas son creadas para generar ganancias, además coincide con Rubio (2014) quien indica que el 89% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen el objetivo de obtener ganancias, asimismo Gamarra (2016) también coincide con los anteriores resultados ya que el 61% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con la finalidad de generar ganancias, mientras que Gonzales (2016) contrasta que el 66.7% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo crecer y expandir el negocio. Se concluye que las micro y pequeñas empresas tienen la prioridad de obtener ganancias, ello permite que los representantes del negocio puedan tener ingresos económicos que les ayude a solventarse en su día a día.

Referente a la Tabla 03: Características de la Gestión de Calidad con el uso del Planeamiento Estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarney, 2016.

Termino gestión de calidad: El 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas desconocen sobre el término de gestión de calidad (Tabla 03). Ello coincide con Rubio (2014) quien indica que 67% no conoce el término de gestión de calidad, de igual manera coincide con Espinoza (2017) quien señala que el 70% de los representantes tienen desconocimiento sobre la gestión de calidad. Mientras que, contrasta con Gonzales (2016) quien manifiesta que el 80% conoce el significado de gestión de calidad y también contrasta con Gamarra (2017) quien determina que el 72% de los representantes conocen el termino gestión de calidad.

Según los resultados manifestados se concluye que la mayoría de los empresarios de las micro y pequeñas empresas desconocen sobre la gestión de calidad, lo cual indica la falta de orientación para gestionar correctamente los procesos y actividades empresariales, por otro lado, hay representantes de las micro y pequeñas empresas que tienen conocimientos sobre este tema tan importante, el cual permite una mejor gestión en el direccionamiento de la empresa.

Técnicas modernas de la gestión de calidad: El 80% de los representantes utilizan cualquier otra técnica de gestión de calidad que no sea el benchmarking, red – corporativas, empowerment, la 5s y outsourcing (Tabla 03). Ello contrasta con los antecedentes de la presente investigación, ya que Rodríguez (2016) indica que el 66.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas en su investigación utilizan la técnica del benchmarking y también contrasta con Gonzales (2016) manifiesta que el 80% de los encargados de las micro y pequeñas empresas utilizan las técnicas de planeamiento estratégico, benchmarking u outsourcing y también se contrasta que según Chuquipiondo (2017) el 75% de los representantes desconoce las técnicas de gestión. Por ello se concluye que no todos los representantes de las micro y pequeñas empresas utilizan una técnica moderna de gestión de calidad ya que no tienen conocimientos necesarios sobre la gestión de calidad y no conocen las diferentes técnicas de gestión que existen, los cuales les permitiría ser más eficientes.

Las dificultades para la implementación de gestión de calidad: El 60% de las micro y pequeñas empresas tienen dificultades para la implementación de la gestión de calidad como el aprendizaje lento (Tabla 03), ello contrasta con Rodriguez (2016) ya que en su estudio el 83.3% de los representantes de los negocios tienen la dificultad de la poca iniciativa por parte de sus colaboradores. Según la comparación no todas las micro y pequeñas empresas tienen la misma dificultad, porque varía según la aptitud que los miembros de la empresa tengan para trabajar basados en la gestión de calidad.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El 90% de las micro y pequeñas empresas investigadas indican que la observación es la técnica que más utilizan para medir el rendimiento del personal (Tabla 03). Lo cual contrasta con lo manifestado por Rubio (2014) señala que el 89% de los jefes de las micro y pequeñas empresas utilizan la técnica de la autoevaluación y revisión, además contrasta con Rodríguez (2016) indica que el 66.7% utilizan la escala de

puntuaciones para medir el rendimiento del personal. Se concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas utilizan técnicas de rendimiento diferentes, ello depende de las obligaciones que los colaboradores tengan en el trabajo.

La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio:

El 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad no contribuye a mejorar el rendimiento del negocio (Tabla 03), este resultado coincide con Gamarra (2017) quien manifiesta que el 27.8% de los empresarios considera que la gestión de calidad no contribuye a los negocios, por otra parte contrasta con Rodríguez (2016) quien indica que el 100% de los representantes consideran que la gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento de la micro y pequeña empresa, asimismo Rubio (2014) contrasta que el 89% de los empresarios consideran que la gestión de calidad permite una mejora continua en el negocio, a su vez se contrasta con Gonzales (2016) que el 80% de los representantes percibe que la gestión de calidad ayuda a crecer en el mercado. Es decir, la mayoría de representantes al no saber a profundidad sobre el tema la gestión de calidad, no lo aplican en sus negocios, es por ello que algunos consideran que la gestión de calidad no les permite mejorar el rendimiento de su empresa, por eso deberían tener unas instrucciones sobre el tema e implantarlas en su negocio para comprobar que la gestión de calidad si les permite mejorar, como para los representantes que sí aplican la gestión de calidad, ellos tienen una mejora continua que les permite crecer en el mercado.

La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas: El 60% de los encuestados, señala que la gestión de calidad no les permite alcanzar los objetivos y metas de la organización (Tabla 03); este resultado coincide con Chuquipiondo (2017) en su estudio el 69% de los representantes consideran que la gestión no les ayuda a alcanzar sus objetivos, por otro lado contrasta con Rubio (2014) quien manifiesta que el 89% de los representantes indican que el proceso de la gestión de calidad permiten alcanzar los objetivos de la empresa. Se puede decir que hubo representantes que desconocen el tema de gestión de calidad y por ende no saben si la gestión de calidad les permite alcanzar sus objetivos y metas. Por otra parte, para algunos representantes consideran que la gestión de calidad es una forma de que su empresa sea exitosa y les permita alcanzar sus objetivos.

Termino plan estratégico: El 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas no conocen sobre el plan estratégico, mientras que el 40% de los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen el termino plan estratégico. (Tabla 03), lo cual indica que algunos de los representantes no tienen un entendimiento de lo que es un plan estratégico, y por otro lado hay representantes que conocen lo que es un plan estratégico.

Cuentan con un plan estratégico: El 80% de las micro y pequeñas empresas señalaron que no cuentan con un plan estratégico (Tabla 03), lo cual contrasta con Rodríguez (2016) quien indica que el 100% de los negocios tienen un plan estratégico. Se concluye que los empresarios encuestados aun no implementan un plan estratégico en sus empresas ya que no tienen el conocimiento a profundidad sobre su funcionamiento, pero en cambio los representantes que aplican el planeamiento estratégico tienen las directrices necesarias para lograr los objetivos de la empresa.

Para que utiliza usted el plan estratégico: En el presente estudio de investigación el 80% no utiliza un plan estratégico en las micro y pequeñas empresas, pero el 20% de los representantes de las micro y pequeñas empresas utilizan el plan estratégico para prevenir cualquier eventualidad. (Tabla 03), muchos de los representantes no utilizan un plan estratégico porque no cuentan con los conocimientos a profundidad del tema, por otro lado, algunos de los representantes si cuentan con uno y lo utilizan como una herramienta de prevención.

Principales preocupaciones que posee su empresa: El 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen la principal preocupación del crédito, mientras que el 20% de los representantes consideran que la principal preocupación que posee su empresa es la inversión. (Tabla 03). Toda empresa requiere de crédito para poder abastecer su negocio, es por ello por lo que la principal preocupación es el crédito, y los intereses que ellos tienen que pagar a la entidad o persona que les presto, para ello, los representantes necesitan vender sus productos para poder cumplir con el pago de estos.

Han establecido un plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades: El 70% de los representantes no han establecido un plan de acción para transformar las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades, por otro lado, el 30% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si establecieron un plan de acción para convertir las

debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades (Tabla 03). Los representantes no utilizan un plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades porque no ven la importancia de estas, además porque ellos tienen años en el mercado trabajando sin necesidad de aplicar un plan de acción, en cambio si ellos aplicaran dicho plan de acción mejoraría su forma de gestionar su empresa y asimismo mejoraría sus ingresos económicos ya que al detectar sus debilidades y amenazas se podrá tomar medidas para superar todo ello, y saber cuáles son las oportunidades y habilidades permitirá tener una mejor participación en el mercado.

Ha diseñado una misión y visión en su empresa: El 70% de las empresas encuestadas no tienen una misión y visión (Tabla 03), lo cual contrasta con Chuquipiondo (2017) quien señala que el 95% de los negocios tienen una misión, visión y valores establecidos. Según esta comparación se puede determinar que las micro y pequeñas empresas no establecen su misión y visión ya que no saben de su importancia, y en otros casos no saben cómo elaborar una misión y visión, es necesario indicar que tanto la visión y misión son guías para poder alcanzar sus objetivos, además permiten diferenciarse de los demás.

Que desea lograr en su empresa: El 100% de las micro y pequeñas empresas anhelan lograr alcanzar la rentabilidad de su negocio (Tabla 03). Este es un ítem parecido al de la variable de las Mypes (objetivo de creación - Tabla 02). Donde también se puede concluir que toda micro y pequeña empresa es constituida con la finalidad de generar beneficios económicos – ganancias.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarmey, 2016 son de género masculino, tienen entre 31 a 50 años, son dueños de la empresa. La mayoría relativa tiene grado de instrucción superior no universitaria y tienen entre 7 a más años en el cargo.

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarmey tienen como objetivo de creación generar ganancias. La mayoría tienen un tiempo de permanencia de la empresa de 7 a más años, tienen un número de trabajadores de 1 a 5 trabajadores, y los que laboran son familiares.

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarmey desean lograr alcanzar la rentabilidad. La mayoría desconoce del término gestión de calidad, ellos utilizan otras técnicas modernas de la gestión de calidad menos el Benchmarking, Red – corporativas, Empowerment, las 5s y el Outsourcing, el aprendizaje lento es la dificultad para la implementación de la gestión de calidad, la observación es la técnica que utilizan para medir el rendimiento del personal y asimismo ellos indican que la gestión de calidad no contribuye a mejorar el rendimiento del negocio y tampoco ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas, por otro lado, los representantes no conocen el término el plan estratégico, por ende no cuentan con uno, asimismo, no utilizan un plan estratégico, ni han establecido un plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades, menos aún, han diseñado una misión y visión de su empresa y su principal preocupación es el crédito.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Armijo, M. (2011). *Planificación Estratégica en indicadores de desempeño en el sector público*. ILPES de la CEPAL. Recuperado de http://www.cepal.org/ilpes/publicaciones/xml/8/44008/SM_69_MA.pdf
- Chiavenato, I y Sapiro A. (2010). *Planeación Estratégica. Fundamentos y aplicaciones*. México: Mc Graw Hill
- Chiavenato, I y Sapiro, A. (2017). *Planeación Estratégica. Fundamentos y Aplicaciones. Tercera Edición*. México D.F, México: Mc Graw Hill (Ed.)
- Choque, R., (2015). *Planeamiento Estratégico. Utilizando el Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard)*, Lima, Perú: Editorial Macro
- Chuquipiondo, A. (2017). “*Gestión de Calidad y Formalización en las Ventas de Repuestos y accesorios de Motos y Motokar del Distrito de Yarinacocha, año 2016*”. (Tesis para optar Título Profesional de Administración). Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000042973>
- Cursos AIU. (s.f). Principios de la Gestión de la Calidad [PDF]. Recuperado de <http://cursos.aiu.edu/Modelos%20y%20Sistemas%20de%20Calidad%20en%20la%20Educacion/PDF/Tema%202.pdf>
- Domínguez, J. (2008). Código de ética Universitaria. Recuperado de <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2012/Codigo-Etica-v01.pdf>
- El Telégrafo. (28 de Junio de 2017). *5 de las empresas en el país son mipymes*. Recuperado de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-95-de-las-empresas-en-el-pais-son-mipymes>
- Espinoza, L. (2017). “*Gestión de Calidad con el uso del Marketing Estratégico en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de ropa, galería Señor de los Milagros de Huarmey, año 2016*”. (Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración). Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043057>

- Euronews. (28 de setiembre del 2017). El futuro de las pymes: el motor económico de Europa. Recuperado de <http://es.euronews.com/2015/09/28/el-futuro-de-las-pymes-el-motor-economico-de-europa>
- Gamarra, L. (2017). “*Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de información y comunicación en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Ferretería, Ciudad de Huarney, 2016*”. (Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración). Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043050>
- Gonzales, F. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro venta minorista de ropa, mercado modelo del distrito de Chimbote, 2013* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041226>
- Ley que Modifica Diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial, Ley N°30056. Lima, Perú, 03 de julio de 2013. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/SNIL/normas/2013-07-02_30056_2966.pdf
- Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, Ley N°28015. Decreto Supremo N°009 – 2003 – TR. Lima, Perú, 03 de julio de 2003. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf
- Rodriguez, M. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el distrito de Juanjuí, año 2016*. (Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración). Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041223>
- RPP Noticias. (06 de Julio de 2016). *Solo el 1% de empresas en Perú cuenta con sistemas de gestión de calidad*. Recuperado de <http://rpp.pe/campanas/branded-content/solo-el-1-de-empresas-en-peru-cuenta-con-sistemas-de-gestion-de-calidad-noticia-977089>

- Rubio, Y. (2014). “*Caracterización del financiamiento y la Gestión de Calidad en las Mype’s del Sector - Comercio Rubro – Venta de Productos Agropecuarios, Equipos e Insumos del Distrito de Chimbote, Año 2011*”. (Tesis para optar el Título Profesional de licenciada en Administración). Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034216>
- Saieg, L. Falta de planificación: el principal problema de las pymes. (22 de mayo de 2015). *Los Andes*. Recuperado de <http://www.losandes.com.ar/article/falta-de-planificacion-el-principal-problema-de-las-pymes>
- Uribe, M. (2007). Marco teórico de la calidad, base para la caracterización de los sistemas de gestión de la calidad de empresas de Ibagué. *Revista Mundo Económico y Empresarial*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/282331057_Marco_teorico_de_la_calidad_base_para_la_caracterizacion_de_los_sistemas_de_gestion_de_la_calidad_de_empresas_de_Ibague

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Elaboración del Proyecto de Investigación.	X	X	X	X											
Revisión y Aprobación del Proyecto de Investigación.					X										
Información Preliminar del Informe de Tesis y la Introducción.						X									
Revisión de Literatura							X	X							
Metodología, Resultados y Conclusiones de la Investigación.									X	X					
Presentación y Evaluación del Informe Final de Tesis.											X	X	X		
Elaboración de Artículo Científico.														X	
Pre Banca de Sustentación.															X

Anexo 2: Presupuesto

DETALLE	UND.	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Movilidad		10	30.00	300.00
Impresiones	Hojas	200	0.30	60.00
USB	Und.	1	30.00	30.00
Folder	Und.	4	1.00	4.00
Mica	Und.	2	1.00	2.00
Lápiz	Und.	2	1.00	2.00
Anillado	Und.	3	3.00	9.00
Bolígrafos	Und.	4	1.00	4.00
Papel Bond 60 Gr.	Paq.	1	12.00	12.00
Empastados	Und.	2	40.00	80.00
Taller de Titulación	-	-	2,100.00	2,100.00
TOTAL				2,603.00

Financiamiento:

Autofinanciado por la investigadora

Anexo 3: Cuadro de población según Sondeo

N°	Razón Social	Dirección
01	EL IMPERIO	Jr. Grau N° 326
02	NILALYS	Av. Olivar Mz. B Lt. 1ª
03	MACOFER	Urb. El Carmen Mz. A Lt. 6
04	TAYS	Av. Aija
05	PAMAR	Calle Aija N° 118 Casco Urbano
06	LA SOLUCION	Av. Aija N° 114- Mz “C”, Lote 32
07	PAREDES	Mz C LT. 19 Casco Urbano
08	CARLOS	Calle Casma N° H1 – Galeria Municipal Sr. De los Milagros – Stand N° 103 Casco Urbano
09	VEGA TECHOS	Av, Aija
10	JANESI	Casco Urbano N° H 1 – INT. 101 – LT. 100 (REF. GALERIA MUNICIPAL)
11	ARIANNA	Av. Alberto Reyes N° 161
12	EDWIN	Galería Municipal Señor de los Milagros.
13	LAS MALVINAS	Calle 2 de Mayo
14	ARGOS	Av. Aija
15	ELECTRO ANFACEL	Av. Olivar cuadra 3

Anexo 4: Cuadro muestral

N°	Razón Social	Dirección
01	EL IMPERIO	Jr. Grau N° 326
02	NILALYS	Av. Olivar Mz. B Lt. 1ª
03	MACOFER	Urb. El Carmen Mz. A Lt. 6
04	TAYS	Av. Aija
05	PAMAR	Calle Aija N° 118 Casco Urbano
06	LA SOLUCION	Av. Aija N° 114- Mz “C”, Lote 32
07	PAREDES	Mz C LT. 19 Casco Urbano
08	CARLOS	Calle Casma N° H1 – Galeria Municipal Sr. De los Milagros – Stand N° 103 Casco Urbano
09	JANESI	Casco Urbano N° H 1 – INT. 101 – LT. 100 (REF. GALERIA MUNICIPAL)
10	ARIANNA	Av. Alberto Reyes N° 161

Anexo 5: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de Calidad con el uso del Planeamiento Estratégico en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, rubro Ferretería en la ciudad de Huarney, Año 2016. Para obtener el título de licenciado en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

1.1 REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. Edad

- a) 18-30años
- b) 31-50años
- c) 51 a más años

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitaria

4. Cargo

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

- 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.

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancias
- b) Subsistencia

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No

11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:

- a) Benchamarking
- b) Red – Corporativas
- c) Empowerment
- d) Las 5 s
- e) Outsourcing
- f) Otros

12. ¿Qué dificultades para la implementación de gestión de calidad?

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta los cambios
- d) Desconocimiento del puesto
- e) Otros

13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

- a) La observación
- b) La evaluación
- c) Escala de puntuaciones
- d) Evaluación de 360°
- e) Otros

14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

- a) Si
- b) No

Anexo 6: Tabulación de Resultados

Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1. Edad del Representante	a) 18 – 30 años	I	1	10,0
	b) 31 – 50 años	IIIIII	7	70,0
	c) 51 a más años	II	2	20,0
	Total		10	100,0
2. Genero del Representante	a) Masculino	IIIIII	6	60,0
	b) Femenino	III	4	40,0
	Total		10	100,0
3. Grado de Instrucción	a) Sin instrucción	-	0	0,0
	b) Primaria	-	0	0,0
	c) Secundaria	III	3	30,0
	d) Superior no universitaria	IIII	4	40,0
	e) Superior universitaria	III	3	30,0
	Total		10	100,0
4. Cargo que desempeña en la Mype	a) Dueño	IIIIIIII	8	80,0
	b) Administrador	II	2	20,0
	Total		10	100,0
5. Tiempo que desempeña en el cargo	a) 0 a 3 años	III	3	30,0
	b) 4 a 6 años	III	3	30,0
	c) 7 a más años	IIII	4	40,0
	Total		10	100,0

Referente a las características de las micro y pequeñas empresas

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	a) 0 – 3 años	II	2	20,0
	b) 4 – 6 años	III	3	30,0
	c) 7 a más años	IIII	5	50,0
	Total		10	100,0
7. Número de Trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores	IIIIIII	9	90,0
	b) 6 a 10 trabajadores	I	1	10,0
	c) 11 a más trabajadores	-	0	0,0
	Total		10	100,0
8. Las personas que trabajan en su empresa son	a) Familiares	IIIIII	8	80,0
	b) Personas no Familiares	II	2	20,0
	Total		10	100,0
9. Objetivo de creación	a) Generar ganancias	IIIIIII	10	100,0
	b) Subsistencia	-	0	0,0
	Total		10	100,0

Referente a la variable gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
10. Conoce el termino gestión de calidad	a) Si	III	4	40,0
	b) No	IIII	6	60,0
	Total		10	100,0
11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce	a) Benchmarking	II	2	20,0
	b) Red – corporativas	-	0	0,0
	c) Empowerment	-	0	0,0
	d) La 5s	-	0	0,0
	e) Outsourcing	-	0	0,0
	f) Otros	IIIIII	8	80,0
	Total		10	100,0
12. Qué dificultades para la implementación de gestión de calidad	a) Poca iniciativa	III	3	30,00
	b) Aprendizaje lento	IIII	6	60,0
	c) No adapta a los cambios	I	1	10,0
	d) Desconocimiento del puesto	-	0	0,0
	e) Otros	-	0	0,0
	Total		10	100,0
13. Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce	a) La observación	IIIIIIII	9	90,0
	b) La evaluación	I	1	10,0
	c) Escala de puntuaciones	-	0	0,0
	d) Evaluación de 360°	-	0	0,0
	e) Otros	-	0	0,0
	Total		10	100,0
14. La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	a) Si	III	4	40,0
	b) No	IIII	6	60,0
	Total		10	100,0
15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización	a) Si	III	4	40,0
	b) No	IIII	6	60,0
	Total		10	100,0
16. Conoce el termino plan estratégico	a) Si	III	4	40,0
	b) No	IIII	6	60,0
	Total		10	100,0
17. Su empresa cuenta con un plan estratégico	a) Si	II	2	20,0
	b) No	IIIIII	8	80,0
	Total		10	100,0

Continua...

Referente a la variable gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico

Concluye.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
18. Para que utiliza Ud. el plan estratégico	a) Descubrir lo mejor de su empresa	-	0	0,0
	b) Aclarar ideas futuras	-	0	0,0
	c) Prevenir cualquier eventualidad	II	2	20,0
	d) Diseñar una estructura de objetivos que desea lograr	-	0	0,0
	e) No utiliza un plan estratégico	IIIIIIII	8	80,0
	Total		10	100,0
19. Cuáles son las principales preocupaciones que posee su empresa	a) Producción	-	0	0,0
	b) Ahorro	-	0	0,0
	c) Inversión	II	2	20,0
	d) Crédito	IIIIIIII	8	80,0
	Total		10	100,0
20. Ha establecido un plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades	a) Si	IIIIII	3	30,0
	b) No	III	7	70,0
	Total		10	100,0
21. Ha diseñado una misión y visión de sus empresas	a) Si	III	3	30,0
	b) No	IIIIII	7	70,0
	Total		10	100,0
22. Que desea lograr en su empresa	a) Ser reconocida en el mercado	-	0	0,0
	b) Alcanzar rentabilidad	IIIIIIIIII	10	100,0
	Total		10	100,0

Anexo 7: Figuras

Referente a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarney, 2016

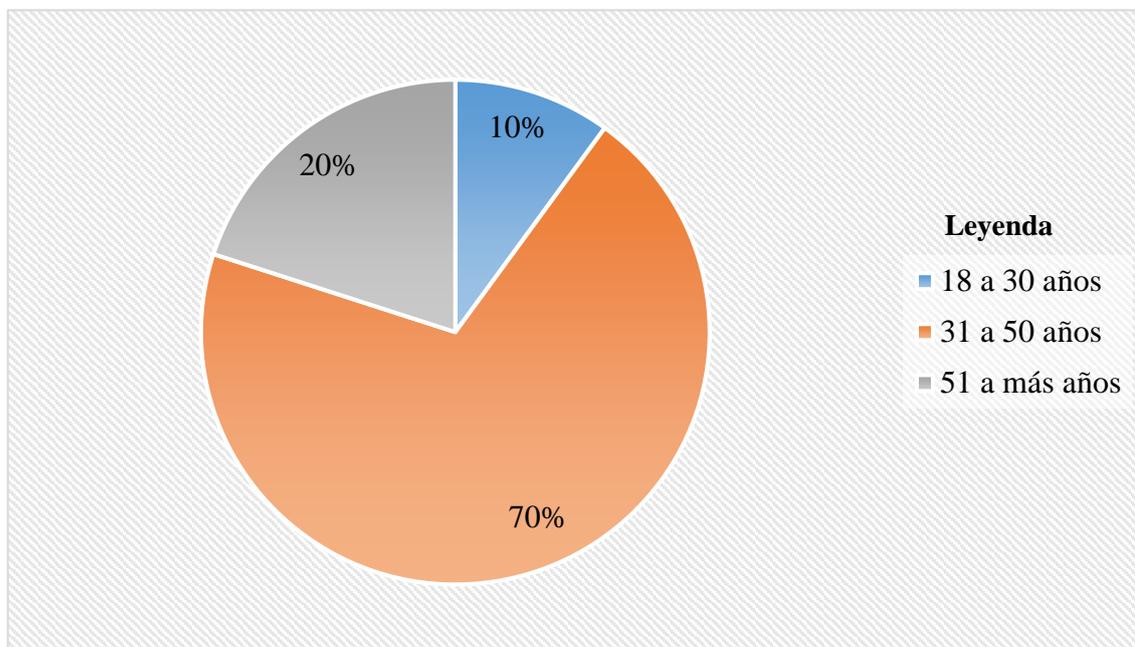


Figura 01: Edad de los representantes de las MYPE.
Fuente: Tabla 01

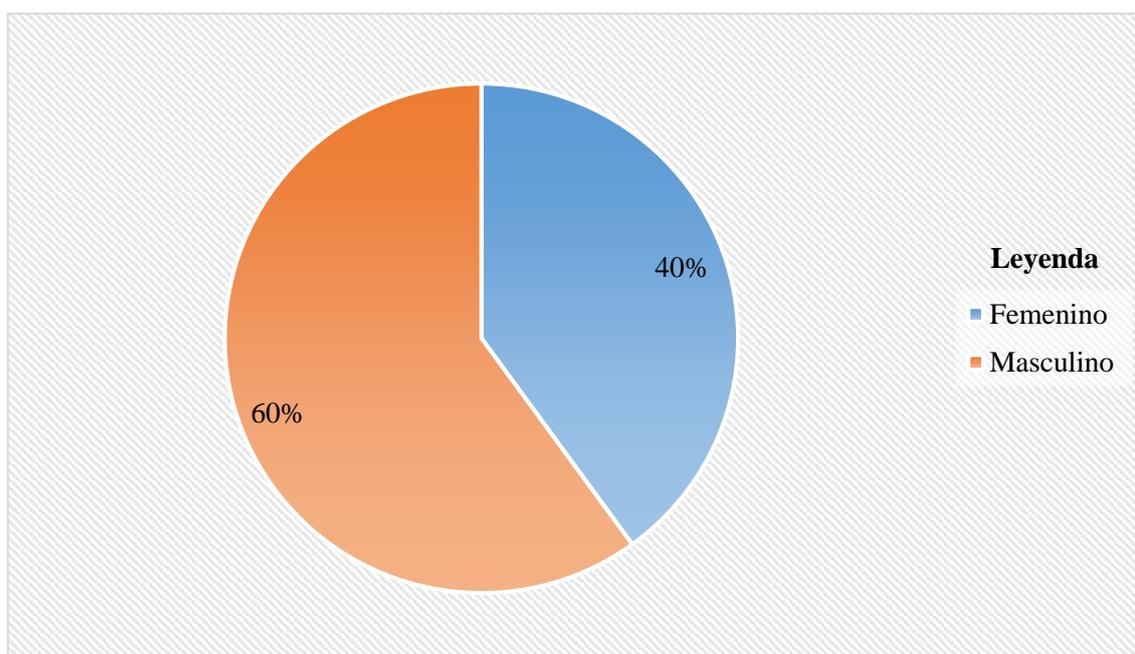


Figura 02: Género de los representantes de las MYPE.
Fuente: Tabla 01

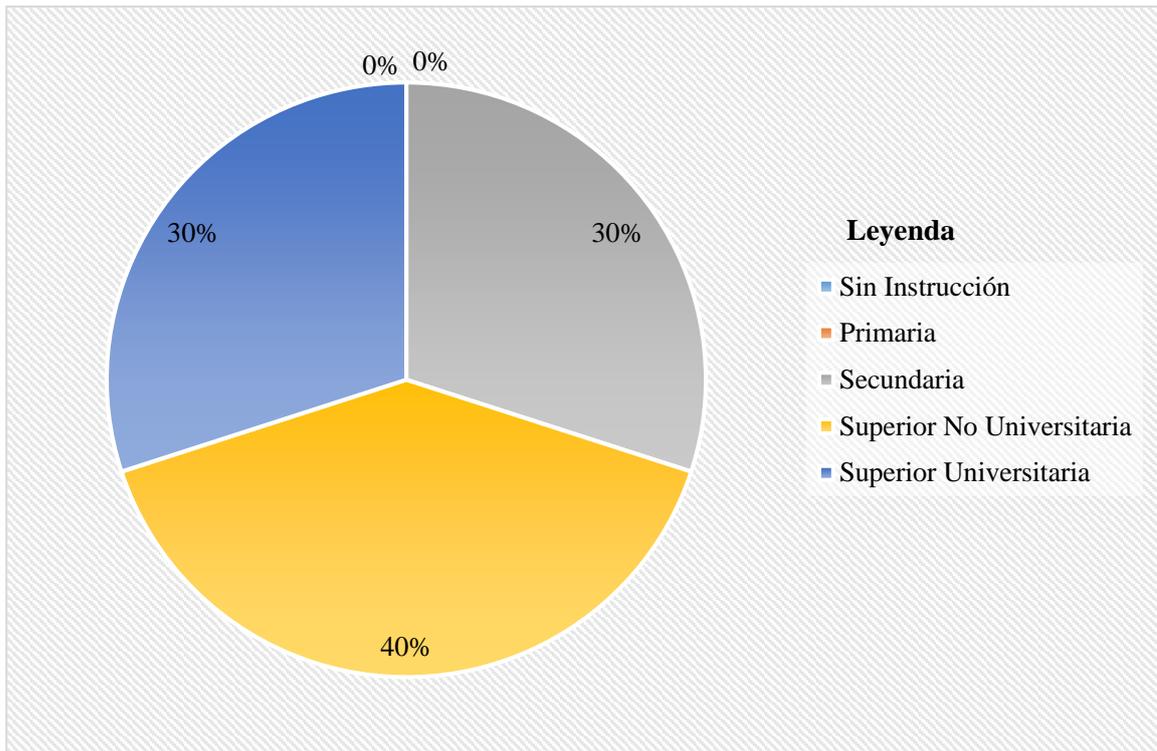


Figura 03: Grado de instrucción de los representantes de las MYPE.
Fuente: Tabla 01

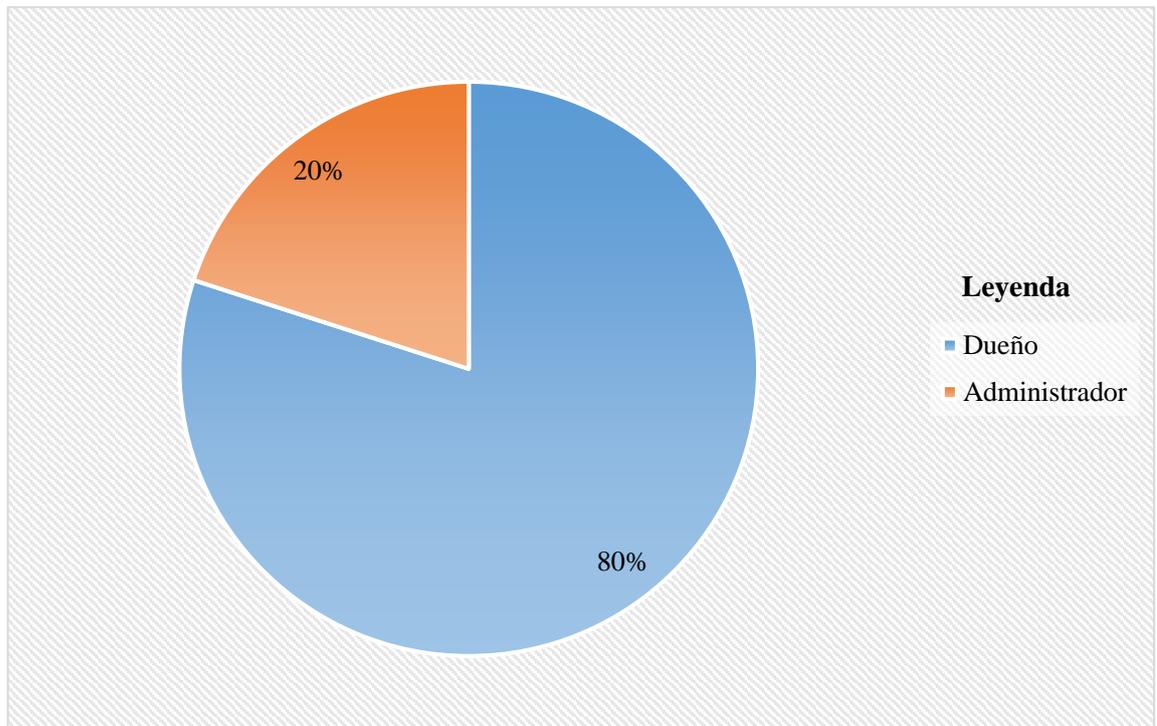


Figura 04: Cargo que desempeña los representantes de las MYPE
Fuente: Tabla 01

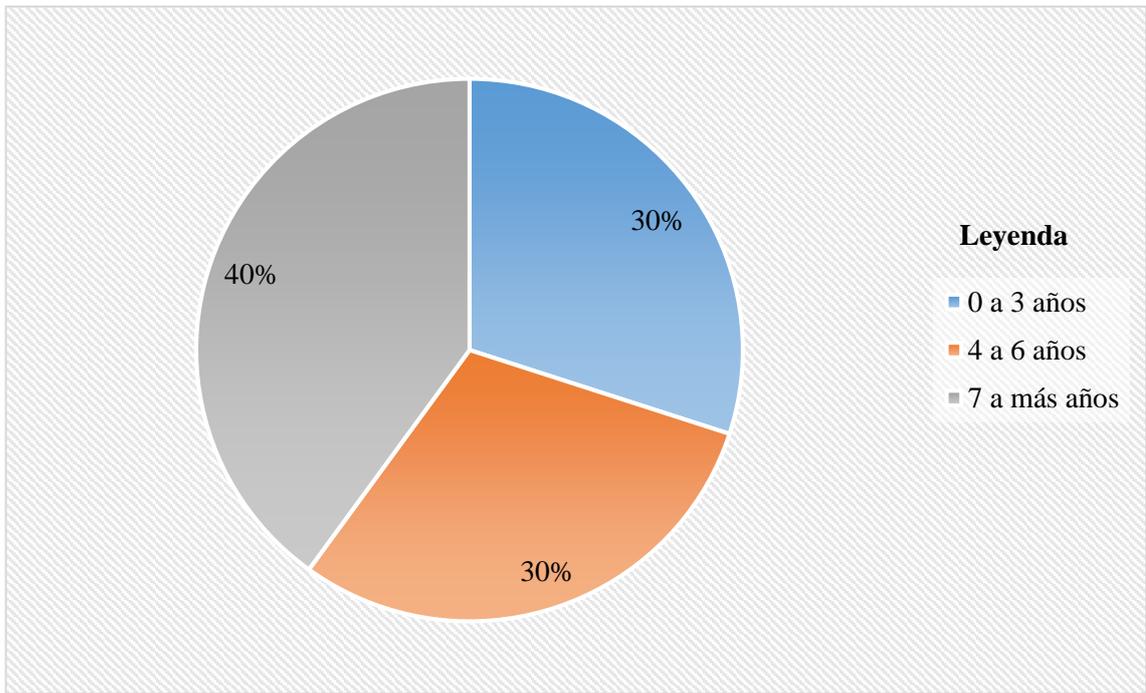


Figura 05: Tiempo que desempeña en el cargo de los representantes de las MYPE

Fuente: Tabla 01

Referente a las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarmey, 2016.

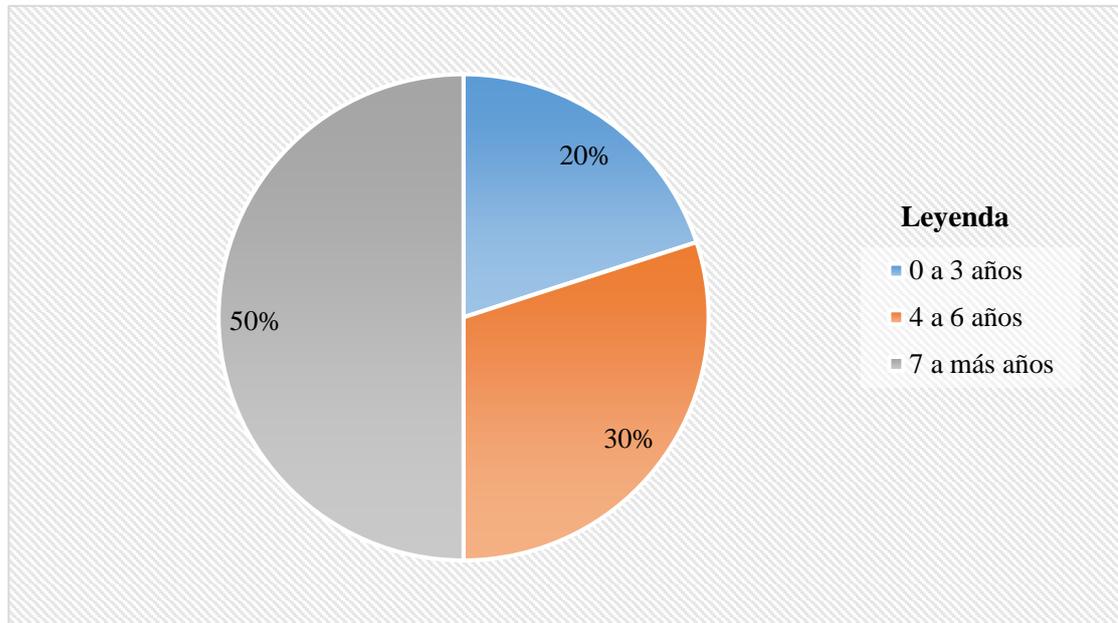


Figura 06: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro
Fuente: Tabla 02

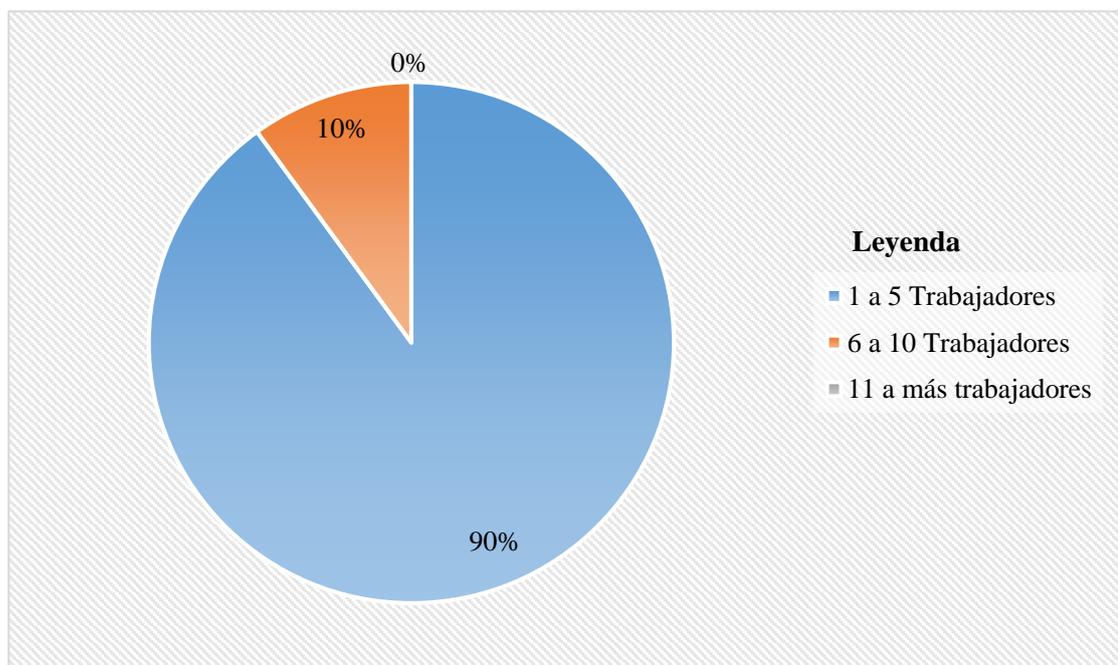


Figura 07: Número de trabajadores en las MYPE
Fuente: Tabla 02

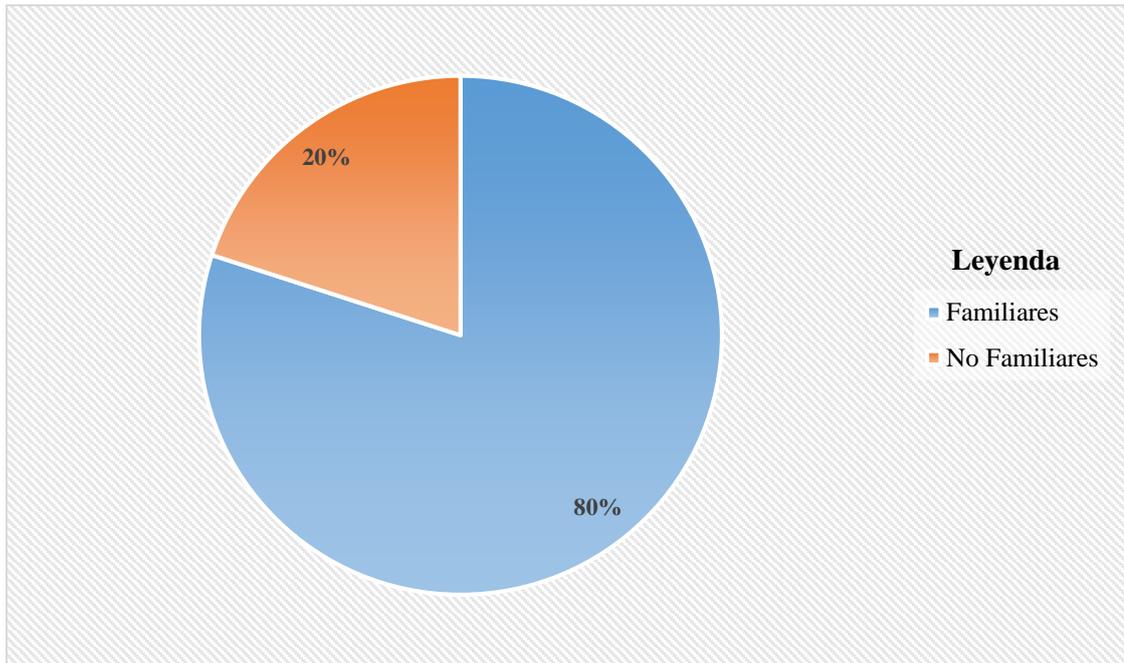


Figura 08: Las personas que trabajan en su empresa.
Fuente: Tabla 02

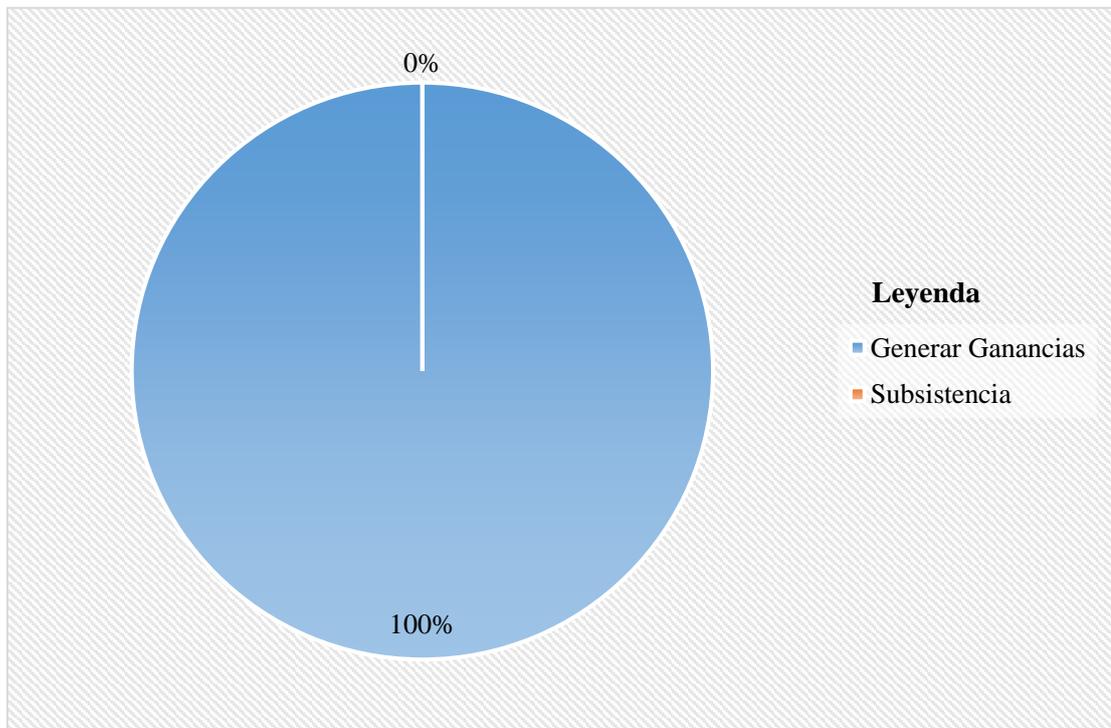


Figura 09: Objetivo de creación de las MYPE
Fuente: Tabla 02

Referente a las características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería en la ciudad de Huarney, 2016.

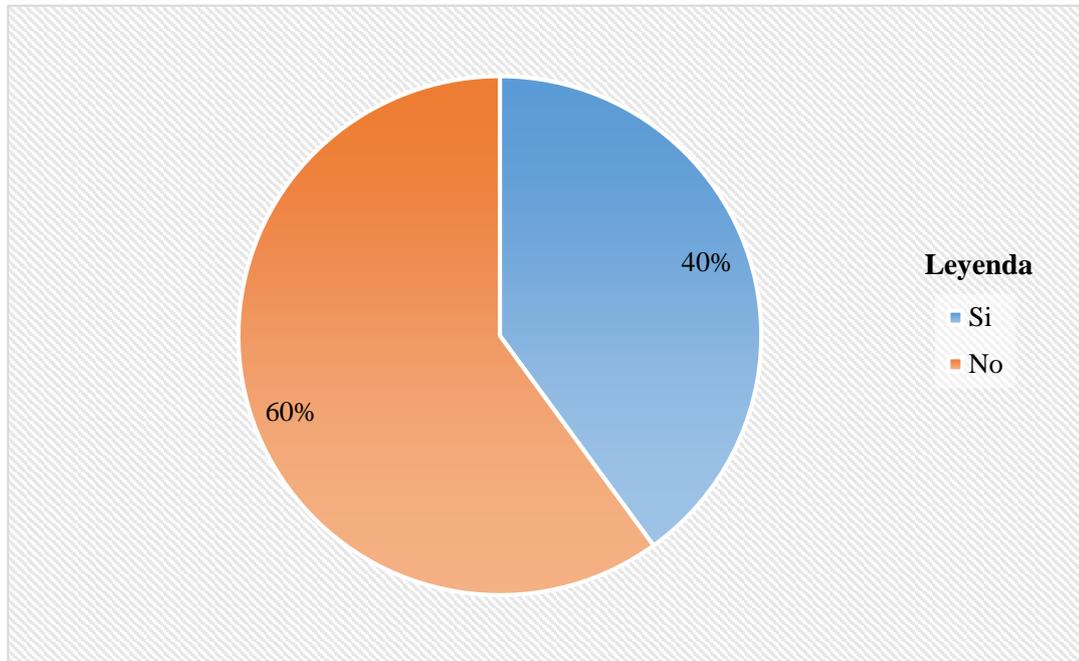


Figura 10: Conoce el termino gestión de calidad.
Fuente: Tabla 03

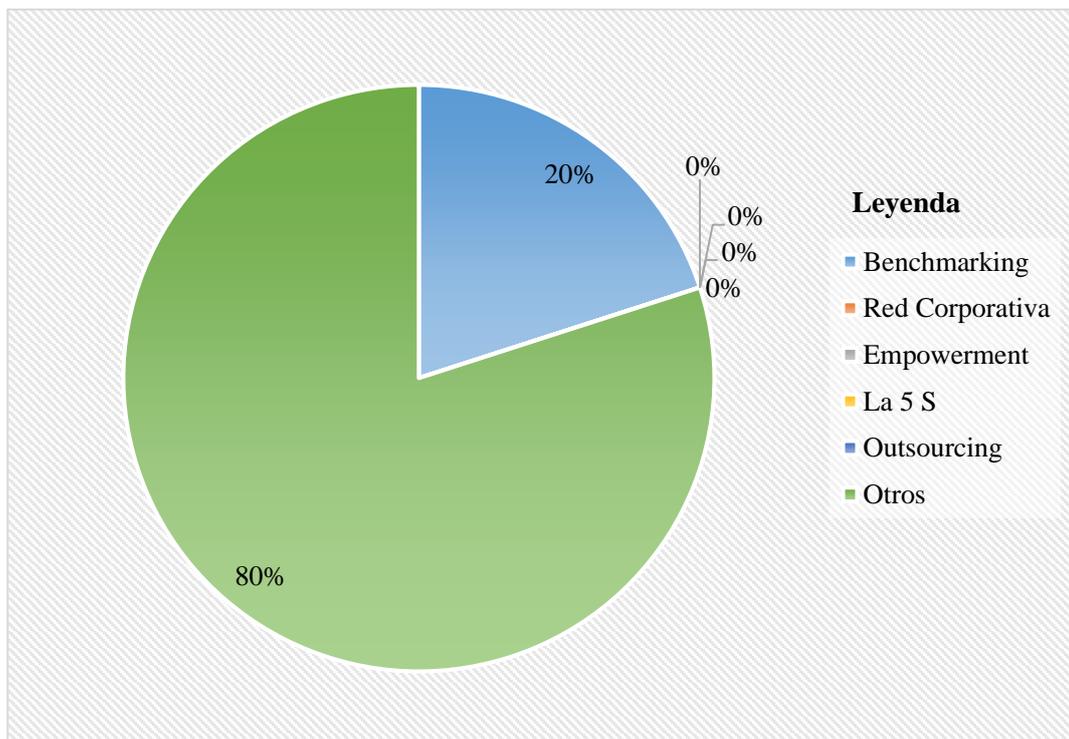


Figura 11: Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce.
Fuente: Tabla 03

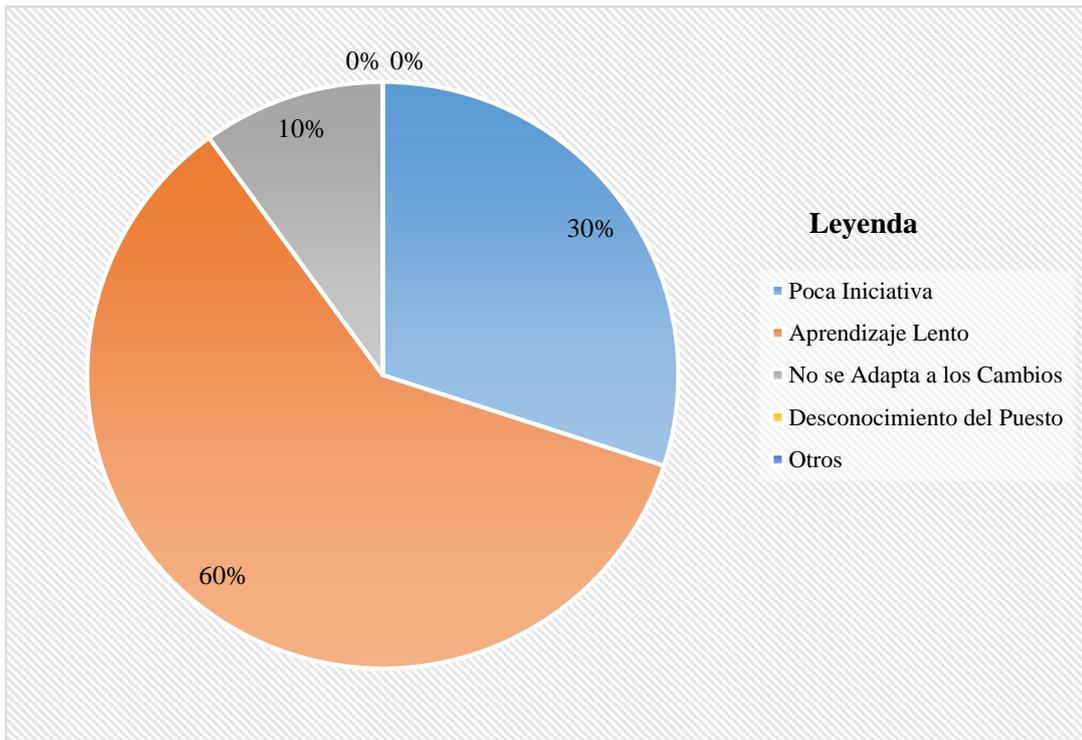


Figura 12: Que dificultades para la implementación de gestión de calidad.
Fuente: Tabla 03

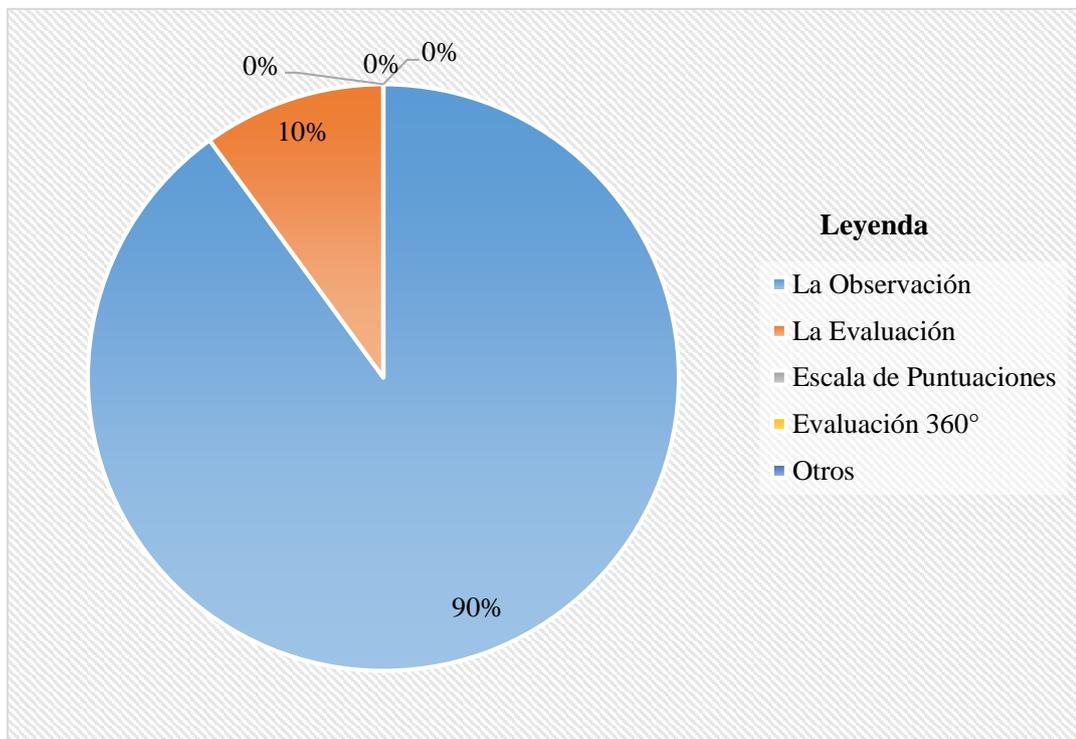


Figura 13: Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce.
Fuente: Tabla 03

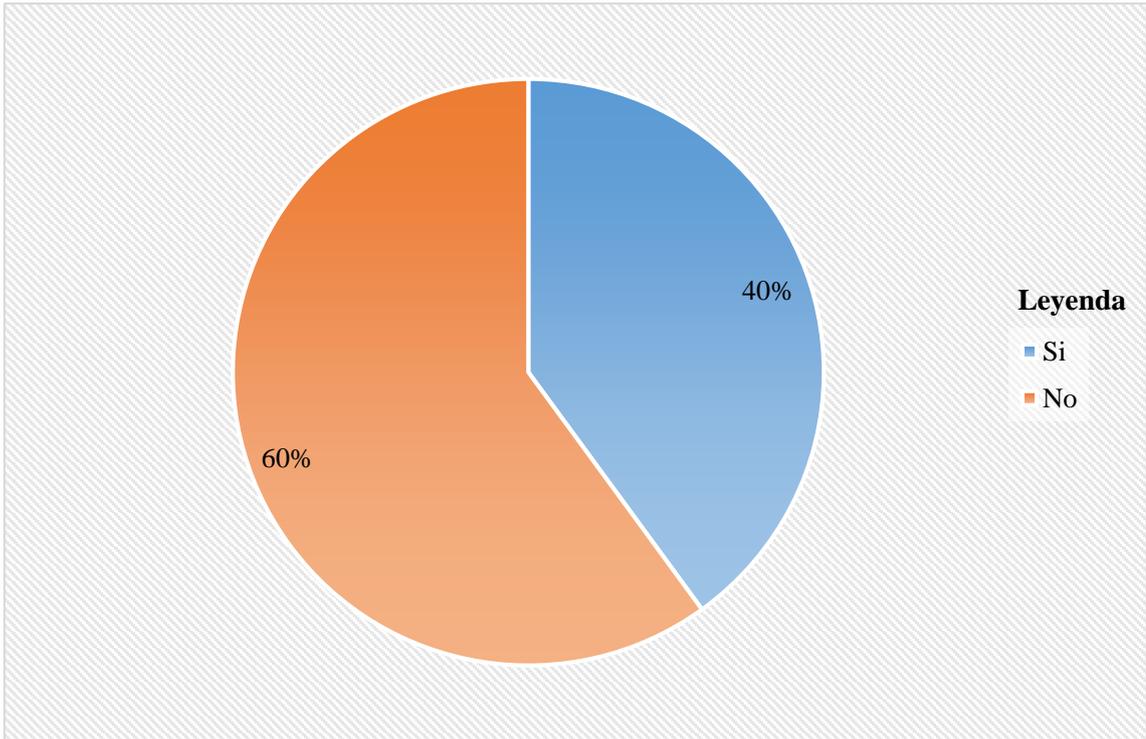


Figura 14: La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio
Fuente: Tabla 03

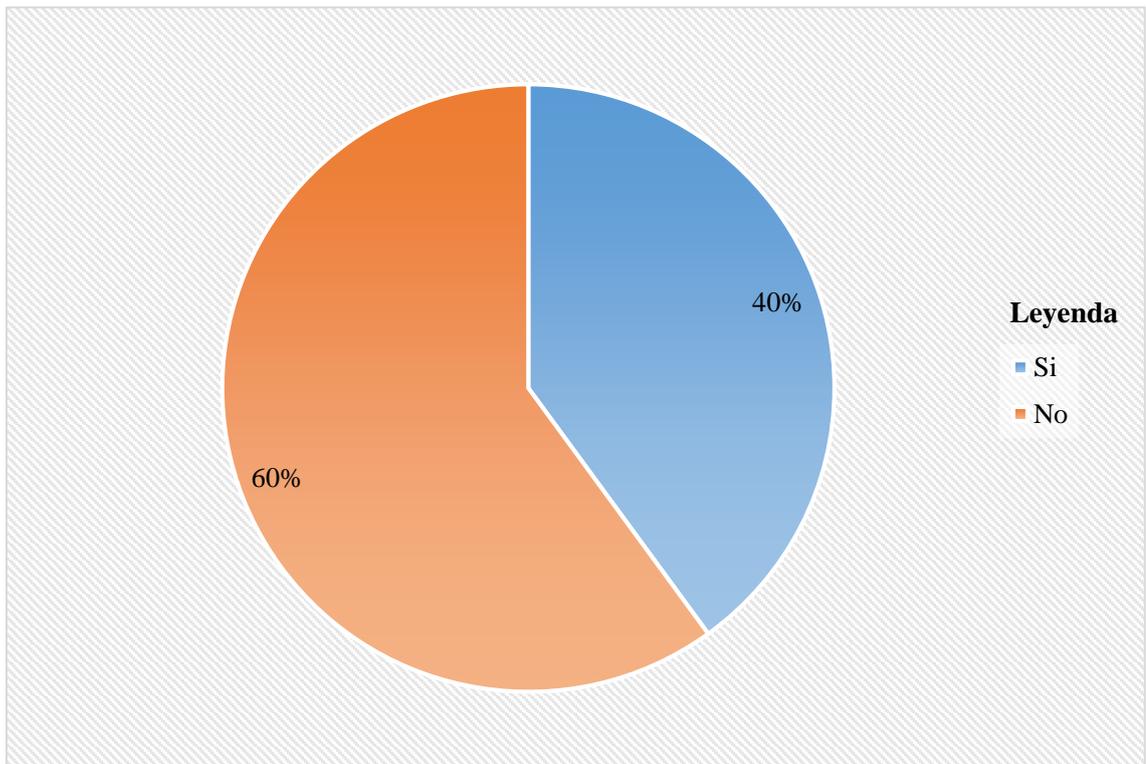


Figura 15: La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización.
Fuente: Tabla 03

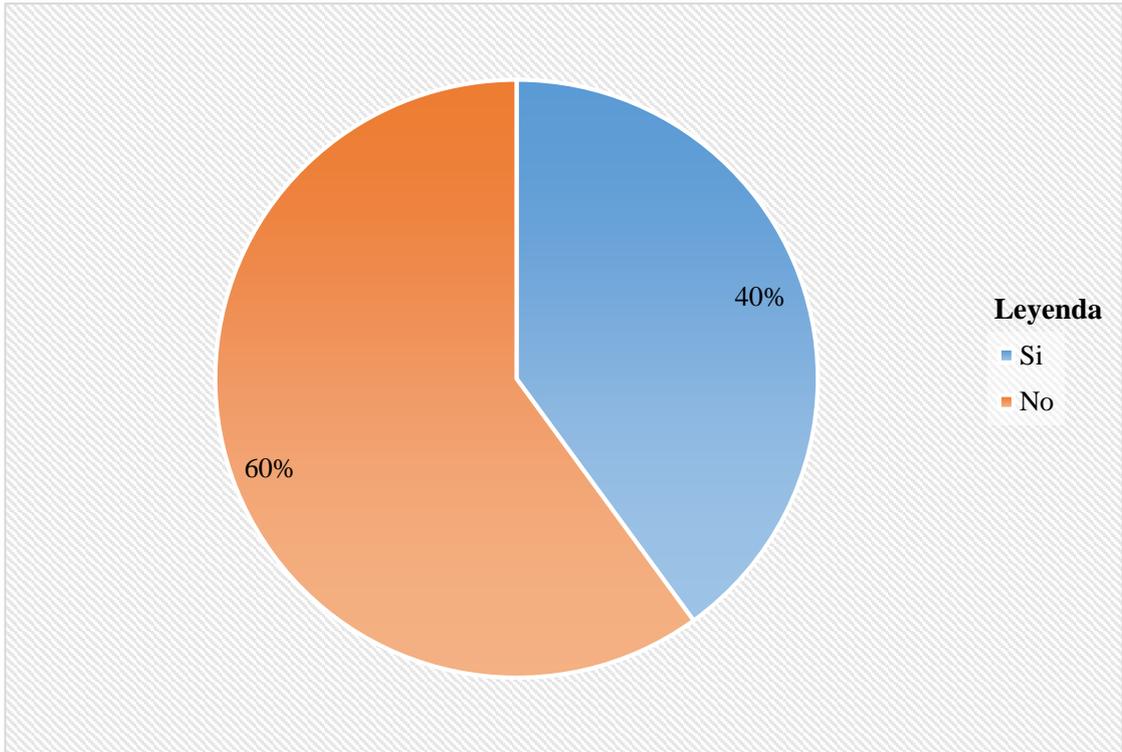


Figura 16: Conoce el término plan estratégico

Fuente: Tabla 03

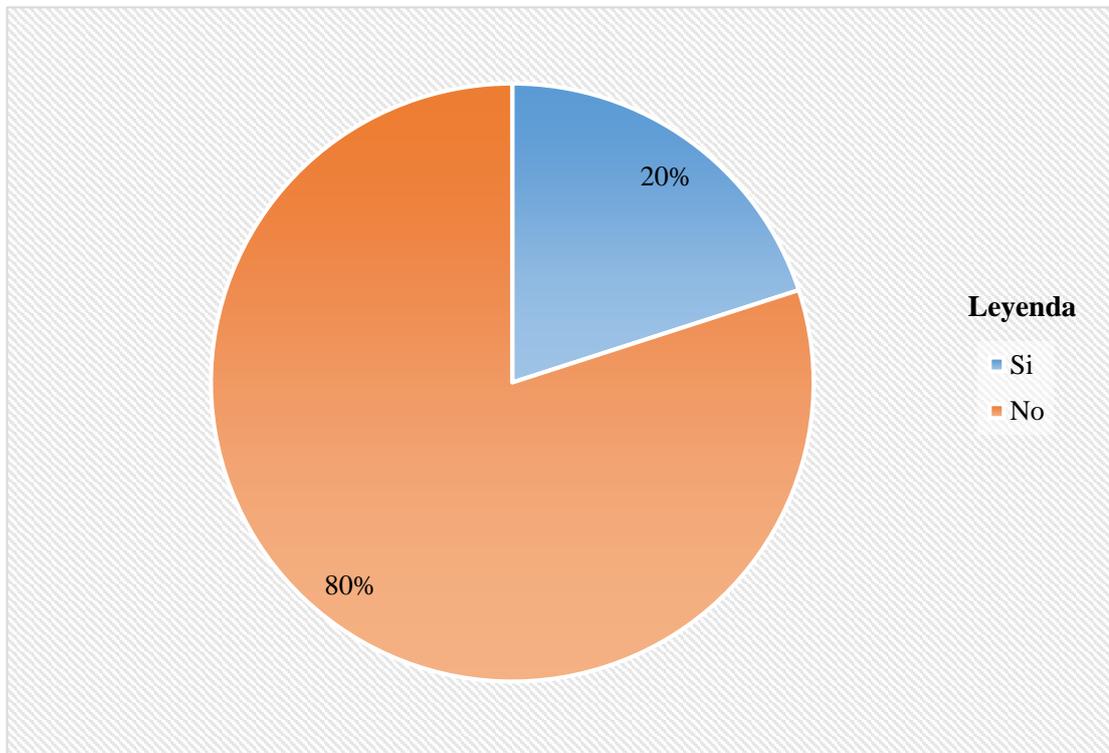


Figura 17: Su empresa cuenta con un plan estratégico

Fuente: Tabla 03

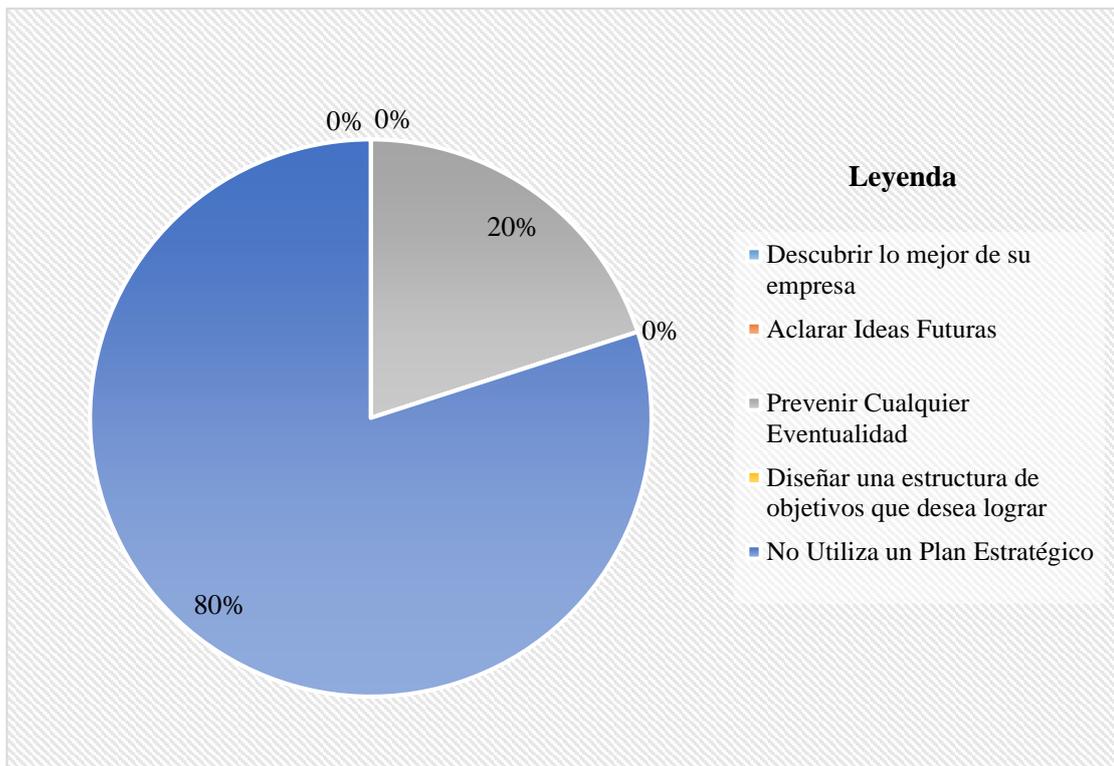


Figura 18: Para que utiliza Ud. el plan estratégico.
Fuente: Tabla 03

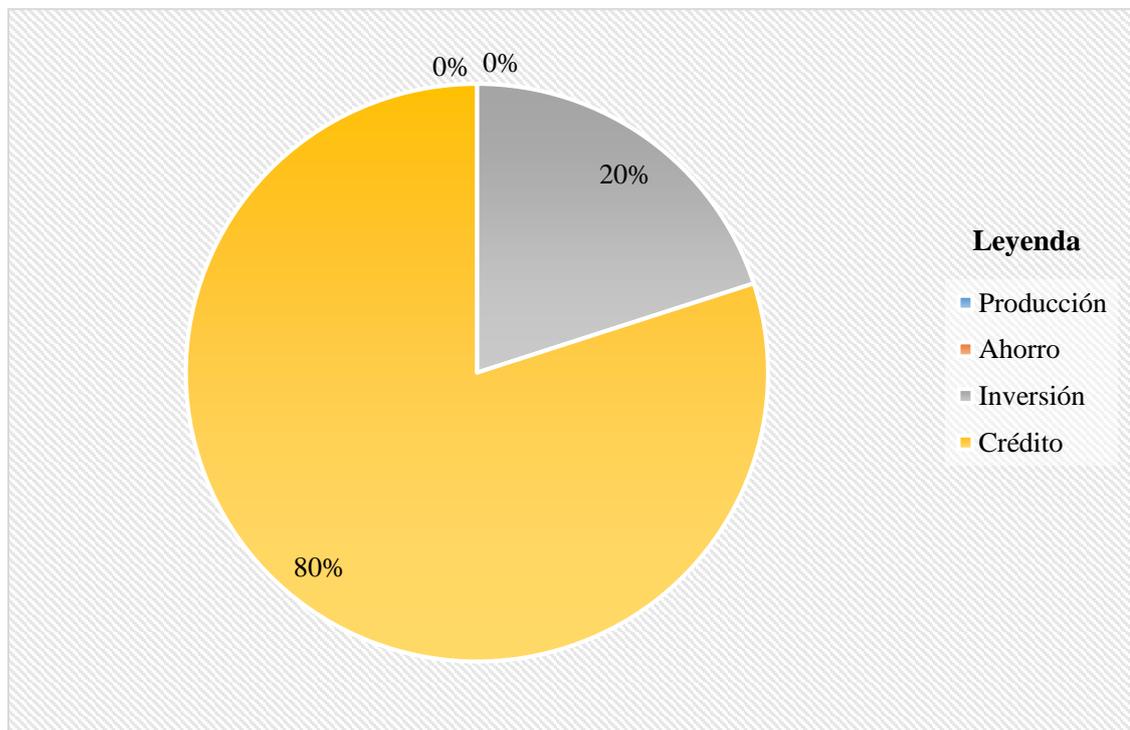


Figura 19: Cuales son las principales preocupaciones que posee su empresa
Fuente: Tabla 03

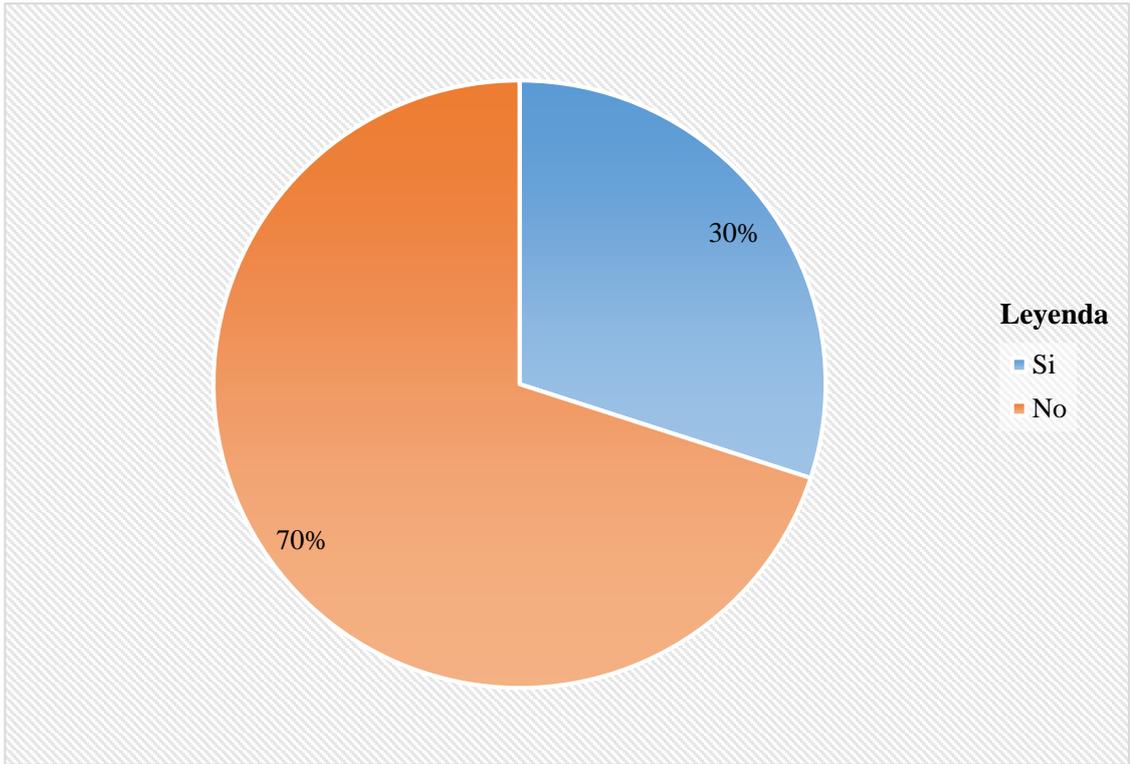


Figura 20: Ha establecido un plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades.

Fuente: Tabla 03

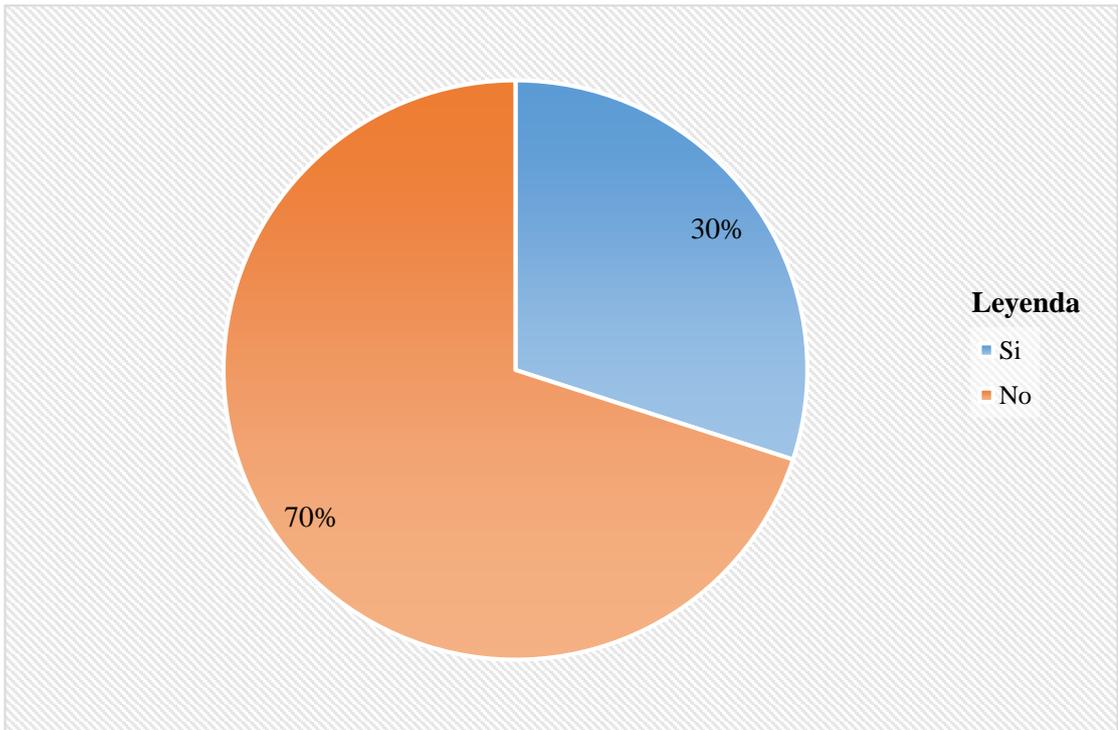


Figura 21: Ha diseñado una misión y visión de su empresa.

Fuente: Tabla 03

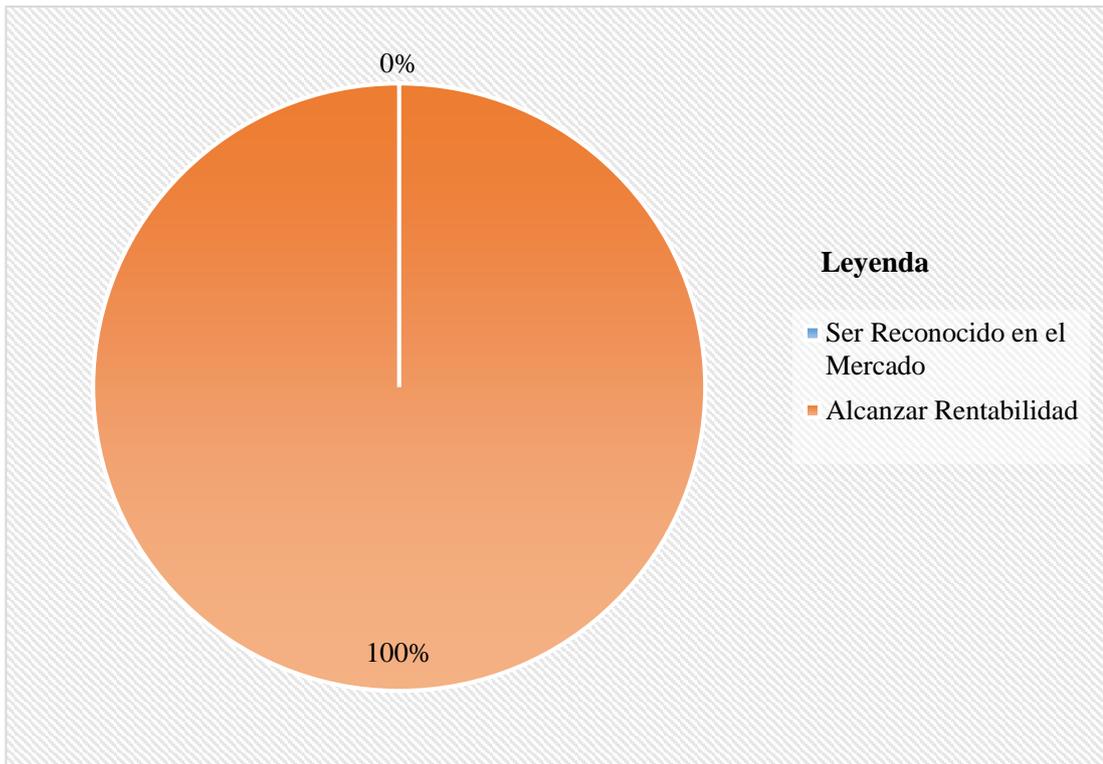


Figura 22: Qué desea lograr en su empresa.
Fuente: Tabla 03