



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO – VENTA MINORISTA DE ROPA
PARA DAMAS DEL CENTRO COMERCIAL GALERÍAS
ALFA, CHIMBOTE, 2013

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

AUTORA:

GUTIÉRREZ GÓMEZ YANINA KAREN

ASESOR:

Dr. CENTURIÓN MEDINA REINERIO ZACARÍAS

CHIMBOTE – PERÚ

2016

JURADO EVALUADOR DE TESIS

MBA.: Santos Felipe Llenque Tume

Presidente

Mgtr: Carlos Enaldo Rebaza Alfaro

Secretario

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Dr. Reinerio Zacarías Centurión Medina

Asesor

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por la vida y por guiarme en el logro de mi carrera profesional.

A mis padres por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado y por haberme dado la oportunidad de estudiar.

DEDICATORIA

Esta tesis se lo dedico a mis padres Juan y Silvia; por sus consejos, comprensión, amor, paciencia, y por el apoyo incondicional con los recursos necesarios que permitieron este logro.

A Wilson por su apoyo incondicional quien me motiva a seguir mejorando en mi carrera profesional.

RESUMEN

La presente investigación, tuvo por objetivo determinar si las MYPES del sector – comercio, rubro venta de ropa para damas de la ciudad de Chimbote aplican la gestión de calidad, en el año 2013. La investigación fue tipo descriptivo y de diseño no experimental/ transversal, se trabajó con una muestra de 14 MYPES, a la cual se aplicó un cuestionario estructurado de 17 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: **Representante legal y MYPES:** El 35.7% tienen edad entre 40 a 50 años de edad, el 64.3% son del sexo femenino, el 64.3% tienen una instrucción secundaria, el 50% tienen conocimientos de administración de empresas, el 100% de las MYPES están formalizadas, el 57.1% tienen una antigüedad de 8 años a más. **Gestión de calidad:** El 57.1% no tiene conocimientos sobre gestión de calidad, el 57.1% no cuenta con un manual de gestión de calidad en la MYPE, el 71.4% si identifica los procesos para dar un buen servicio al cliente. **Concluyendo:** La mayoría de los representantes tienen edad entre 40 a 50 años de edad, son del sexo femenino, con instrucción secundaria, cuentan con conocimientos de administración de empresas, todas las MYPES están formalizadas, la gran mayoría tiene una antigüedad de 8 años a más, no tienen conocimientos sobre gestión de calidad, no cuentan con un manual de gestión de calidad en las MYPES y la gran mayoría si identifica los procesos para dar un buen servicio al cliente.

Palabras claves: Perfil del Representante Legal, MYPES, Gestión de Calidad

ABSTRACT

This research aimed to determine whether the MSEs sector - retail sale of clothing item ladies of the city of Chimbote apply quality management in 2013. The research design was descriptive and not experimental / transversal, a sample of 14 MSEs , to which a structured the seventeen questions through the survey technique the following results questionnaire was administered was determined 35.7 % are aged between 40-50 years of age, 64.3% are female, 64.3 % had a secondary education, 50 % had knowledge of business administration, 100% of MSEs are formalized, 57.1% have dating back eight years later , Quality Management ; 57.1% have no knowledge of quality management, 57.1 % do not have a manual quality management in Mype , 71.4% by identifying the processes to give good customer service, conclusion : Most representatives have age between 40-50 years of age, are female , with secondary education , has knowledge of business administration, all MSEs are formalized , most have an age of eight years later , most have no knowledge of quality management, lacks a quality management manual in MSEs and most identifies processes to give good customer service.

Keywords: Legal Representative, MSEs , Profile Quality Management

CONTENIDO

1. Hoja jurado evaluador de tesis.....	ii
2. Hoja de agradecimiento.....	iii
3. Hoja de dedicatoria.....	iv
4. Resumen.....	v
5. Abstract.....	vi
6. Contenido.....	vii
7. Índice de tablas y figuras.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
2.1 ANTECEDENTES.....	5
2.2 BASES TEÓRICAS.....	8
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	27
III. METODOLOGÍA.....	31
3.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	31
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	31
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES.....	31
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	33
3.5. PLAN DE ANÁLISIS.....	34
3.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	35
3.7. PRINCIPIOS ÉTICOS:.....	37
IV. RESULTADOS.....	39
4.1. RESULTADOS.....	39
4.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS:.....	42
V. CONCLUSIONES.....	47
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA.....	48

Índice de tablas y figuras

	Pág.
Figura 1.1. Modelo de calidad total de EEUU (Malcolm Baldrigue).....	22
Figura 1.2 El modelo europeo de excelencia EFQM.....	25

Tablas

Tabla 01. Características de los representantes legales en las micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de ropas para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013.....	39
Tabla 02. Características de las micros y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de ropa para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013.....	40
Tabla 03. Características de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas sector comercio - rubro venta minorista de ropas para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013.....	41

(Anexos)

Figura N° 01: Edad del representante.....	58
Figura N° 02: Género del representante.....	58
Figura N° 03: Nivel educativo.....	59
Figura N° 04: Tiene estudios o conocimiento de administración de empresas.....	59
Figura N° 05: La MYPE está formalizada.....	60
Figura N° 06: Antigüedad de la MYPE.....	60
Figura N° 07: La MYPE cuenta con equipos de alta tecnología.....	61
Figura N° 08: Las instalaciones físicas de la MYPE son visualmente atractivas....	61
Figura N° 09: Realiza publicidad de la MYPE.....	62
Figura N° 9.1: Los elementos materiales (folletos, publicidad y similares) de la MYPE son visualmente atractivos.....	62
Figura N° 10: Tiene conocimiento sobre la nueva ley MYPE.....	63
Figura N° 11: Tiene conocimiento sobre la gestión de calidad.....	63
Figura N° 12: Cuando hay un problema muestra interés para solucionarlo.....	64
Figura N° 13: Tiene un trato amable con sus clientes.....	64
Figura N° 14: Tiene un manual de calidad dentro de la MYPE.....	65
Figura N° 15: La MYPE resuelve las necesidades del cliente.....	65
Figura N° 16: Identifica los procesos para dar un buen servicio al cliente.....	66

I. INTRODUCCIÓN

Las micros y pequeñas empresas (MYPES) actualmente juegan un rol muy importante en la economía del Perú y el mundo. Estas MYPES presentan un gran potencial para el crecimiento económico, desarrollo social y desarrollo de empleo en la región. Sin embargo, debido a los cambios continuos en el escenario comercial, los que dirigen las MYPES actualmente afrontan diversas dificultades, entre ellas las relacionadas a la gestión de calidad de sus negocios, sea cual fuere el sector económico al que pertenecen. Según Evans, en el siglo XXI, las empresas que no se encuentren enfocadas a la plena satisfacción del cliente difícilmente sobrevivirán, en el mercado, y esto solo se puede lograr si se aplica una adecuada gestión de calidad (Evans, 2005).

Hace tan solo unas décadas, la calidad sólo afectaba a las relaciones entre empresas proveedoras y su clientela. La satisfacción de la clientela con el producto o servicio prestado era lo que determinaba la continuidad de su relación. Sin embargo hoy en día, los productos y servicios pueden afectar a un conjunto de circunstancias que rozan las fronteras de los países, como son la seguridad y la salud de las personas y de esas responsabilidades no se pueden inhibir los estados. Por estos motivos, y aunque las regulaciones de los estados son muy anteriores, el 28 de enero de 1991, aparece en el diario oficial de la Comunidad Económica Europea la siguiente afirmación: "Las normas de calidad se han convertido ahora en algo demasiado importante como para dejarlas exclusivamente en manos de los técnicos", la década de los 90 pasará a la historia como la década en que arrancó el concepto de calidad globalizada (El Cid Editor, 2009).

Considerando el escenario actual de la economía mundial, se observa claras tendencias hacia la internacionalización de los negocios y de los mercados; así como la liberalización del comercio y el intercambio entre grandes bloques económicos y regionales según lo plantea el Ministerio de la Producción del Perú. Estos cambios afectan todo tipo de empresas, incluido las micro y pequeñas empresas (Perú, Ministerio de la Producción, 2012).

Hoy en día muchos países, como Corea e India, llevan a cabo esfuerzos nacionales por aumentar la conciencia en la calidad, incluso conferencias, seminarios, programas de radio, concursos de ensayos escolares y distribución de folletos, que ayuden a generar una cultura de calidad, que beneficia indirectamente a las MYPES e incrementa la exigencia de los consumidores en estos países. También España y Brasil fomentan la publicación de libros sobre la calidad en sus lenguas maternas a fin de que sean más accesibles. Estas tendencias sólo incrementarán el nivel de competencia en el futuro según Evans (2005).

En América Latina, la problemática de las MYPES inicia con la falta de una visión integral de las políticas de calidad, en la cual los distintos programas e instrumentos deberían ser efectivamente coordinados para mejorar la calidad que se brinda en los productos y servicios de las micros y pequeñas empresas, dichos problemas pueden estar relacionados con el acceso a la tecnología, a los recursos humanos y la asistencia técnica especializada todos estos factores dificultan el desarrollo eficaz de las micros y pequeñas empresas con respecto a la gestión de la calidad. Así como también su heterogeneidad que dificulta la participación de las micro y pequeñas empresas en el desarrollo de políticas de calidad teniendo un bajo protagonismo (Yamakawua, Castillo, Baldeon, Espinoza, Granda & Vega, 2010).

En el Perú como en muchos países del mundo la gran mayoría de las MYPES no logran sobrepasar los tres primeros años de vida a pesar de la gran habilidad que tienen sus administradores para reaccionar a los diferentes cambios del entorno que pudieran afectar su negocio. Según investigaciones y estadísticas realizadas, que ocho de cada 10 MYPES en el Perú fracasan en sus primeros 5 años; siendo uno de los principales factores no contar con información actualizada y consistente y al instante, que les permita tomar las decisiones concretas y correctas para satisfacer la demanda de un determinado mercado (Perú, Ministerio de la Producción, 2012).

Por ello, para que una MYPE crezca y se desarrolle en el mediano y largo plazo, la planificación estratégica es fundamental basándose en el desarrollo de nuevos productos y también el desarrollo de calidad en los mismos (Weinberger, 2009).

Otro aspecto importante para el crecimiento de las MYPES del Perú, es la exportación de sus productos, ya que el acelerado desarrollo de las vías de comunicación y distribución nos permiten tener contactos con cualquier mercado, sea el americano, europeo, asiático, etc. Debido a que estos mercados exigen a las empresas la aplicación de una gestión de calidad y el que se garantice la calidad de los productos desde las materias primas, componentes prefabricados y sobre todo en la manufactura y mano de obra, muchas empresas buscan una certificación de alguna empresa reconocida y especializada en calidad total (Terrones, 2003).

En Ancash al igual que en todo el Perú, las MYPES registran altos índices de informalidad, como consecuencia de un complejo sistema administrativo gubernamental que no permite una celeridad oportuna en los procedimientos que los emprendedores tiene que efectuar en los trámites previos con la finalidad de cumplir con los requisitos exigidos por ley, esto conlleva a no tener una gestión de calidad ya que todo es informal.

En la ciudad de Chiclayo, las MYPES también enfrentan dificultades, principalmente en la forma que tienen los administradores para gestionar las micro y pequeñas empresas, lo que les impide desarrollarse en el mercado, específicamente en el sector comercio y genera en ellas fracaso y hasta su desaparición en algunos casos. Además, se desconoce si las MYPES aplican o no las técnicas modernas de administración y/o de gestión de calidad que les permita ser competitivas, para permanecer y crecer, por lo cual el enunciado del problema de investigación es el siguiente: **¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de ropa para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chiclayo 2013?**

Para responder esta pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro venta minorista de ropa para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013. Y los siguientes objetivos específicos:

Determinar las principales características de los representantes legales en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de ropas para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013.

Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de ropa para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013.

Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro venta minorista de ropas para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013.

La presente investigación se justifica porque permite conocer las características de la gestión de calidad para los representantes de las MYPES del ámbito en estudio, con la finalidad de poder ayudarlos a tomar mejores decisiones en la adquisición de productos, la atención que brindan, además de conocer cuál es el más adecuado modelo de gestión de calidad que deben de aplicar.

Además que este trabajo será de utilidad para otros estudiantes como una herramienta de consulta, permitiéndoles recabar información para el desarrollo de trabajos monográficos y otros estudios de investigación respecto a la variable.

Finalmente el presente trabajo de investigación se justifica porque servirá como base para el desarrollo de otros estudios similares dentro de la ciudad, región y país.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Yunis, (2012). En su trabajo de investigación titulado: *“La administración del departamento de requisitorias del aeropuerto internacional Jorge Chávez y su incidencia en la gestión de calidad de sus personal policial – 2012”*, llegó a los siguientes resultados: De acuerdo a la encuesta realizada se obtiene como resultado que del 100% de los encuestados el 32% precisa que la dirección, comunicación, control y supervisión, gestionar la obtención de recursos y sobre todo aquello que influye en la calidad de servicio que brinda el departamento de requisitorias del aeropuerto internacional Jorge – Chávez deben de estar evaluadas y corregidas para un óptimo servicio de calidad dichas funciones están a cargo del Jefe de Departamento y el 68% no lo considera de igual manera puesto que indican que no solo es responsabilidad del jefe de departamento sino también de todo el equipo de trabajo.

Uriol, (2013). En su trabajo de investigación titulado: *“Caracterización de las TIC y la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas (MYPE) de la asociación de pequeños industriales y artesanos de Trujillo – APIAT, año -2013”*, llegó a los siguientes resultados : El 61.92% califica su nivel de conocimiento de computación como Regular, del 100% de empresarios de APIAT el 60.25% califica la política y objetivos de calidad como bueno; del 100% de empresarios de APIAT el 51.05% califica las revisiones de calidad por la dirección como bueno, el 35.56% como regular; del 100% de empresarios de APIAT el 67.36% califica la delimitación de responsabilidad y autoridad para calidad como bueno, el 24.27% como regular; del 100% de empresarios de APIAT el 58.58% califica la administración de MYPE a través de los procesos como bueno; del 100% de empresarios de APIAT el 57.32% califica la evaluación de satisfacción del cliente como bueno, el 34.31% como muy bueno; del 100% de empresarios de APIAT el 53.56% califica la renovación de maquinaria para mejorar la calidad como bueno, el 42.26% como regular.

Rubio, (2011). En su trabajo de investigación: “*Caracterización del financiamiento y la gestión de calidad en las MYPES del sector - comercio rubro - venta de productos agropecuarios, equipos e insumos del distrito de Chimbote, año 2011*”, llego a los siguientes resultados: El 45% de los representantes legales de las MYPES son personas de edad media, ya que sus edades oscilan entre 41 y 55 años. El 89% de los representantes legales encuestados son del sexo masculino, el 78% de los micro empresarios encuestados tienen grado de instrucción superior universitaria completa, el 56% de las MYPES encuestadas están siendo administrados por sus propietarios, el 67% de los encuestados se viene desempeñando más de 06 años y menos de 10 años; el 89% precisan que las MYPES han sido formadas para generar ganancias; el 67% de los encuestados aseguraron conocer sobre gestión de calidad, el 89% de los micro empresarios encuestados vienen aplicando diferentes estrategias de gestión de calidad en sus MYPES; el 89% reconoce que aplica los procesos administrativos como estrategia de gestión de calidad; el 89% de la totalidad de los encuestados acepta que la empresa utiliza métodos para evaluar la mejora continua en los procesos tales como auto evaluaciones y revisiones, el 78% de los encuestados mencionaron que la empresa se asegura de evaluar la eficacia y eficiencia de la operación mediante el control de procesos, el 89% de los micro empresarios encuestados aseguran que las mediciones del desempeño de los procesos han permitido determinar si han alcanzado los objetivos planificados, es decir las MYPES planifican y realizan sus labores en base a sus objetivos y el 89% de las MYPES encuestadas reconocieron que los objetivos de calidad han permitido a la empresa lograr la mejora continua aplicando las técnicas de gestión de calidad.

Cieza, (2013). En su trabajo de investigación titulado: “*Gestión de calidad y formalización de las MYPES del sector comercio rubro – compra y venta de calzado en el centro comercial “el virrey” - Trujillo, año 2013*”, Los resultados obtenidos fueron los siguientes: Un 50% de los representantes legales de las MYPES tienen entre 30 a 50 años de edad; el 75% de los representantes legales de las MYPES son de género masculino; el 37% de los representantes legales de las MYPES tienen

educación secundaria concluida; un 87.5% conoce las normas ISO de certificación de calidad; el 100% de las MYPES son formalizadas; se tiene que el 62.5% sabe que el beneficio más importante de la formalización es el acceso a un crédito financiero y un 75% entiende que la formalización incrementara los costos laborales y con un 75% se contribuye a la expansión en la comercialización de la empresa.

Vílchez, (2012). En su trabajo de investigación titulado: *“Gestión de calidad y rentabilidad de las MYPES comerciales rubro confección de ropa en la provincia de Sullana (Piura) año 2012”*, llegó a los siguientes resultados: El 53% ha recibido capacitación para poder brindar un mejor servicio de calidad y un 47% no ha recibido ningún tipo de capacitación para poder brindar un mejor servicio de calidad; un 87% de los clientes internos no están comprometidos con los objetivos de la empresa y solo un 13% están comprometidos con la visión y misión de la empresa; el 33% de los administradores conocen o han sido capacitados sobre el tema de gestión de calidad y un 67% no fueron capacitados; indicando que un análisis más exhaustivo de las MYPES nos lleva a la conclusión de que en el análisis, se tienen en cuenta los factores que influyen en la gestión de calidad ya que es un enfoque en la línea de la gestión por procesos para poder obtener una buena rentabilidad, aunque esto es debido a su poco capital y condiciones que cuentan pero con una buena gestión de calidad podrán tener mayores ingresos y duplicar lo invertido en su empresa.

Espinoza, (2013). En su trabajo de investigación titulado: *“Caracterización de formalización y gestión de calidad de las MYPES comerciales rubro calzado (PIURA), Año 2013”*, llegó a los siguientes resultados: El 56.67% manifestó que la buena atención si determina la calidad del servicio y solo un 30% de los encuestados respondieron que solo a veces; un 70% de los directivos entrevistados están convencidos que una buena gestión de calidad si generan el éxito en la empresa y el 30% opina que a veces; en cuanto a las facilidades para la formalización el 70% indican que si existen facilidades y un 26.67% indica que a veces; un 83.34% comentaron que si realizan mediciones de los procesos de la gestión de calidad para

determinar que si se logran los objetivos planificados y el 13.33% indican que no se hacen dichas mediciones de los procesos de gestión de calidad; un 66.67% de los trabajadores de las MYPES indican que si sería una gran ventaja el estar formalizados y solo 26.66% contestó que en algunos casos no sería una ventaja; un 50% indica que la formalización debe ir de la mano con la gestión de calidad para garantizar el éxito de la empresa y solo el 36.67% respondió que a veces; teniendo como conclusión que la formalización tiene un vínculo muy estrecho con la gestión de calidad y que una buena gestión de calidad basada en planificación les ha permitido alcanzar los objetivos programados.

2.2 Bases teóricas

La Micro y Pequeña Empresa

Según **La ley 28015, (2003)**. Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

La Ley 30056, publicado el 2 de julio del 2013, establece la modificación de diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Entre estas modificaciones, en cuanto a las características - de las MYPES, en el artículo 5, del Título II se establece los nuevos parámetros para definir las categorías de las MYPES.

Artículo 5.- Características de las micro, pequeñas y medianas empresas

Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- **Micro empresa:** Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

- **Pequeña empresa:** Ventas anuales superiores a 150 UIT y 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 Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de la Producción cada dos (2) años.

Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

Características de las MYPES

Se consideran como características generales en cuanto al comercio y administración de las micro y pequeñas empresas las siguientes:

- Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños.
- Su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local.
- Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión.
- Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas.
- Dependen en gran medida de la mano de obra familiar.
- Su actividad no es intensiva en capital pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable.
- Disponen de limitados recursos financieros.
- Tienen un acceso reducido a la tecnología.
- Por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios.

- Tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad.

Importancia

Las MYPES son un segmento importante en la generación de empleo, es así que más del 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI).

En resumidas cuentas la importancia de las micro y pequeñas empresas como la principal fuente de generación de empleo y alivio de la pobreza se debe a:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

Alcances de las micro y pequeña empresa.

La nueva ley MYPE, aprobada por Decreto Legislativo N° 1086, Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, es una ley integral que no sólo regula el aspecto laboral sino también los problemas administrativos, tributarios y de seguridad social que por más de 30 años se habían convertido en barreras burocráticas que impedían la formalización de este importante sector de la economía nacional, expresa el gremio empresarial.

La nueva ley MYPE recoge la realidad de cada segmento empresarial, desde las empresas familiares, las micro hasta las pequeñas empresas, las que ahora tienen su propia regulación de acuerdo a sus características y a su propia realidad. La nueva ley será de aplicación permanente para la MYPE, en tanto cumplan con los

requisitos establecidos. Este régimen especial no tendrá fecha de caducidad que contemplaba la ley N° 28015, limitación que constituía una barrera para la formalización empresarial y laboral de los micro empresarios.

Problemas que enfrentan las MYPES

Según **Prompyme, (2005)**. Las micro y pequeñas empresas enfrentan restricciones como problemas de escasas capacidades operativas, limitadas capacidades gerenciales, problemas de información, escasas capacidades operativas, desarticulación empresarial, uso inadecuado de tecnología, factores que presionan a una baja productividad. Esta escasez de recursos puede originar una serie de fracasos que muchas veces ocasiona el repliegue en el mercado exterior y dedicándose a atender solo al mercado local y en el peor de los casos, al cierre de la empresa por los recursos mal invertidos.

La gestión de calidad

Definición:

Según **Kotler, (2000)**. La gestión de la calidad lo define como un conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función de calidad en una empresa, la gestión de calidad se ha convertido en el tema competitivo de muchas organizaciones, afirmó que así como el siglo XX ha sido el siglo de la productividad, el siglo XXI será el siglo de la calidad, en la literatura profesional se sostiene que la gestión de la calidad es la clave para la creación de valor y la satisfacción del cliente, es trabajo de todos, de la misma forma que el marketing es trabajo de todos”.

Según **Kotler** a las empresas no les cabe elección y deben aceptar la gestión de la calidad si quieren permanecer en el mercado de forma rentable, existe una alta correlación entre la calidad del producto o servicio, el nivel de satisfacción del usuario y la rentabilidad de la empresa. Así, unos niveles altos de calidad conducen a mayores niveles de satisfacción de los clientes, lo que al mismo tiempo posibilita

el establecimiento de precios más altos. En la gestión orientada hacia la calidad es el cliente el que determina el grado de calidad que desea. Esto no es más que entender y asimilar la voz del cliente, ya que atendiendo sus necesidades se logra rápido atender sus necesidades. Pero es bien claro que una cosa es lo que el cliente desea (calidad requerida) y otra cosa la que entiende que se le entrega.

ISO 9001

La Norma ISO 9001:2008 elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO), especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad (SGC) que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, sin importar si el producto o servicio lo brinda una organización pública o empresa privada, cualquiera que sea su tamaño, para su certificación o con fines contractuales, dependiendo del país, puede denominarse la misma norma "ISO 9001" de diferente forma agregándose la denominación del organismo que la representan dentro del país: UNE-EN-ISO 9001:2008 (España), IRAM-ISO 9001:2008, etc., acompañada del año de la última actualización de la norma.

La puesta en práctica de la ISO 9001:2008 permite la mejora continua de los sistemas de gestión de calidad (SGC) y los procesos de su organización. A su vez, esto mejora la capacidad de sus operaciones para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

Al mejorar los sistemas de gestión de calidad de su organización, podrá aumentar positivamente su rentabilidad. Si demuestra que está realmente comprometido con la calidad de los productos y servicios, podrá transformar su cultura empresarial, ya que, como resultado, los empleados entenderán la necesidad de mejorar continuamente.

La norma ISO 9001:2008 se basa en ocho principios de gestión de calidad:

- Enfoque al cliente
- Liderazgo

- Participación del personal
- Enfoque basado en procesos
- Enfoque de sistema para la gestión
- Mejora continua
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisión
- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor

Los principios de la gestión de calidad.

Un principio de gestión de calidad es un patrón fundamental para guiar y dirigir de forma exitosa a una organización encaminada a la mejora continua de su desempeño considerando las necesidades de todas las partes interesadas.

Acorde con la norma ISO 9000:2005, se presentan a continuación los ocho principios de gestión de la calidad que pueden ser utilizados por la alta dirección con el fin de conducir a la organización hacia una mejora en el desempeño.

Principio 1 - Organización orientada al cliente: Las organizaciones dependen de sus clientes, y por lo tanto deben comprender sus necesidades actuales y futuras, cumplir con sus requerimientos y esforzarse por exceder sus expectativas.

Principio 2 – Liderazgo: Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la administración de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

Principio 3 - Participación del personal: El personal en todos los niveles, es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de esta. Esto implica que la dirección debería mejorar tanto la eficacia como la eficiencia de la organización, incluyendo el sistema de gestión de la calidad, mediante la participación y el apoyo de las personas.

Principio 4 - Enfoque basado en procesos: Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso. Esto implica cualquier actividad, o conjunto de actividades, que utiliza recursos para transformar entradas en salidas, esto puede considerarse como un proceso. Para que las organizaciones operen de manera eficaz, tienen que identificar y gestionar numerosos procesos interrelacionados y que interactúan. A menudo la salida de un proceso forma directamente la entrada del siguiente proceso. La identificación y gestión sistemática de los procesos empleados en la organización y en particular la interacción entre tales procesos se conoce como "enfoque basado en procesos".

Promover la adopción de un enfoque basado en procesos para el desarrollo, implementación y mejora de la eficacia y eficiencia de un sistema de gestión de la calidad, con el fin de alcanzar la satisfacción de las partes interesadas mediante el cumplimiento de sus requisitos.

La aplicación de un sistema de procesos dentro de la organización, junto con la identificación e interacciones entre estos procesos, así como su gestión puede denominarse como "enfoque basado en procesos".

Una ventaja del enfoque basado en procesos es el control continuo que proporciona sobre los vínculos entre los procesos individuales dentro del propio sistema de procesos, así como sobre su combinación e interacción.

Principio 5 - Enfoque de sistema para la gestión: Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.

Principio 6 - Mejora Continua: La mejora continua en el desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.

Principio 7 - Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

Principio 8 - Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor: Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Teoría Japonesa las 9 “S”

Según **Bencomo & Lezama (2005)**. La cultura, constituida por tradiciones o costumbres propias, heredadas a través del tiempo y transmitidas entre todos los pobladores de cada país del mundo, sin importar su latitud, tiene incidencia directa sobre el comportamiento del consumidor. El ámbito cultural del consumidor, a su vez, incluye subcategorías, entendidas como sectores identificables dentro de una sociedad más grande y compleja. Los miembros de esas subculturas poseen creencias, valores y costumbres que los apartan de otros miembros de la misma sociedad y que en conjunto permiten al mercadólogo segmentar el mercado para llegar a las necesidades, motivaciones, percepciones y actitudes compartidas por el grupo específico. En consecuencia, todo emprendedor, gerente o investigador, al momento de planificar y ejecutar un estudio de mercado, debe tomar en consideración esos factores, además de estudiar los siguientes aspectos:

- Costos operativos directos e indirectos y de instalación del negocio.
- Perspectivas de la competencia.
- Características del ciclo de vida de los bienes y/o servicios comercializados.
- Evolución de los hábitos del consumidor meta.
- Expectativas de satisfacción de los clientes actuales y potenciales.

Por otro lado, la globalización impone un régimen de alta competitividad en cualquier ámbito de la vida moderna, y muy especialmente en el seno de las organizaciones. Entre otros, la gerencia es variable fundamental para el éxito del negocio, razón por la cual surgen innumerables técnicas, filosofías o modas gerenciales que se ocupan del servicio y la atención al cliente. Algunas de las más recientes son la reingeniería de negocios, la gestión de la calidad total, la gestión de procesos, la administración total de la mejora continua, el método Tomkins de

mejora continua, las seis sigmas, la teoría de las restricciones y el desarrollo organizacional, entre otros.

Por su carácter totalizador y su desarrollo armonioso, sobresale, sin embargo, la filosofía japonesa de las 9 S ; enfoque cuyo nombre deriva de las iniciales de las palabras japonesas SEIRI, SEITON, SEISO, SEIKETSU, SHITSUKE, SHIKARI, SHITSUKOKU, SEISHOO, SEIDO, las cuales reflejan universales desde el punto de vista de la calidad y que sistematizan los principios para lograr un desempeño más eficiente y uniforme de las personas en los centros de trabajo. Esos principios brindan al ser humano la oportunidad de ser muy efectivo ya que propician el mejoramiento de las condiciones mentales de quien se apega a esta metodología.

La teoría de las 9 “S” deben su nombre a la primera letra de la palabra de origen japonés; el significado de cada una de ellas será detalladamente analizada, así como el procedimiento para llevarlas a cabo además de las ventajas que conlleva.

1. Seiri (Ordenar O Clasificar): Significa saber ordenar por clases, tamaños, tipos, categorías e inclusive frecuencia de uso. Los beneficios de esta acción es que quedan áreas disponibles (cajones, espacios, etc.), se hace la persona de artículos y papelería obsoleta, se eliminan pérdidas de tiempo por no saber dónde se encuentra lo que se busca. Para clasificar es necesario emprender las siguientes acciones:

- Identificar aquello que es o no necesario y su frecuencia de uso.
- Separar lo que es innecesario, excesivo, adicional de lo que es útil, adecuado y simple, y decidir lo que se puede almacenar, desplazar, vender, reciclar, regalar, o enviar a la basura.
- Reducir los objetos utensilios y materiales de poca rotación y uso por medio de la reubicación en almacenes específicos, dejando libertad de movimiento (despejando pasillos, cajones, escritorios, alacenas, etc.) este punto nos invita a quedarnos sólo con lo mínimo indispensable.

- 2. Seiton (Organizar O Limpiar):** Significa eliminar todo aquello que está de más y que no tiene importancia para el trabajo que desempeñamos, y darle una ubicación a cada objeto.
- Identificar las diferentes clases de objetos.
 - Designar lugares definitivos de almacenaje cuando el orden lógico y tratando de disminuir el tiempo de búsqueda.
 - Ahorrar espacio.
- 3. Seiso (Limpieza O Pulcritud):** Significa desarrollar el hábito de observar y estar siempre pensando en el orden y la limpieza en el área de trabajo, de la maquinaria y herramientas que utilizamos.
- Es más que barrer y trapear.
 - Limpiando se encuentran situaciones anormales.
 - Mantener los manuales de operación y/o programas de trabajo en buen estado.
 - Mantener limpios y en buen estado los equipos y las instalaciones.
 - Idear formas que permitan recuperar los desechos de los equipos y mobiliarios.
- 4. Seiketsu (Bienestar Personal O Equilibrio):** El emprender sistemáticamente las primeras TRES "S", brinda la posibilidad de pensar que éstas no se pueden aislar, sino que los esfuerzos deben darse en forma conjunta, pero para lograr esto en el trabajo es importante también que la persona esté en un estado "ordenado", lo que significa que hay una simbiosis entre lo que se hace y el cómo se siente la persona.
- 5. Shitsuke (Disciplina):** Esta acción es la que quizá represente mayor esfuerzo, ya que es puntual del cambio de hábitos, la disciplina implica el apego de procedimientos establecidos, a lo que se considera como bueno, noble y honesto; cuando una persona se apega al orden y al control de sus actos está acudiendo a la prudencia, y la inteligencia en su comportamientos transforma en un generador de calidad y confianza.

- Continuidad y seguimiento hasta generar un hábito.
- Conocimiento que no se aplica, no sirve.

Las 9 S´ deben ser prácticas y practicadas.

- 6. Shikari (Constancia):** Practicar constantemente los buenos hábitos es justo con uno mismo y lo que provoca que otras personas tiendan a ser justos con uno, la constancia es voluntad en acción y no sucumbir ante las tentaciones de lo habitual y lo mediocre. Hoy se requieren de personas que no claudiquen en su hacer bien (eficiencia) y en su propósito (eficacia)
- 7. Shitsukoku (Compromiso):** Esta acción significa ir hasta el final de las tareas, es cumplir responsablemente con la obligación contraída, sin voltear para atrás, el compromiso es el último elemento de la trilogía que conduce a la armonía (disciplina, constancia y compromiso), y es quien se alimenta del espíritu para ejecutar las labores diarias con un entusiasmo y ánimo fulgurantes.
- 8. Seishoo (Coordinación):** Los humanos somos seres interdependientes, nos necesitamos los unos y los otros y también no participamos en el ambiente de trabajo, así al actuar con calidad no acabamos con la calidad, sino la expandamos y la hacemos más intensa. Para lograr un ambiente de trabajo de calidad se requiere unidad de propósito, armonía en el ritmo y en los tiempos.
- 9. Seido (Estandarización):** Para no perderse es necesario poner señales, ello significa en el lenguaje empresarial un final por medio de normas y procedimientos con la finalidad de no dispersar los esfuerzos individuales y de generar calidad.
Para implementar estos nueve principios, es necesario planear siempre considerando a la gente, desarrollar las acciones pertinentes, checar paso a paso las actividades comprendidas y comprometerse con el mejoramiento continuo.

Sabemos que implementar estas acciones representa un camino arduo y largo, pero también comprendemos que aquellos con los cuales competimos día a día y lo consideran como algo normal, como una mera forma de sobrevivencia y aceptación de lo que está por venir.

- Evita la localización y búsqueda mental de modo que nos lleve solo unos cuantos segundos.
- La idea de disminuir a cero el tiempo de localización y búsqueda de cada objeto.
- Clasificar todos los recursos que necesito.
- Asignar un lugar para cada objeto de acuerdo a un orden lógico y de fácil acceso.
- Pintar la silueta en el lugar donde se almacena.
- Control visual en inventarios y almacenes para lograr la cultura del supermercado.
- Control visual para puntos de reorden.
- Tiempo en ver que hay dentro de un gabinete es tiempo perdido, utiliza control visual.
- Etiquetar los objetos y el lugar en que se almacenan (letra grande, pocas palabras, colores).

Modelos de Gestión de Calidad

Los modelos de excelencia de la gestión de calidad a nivel mundial, sirven a las organizaciones como instrumentos de evaluación. Dentro de los modelos de gestión de calidad encontramos tres que son muy utilizados por importantes empresas a nivel mundial y que ayudarán ampliamente a diseñar un nuevo modelo de gestión de la calidad.

a) Modelo de la Filosofía de Deming

Según **Drommond, (2001)**. El enfoque del problema de la calidad, tal como lo establece Deming, se ve en sus catorce puntos de la gestión empresarial. La filosofía de Deming se fundamenta en tres conceptos básicos. Estos son:

- Orientación al cliente.
- Mejora continua.
- El sistema determina la calidad.

El argumento de Deming es que la competitividad depende de la satisfacción del cliente. Está se crea respondiendo a los puntos de vista y necesidades de los clientes y perfeccionando continuamente los productos o servicios.

La calidad es un requisito fundamental para el cliente y no se consigue exhortando al personal a que trabaje con más intensidad ni amenazándole con el despido o la destitución, sino mediante el manejo del sistema. Esto a su vez, está determinado por los factores de producción y el modo en que se aplican.

Los catorce puntos de Deming:

- Crear la firme determinación de mejorar el producto o servicio.
- Adoptar la nueva filosofía.
- Suprimir la dependencia de la inspección masiva para conseguir la calidad.
- Acabar con la práctica de adjudicar los pedidos únicamente en función del precio. Cuidar en cambio de minimizar el costo total trabajando con un solo proveedor.
- Mejorar constantemente los procesos de diseño, producción y servicio, sin detenerse jamás.
- Instituir la formación en el trabajo.
- Instituir el liderazgo.
- Liberarse del miedo.
- Eliminar las barreras que separan los distintos departamentos.
- Eliminar los eslóganes, exhortaciones y objetivos dirigidos a los trabajadores.
- Eliminar los estándares cuantitativos para los trabajadores y los objetivos cuantitativos para los directivos.
- Eliminar las barreras que privan al personal del orgullo por el trabajo. Suprimir el sistema de evaluación por méritos o de calificación anual.

- Establecer para todo un vigoroso programa de educación y de superación propia.
- Poner a todo el mundo a trabajar para llevar a cabo esta transformación.

b) El modelo Baldrige

Según **Martínez, (2002)**. El modelo Malcolm Baldrige es una extraordinaria herramienta a seguir para evaluar la excelencia en la gestión de la empresa, con unos criterios de una profundidad realmente impresionante. Concede una enorme importancia al enfoque al cliente y su satisfacción.

Valores fundamentales:

- Liderazgo
- Enfoque hacia cliente
- Agilidad de respuestas y flexibilidad.
- Orientación al futuro.
- Orientación a los resultados y a la generación de valor.
- Perspectiva del sistema.

Categorías del modelo

Los conceptos y valores fundamentados están recogidos en 7 categorías y subcategorías, que forma los criterios y se estructuran de acuerdo al modelo de la Figura 1.1.

1. Liderazgo (125 puntos)

Contempla como la alta dirección crea y mantiene un sistema claro y visible de valores y objetivos centrándose en los intereses de los clientes y accionistas, junto con forma de dirección participativa que guía todas las actividades de la compañía hacia la excelencia. También se evalúa como la empresa integra sus responsabilidades pública con sus valores y prácticas de calidad. Se distinguen en dos subcategorías, que son:

- Sistema de liderazgo (85 puntos)
- Responsabilidad pública y actitud cívica de la compañía (40 puntos)

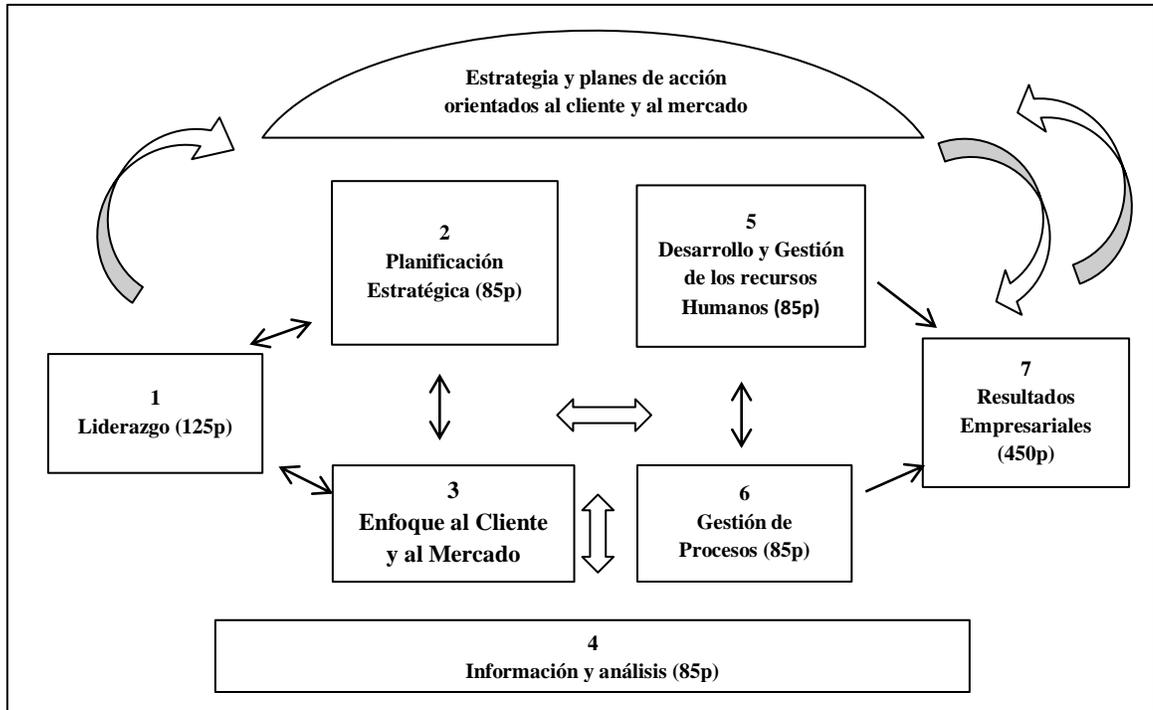


Figura 1.1. Modelo de calidad total de EEUU (Malcolm Baldrige)

2. Planificación estratégica (85 puntos)

Evalúa la planificación estratégica y de negocios y el despliegue de los planes, así también como la evolución de seguimiento que de los mismos se hace. Se distinguen en dos subcategorías:

- Proceso de desarrollo de la estrategia (40puntos)
- Estrategia de la compañía (45 puntos)

3. Enfoque al cliente y al mercado (85 puntos)

Evalúa las relaciones de la empresa con los clientes y con el conocimiento que tiene de los requerimientos de clientes y de los factores clave del sector de mercado al que

pertenece la empresa. También examina los métodos de la compañía para mejorar sus relaciones con los clientes y para determinar la satisfacción de los mismos. Se distinguen dos subcategorías:

- Conocimiento del mercado y los clientes(40 puntos)
- Satisfacción del cliente y mejora de las relaciones con los clientes (45 puntos)

4. Información y análisis (85 puntos)

Evalúa el alcance, validación, uso y gestión de los datos y la información que subyace a los sistemas de gestión total de la compañía. Se distinguen en dos categorías:

- Medidas del resultado de la gestión total de la empresa (40 puntos)
- Análisis de los resultados de la compañía (45 puntos)

5. Desarrollo y dirección de los recursos humanos (85 puntos)

Evalúa la eficiencia de la compañía para conseguir que los empleados de la misma desarrollen todo su potencial y consigan así los objetivos operacionales y de calidad de la empresa. También examina los esfuerzos para mantener un entorno que conduzca a la participación total, el liderazgo en calidad y al crecimiento personal y de la organización. Se distinguen en tres subcategorías:

- Sistema de trabajo (35 puntos)
- Educación ,entrenamiento y desarrollo de los empleados (25puntos)
- Bienestar y satisfacción del empleado(25 puntos)

6. Gestión de procesos (85 puntos)

Examina los aspectos clave de la gestión de procesos, incluyendo el diseño orientado hacia el cliente, los procesos productivos y de entrega del servicio, los servicios de soporte y la gestión de suministros de todas las unidades. También se analiza como

los procesos clave son diseñados, gestionados con eficacia y mejorados, todo ello con vistas a alcanzar los mejores resultados. Se distinguen en tres subcategorías:

- Gestión de los procesos de producto y servicio (55 puntos)
- Gestión de los procesos de soporte (15 puntos)
- Gestión de proveedores y asociados (15 puntos)

7. Resultados empresariales (450 puntos)

Evalúa los resultados de la empresa y las mejoras en todas las áreas clave del negocio, tales como satisfacción del cliente, resultados financieros y de penetración en el mercado, recursos humanos, proveedores y empresas asociadas y resultados operacionales. También se examina los resultados relacionados a los competidores. Se distinguen en cinco subcategorías:

- Resultados de satisfacción al cliente (115 puntos)
- Resultados financieros y de comportamiento en el mercado (115 puntos)
- Resultados de recursos humanos (80 puntos)
- Resultados de los proveedores y empresas asociadas (25 puntos)
- Resultados específicos de la empresa (115 puntos)

c) El modelo europeo de excelencia EFQM

Según **Corma (2007)**, en el esquema se indican los ocho conceptos base de la excelencia (Modelo EFQM de excelencia 2013. Club gestión de calidad):

- Orientación hacia los resultados.
- Orientación al cliente.
- Liderazgo y coherencia con los objetivos.
- Gestión por procesos y basada en hechos.
- Desarrollo e implicación de las personas.
- Aprendizaje, innovación y mejora continua.

- Desarrollo de alianzas.
- Responsabilidad social.

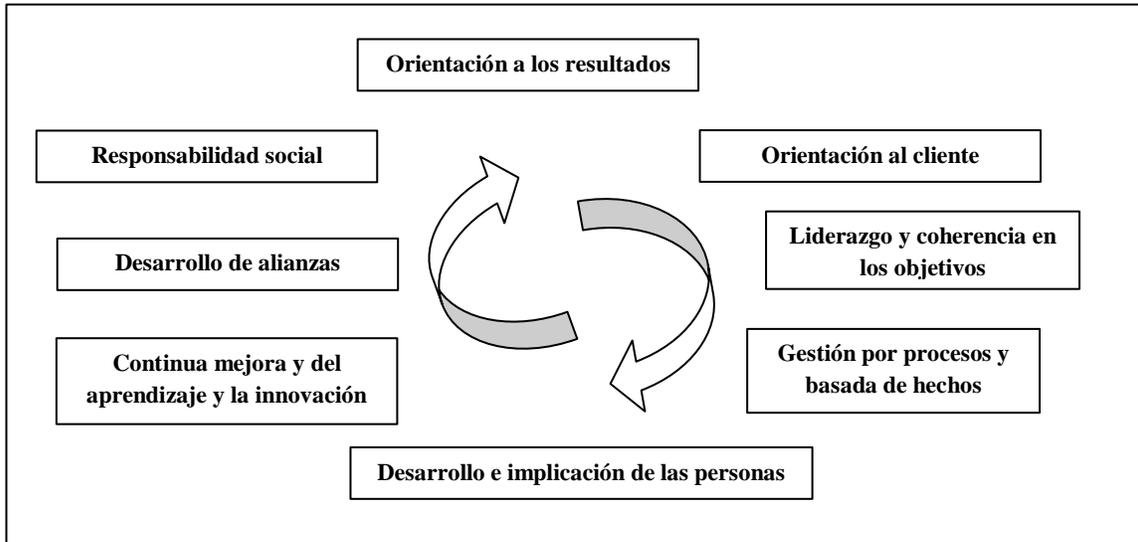


Figura 1.2. Fuente: Club Gestión de Calidad

Estos ocho conceptos se plasman en los nueve criterios del modelo:

Agentes:

- Liderazgo.
- Gestión de recursos humanos.
- Política y estrategia.
- Recursos.
- Procesos.

Resultados:

- Satisfacción de las personas.
- Satisfacción del cliente.
- Impacto social.
- Resultados empresariales.

Repasemos, aunque sea de forma superficial los ocho conceptos base de la excelencia:

Orientación a los resultados: La excelencia consiste en alcanzar resultados que satisfagan plenamente a todos los grupos de interés de la organización (clientes, proveedores, empleados y accionistas, sociedad) tanto presentes como futuros.

Orientación al cliente: Dentro de los grupos de interés, el cliente será el objetivo hacia el que habrá que crear valor.

Liderazgo y coherencia con los objetivos: Es excelente la organización con un liderazgo con capacidad de visión y que sirva de inspiración al resto de la organización. Así mismo, dicho liderazgo debe ser coherente con la propia organización y con los objetivos marcados.

Gestión basada en procesos y en hechos: Excelencia es gestionar la organización mediante un conjunto de sistemas, procesos y datos, interdependientes e interrelacionados. Ello se consigue desarrollando un esquema de procesos a la vez que realizando la gestión basándose en datos objetivos.

Desarrollo e implicación de las personas: La organización excelente maximiza la contribución de los empleados por medio de su desarrollo e implicación.

Proceso continuo de aprendizaje, innovación y mejora: Hacer realidad el cambio, superando situaciones estancadas, mediante el aprovechamiento del aprendizaje y la innovación será la base del proceso de mejora continua que distingue a las empresas excelentes.

Desarrollo de las alianzas: Las empresas excelentes desarrollan y mantienen alianzas que añaden valor. Dichas alianzas serán con otras organizaciones, clientes, sociedad, proveedores y se deben basar en el beneficio mutuo claramente identificado.

Responsabilidad social: Una organización excelente debe exceder el marco legal mínimo en el que opera y debe esforzarse por comprender y dar respuesta a las expectativas que tienen sus grupos de interés en la sociedad. Debe tener un compromiso público y transparente.

2.3 Marco Conceptual

Gestión de calidad

La gestión de calidad tiene significados específicos dentro de cada sector del negocio. Esta definición, que no apunta al aseguramiento de la buena calidad por la definición más general sino a garantizar que una organización o un producto sea consistente, tiene cuatro componentes:

- Planeamiento de la calidad.
- Control de la calidad.
- Aseguramiento de la calidad.
- Mejoras en la calidad.

La gestión de calidad se centra no solo a la calidad de un producto o servicio, sino que a los medios para obtenerla. Por lo tanto, la gestión de calidad utiliza al aseguramiento de la calidad y el control de los procesos para obtener una calidad más consistente.

La calidad la define el cliente

En los últimos 30 años, este paradigma ha ido evolucionando hasta convertirse en algo completamente nuevo. Hoy día, todas las empresas se van dando cuenta de que es necesario crear un sistema de gestión que garantice la satisfacción total de los requerimientos de los clientes en todas partes del mundo. Este nuevo enfoque les permitirá ganar posiciones en el mercado, tanto nacional como internacional, ajustando sus procesos productivos y administrativos a las exigencias que cada región o países en particular presentan como requisito para aceptar y consumir un bien o servicio que cubra sus expectativas.

Características de la gestión de calidad

Las características de la calidad son las bases sobre las cuales se edifica la aptitud de un producto. Cualquier aspecto de productos, insumos, materiales o procesos que se necesitan para lograr la aptitud para el uso se constituye en una característica de calidad.

Las características de calidad pueden ser de diversa índole, entre estas:

- Tecnológicas
- Psicológicas
- Contractuales
- Éticas

Objetivos de un sistema para la gestión de calidad

Un buen sistema para la calidad y la mejora no debería ser más que una nueva forma de hacer el trabajo que le permita a la organización: Lograr sus objetivos de empresa, agregar valor a sus productos y servicios, satisfacer a sus clientes y con ello desarrollar y mantener ventajas competitivas, que la diferencien de sus competidores.

Existen cinco razones, que pueden adoptarse como objetivos, para implementar un sistema de gestión para la calidad y la mejora:

1. El deseo de incrementar la calidad y el valor agregado de sus productos y servicios para sus clientes, internos y externos.
2. Promover la creatividad, la innovación y el aprendizaje organizacional.
3. Incrementar la eficiencia y el retorno de la inversión patrimonial o accionaria.
4. Optimizar la productividad y contribución de los empleados.
5. Mejorar la posición competitiva en el mercado.

Ventajas que obtiene la organización con un sistema de gestión de calidad.

En las empresas que han implantado un sistema de gestión para la calidad y la mejora, las ventajas encontradas versus el modo de operar anterior son muchas, entre otras:

1. La organización se asegura que funciona bien y de esta forma puede cumplir los objetivos propios de la institución. Para eso es necesario que los objetivos de calidad del sistema, estén alineados con los objetivos del negocio. Si los objetivos de calidad son distintos, o no están alineados, a lo mejor se cumplen pero el sistema no coadyuvará para que la organización logre cumplir sus metas y objetivos.
2. Se cuenta con un sistema permite gestionar, con calidad, el desarrollo de sus actividades. El Sistema permite analizar el desempeño de forma integral y, además, poder detectar las oportunidades de mejora, las cuales implementadas exitosamente, se reflejarán en un cambio sustancial de los indicadores de desempeño de la organización.
3. La forma de organizarse para hacer el trabajo es mejor y más simple. La organización por procesos, operados con equipos de trabajo inter funcionales es una herramienta que permite producir resultados superiores debido a la sinergia generada por la integración de las diversas habilidades y experiencias de sus miembros.
4. El Sistema y sus procesos son la mejor estrategia para rebasar la estructura departamental de la empresa estableciendo una verdadera cadena de valor con los proveedores y clientes.

Desarrollo comercial de las Micros y Pequeñas Empresas en el Perú

El sostenido crecimiento que viene registrando la economía peruana -aunque a un ritmo decreciente en los últimos años- y la consecuente mejora en la capacidad adquisitiva de los hogares, gracias al aumento del empleo y el mayor acceso a los canales financieros, ha permitido que el sector comercio experimente una notable

expansión en la última década, tanto en los principales conos de la capital como también en provincias. Sólo en el 2012 la actividad comercial creció 6.7% en cifras reales, mientras que en términos acumulados el PBI del sector comercio alcanzó una tasa de crecimiento de 102.9% respecto al 2002, convirtiendo a nuestro país en la plaza más atractiva y dinámica de América Latina en cuanto a potencial de expansión del comercio moderno por encima de otros países como Brasil (90.3%), Chile (66.4%), Colombia (63.4%) y México (44.1%).

El crecimiento económico del Perú ha originado la llegada de muchas empresas internacionales, así como la creación o expansión de otras nacionales. Todas estas empresas privadas promueven el empleo de nuevos puestos de trabajo o la renovación de otros.

Muchas de ellas están presentes en internet, donde informan sobre sus necesidades o reciben hojas personales para una evaluación de alguna vacante.

Centro comercial de ropa para damas

Es el lugar donde todas las mujeres acuden a comprar al sentir una necesidad de vestir ya sea por algo casual o especial.

Se dice que la gran parte de mujeres dedican gran parte de su vida en salir de compras, lo que parece comprobar que adoran visitar tiendas, y no solo comprar ropa para ellas muchas veces también comprar ropa para toda la familia, el realizar dichas compras ocupa buena parte del tiempo de una mujer.

En Chimbote contamos con MYPES dedicadas al comercio de venta de ropa, que lamentablemente muchos de ellos desconocen cómo deben de implementar en sus negocios la gestión de calidad para que sean más competitivas y de las razones por las que las micro y pequeñas empresas no implementan e innovan una gestión de calidad es al no contar con mucho acceso a la información, acceso a la tecnología, Estrategias de planificación y una adecuada capacitación para los trabajadores sin mencionar que también implica una inversión.

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de Investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental– transversal- descriptivo.

- No experimental, porque se observó el fenómeno tal y como se encontró dentro de su contexto natural.
- Transversal, porque el estudio se realizó en un espacio de tiempo determinado.
- Descriptivo, porque solo se describió las partes más relevantes de las variables de estudio.

3.2.Población y muestra

La población de estudio estuvo conformado por 16 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro – venta minorista de ropa para damas del centro comercial “Galerías Alfa” Chimbote, 2013. Esta información fue obtenida a través de la técnica de observación. Se obtuvo una muestra dirigida de 14 mypes, las cuales estuvieron dispuestas a brindarnos información para el trabajo de investigación.

Representado el 87.5% de las micro y pequeñas empresas.

3.3.Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable Complementaria	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Medición
Perfil de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPES	Persona natural y/o jurídica que representa y/o asume responsabilidades de una empresa.	Edad	<ul style="list-style-type: none"> • Años: Alternativa de los años 	Cuantitativas
		Sexo	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino 	Nominal
		Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria • Técnico • Superior 	Nominal
		Conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal

Variable Complementaria	Definición conceptual	Dimensión	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de las MYPES	Organización con objetivos de lucro conformada generalmente por 1 a 20 personas	Esta formalizada	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal
		Antigüedad	<ul style="list-style-type: none"> • Años de antigüedad 	Cuantitativo
		Cuenta con equipos de alta tecnología	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		Las instalaciones físicas son visualmente atractivas	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		Realiza publicidad	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		Los elementos de la publicidad son visualmente atractivas	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal

Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Gestión de calidad	Un conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función de calidad en una empresa para la satisfacción del cliente.	Tiene conocimiento sobre la nueva ley:	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal
		Tiene conocimiento sobre gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal
		Cuando hay problemas muestra interés por solucionarlo	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal
		Tiene un trato amable con los clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal
		Resuelve las necesidades de los clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal
		Tasa de interés cobrada por el crédito financiero	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal
		Identifica los procesos para dar un buen servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No 	Nominal

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó, para recolectar información fue la encuesta, lo cual nos ha permitido obtener datos e información de los diferentes empresarios.

El instrumento que se utilizó para registrar la información fue un cuestionario con 17 preguntas, preparado para obtener la información que nos interesa, el mismo que fue validado.

3.5. Plan de análisis

Para el presente trabajo de investigación se recolecto la información necesaria, en la que se tuvo una muestra de 14 micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro – venta minorista de ropa para damas “Galerías alfa” Chimbote, a quienes se les aplicó un cuestionario que consta de 17 preguntas dividido en tres partes, teniendo que las cuatro primeras preguntas son referente a los representantes legales de las MYPES; las siete siguientes preguntas con referencia a la información de las MYPES y las seis últimas preguntas con relación a la variable gestión de calidad, para el análisis de los datos recolectados en la investigación se utilizó la estadística descriptiva; elaborándose tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales y gráficos estadísticos de las variables en estudio, procesando todos los datos en el programa Microsoft Excel.

3.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Métodos y Diseño	Instrumentos y Procedimientos
<p>Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de ropa para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013</p>	<p>General: Determinar las características de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro venta minorista de ropa para damas del centro comercial galerías alfa, Chimbote 2013.</p> <p>Específicos: -Determinar las principales características de los representantes legales en las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro venta minorista de ropas para damas del centro</p>	<p>Un conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función de calidad en una empresa para la satisfacción del cliente.</p>	<p>Población: -La población total del campo de investigación estuvo conformada por 16 micros y pequeñas empresas del sector comercio rubro –venta minorista de ropa para damas “Galerías alfa” Chimbote, 2013.</p> <p>Muestra: -La población muestral fue dirigida a 14 representantes de las</p>	<p>No experimental, porque se observó el fenómeno tal y como se encontró dentro de su contexto natural.</p> <p>Trasversal, porque el estudio se realizó en un espacio de tiempo determinado.</p> <p>Descriptivo, porque solo se describió las partes más relevantes de las variables de estudio</p>	<p>Técnica: La técnica que se utilizó, para recolectar información fue la encuesta, lo cual nos ha permitido obtener datos e información de los diferentes empresarios.</p> <p>Instrumento: El instrumento que se utilizó fue un cuestionario con 17 preguntas, preparado para obtener la información que nos interesa, el mismo que fue validado.</p> <p>Plan de análisis de los datos:</p>

	<p>comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013.</p> <p>-Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas sector comercio- rubro venta minorista de ropa para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013.</p> <p>-Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector comercio- rubro venta minorista de ropas para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013.</p>		<p>micros y pequeñas empresas del sector comercio rubro –venta minorista de ropa para damas “Galerías alfa” Chimbote, 2013.</p>		<p>Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se utilizó la estadística descriptiva; elaborándose tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales y gráficos estadísticos de las variables en estudio, procesando todos los datos en el programa Microsoft Excel.</p>
--	---	--	---	--	--

3.7. Principios éticos:

El presente trabajo de investigación fue realizado a los micro y pequeños empresarios de “Galerías Alfa” con mucha paciencia y dedicación bajo los siguientes principios:

El principio de confiabilidad

Se garantiza que no se dañara ni lastimara a los representantes de las MYPES, toda vez que se garantizara la integridad de la información obtenida de los mismos, ya que dicha información tiene como fin la utilización para un trabajo de tesis, por lo que se da la seguridad de que los representantes de las MYPES no se verán afectados.

Principio del respeto

Se basa en reconocer la capacidad de las personas para tomar sus propias decisiones, es decir, su autonomía. A partir de su autonomía protegen su dignidad y su libertad. El respeto por las personas que participan en la investigación (mejor “participantes” que “sujetos”, puesto esta segunda denominación supone un desequilibrio) se expresa a través del proceso de consentimiento informado.

Principio de justicia

Todos los participantes involucrados tienen el derecho a un trato justo y equitativo.

Principio de confidencialidad

Los participantes tienen el derecho a que la información que proporcionen sea mantenida en la más estricta confidencialidad mediante el anonimato, condición por la cual ni el mismo investigador puede asociar a un sujeto con la información proporcionada.

Principio de la veracidad

Debe ser innecesario precisar que en ciencia uno de los comportamientos incorrectos más dañinos es la falsificación de datos o resultados. El daño más grave que se causa no es que el infractor alcance indebidamente un grado académico; lo peor es que la información inventada tal vez vaya a ser usada de buena fe por otros, lo que puede conducir a muchos trabajos infructuosos.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

Tabla 01. Características generales de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro - venta minorista de ropas para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote, 2013.

Datos generales:	Número de MYPES	Porcentaje
Edad (años)		
18 -28	0	0,0
29 -39	4	28,6
40 -50	5	35,7
51 – 61	2	14,3
62 a más	3	21,4
Total	14	100,0
Sexo		
Femenino	9	64,3
Masculino	5	35,7
Total	14	100,0
Grado de instrucción		
Primaria	1	9,0
Secundaria	9	64,3
Técnico	0	0,0
Superior	4	28,6
Total	14	100,0
Tiene estudios o conocimiento de administración		
Sí	7	50,0
No	7	50,0
Total	14	100,0

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro - venta minorista de ropas para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote, 2013.

Tabla 02. Características de las micros y pequeñas empresas sector comercio, rubro - venta minorista de ropas para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote, 2013.

De la micro y pequeña empresa:	Número de MYPES	Porcentaje
Está formalizada		
Sí	14	100,0
No	0	0,0
Total	14	100,0
Antigüedad (años)		
De 0 a 1	0	0,0
De 2 a 3	0	0,0
De 4 a 5	4	28,6
De 6 a 8	2	14,3
De 8 a más	8	57,1
Total	14	100,0
Cuenta con equipos de alta tecnología		
Sí	3	21,4
No	11	78,6
Total	14	100,0
Las instalaciones físicas son visualmente atractivas		
Sí	12	85,7
No	2	14,3
Total	14	100,0
Realiza publicidad		
Sí	4	28,6
No	10	71,4
Total	14	100,0
Los elementos de la publicidad son visualmente atractivos (solo si usa publicidad)		
Sí	3	75,0
No	1	25,0
Total	4	100,0
Tiene conocimiento de la nueva ley		

Si	2	14,3
No	12	85,7
Total	4	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro - venta minorista de ropas para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote, 2013.

Tabla 03. Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro - venta minorista de ropas para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote, 2013.

Gestión de calidad	Número de MYPES	Porcentaje
Tiene conocimiento sobre gestión de calidad		
Sí	6	42,9
No	8	57,1
Total	14	100,0
Cuando hay problemas muestra interés para solucionarlo		
Sí	11	78,6
No	3	21,4
Total	14	100,0
Tiene un trato amable con los clientes		
Sí	14	100,0
No	0	0,0
Total	14	100,0
Existe algún manual de calidad		
Si	6	42,9
No	8	57,1
Total	14	100
Resuelve las necesidades de los clientes		
Sí	9	64,3
No	5	35,7
Total	14	100,0
Identifica los procesos para dar un buen servicio		
Sí	10	71,4

No	4	28,6
Total	14	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro - venta minorista de ropas para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote, 2013.

4.2. Análisis de Resultados:

Discusión:

Tabla N° 01: Referente al empresario legal de la micro y pequeña empresa.

Edad del representante

El 35,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad entre los 40 a 50 años, este resultado coincide con lo encuestado por **Rubio (2011)**, donde menciona que la edad promedio de los representantes de las micro y pequeñas empresas oscilan entre 41-50 años de edad representando el 45%, este resultado también coincide con lo encuestado por **Cieza (2013)**, donde menciona que la edad promedio de los representantes son de 30 – 50 años de edad representando el 50%.

Esto demuestra que actualmente de la totalidad de las micro y pequeñas empresas en su mayor porcentaje están representadas por personas adultas.

Género del representante

El 64,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino pero este resultado contrasta con lo encuestado por **Rubio (2011)**, donde menciona que el 89% de los representantes legales son de género masculino, también contrasta con lo encuestado por **Cieza (2013)**, donde menciona que el 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino.

Esto demuestra que actualmente de la totalidad de las micro y pequeñas empresas en su mayor porcentaje están representadas por mujeres.

Nivel Educativo

El 64,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas han concluido sus estudios secundarios este resultado contrasta con lo encuestado por **Rubio (2011)**,

donde menciona que el 78% han concluido estudios universitarios, pero coincide con lo encuestado por **Cieza (2013)**, donde menciona que el 37% solo han concluido sus estudios secundarios.

Esto demuestra que actualmente de la totalidad de las micro y pequeñas empresas en su mayor porcentaje están representadas por personas que solo han concluido estudios secundarios.

Tienen estudio o conocimiento de administración

El 50% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen estudios o conocimiento sobre administración de empresas.

Esto demuestra que actualmente de la totalidad las micro y pequeñas empresas la mayoría está siendo representada por personas que tiene conocimientos o estudios de administración.

Tabla N° 02: Referente a las micros y pequeñas empresas.

Formalización de la micro y pequeña empresa

El 100% de las micros y pequeñas empresas encuestadas son formales, este resultado coincide con lo encuestado por **Cieza (2013)**, donde menciona que el 100% de las micro y pequeñas empresas son formalizadas.

Esto demuestra que actualmente de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas en su totalidad están formalizados de acuerdo a las exigencias legales.

Antigüedad de la micro y pequeña empresa

El 57,1% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen una antigüedad de 8 a más, el 28,6% de 4 a 5 años y el 14,3% de 6 a 8 años en el mercado.

Esto demuestra que actualmente de la totalidad de las micros y pequeñas empresas encuestadas la mayoría tiene 8 a más años de antigüedad en el mercado.

Cuenta con equipos de alta tecnología

El 78,6% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no cuenta con equipos de última tecnología y el 21% si cuenta con equipos de última tecnología.

Esto demuestra que actualmente de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas la mayoría no cuentan con equipos de última tecnología que les permita dar un mejor servicio.

Sus instalaciones son visualmente atractivas

El 85,7% de las micro y pequeñas empresas encuestadas consideran que sus instalaciones físicas son visualmente atractivas y el 14,3% considera que no.

Esto demuestra que en la actualidad de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas la mayoría considera que sus instalaciones físicas son visualmente atractivas.

Realiza publicidad

El 71,4% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no realizan publicidad y el 28,6% si realiza publicidad.

Esto demuestra que actualmente de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas la mayoría no realizan publicidad que les permita ser reconocidos en el mercado.

Considera su publicidad visualmente atractiva

De los que si realizan publicidad el 75% de las micro y pequeñas empresas encuestadas consideran que su publicidad es visualmente atractiva y el 25% considera que no.

Esto demuestra que actualmente de la totalidad de las micro y pequeñas empresas que si realizan publicidad la mayoría considera que su publicidad es visualmente atractiva.

Tabla N°03: Referente a la variable gestión de calidad.

Tiene conocimiento de la nueva ley

El 85.7% de las micro y pequeñas empresas encuestadas indican que no conocen la nueva ley mientras que el 14.3% indica tener conocimiento sobre dicha ley.

Esto demuestra que en la actualidad de la totalidad de las micro y pequeñas empresas la gran mayoría no conocen de la nueva ley desaprovechando las ventajas y beneficios.

Tiene conocimiento sobre gestión de calidad

El 57.1% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no tienen conocimiento sobre gestión de calidad este resultado contrasta con lo encuestado por **Rubio (2011)**, donde menciona que el 67% de encuestados aseguran conocer sobre gestión de calidad, pero coincide con lo encuestado por **Vílchez (2012)**, donde menciona que el 67% no tiene conocimiento sobre gestión de calidad.

Esto demuestra que actualmente de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas la gran mayoría no tienen conocimiento de gestión de calidad.

Muestran dar soluciones a los problemas que se presentan

El 78.6% de las micro y pequeñas empresas encuestadas indican que si muestran interés en dar soluciones a los problemas que se presentan y el 21,4% no.

Esto demuestra que actualmente del total de las micro y pequeñas empresas encuestadas la mayoría muestran interés en dar solución a los problemas para brindar un mejor servicio..

Tienen un trato amable con los clientes

El 100% de las micro y pequeñas empresas encuestas aseguran tener un trato amable con el cliente.

Esto demuestra que actualmente el total de las micro y pequeñas empresas encuestadas conocen la importancia de brindar un buen trato al cliente.

Cuentan con manual de calidad

El 57.1% de las micro y pequeñas empresas encuestadas indican no contar con un manual de calidad y el 42.9% indica que sí.

Esto demuestra que actualmente de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas la mayoría no cuenta con un manual de calidad.

Resuelven las necesidades del cliente

El 64.3% de las micro y pequeñas empresas encuestadas indican resolver las necesidades del cliente y el 35.7% no.

Esto demuestra que en la actualidad de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas la mayoría resuelve las necesidades del cliente.

Identifican procesos para dar un buen servicio al cliente

El 71.4% de las micro y pequeñas empresas encuestadas si han identificado procesos para dar un buen servicio al cliente y el 28.6% no.

Esto demuestra que actualmente de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestas la gran mayoría si ha identificado procesos para dar un buen servicio al cliente.

V. CONCLUSIONES

Referente a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas

En el presente estudio se concluye que el 35.7% de las micro y pequeñas empresas están representadas por personas adultas entre 40 a 50 años, son mujeres, han culminado sus estudios secundarios y la mitad tienen conocimiento de administración de empresas.

Referentes a las micros y pequeñas empresas

En el presente estudio se concluye que de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas el total de las micros y pequeñas empresas son formales, la mayoría tienen 8 años a más de antigüedad en el mercado, no cuentan con equipos de alta tecnología, sus instalaciones son visualmente atractivas, la mayoría no realizan publicidad pero de los que realizan si son visualmente atractivas y desconocen de la nueva ley.

Referentes a la variable gestión de calidad

En el presente estudio se concluye que de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas, la mayoría no tienen conocimiento sobre gestión de calidad. Pero si buscan dar soluciones a los problemas de su micro y pequeña empresa, la totalidad de la micro y pequeña empresa si brinda un buen trato al cliente, de las mismas la gran mayoría no cuenta con un manual de calidad, así como también prioriza en resolver las necesidades del cliente e identificar procesos para dar un buen servicio.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Bencome, M. & Lezama, R. (2005). *La filosofía de las 9 s como herramienta para la calidad del servicio al cliente. Prima.vol.1*. Extraído el 05 de abril, 2014, de http://www.cuft.tec.ve/publicaciones/barquisimeto/prisma/paginas/revista/prisma_1/articulos/filosofia_de_9S.pdf

Cámara de comercio. (2013). *Informe Sectorial: Comercio. Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial-IEDEP*. Recuperado de <http://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/infosector/iscomercio.pdf>

COREMYPE (2008). *Planes Regionales para la promoción de la MYPE*. Extraído el 03 abril, 2014 del sitio web: <http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/COREMYPE.pdf>

Corma, F. (2007). *Aplicaciones prácticas del modelo EFQM de excelencia en PYME*. España: Ediciones Díaz de Santos, 2007. p 53 - 55. <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10156638&ppg=76>

Copyright © 2007. Ediciones Díaz de Santos. All rights reserved.

Drommond, H. (2001). *La calidad total. Curso gestión empresarial*. Edición Deusto S.A. pg 32-57

Evans, J. R. (2005). *Administración y Control de la Calidad*. México: International Thomson Editores.

Flores, A. (2004). *Metodología para la gestión de las micro, pequeñas y medianas empresas en Lima metropolitana* (Tesis doctoral). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

Gaitan, L.(2007). *Diseño de un modelo de gestión de calidad basado en los modelos de excelencia y el enfoque de gestión por procesos*. Trabajo de grado presentado para optar

al título de magister en ingeniería industrial. Fundación universidad del norte departamento de ingeniería industrial maestría en ingeniería industrial, Barranquilla.

Membrado, J. (2002). *Innovación y mejora continua según el modelo EFQM de excelencia*. Madrid. España. Segunda Edición Días de Santos, S.A.

Perú, Ministerio de la Producción. (2012). Estadísticas de la Micro y Pequeña Empresa MYPE 2011. Lima:

Salud y seguridad. (SGS). *Gestión de calidad*. Recuperado de <http://www.sgs.pe/es-ES/Health-Safety/Quality-Health-Safety-and-Environment/Quality/Quality-Management-Systems/ISO-9001-Certification-Quality-Management-Systems.aspx>

Sevilla Siglo XXI, S.A. (2009). Cuaderno para emprendedores y empresarios: gestión de la calidad total. Argentina: El Cid Editor, 2009. p 13. <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10316838&ppg=15>

Copyright © 2009. El Cid Editor. All rights reserved.

Tantas, L. (2010). *Las MYPES y la gestión de calidad en el sector construcción del distrito de Chimbote, año 2012*. Prototipo de proyecto de investigación para optar el título de licenciado en administración, Universidad los Ángeles de Chimbote, Chimbote-Perú.

Udaondo, M. (1992). *Gestión de Calidad*. Ediciones Díaz de Santos S.A., 1992. http://books.google.com.pe/books?id=hoRIEGdLGxIC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Ugaz, L. (2012). *Propuesta de diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO: 2008 aplicado a una empresa de fabricación de legía*. Tesis para optar por el título de ingeniero industrial, que presenta el bachiller, Pontificia universidad católica del Perú, Lima- Perú.

Weinberger, K. (2009). *Estrategia para lograr y mantener la competitividad en la empresa*. Primera edición. Junio 2009.pg 13.
<http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/ESTRATEGIA.pdf>

Yamakawua, P., Castillo, C., Baldeon, J., Espinoza, L., Granda, J. & Vega, L., (2010). *Modelo tecnológico de integración de servicios Mype peruana*.1 Edición p.50-53.
Extraído de <http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2010/10/20/libro%20mype%201.pdf>

Yunis, C. (2012). *La administración del departamento de requisitorias del aeropuerto internacional Jorge Chávez y su incidencia en la gestión de calidad de sus personal policial – 2012*. Tesis para optar el título de licenciado en administración, Universidad católica Los Ángeles de Chimbote, Lima - Perú.

Zuta, M & Wise, A. (2009). *Una MYPE con calidad*. Lima, España: Autores.

Cronograma de actividades

“Caracterización de la gestión de calidad en las MYPES del sector comercio rubro - venta de ropa para damas del centro comercial galerías alfa, Chimbote 2013”																
CRONOGRAMA																
ACTIVIDADES	SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Visión integral del curso	X															
Título		X														
Introducción		X														
Planeamiento de la investigación																
Planteamiento del problema			X	X												
Objetivos					X											
Justificación					X											
Marco teórico y conceptual						X	X	X								
Metodología																
Tipo y nivel de investigación									X							
Diseño de la investigación.									X							
Población									X							
Matriz de consistencia										X						
Referencias bibliográficas											X					
Elaboración del informe de tesis											X	X	X			
Revisión y modificaciones														X	X	
Presentación del informe de tesis															X	X

Presupuesto

RUBRO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Bienes de consumo:			
Tinta para impresora	1 unidad	30.00	30.00
Hoja bond A-4	½ millar	14.00	14.00
USB (2 Gb)	1 unidad	25.00	25.00
Lapicero	2 unidad	1.00	2.00
Corrector	1 unidad	3.00	3.00
Servicio de internet	60 horas	1.00	60.00
TOTAL:			134.00

ANEXOS

Anexo N° 01: Cuadro de sondeo

N°	Nombre de MYPES encuestadas	Dirección
1	“Novedades Mayelin”	Galerías Alfa, Puesto 14-206
2	“Joma Tu comercial”	Galerías Alfa, Puesto 7 y 8
3	“Creaciones El Bouquet”	Galerías Alfa, Puesto 313
4	“Comercial Castro”	Galerías Alfa, Puesto 314
5	“Novedades Gladys”	Galerías Alfa, Puesto 312
6	“Dios es Amor”	Galerías Alfa, Puesto 417
7	(Se negó a identificarse)	Galerías Alfa, Puesto 15
8	(Se negó a identificarse)	Galerías Alfa, Puesto 16
9	(Se negó a identificarse)	Galerías Alfa, Puesto 203
10	(Se negó a identificarse)	Galerías Alfa, Puesto 204
11	(Se negó a identificarse)	Galerías Alfa, Puesto 205
12	(Se negó a identificarse)	Galerías Alfa, Puesto 208
13	(Se negó a identificarse)	Galerías Alfa, Puesto 212
14	(Se negó a identificarse)	Galerías Alfa, Puesto 216

Anexo N° 02: Encuesta revisada y aprobada.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CUESTIONARIO

Buenos días, la siguiente encuesta es realizada por los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración del VIII ciclo, como parte del plan curricular correspondiente al curso de Tesis II, se le pide su colaboración para la recolección de datos, los cuáles permitirán a los estudiantes realizar un estudio correspondiente para resolver la problemática relacionada en cuanto a la gestión de calidad en las Mypes del sector comercio. A continuación se les presentará las preguntas, de antemano, se le agradece su colaboración y disposición.

I. RESPECTO AL EMPRESARIO

a) ¿Qué edad tiene usted?

- 18 - 28
- 29 - 39
- 40 - 50
- 51 - 61
- 62 a mas

b) ¿Cuál es su género?

Femenino Masculino

c) ¿Cuál su nivel educativo?

Primaria Secundaria Técnico Superior

d) ¿Tiene estudios o conocimiento de administración de empresas?

Si No

II. RESPECTO A LA MYPE

a) ¿Su MyPE esta formalizada?

Si No

b) ¿Cuánto tiempo de antigüedad tiene su MyPE en el mercado?

- De 0 a 1 año
- De 1 a 3 años
- De 4 a 5 años
- De 6 a 8 años
- De 8 a más

c) ¿Cree usted que dentro de su MyPE cuenta con equipos de última tecnología?

Si

No

d) ¿Cree usted que las instalaciones físicas de su MyPE son visualmente atractivas?

Si

No

e) ¿Realiza usted publicidad?

Si

No

f) ¿Cree usted que los elementos materiales (folletos, publicidad y similares) de su MyPE son visualmente atractivos?

Si

No

g) ¿Tiene conocimiento sobre la nueva ley MyPE?

Si

No

III. RESPECTO A LA GESTION DE CALIDAD

a) ¿Tiene conocimiento sobre la gestión de calidad?

Si

No

b) Cree usted que cuando hay un problema de la MyPE muestra un sincero interés para solucionarlo?

Si

No

c) ¿Cree usted que tiene un trato amable con sus clientes?

Si

No

d) ¿Existe algún manual de calidad dentro de la MyPE?

Si

No

e) ¿Cree usted que su MyPE resuelve las necesidades del cliente?

Si

No

f) ¿Ha identificado los procesos para dar un buen servicio al cliente?

Si

No

J. Al-Q. B.

VALORADO POR: FERRER HENRIQUE TIRADO

ELABORADO POR: YANIRA GONZALEZ GOMEZ

Anexo N°03

Hoja de Tabulación:

PREGUNTA	ALTERNATIVAS	PUNTAJE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1. ¿Qué edad tiene?	De 18 a 28	-	0	0.0
	De 29 a 39	III	4	28.6
	De 40 a 50	IIII	5	35.7
	De 51 a 61	II	2	14.3
	De 62 a mas	III	3	21.4
Total	-	14	14	100%
2. ¿Cuál es su género?	Femenino	IIII-III	9	64.3
	Masculino	IIII	5	35.7
Total	-	14	14	100%
3. ¿Cuál es su nivel educativo?	Primaria	I	1	9.0
	Secundaria	IIII-III	9	64.3
	Técnico	-	0	0.0
	Superior	III	4	28.6
Total	-	14	14	100%
4. ¿Tiene estudios o conocimiento sobre administración de empresas?	Si	IIII-II	7	50.0
	No	IIII-II	7	50.0
Total	-	14	14	100%
5. ¿Su MYPE esta formalizada?	Si	IIII-III-III	14	100.0
	No	-	0	0
Total	-	14	14	100%
6. ¿Cuánto tiempo de antigüedad tiene su MYPE en el mercado?	De 0 a 1 año	-	0	0.0
	De 1 a 3 años	-	0	0.0
	De 4 a 5 años	III	4	28.6
	De 6 a 8 años	II	2	14.3
	De 8 a mas	IIII-III	8	57.1
Total	-	14	14	100%
7. ¿Dentro de su MYPE cuenta con equipos de alta tecnología?	Si	III	3	21.4
	No	IIII-III-I	11	78.6
Total	-	14	14	100%

8. ¿Cree usted que las instalaciones físicas de su MYPE son visualmente atractivas?	Si No	IIII-IIII-II II	12 2	85.7 14.3
Total	-	14	14	100%
9. ¿Realiza publicidad?	Si No	IIII IIII-IIII	4 10	28.6 71.4
Total	-	14	14	100%
9.1. ¿Cree usted que los elementos materiales (Folletos, publicidad y similares) de su MYPE son visualmente atractivas?	Si No	IIII I	3 1	25.0 75.0
Total	-	4	4	100%
10. ¿Tiene conocimiento sobre la nueva ley MYPE?	Si No	II IIII-IIII-	2 12	14.3 85.7
Total	-	14	14	100%
11. ¿Tiene conocimiento sobre gestión de calidad?	Si No	IIII-I IIII-III	6 8	42.9 57.1
Total	-	14	14	100%
12. ¿Cree usted que cuando hay un problema de la MYPE muestra un sincero interés para solucionarlo?	Si No	IIII-IIII-I IIII	11 3	78.6 21.4
Total	-	14	14	100%
13. ¿Cree usted que tiene un trato amable con sus clientes?	Si No	IIII-IIII-IIII -	14 0	100.0 0
Total	-	14	14	100%
14. ¿Existe algún manual de calidad dentro de la MYPE?	Si No	IIII-I IIII-III	6 8	42.9 57.1
Total	-	14	14	100%

Anexo N° 04: Figuras

Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas

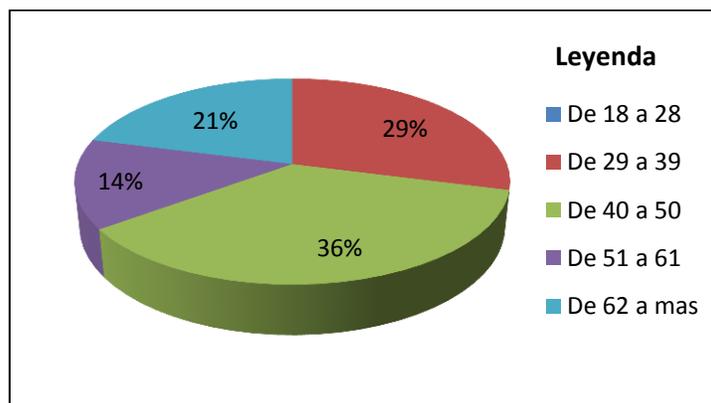


Figura N° 01: Edad del representante

Fuente: Tabla N° 01

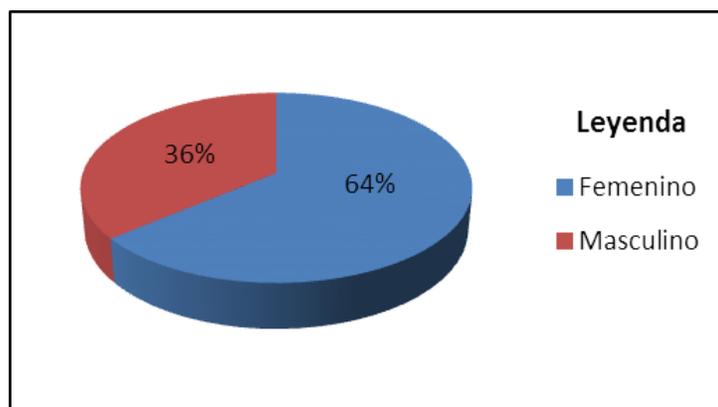


Figura N° 02: Genero del representante

Fuente: Tabla N° 01

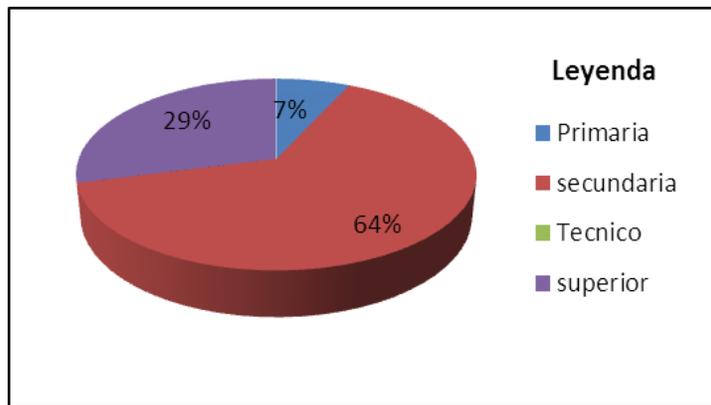


Figura N° 03: Nivel educativo

Fuente: Tabla N° 01

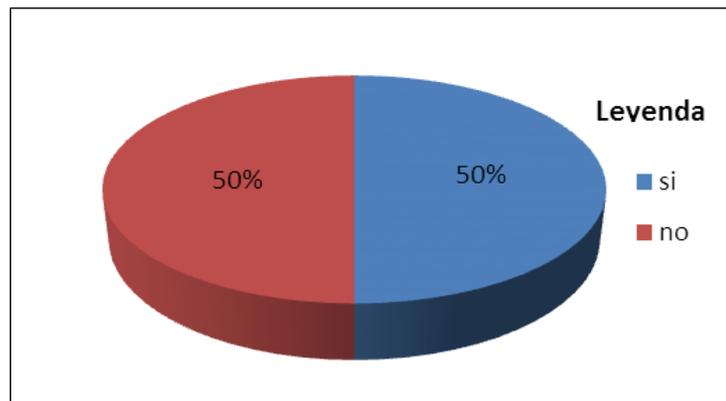


Figura N° 04: Tiene estudios o conocimiento de administración de empresas

Fuente: Tabla N° 01

Referente a las MYPES.

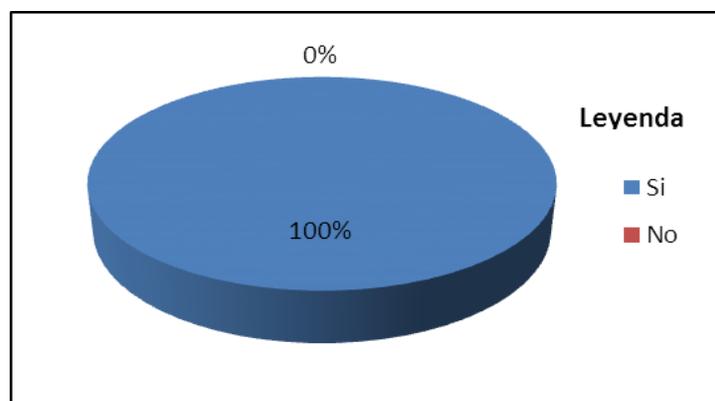


Figura N° 05: La MYPE está formalizada.

Fuente: Tabla N° 02

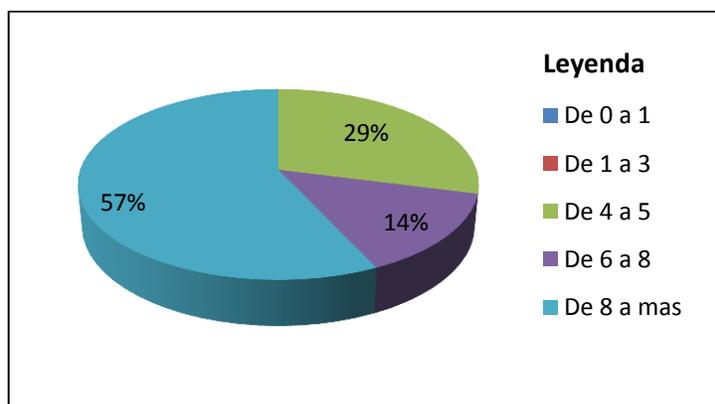


Figura N° 06: Antigüedad de la MYPE

Fuente: Tabla N° 2

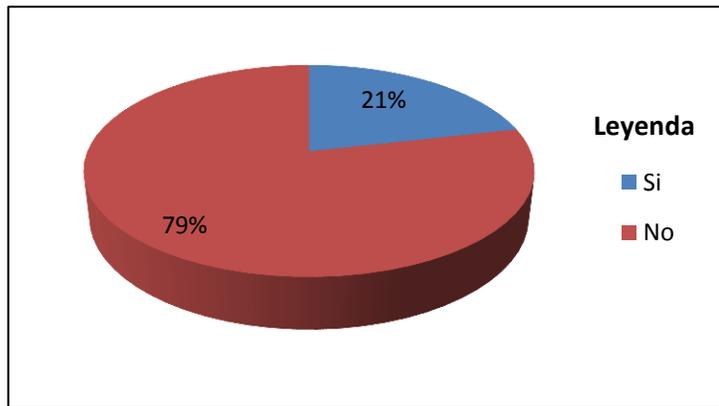


Figura N° 07: La MYPE cuenta con equipos de alta tecnología.

Fuente: Tabla N° 2

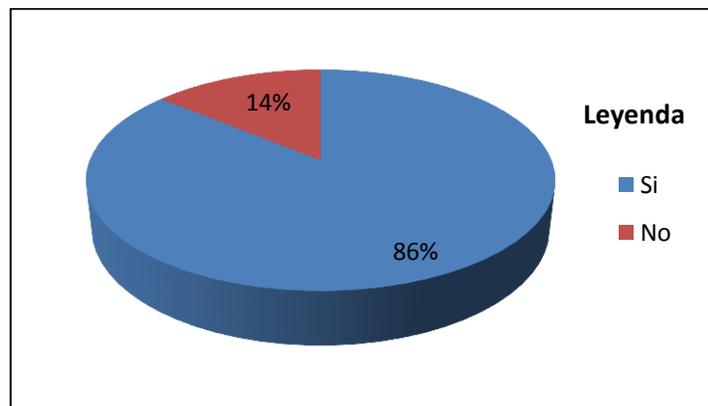


Figura N° 08: Las instalaciones físicas de la MYPE son visualmente atractivas

Fuente: Tabla N° 2

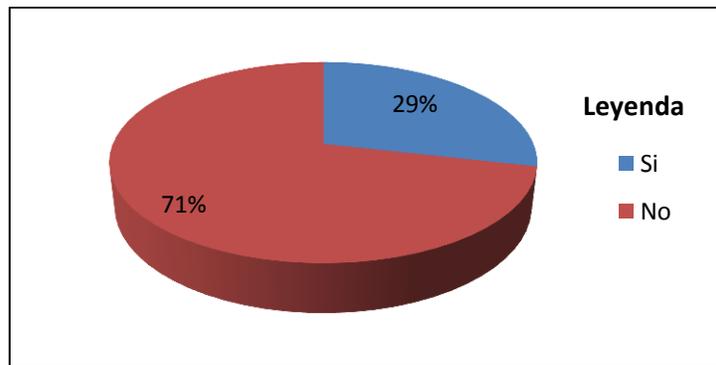


Figura N° 09: Realiza publicidad de la MYPE

Fuente: Tabla N° 2

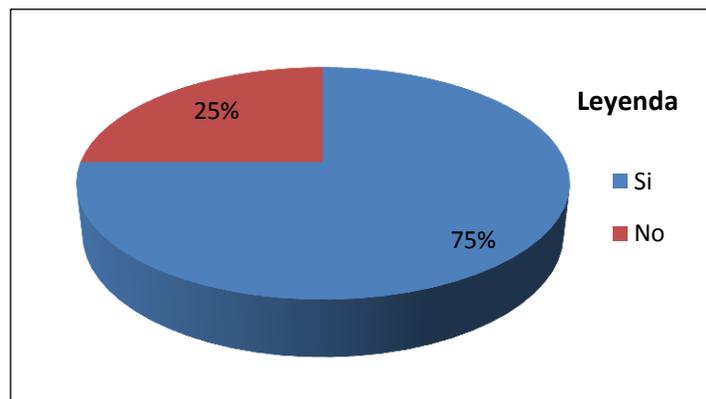


Figura N° 9.1: Los elementos materiales (folletos, publicidad y similares) de la MYPE son visualmente atractivos

Fuente: Tabla N° 2.

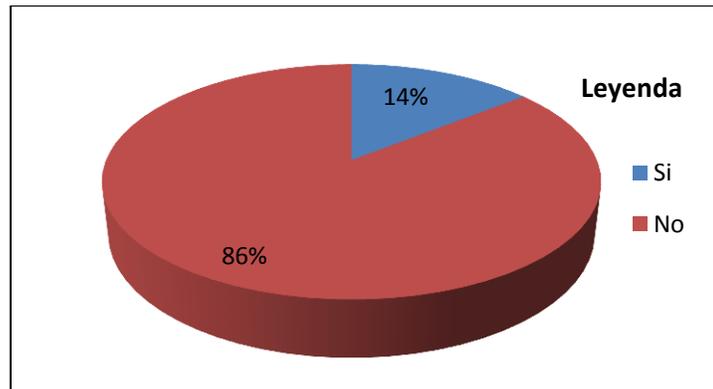


Figura N° 10: Tiene conocimiento sobre la nueva ley MYPE
Fuente: Tabla N° 2

Referente a la gestión de calidad.

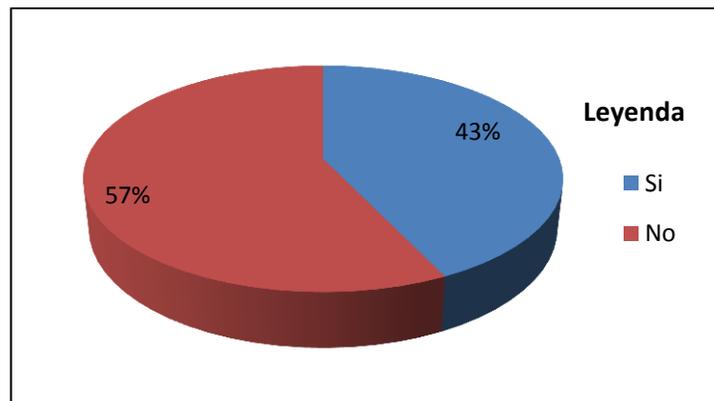


Figura N° 11: Tiene conocimiento sobre la gestión de calidad
Fuente: Tabla N° 3

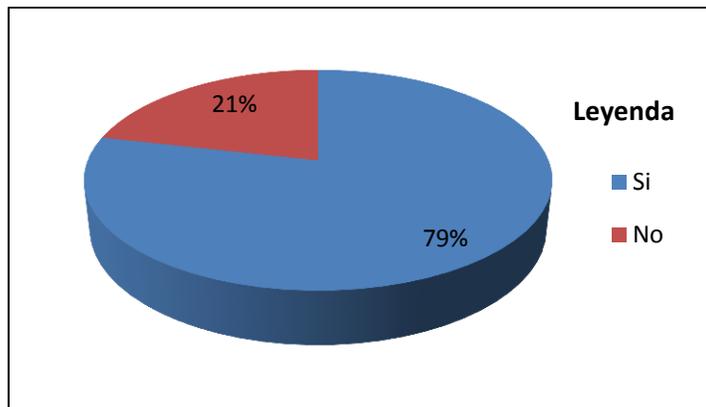


Figura N° 12: Cuando hay un problema de la MYPE muestra interés para solucionarlo.

Fuente: Tabla N° 3

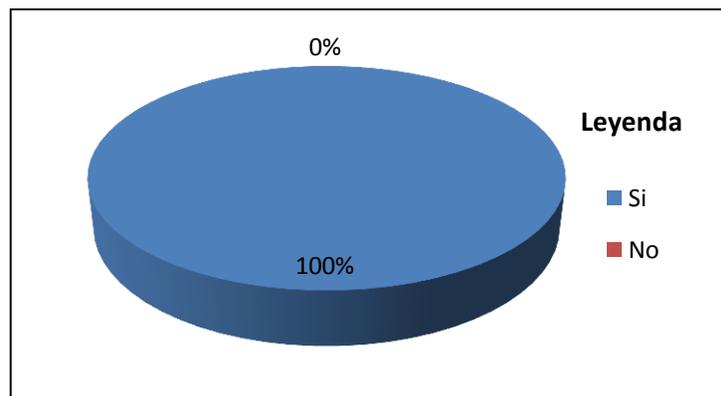


Figura N° 13: Tiene un trato amable con sus clientes

Fuente: Tabla N° 3

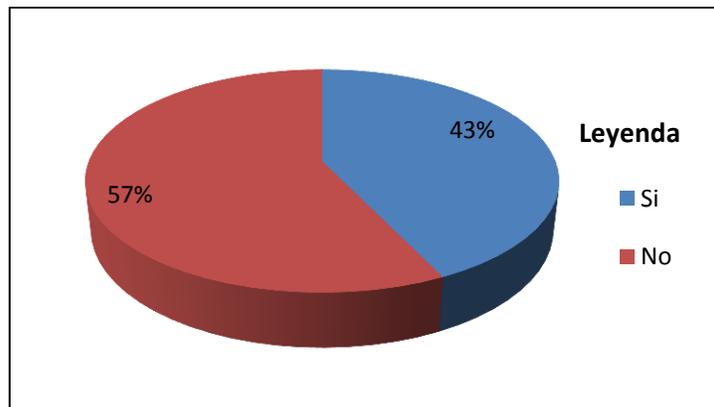


Figura N° 14: Tiene un manual de calidad dentro de la MYPE

Fuente: Tabla N° 3.

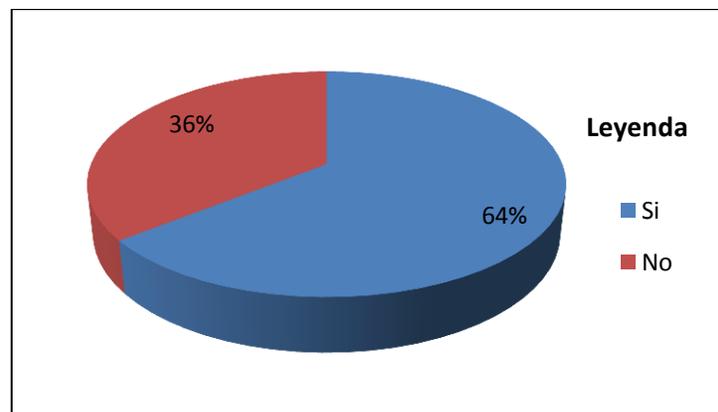


Figura N° 15: La MYPE resuelve las necesidades del cliente

Fuente: Tabla N° 3

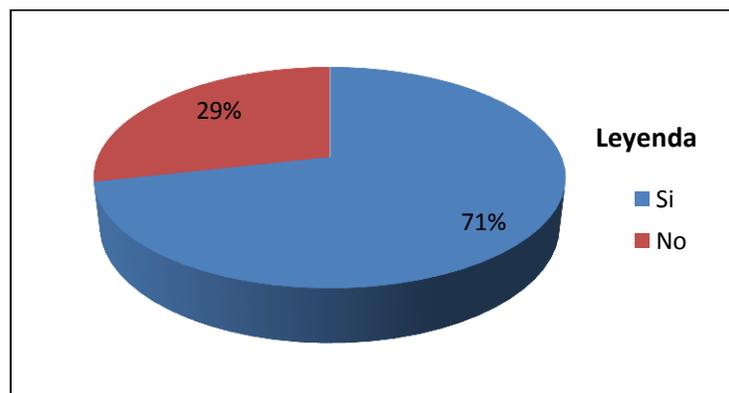


Figura N° 16: Identifica los procesos para dar un buen servicio al cliente

Fuente: Tabla N° 3