

GESTION DE CALIDAD CON USO DE TECNICAS MODERNAS  
ADMINISTRATIVAS EN MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, PROVINCIA DEL  
SANTA, 2016

QUALITY MANAGEMENT WITH THE USE OF MODERN ADMINISTRATIVE  
TECHNIQUES IN MICRO AND SMALL BUSINESSES, PROVINCIA DEL SANTA,  
2016

Reinerio Zacarías Centurion Medina \*

---

\* Doctor en Administración, Docente Tutor Investigador de la Escuela profesional de  
Administración – ULADECH - Católica ... **Email: rcenturionm@uladech.edu.pe**

## RESUMEN

El presente estudio, tuvo por objetivo determinar las características de gestión de calidad con el uso de técnicas modernas administrativas, en micro y pequeñas empresas (Mype) de la Provincia Del Santa, el diseño de investigación fue No Experimental-Transversal-Descriptivo, y de una población de 121 Mype, se determinó una muestra dirigida de 116, utilizando técnicas administrativas, como Marketing (42), Benchmarking (7), Atención al cliente (20), Planeamiento Estratégico (7), Neuromarketing (12), Liderazgo (10), y TICs (18). Aplicándose un cuestionario estructurado, obteniéndose resultados, **Representantes** el 80,17% tienen edad entre 18 a 50 años, el 54,31% son varones, el 68,97% tienen estudios técnicos y superiores, **Mype**, el 64,66% tienen de 4 a más años de permanencia en el mercado, **Gestión de calidad** el 50,96 % no conocen su significado, el 91,30 % una gestión de calidad mejoraría el rendimiento, **Marketing**, el 59.52% conoce el termino, el 100% atiende necesidades del cliente, el 97,62 % a aumentado sus ventas, **Benchmarking**, el 100% no conoce el termino, el 71,43 % no resistencia al cambio, **Atención al Cliente**, el 100% conoce el término, el 85%, aplica Atención al cliente, **Planeamiento Estratégico**, el 71,43% no conoce el termino, el 85,71 % no cuenta con plan de acción para solucionar problemas, **Neuromarketing**, el 50% conoce el termino, el 91,67% las emociones definen el consumo, en **Liderazgo**, 80% conoce su significado, 100% promueve trabajo en equipo, **T.I.C**, el 66,67% cuenta con computadoras, el 77,78% usa redes sociales para vender,

Se concluye que en las Mype, no conocen los términos de técnicas administrativas, pero la usan, por ciertos conocimientos empíricos.

**Palabras Clave:** Benchmarking, Gestión, Liderazgo, Marketing, Mype, TICs

## **ABSTRACT**

The objective of this study was to determine the characteristics of quality management with the use of modern administrative techniques, in micro and small enterprises (Mype) of the Province of Santa, the research design was Non-Experimental-Transversal-Descriptive, and a population of 121 Mype, a directed sample of 116 was determined, using administrative techniques such as Marketing (42), Benchmarking (7), Customer Service (20), Strategic Planning (7), Neuromarketing (12), Leadership (10) ), and TICs (18). Applying a structured questionnaire, obtaining results, Representatives 80.17% have age between 18 to 50 years, 54.31% are male, 68.97% have technical and higher studies, Mype, 64.66% have 4 to more years of permanence in the market, Quality management 50.96% do not know their meaning, 91.30% quality management would improve performance, Marketing, 59.52% know the term, 100% attend needs of the customer, 97.62% increased its sales, Benchmarking, 100% does not know the term, 71.43% does not resist change, Customer Service, 100% knows the term, 85%, applies to the client, Strategic Planning, 71.43% do not know the term, 85.71% do not have an action plan to solve problems, Neuromarketing, 50% know the term, 91.67% emotions define consumption , in Leadership, 80% know its meaning, 100% promote teamwork, ICT, 66.67% have computers, 77.78% use social networks to sell,

It is concluded that in the Mype, they do not know the terms of administrative techniques, but use it, because of certain empirical knowledge.

**Keywords:** Benchmarking, Management, Leadership, Marketing, Mype, TICs

## **I. INTRODUCCIÓN**

Las Micro y pequeñas empresas (MYPES) se han convertido en un fenómeno económico y principal centro de atención de las economías de todos los países del mundo, La micro y pequeña empresa, actualmente juega un rol importante en la economía mundial, porque generan más empleos que las empresas grandes o el propio Estado principalmente de los países en vías de desarrollo porque, las micro y pequeñas empresas (MYPES) cumplen un rol fundamental, pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo, pero la mayoría de estos negocios tienen problemas que limitan su permanencia en el mercado.

En el Perú las Micro y pequeñas empresas vienen generando mucha expectativa y es el Estado con la dación de la Ley 30056 que está dando el respaldo para su creación y permanencia en los mercados como una estrategia para contribuir a la generación de empleo y con ello al mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad local, regional y nacional.

En ese contexto la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas se presenta como una de las líneas de participación de los profesionales de Administración; por ello es de mucha importancia el desarrollo de investigaciones que persigan, conocer la realidad de las micro y pequeñas empresas en lo referente a una Gestión de Calidad derivados de las aplicaciones de técnicas modernas de Administración como una estrategia para asegurar la calidad de la Gestión que estas micro empresas emplean en el direccionamiento de sus actividades empresariales (sector servicios, comercio y producción ) cabe resaltar que la implementación de adecuada gestión de las micro y pequeñas empresas en la búsqueda de competitividad viene siendo promovida por el Estado a través de los Ministerios de la Producción, de Comercio Exterior y Turismo y por Organismos Internacionales como el Banco Mundial.

La Cooperación Suiza y la OIT como una estrategia para asegurar su permanencia en el mercado como generadoras de empleo, se busca una mejor comprensión de la calidad de la gestión de las micro y pequeñas empresas, para lo cual se han considerado evaluar la aplicación del Marketing, el Benchmarking, Atención al Cliente,

Planeamiento Estratégico, el Neuromarketing, el liderazgo y las TICs, como técnicas modernas de Administración.

Para su ejecución los estudiantes de la asignatura de tesis seleccionaron un grupo de empresas dedicadas al comercio, servicio o producción, que presentaron las siguientes características: ser una micro o pequeña empresa; estar formalizada (contar con Licencia Municipal de Funcionamiento y estar registrada en la SUNAT.)

Los resultados obtenidos por los estudiantes en la ejecución de las investigaciones en cada grupo de las micro y pequeñas empresas a sido utilizado para realizar un análisis a través del desarrollo de un proyecto de investigación. En la revisión de antecedentes se ha podido identificar que a nivel nacional son escasas las investigaciones que se han centrado en conocer la calidad en la gestión de las micro y pequeñas empresas por ello el desarrollo de este proyecto de investigación queda justificado.

A partir de la década de los ochenta, nuestro país ha experimentado una serie de cambios en el sistema empresarial, debido al surgimiento de micro y pequeñas empresas que han cambiado la idea errónea de que para poder constituir una empresa se necesita una cuantiosa inversión. Las Micro y pequeñas empresas (MYPE) se han convertido en un fenómeno económico y principal centro de atención de las economías de todos los países del mundo, principalmente de los países en vías de desarrollo porque, como lo mencionan “A lo largo de las dos últimas décadas, el país ha sido testigo de un crecimiento acelerado del número de micro y pequeñas empresas conducidas por un nuevo tipo de “empresario emergente”. Este segmento de empresas concentra casi la totalidad del crecimiento del empleo reciente. El conocimiento de la dinámica de ese sector implica responder a dos preguntas: ¿Tienen estos empresarios características y trayectorias similares? ¿Alcanzan un mismo dinamismo y nivel de éxito en la conducción de sus empresas? La respuesta es no. El nivel de desarrollo de estas empresas y su crecimiento en términos de empleo, utilidades y productividad es desigual. Las características de sus negocios, los montos de inversión, la tecnología incorporada y las estrategias seguidas para su crecimiento, sugieren que existe una marcada heterogeneidad en el desempeño de los pequeños empresarios y de sus empresas” (Valdivia, 2003).

Las Mypes en Latinoamérica representan 97,56% del total de empresas y frente a esto, sus Estados, buscan mejorar su competitividad y gestión, promoviendo leyes

favorables, para su capacitación, asistencia técnica, facilidad de mercados, innovación y acceso a tecnología. **(Hernández, 2009)**.

En el contexto de competitividad internacional, las MYPES no sólo tienen la necesidad de ser competitivas internamente, sino que la globalización les exige buscar la competitividad externa y consolidarse como un sector de desarrollo sostenido en la economía, fomentando las alianzas estratégicas, la subcontratación y otros mecanismos que en su conjunto busquen el progreso del sector. **(Alonso & Hernández, 2006)**.

Según Centurión (2013) es importante conocer que el sistema económico en la Provincia del Santa estaba basado en sus actividades como, **la Pesca y el Acero**, pero actualmente debido a aspectos coyunturales como la existencia de vedas programadas debido a la escasez de recursos hidrobiológicos y el desempleo, ha permitido el surgimiento de otras actividades económicas realizadas por emprendedores que han generado su propia fuente laboral, conformando unidades pequeñas de producción, servicio y comercio denominadas Mypes, las cuales al poco tiempo de formarse, desaparecen, generando pérdidas para sus propietarios y dejando sin empleo a muchas personas, éstas requieren un tratamiento especial para su supervivencia es decir gestionarlas adecuadamente aplicando técnicas modernas de gestión, beneficiando a estas Mype para su permanencia en el mercado y un adecuado crecimiento y desarrollo en este mundo globalizado. **(Centurión, 2013)**

En la Provincia del Santa, específicamente en los distritos de Chimbote, Nuevo Chimbote, Santa y Moro, zona de influencia del estudio, existen Micro y pequeñas empresas en los diferentes sectores, servicio, comercio o producción, los cuales algunos desaparecen al corto tiempo de su creación y otros permanecen en el tiempo y se desarrollan en el mercado desconociéndose si este fenómeno es como consecuencia de la aplicación de una gestión de calidad mediante el uso de técnicas modernas Administrativas en sus diversas actividades empresariales, por lo que se plantea la siguiente pregunta de investigación,

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de técnicas modernas administrativas en las Micro y pequeñas empresas de la Provincia del Santa, año 2016? y para solucionar el problema se plantea como objetivo general,

Determinar la características de la gestión de calidad con el uso de técnicas modernas administrativas en las Micro y pequeñas empresas de la Provincia del Santa, año 2016? y como objetivos específicos se plantea,

- Determinar las características de los Representantes de las Micro y pequeñas empresas de la Provincia del Santa, año 2016.
- Determinar las características de las Micro y pequeñas empresas de la Provincia del Santa, año 2016.
- Determinar las características de una Gestión de Calidad con el uso de técnicas modernas administrativas en las micro y pequeñas empresas de la Provincia del Santa, año 2016.

El presente estudio de investigación es generado a partir de la línea de investigación sobre las micro y pequeñas empresas que es un tema de interés nacional, regional o local, y que está de acuerdo con lo establecido por los organismos nacionales e internacionales, los cuales son compatibles con los principios y valores de la Doctrina Social de la Iglesia Católica, así como con la Constitución Apostólica Ex Corde Ecclesiae, se exigió que los estudiantes en la elaboración y ejecución de sus proyectos de investigación, los cuales se utilizaron para la elaboración de este Informe de investigación, cumplan con los siguiente principios: búsqueda de la verdad respetando las creencias y libertades de las personas; respeto y valoración a los sujetos que proporcionan la información; respeto por la dignidad humana; prioridad por el conocimiento y desarrollo de los más necesitados; búsqueda del bien común, y ética, equidad y equilibrio en el tratamiento y difusión de los resultados de la investigación.

Además, ésta investigación se justifica porque permitirá obtener aspectos teóricos de la gestión de calidad y de las técnicas modernas administrativas que se aplican en las micro y pequeñas empresas para su crecimiento y desarrollo en los diferentes mercados donde participan.

Por otro lado se justifica porque permite conocer a nivel exploratorio las principales características de las micro y pequeñas empresas que aplican la gestión de calidad en el ámbito de estudio las cuales permitirá su permanencia en el mercado, generando puestos de trabajo que beneficiara a la sociedad, Además se justifica porque permitirá a los gerentes aplicar la gestión de calidad con el uso o bajo el enfoque de las técnicas administrativas en sus micro y pequeñas empresas para ser competitivos y de éxito en los mercados.

También se justifica porque beneficiara a la comunidad empresarial y a los emprendedores proporcionándoles conocimientos sobre los beneficios de una gestión de calidad usando técnicas modernas administrativas en sus micro y pequeñas empresas,

puesto que en el proceso de evaluación e implementación de las propuestas de mejora de la calidad, la aplicación del Planeamiento estratégico, el Benchmarking, el outsourcing, Marketing, liderazgo, TICs etc. se requerirá su participación implicando la adquisición de nuevos saberes y el manejo de estas técnicas y herramientas modernas de administración que después de la intervención podrán emplear en sus micro y pequeñas empresas de forma autónoma.

Finalmente se justifica porque ésta investigación servirá de base para futuras investigaciones sobre la aplicación de una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas. Esta investigación, no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad, muy por el contrario la beneficiará, siendo viable su ejecución en beneficio de la micro y pequeña empresa bajo los principios éticos de Confidencialidad y respeto a la persona humana

### **HIPOTESIS**

El presente estudio esta elaborado en base a tesis de **tipo descriptivo** por lo que no se plantea Hipótesis y se esperó los resultados obtenidos

### **MATERIALES Y METODOS**

Para la elaboración del presente Informe de investigación se utilizó el **diseño de investigación** que utilizaron los tesistas, bajo la supervisión del Docente Tutor investigador. Es decir. *No Experimental – Transversal- Descriptivo*

La **población** de estudio de este proyecto de investigación estuvo compuesta por las Micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa considerados en los estudios sobre la gestión de calidad con el uso de técnicas modernas administrativas que asciende a 121 micro y pequeñas empresas, y la **muestra dirigida** fue de 116 Mype y se obtuvo de los trabajos de investigación que realizaron los tesistas, bajo la supervisión del Docente Tutor investigador

La **técnica** que se utilizó, para recolectar información fue: La encuesta, porque es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador.

El **instrumento**, que se utilizó para registrar la información fue el Cuestionario, porque es instrumento que consta de un conjunto de preguntas, preparado cuidadosamente, por los tesistas, sobre los hechos y aspectos que interesan en la



investigación realizada en las Micro y pequeñas empresas sobre su gestión utilizando técnicas modernas administrativas.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas. El procesamiento de los datos se realizó con el programa informático Microsoft Excel 2007, que fueron utilizados por los tesistas para obtener sus resultados

El presente Informe de investigación se realizó bajo los **principios éticos** de confidencialidad, confiabilidad y respeto a la persona humana que utilizaron los autores de las diferentes tesis elaboradas, bajo la supervisión del Docente Tutor investigador.

## RESULTADOS

**Tabla 1.**  
**Características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas de la provincia del Santa 2016**

Generalidades	N° de Mype	Resultado
Edad del Representante	93	80.17% tiene edad promedio entre 18 a 50 años
Genero	63	54.31% son de genero masculino
Instrucción	80	68.97% tiene grado de instrucción Superior No universitaria y universitaria
Cargo que desempeña	61	52.59% son administradores
Años en el cargo	<b>75</b>	64.66% tiene de 4 a mas de 7 años en el cargo

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los Representantes de las Micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa 2016

**Tabla 2**  
**Características de las Micro y Pequeñas empresas de la provincia del Santa 2016**

Generalidades	N° de Mype	Resultado
Tiempo de permanencia en el rubro	75	64.66% tiene de 4 a mas de 7 años en el cargo
Numero de trabajadores	102	87.93 % tiene de 1 a 5 trabajadores
Objetivos de creación de la Mype	99	85.34% Generar ganancia

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los Representantes de las Micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa 2016

**Tabla 3**  
**Características de la Gestion de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas de la provincia del Santa 2016**

Generalidades	N° de Mype	Resultado
Conoce el término "Gestión de Calidad"	59	50.96% conoce el termino gestión de calidad
Técnicas modernas de gestión de calidad	100	86.21% conoce y aplica por lo menos una tecnica
Dificultades del personal para implementación de gestión de calidad	76	65.52% Poca iniciativa, aprendizaje lento, no se adapta a los cambios, desconocimiento del puesto
Técnicas para medir el rendimiento del personal	83	71.55% utiliza las técnicas para medir el rendimiento la observación y la evaluación
La gestión de la calidad mejora el rendimiento del negocio	106	91.38 % si mejora el rendimiento de la empresa

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los Representantes de las Micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa 2016

**Tabla 4**  
**Características de la Gestión de calidad con el uso del Marketing en las Micro y Pequeñas Empresas de la provincia del Santa 2016.**

Generalidades	N° de Mype	Resultado
Conoce el termino marketing	25	59.52 % si conoce el termino de Marketing
Los productos ofertados atiende necesidades de los clientes	42	100.00% los productos ofertados atiende las necesidades del cliente
Tiene base de datos de sus clientes	26	61.90 % si tiene una base de datos
Nivel de ventas de su empresa	41	97.62% ha aumentado su nivel de ventas con el uso del marketing
Medios utilizados para publicitar su negocio	36	85.72% utilizan volantes y carteles
. Herramientas de marketing utilizados	24	57.14 % utilizan estrategias de mercado y de ventas
Por qué no utiliza las herramientas de marketing	23	54.76% no utiliza porque no lo conoce, no se adaptan a su empresa no tiene personal experto
El marketing mejora la rentabilidad de su empresa	26	61.90 % si mejora la rentabilidad de su empresa

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los Representantes de las Micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa 2016

**Tabla 5**  
**Características de la Gestión de calidad con el uso del Benchmarking en las Micro y Pequeñas Empresas de la provincia del Santa 2016.**

Generalidades	N° de Mype	Resultado
Conoce el significado de la palabra Benchmarking	7	100.00% no conoce
Las estrategias, toma como referencia de otras empresas es para mejorar	7	100.00% Productos servicios y procesos
El Benchmarking mejora su empresa	7	100.00% Si mejora su empresa
El personal muestra resistencia al cambio	5	71.43 % No muestra resistencia al cambio
El Benchmarking es primordial para organizaciones que desea incursionar en nuevo mercado	6	85.71 % Si, es primordial para ingresar a nuevos mercados
Fortalezas que necesita su empresa para implementar el benchmarking	6	85.71 % Cultura de cambio, aprendizaje continuo, y competencia en el mercado
El Benchmarking permite a la empresa ser eficiente	5	71.43 % Si permite ser eficiente.

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los Representantes de las Micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa 2016

**Tabla 6**  
**Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas de la provincia del Santa 2016.**

<b>Generalidades</b>	<b>N°de Mype</b>	<b>Resultado</b>
Conoce el termino atención al cliente	20	100.00 % Si Conoce el termino
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	17	85.00 % Si aplica la gestión de calidad en el servicio
La atención al cliente es fundamental para su regreso al establecimiento	20	100.00 % Si es fundamental en el regreso del cliente
. La atención que brinda a los clientes es	20	65,00 % Buena y el 35.00% es regular
Considera usted que se está dando una mala atención al cliente	15	75,00 % No porque Brinda una buena atención
Aplica Técnicas modernas de atención al cliente en su microempresa	18	90,00 % Si aplica técnicas modernas de atención al cliente
La empresa es eficiente cuando atiende y soluciona reclamos de los clientes	19	95,00 % Si es eficiente
La atención al cliente permite posicionamiento de su empresa en el mercado	20	100,00 % Si permite posicionamiento de la empresa en el mercado

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los Representantes de las Micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa 2016

**Tabla 7**  
**Características de la Gestión de calidad con el uso del Planeamiento Estratégico en las Micro y Pequeñas Empresas de la provincia del Santa 2016.**

<b>Generalidades</b>	<b>N°de Mype</b>	<b>Resultado</b>
Conoce el término plan estratégico	5	71.43 % No conoce el termino P.E.
Su empresa cuenta con plan estratégico	5	71.43 % No cuenta con PE
Para que utiliza el plan estratégico	4	57.13 % No utiliza el P.E.
Principales preocupaciones que posee su empresa	7	100.00% preocupaciones sobre el ahorro, la inversión y el crédito para la inversión
Ha establecido plan de acción para convertir debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades	6	85.71 % No a establecido un plan de accion
. Ha diseñado una misión y visión de su empresa	5	71.43% NO ha diseñado Misión y Vision
Qué desea lograr en su empresa	7	100.00% desea ser reconocida como empresa y tener rentabilidad.

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los Representantes de las Micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa 2016

**Tabla 8****Características de la Gestión de calidad con el uso del Neuromarketing en las Micro y Pequeñas Empresas de la provincia del Santa 2016.**

<b>Generalidades</b>	<b>N° de Mype</b>	<b>Resultado</b>
Conocimiento del neuromarketing	6	50.00% No conoce el termino Neuromarketing
La empresa satisface la necesidad del mercado objetivo	12	100.00% Si
Qué motiva al consumidor, la decisión de compra del producto y/o servicio	12	100.00 % Servicio del producto, utilidad y ahorro
Las emociones de los clientes afectan su consumo	11	91.67% Si afectan el consumo
Los clientes son atraídos por carteles de “oferta”, “descuento” o “2x1	9	75.00 % Si son atraídos por carteles ofertas y promociones
. El neuromarketing como herramienta, ayuda a permanecer en el mercado	7	58.33 % Si ayuda a permanecer en el mercado

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los Representantes de las Micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa 2016

**Tabla 9****Características de la Gestión de calidad Bajo el enfoque del Liderazgo en las Micro y Pequeñas Empresas de la Provincia del Santa 2016.**

<b>Generalidades</b>	<b>N° de Mype</b>	<b>Resultado</b>
Conoce usted el significado exacto de la palabra liderazgo	8	80.00% Si conoce el significado liderazgo
Cuáles considera son las competencias propias de un líder	10	100.00% Comunicación , poder de convicción y saber escuchar
Es Ud. buen líder dentro de su empresa	10	100.00 % Si
Promueve el trabajo en equipo	10	100.00% Si promueve el trabajo en equipo
Cuándo un colaborador comete un error, ayuda a resolver de manera correcta	10	100.00 % Si
El liderazgo es primordial para las organizaciones	10	100.00 % Si
Tipo de líderes que necesita su empresa	10	100.00 % construyan proyectos a futuro, desarrolladores de personas y que promueva el trabajo en equipo

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los Representantes de las Micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa 2016

**Tabla 10**  
**Características de la Gestión de calidad con el uso de la Tecnología de información y Comunicación ( TIC) en las Micro y Pequeñas Empresas de la Provincia del Santa 2016.**

<b>Generalidades</b>	<b>N°de Mype</b>	<b>Resultado</b>
<b>Conoce las siglas TIC</b>	17	94.44% Si conoce las siglas TIC
<b>Cuenta con una computadora</b>	12	66.67 % Si cuentan con computadoras
<b>Nivel de conocimiento de computacion</b>	16	88.89 % es Regular
<b>Usa Internet para captación de clientes</b>	11	61.11% Si en las redes sociales
<b>Que tipo de redes sociales utiliza</b>	14	77.78 % Facebook, dispositivos móviles y otros
<b>Las TIC contribuyen en la eficiencia del Negocio</b>	18	100.00 % Si contribuyen
<b>Las TIC. ayudan en la interacción con los clientes</b>	17	94.44% Si ayudan en la interacción

**Fuente:** *Cuestionario aplicado a los Representantes de las Micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa 2016*

## **5.2 Análisis de Resultados**

### **Tabla 1-Representantes de las micro y pequeñas empresas**

En el presente estudio de metaanálisis, los resultados obtenidos en las tesis elaboradas por estudiantes con respecto a los representantes determina que el 80,17% tienen de 18 a 50 años de edad, estos resultados indican que en la gestión de las micro y pequeñas empresas en estudio, se mezcla el ímpetu de la juventud y la experiencia para mejorar su direccionamiento en el mercado globalizado, el 54,31% son de género masculino, esto nos indica que hay una mínima diferencia con el género femenino y que están compartida la gestión, el 68,97 % Tienen estudios superiores, técnicos y universitarios, esto demuestra que las Mype están siendo dirigidas por profesionales que realizan una buena gestión permitiendo que 64,66% permanezcan en el cargo de 4 años a más ya que el 52,59% son administradores representantes de los dueños en el negocio

### **Tabla 2- Micro y pequeñas empresas**

En el estudio se ha encontrado como respuesta que el 64,66% de las Mype tienen una permanencia en el mercado de 4 años a más, lo cual indica que estas mype tienen permanencia en el mercado, convirtiéndose en fuente generadora de empleo ya que el 87,93% tiene de 1 a 5 trabajadores y el 12,07% tienen más de 6 trabadores, el 85,34% de las Mype se crearon como una inversión para generar ganancias.

### **Tabla 3- Gestión de Calidad**

La gestión de calidad es una herramienta básica en el direccionamiento de una empresa pero en las Mype en estudio el 50,96% desconoce el termino, si bien es cierto desconocen el termino Gestion de calidad, el 86,21% de las Mype, aplican por lo menos una técnica administrativa, y el 91,30% cree que mejora el rendimiento de su negocio, a pesar que el 89,66% de las Mype tienen dificultades para implementar una gestión de calidad por multiples razones.

### **Tabla 4 – Técnica Administrativa: Marketing**

De las empresas en estudio que utilizan Marketing, el 59,52% conocen el significado de la técnica, por lo que el 100,00% asegura que los productos que ofertan satisfacen las necesidades de los clientes, debido a que el 100,00% de las micro y pequeñas empresas cuentan con una base de datos de sus clientes que les permiten definir el tipo de productos y las cantidades que estos necesitan, por lo que el 97,62% de las Mypes han aumentado su nivel de ventas, el 85,72 % utiliza como fuente de publicidad en su negocio volantes y carteles, y el 57,14% utiliza estrategias de venta y de mercado para lograr incrementar sus ventas, permanencia en el mercado y el 61,90% incrementar su rentabilidad.

### **Tabla 5 – Técnica Administrativa: Benchmarking**

En el estudio sobre el uso de la técnica Benchmarking, el 100,00% no conoce el termino o significado, pero el 57,14% toma como referencias sobre los productos y servicios de otras empresas y las mejora para su aceptación en el mercado, para el 100,00% esta técnica de copia y mejoramiento, permite mejorar la permanencia de sus empresas en el mercado.

A la pregunta, si el personal pone resistencia al cambio , el 71,43% manifiesta que no tiene este problema lo cual permite el cambio necesario para su mejoramiento.

En un 85,71% de las mype en estudio sus representantes manifestaron que el Benchmarking es primordial si se quiere incursionar en un nuevo mercado.

Un 85,71%- esta de acuerdo que las fortalezas para implementar el Benchmarking es la cultura al cambio, Aprendizaje continuo y competencia en el mercado, y por ultimo el 71,43% de los representantes manifiesta que una empresa para ser eficiente debe usar la técnica del Benchmarking.

### **Tabla 6– Técnica Administrativa: Atención al Cliente**

Atención al cliente es fundamental si se quiere gestionar con calidad para lograr permanencia de una empresa en el mercado, es por eso que el 100,00% de los

representantes de las Mype conocen el termino de atención al cliente, el 85,00% lo aplica en todas sus actividades empresariales, productos y servicios que brinda a sus clientes, el 100,00% manifiesta que esta buena atención al cliente permite su regreso al establecimiento para concretar nuevas compras.

A la pregunta si su atención es buena, regular o mala, el 65,00% define como Buena su atención, mientras que el 35,00% lo definió como Regular, y necesitaban mejorar para dar una buena atención a los clientes.

A la pregunta si aplica técnicas modernas en atención al cliente en su negocio, el 90,00% manifestó que si utiliza estas técnicas dándole buen resultado, mas cuando atiende y soluciona reclamos inmediatos de los clientes, donde el 95,00% aseguró que esto da eficiencia al negocio.

A la pregunta si la Atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado, el 100,00% respondieron que si, demostrando que el uso de la técnica Atención al Cliente, permite eficiencia y posicionamiento en el mercado de las empresas que la usan

#### **Tabla 7– Técnica Administrativa: Planeamiento Estratégico.**

Un Plan estratégico es importante en la empresa para evitar las improvisaciones, y planificar el futuro de la empresa, en el presente estudio, a la pregunta Conoce el termino Planeamiento Estrategico, el 71,43% manifestaron que no la conocen, esto respondió a la pregunta si la empresa cuenta con plan estratégico, donde el 71,43% manifestó no cuenta con un plan estratégico y como una razón lógica el 57,13% respondió a la pregunta si utiliza el Planeamiento, con un no utiliza porque no la conoce.

A la pregunta sobre las principales preocupaciones de la empresa, el 100,00% respondió que su mayor preocupación es el ahorro, la inversión y el crédito, es decir como disminuir costos, mejorar el negocio, de donde sacar créditos para coberturar las inversiones.

El desconocimiento de esta técnica ha permitido que el 85,71% no tenga un plan de acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades, y el 71,43% no tenga planteado una misión y visión de su empresa es decir este sin rumbo fijo, pero a pesar de esta situación el 57,14 tiene alguna idea de lo que quiere lograr su empresa en el futuro es decir quiere ser reconocida en el mercado y el 42,86% desea obtener rentabilidad que es el fin de creación de una empresa.



### **Tabla 8– Técnica Administrativa: Neuromarketing**

En el presente estudio a la pregunta si “conoce el término Neuromarketing” el 50% respondió que No, debido a que es un término nuevo que se está utilizando, sin embargo, el 100,00% asegura que sus productos satisface las necesidades del mercado,

A la pregunta sobre “que motiva al consumidor en su decisión de compra”, el 50% respondió, “el servicio que da el producto” y el otro 50% “la utilidad y el ahorro que consiga con la compra. Esto indica que el consumidor visualiza al producto para satisfacer sus necesidades,

A la pregunta sobre si las emociones afectan el consumo, el 91,67% respondió que SI “las emociones del cliente afectan el consumo”, y el 75% manifestó que los clientes son atraídos por carteles de “oferta”, “descuento” o “2x1”, por lo que el 58,33% de los representantes de las Mype afirman que usar el Neuromarketing como herramienta administrativa ayuda a estas a permanecer en el mercado

Esto nos demuestra que usar la herramienta administrativa Neuromarketing no solo ayuda a permanecer en el mercado sino también a mejorar sus actividades empresariales, su rentabilidad y su crecimiento.

### **Tabla 9– Técnica Administrativa: Liderazgo**

El Uso del Liderazgo en una empresa permite el direccionamiento eficaz de las actividades empresariales, en el presente estudio determinar como se gestiona con calidad una Micro y pequeña empresa bajo el enfoque del liderazgo, por lo que los tesisas han elaborado un cuestionario que los representantes han respondido,

A la pregunta sobre si conocen el significado exacto de Liderazgo, el 80% respondió afirmativamente demostrando el conocimiento real de lo que significa el liderazgo,

A la pregunta sobre cuales son las competencias del líder, el 70,00% respondió que la comunicación, poder de convicción y el saber escuchar, esto ha permitido responder a las siguientes preguntas, donde el 100,00% se considera buen líder en su empresa, promueve el trabajo en equipo, y el 100,00% de los representantes ayuda a resolver de forma correcta los errores cometidos por los colaboradores.

A la pregunta si el liderazgo es primordial para las organizaciones el 100,00% respondió que **Si**, puesto que permite guiar a la empresa al cumplimiento de sus objetivos, bajo el enfoque del Liderazgo.

A la Pregunta Tipos de lideres que necesitan la empresa el 80,00% manifestó que necesitan lideres desarrolladores de personas y que fomenten el trabajo en equipo para lograr el crecimiento y desarrollo de la empresa.

**Tabla 10–Técnica Administrativa: Tecnologías de Información y Comunicación (TIC.)**

La modernidad, trae innovación, y esto permite que las empresas puedan desarrollarse usando esta tecnología , en el presente estudio los tesisistas han elaborado sus trabajos de investigación basados en la gestión de Calidad con el uso de las TICs. Y la recopilación de la información mediante un cuestionario con preguntas dirigidas a los representantes.

A la pregunta Conoce las siglas TIC, el 94,44% respondieron que **Si** , y el 66,67% de las Mype del estudio cuentan con computadoras, esto permite que el 88,89% tenga un nivel de conocimiento Regular debido a su uso constante en las actividades empresariales.

A la pregunta que tipo de redes sociales utiliza para llegar a sus clientes, el 77,78% de las Mype utiliza para llegar a sus clientes el Facebook, Dispositivos móviles y otros, el 100,00% de las Mype que utiliza estas TIC, y las redes sociales, contribuyen a hacer mas eficientes a los negocios ya que esto a permitido que el 94,44% de estas Mype interaccionan constantemente con sus clientes, conociendo sus necesidades y satisfacciones.

Esto quiere decir que actualmente las Mype que usan TIC están a la vanguardia de la tecnología, siendo mas eficientes en sus negocios por la interacción constante con sus clientes usando las redes sociales

## **CONCLUSIONES**

En el presente estudio de metaanálisis los trabajos de investigación de los tesisistas han logrado definir ciertas características tanto de los representantes, las micro y pequeñas empresas, la gestión de calidad y las técnicas administrativas como el Marketing, el Benchmarking, Atención al cliente, Planeamiento Estratégico, Neuromarketing, Liderazgo y Tecnologías de Información y Comunicación, en base de los cuales se a realizado el estudio concluyendo que:

### **Conclusiones con respecto al Representante.**

La mayoría de los representantes tienen edad promedio entre 18 a 50 años, Son de género Masculino, tienen un grado de instrucción superior universitaria y no universitaria, los representantes son Administradores es decir no son los propietarios y tienen en el cargo de 0 a 6 años

### **Conclusiones con respecto las Micro y pequeñas empresas**

La Mayoria de las micro y pequeñas empresas tiene una permanencia en el Rubro de 4 a mas de 7 años , Tienen de 1 a 5 trabajadores, éstas se han creado como una inversión para generar ganancias esto nos indica que las micro y pequeñas empresas son fuentes generadoras de empleo.

### **Conclusiones con respecto a la Gestión de Calidad**

En la mayoría de las micro y pequeñas empresas conocen el término de Gestión de calidad para esta mayoría dificulta la implantación de la gestión de calidad, la poca iniciativa, el aprendizaje lento, no se adaptan a los cambios y el desconocimiento del puesto del personal, Utilizan como técnicas para medir el rendimiento del personal la observación y la Evaluación, y para una gran mayoría la aplicación de una gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio

### **Conclusiones respecto al uso del Marketing.**

Se concluye que en la mayoría de Micro y pequeñas empresas, se conoce el termino Marketing, tienen base de datos de sus clientes, ha aumentado sus ventas, utiliza para publicitar su negocio volantes y carteles, utilizan como herramientas de marketing estrategias de mercado y estrategias de ventas, el marketing mejora su rentabilidad y la totalidad de estas Mype con sus productos ofertados satisfacen las

necesidades de sus clientes, es decir las empresas que utilizan el Marketing en su negocio aseguran su permanencia en el mercado.

### **Conclusiones respecto al uso del Benchmarking**

En el estudio sobre el uso del benchmarking se concluye que:

En la Totalidad de las micro y pequeñas empresas no conocen el significado del Benchmarking, pero la mayoría toma como referencias de otras empresas para mejorar sus productos y servicios, Su personal no muestra resistencia al cambio, para la mayoría el benchmarking es primordial para incursionar en mercados nuevos, y le permite a la empresa ser eficiente por lo que para la totalidad de las micro y pequeñas empresas en estudio el benchmarking mejora a la empresa es decir mejora las actividades empresariales volviéndolos eficientes.

### **Conclusiones respecto al Enfoque en Atención al cliente**

En el estudio sobre el enfoque en atención al cliente se concluye que:

En la totalidad de las Mype se conoce el término atención al cliente, enfocarse a mejorar la atención al cliente es importante para que éste regrese y concrete nuevas compras, La mayoría de estas Mype aplica gestión de calidad en atención al cliente, Utiliza técnicas modernas en atención al cliente por lo que se vuelven eficientes, Atienden y solucionan reclamos de los clientes oportunamente, y la Totalidad de las Mype define su atención entre Buena y regular, y la Atención al cliente les permite un posicionamiento en el Mercado.

### **Conclusiones respecto al uso del Planeamiento Estratégico**

En el estudio sobre el uso del Planeamiento Estratégico se concluye que:

En la mayoría de las Mype en estudio no se conoce el término Plan Estratégico, no cuentan con un plan estratégico, por lo que esta mayoría de Mype no lo utiliza en sus actividades empresariales, No tienen un Plan de acción para enfrentar a las Debilidades y Amenazas y transformarlas en Fortalezas y Oportunidades, no ha diseñado su Misión y Visión, sin embargo en la totalidad de estas Mype, sus preocupaciones son ahorro, Inversión y crédito, y desean lograr que su empresa sea reconocida en el mercado y alcanzar rentabilidad, que toda empresa busca al ser creada.

### **Conclusiones respecto al uso del Neuromarketing**

En el estudio sobre el uso del Neuromarketing se concluye que:

En la mitad de las Mype en estudio no se tiene conocimiento sobre el Neuromarketing, en la totalidad de éstas empresas satisfacen las necesidades de su mercado objetivo, motiva al consumidor la decisión de compra el servicio, utilidad y ahorro que da el producto, y en la Mayoría de las empresas las emociones de los clientes afectan su consumo, son atraídos por carteles de oferta, descuentos y promociones, y el neuromarketing como herramienta les ayuda a la empresa a permanecer en el mercado.

### **Conclusiones respecto al Enfoque en Liderazgo.**

En el estudio sobre el enfoque en Liderazgo se concluye que:

Una gran mayoría conoce el significado exacto de la palabra liderazgo, en la Totalidad de las Mype conocen que las competencias propias de un líder son, la Comunicación, el poder de convicción y saber escuchar, por lo que todos los representantes se consideran buenos líderes dentro de su empresa, Promueven el Trabajo en equipo, cuando un colaborador comete un error estos ayudan a resolverlo de manera correcta, el liderazgo es primordial para las organizaciones, por lo que la totalidad cree que su empresa necesita de un líder que construyan proyectos a futuro, desarrollen personas y fomenten el trabajo en equipo.

### **Conclusiones respecto al uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)**

En el estudio sobre el uso de Tecnologías de Información y Comunicación se concluye que:

En la mayoría de las Mype se conoce las siglas TIC, cuentan con computadoras de uso diario en las actividades empresariales, Usan internet para la captación de sus clientes, en las redes sociales como Facebook, dispositivos móviles y otros, para esta mayoría las TICs ayudan en la interacción con los clientes, y la Totalidad tiene un nivel de conocimiento en computadoras de bueno a regular, y se ha determinado que las TIC contribuyen en la eficiencia del negocio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, L. & Hernández, P. (2006).** Cómo crear ventaja competitiva desde un enfoque de Dirección Estratégica, [Tesis digitales pdf] Tesis Licenciatura. Administración de Empresas. Departamento de Administración de Empresas y Mercadotecnia, Escuela de Negocios y Economía, Puebla: Universidad de las Américas. Recuperado el 30 de noviembre del 2013
- Aspilcueta, J. (2011).** *MYPEs en el Perú*. [versión electrónica]. Perú. Recuperado el 18 de Noviembre del 2013 de: <http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>
- Bernilla, M. (2013),** *Micro y pequeña empresa (Mype) oportunidad de crecimiento*. Lima, Perú: Edigraber Ediciones.
- Beltrán, O. F. (2014)** *Caracterización de la Capacitación y la Gestión de Calidad de las Mypes del Sector Industria, Rubro Panaderías del Distrito de Chimbote, 2014*". Chimbote: ULADECH-Católica- Recuperado el 25 de Abril 2016 de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Barragán, J. & Barragán, J. A. (2002)** Administración de las pequeñas y medianas empresas: retos y problemas ante la nueva economía global. México: Trillas.
- Cruz, (2013).** *Selección del Personal*. Recuperado el 22 de Abril del 2016, de, <http://www.gestiopolis.com/reclutamiento-y-seleccion-de-personal-en-las-organizaciones/>
- Congreso de la Republica, (2013).** *Ley 30056 que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Recuperado el 12 Octubre de 2013, de: [http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/MOXI\\_LEY\\_30056/ley30056.pdf](http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/MOXI_LEY_30056/ley30056.pdf)
- Congreso de la Republica, (2003).** *Ley 28015 de Promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Recuperado el 12 Octubre de 2013, de: [http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY\\_28015.pdf](http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf)
- Espinoza, L. de J. (2014)** “*Caracterización de formalización y gestión de calidad de las MYPES comerciales rubro calzado Piura, 2013*” Piura: ULADECH-Católica. Recuperado el 20 de enero 2015 de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034225>
- Fernández, J. (2016).** *Empresas familiares*. Recuperado el 22 de Abril del 2016, de [www.degerencia.com/tema/empresas\\_familiares](http://www.degerencia.com/tema/empresas_familiares).
- Fernández, J. (2009).** *Emprendedores y Pequeñas Empresas*. Recuperado el 22 de Abril del 2016, de [http://www.degerencia.com/tema/emprendedores\\_y\\_pyme](http://www.degerencia.com/tema/emprendedores_y_pyme)
- Gutiérrez, O. (2009).** *Sistemas de Gestión de Calidad*. Recuperado el 22 de Abril del 2016, de, <http://www.tisoc.com/el-rincon-del-coach/calidad-sistemas-de-gestion-de-calidad.php>
- González, D. (2009).** *Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC'S)*.

- Recuperado el 22 de Abril del 2016, de,  
<http://www.monografias.com/trabajos67/tics/tics.shtml>
- Guía de la calidad, (2016).** *Plan estratégico.* Recuperado el 22 de Abril del 2016, de  
<http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/plan-estrategico>.
- González, N. (2009).** *Empresas pequeñas, empresarios grandes.* Argentina: El Cid Editor | apuntes, 2009. ProQuest ebrary. Web. 12 June 2015. Copyright © 2009.
- Guerrero, M. (2013)** *Implementación del sistema integrado de gestión en la empresa de diseño e ingeniería de Cienfuegos.* Universidad de Cienfuegos Carlos Rafael Rodríguez.  
<http://www.eumed.net/librosgratis/2013a/1330/gestioncalidad.html>
- Guzmán, I. (2014)** “*Caracterización Gestión de Calidad y Formalización de las MyPE, rubro Librerías (Ciudad Piura) Año 2013*” Piura: ULADECH-Católica Recuperado el 22 de Abril del 2016 de:  
[.http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/](http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/)
- Jiménez, A. (2013).** *Cinco herramientas esenciales para motivar a los trabajadores.* Recuperado el 22 de Abril del 2016. de:  
<http://www.elblogsalmon.com/management/cinco-herramientas-esenciales-para-motivar-a-los-trabajadores>
- Las Rozas. (s.f.).** *Sistemas de Gestión de Calidad en la Pyme: Mejorar tu negocio y Ahorrar recursos* Recuperado el 22 de Abril del 2016, de  
[http://www.lasrozas.es/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=768](http://www.lasrozas.es/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=768).
- León, C y otros. ( s/f.).** *Gestión Empresarial Para Agro Negocios.* Recuperado el 18 de abril 2015 de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/318/la%20gestion%20empresarial.htm>
- Linares, L. (2009).** *Concepto e Marketing.* Recuperado el 22 de Abril del 2016, de,  
[http://www.marketeando.com/2009/04/origen-del-termino-y-concepto-del\\_6994.html](http://www.marketeando.com/2009/04/origen-del-termino-y-concepto-del_6994.html)
- Maldonado, J. (2011)** *Fundamentos de Calidad.* Recuperado el 22 de Abril , 2016, de.  
[http://www.eumed.net/librosgratis/2011f/1117/administrar\\_calidad.html](http://www.eumed.net/librosgratis/2011f/1117/administrar_calidad.html)
- Moreno, M. (2011).** *El método Kaizen para el mejoramiento continuo.* Recuperado el 22 de Abril del 2016. De: <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-metodo-kaizen-para-el-mejoramiento-continuo>
- Manene, L. (2011).** *BENCHMARKING: definiciones, aplicaciones, tipos y fases del proceso.* Recuperado el 22 de Abril del 2016, de,  
<https://luismiguelmanene.wordpress.com/2011/04/15/benchmarkingdefiniciones-aplicaciones-tipos-y-fases-del-proceso/>
- Moguel M. de J. (2012).** *La responsabilidad social de las empresas,* México: Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), Recuperado el 20 Abril del 2016 de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1226/index.htm>

- Martínez, S. Q. (2014)** *Gestión de Calidad y Formalización de las Mype del Sector Comunicaciones Rubro Transporte de Pasajeros de la Ciudad Piura, Año 2013*. ULADECH-Catolica Piura. Recuperado el 25 de Abril del 2016 <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Neuromarca. (s.f.)**. *Neuromarketing*. . Recuperado el 22 de Abril del 2016, de <http://neuromarca.com/neuromarketing/>
- Orozco, (2014)**. *Definición de Liderazgo*. Recuperado el 22 de Abril del 2016, de, <http://conceptodefinicion.de/liderazgo>
- Pérez, M. (2009)**. *Atención al cliente*. . Recuperado el 22 de Abril del 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos95/atencion-cliente-empresa/atencion-cliente-empresa.shtml>
- Peresson L. (2007)**. “Sistemas de Gestión de La Calidad con Enfoque al Cliente”. Universidad de Valladolid. (España). págs. 06, 07, 08, 09, 10. Recuperado el 22 de abril del 2016 de: <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/calidad-enfocada-cliente/calidad-enfocada-cliente.pdf>
- Rídao. J. (2013)**. *¿Qué es el marketing?*. Recuperado el 22 de Abril del 2016, de, <http://www.elblogsalmon.com/marketing-y-publicidad/que-es-el-marketing>
- Rubio, P. (2006)** *Introducción a la gestión empresarial* España: B - EUMED, p 13. Recuperado el 22 de Julio del 2015. De: <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10565708&ppg=14> Copyright © 2006. B - EUMED. All rights reserved.
- Rubio, Y. N. (2014)** “*Caracterización del Financiamiento y la Gestión de Calidad en las Mype's del Sector Comercio, Rubro Venta de Productos Agropecuarios, Equipos e Insumos del Distrito de Chimbote, Año 2011*”. Chimbote: ULADECH- Católica.
- San Miguel, P. (2009)**. *Técnicas básicas de Gestión de Calidad*. Recuperado el 22 de Abril del 2016, de: <http://www.inqualitas.net/articulos/477-tecnicas-basicas-para-la-gestion-de-la-calidad>
- Tissieres, L. M. ( 2013 )** “*Gestión de calidad y la incidencia en el crecimiento de la producción de las Mypes agroexportadoras rubro de banano orgánico de la provincia de Sullana - Piura, año 2011*”. Piura: ULADECH Católica <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034368>
- Valdivia, N. (2003)**. *El heterogéneo mundo de la Pequeña y Microempresa*. Revista Gerencia IPAE 30-04-2003
- Vílchez, J. A.(2013)** . “*Gestión de calidad y rentabilidad de las mypes comerciales rubro confección de ropa en la provincia de Sullana (Piura) año 2012*”. Piura: ULADECH - Católica. Recuperado el 13 marzo de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034422>



**Vilcarrmero, R. ( s/ f )** *Gestión en la Producción* . Universidad Tecnológica del Perú                      Recuperado el 23 de enero 2016 de:  
<http://www.eumed.net/libros- gratis/2013a/1321/index.htm>