

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD EN LA TOMA DE DECISIONES DE  
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
COMERCIO, RUBRO VENTA MINORISTA DE ROPA PARA  
DAMAS, CENTRO COMERCIAL BEN CHA, DISTRITO  
CHIMBOTE, 2016.

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

**AUTORA:**

Br. Kristel Brigith Narciso Revollo

**ASESOR:**

Dr. Reinerio Zacarias Centurión Medina

**CHIMBOTE - PERÚ**

**2019**

## **JURADO EVALUADOR**

Dr. José Germán Salinas Gamboa

Presidente

Mgrt. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Mgrt. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por darme la paciencia y la perseverancia para poder concluir mi tesis, permitiendo tener confianza en mí, en lograr los objetivos que me propuse, y poder decir que el éxito de lograr lo que tú te propones tiene una sola fórmula que es dar lo mejor de ti, sumando pequeños esfuerzos repetidos día tras día.

A mi madre, que es mi principal soporte para poder derrotar mis adversidades, por educarme con principios y valores; a mi abuela y tíos (as) que si no fuera por cada uno de ellos no hubiera tenido las posibilidades de estudiar y prepararme para ser una profesional.

Quiero agradecer a cada uno de mis docentes por sus enseñanzas que hoy me sirven para afrontar desafíos en el transcurso de mi carrera profesional, estoy segura que el éxito que pueda conseguir será a la gran ayuda de cada uno que me formo como profesional.

## DEDICATORIA

A Dios, por darme todo lo que hoy tengo y por ayudarme a conseguir mis metas que tanto ansié este es un escalón más para ser una profesional, me faltan muchos más pero este primer paso me ayudara a seguir queriendo más logros, porque, en esta vida tenemos que seguir aprendiendo, conociendo y desarrollándose como profesional.

Con mucho aprecio a mi asesor, Dr. Centurión Medina Reinerio Zacarías, por la paciencia y tiempo que me brindo para culminar mi tesis, de igual forma a las personas que siempre estuvieron apoyándome para poder corregir mis errores y lograr lo que me propuse.

## **RESUMEN**

La presente investigación tuvo como objetivo, determinar las principales características de la gestión de calidad en la toma de decisiones de las micro y pequeñas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, distrito Chimbote, 2016. La investigación fue de diseño no experimental/transversal, se utilizó una muestra dirigida de 10 micro y pequeñas empresas de una población de 15 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 interrogantes, a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: El 60% conoce poco el término de gestión de calidad. El 50% conoce otras técnicas modernas de gestión de calidad. El 100% asegura que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 80% tiene como objetivo generar ganancias. El 100% conocen el término toma de decisiones. El 60% considera que el tipo de fortaleza que necesita su empresa es el aprendizaje continuo. Finalmente se concluye que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas menciona que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, y conocen el término toma de decisiones, conocen poco el término de gestión de calidad, y consideran también que el tipo de fortaleza que necesita su empresa es el aprendizaje continuo. La mayoría relativa conoce otras técnicas modernas de gestión de calidad.

**Palabras Clave:** Micro y pequeñas empresas, representantes, toma de decisiones.

## **ABSTRACT**

The present investigation had like target, the main characteristics of the quality management in the decision making of micro and kidlings of the sector I trade, retail sale of clothes for checkers, centro Ben Cha comercial, Chimbote district, 2016. The investigation was of not experimental / transverse design, is used a guided sample of micro 10 and small enterprises, of a population of micro 15 and small enterprises, to whom is a questionnaire of 20 questions applied, across the skill of the survey the following results being obtained: 60 % knows little the quality management term, 50 % knows other modern quality management skills, 100 % makes sure that the quality management helps to improve the yield of the business, 80 % takes as a target to generate profit, 100 % knows the term decision making, 60 % thinks that the type of fortitude that its company needs is continuous learning. Finally one concludes that the totality of the representatives of the micro and small enterprises it mentions that the quality management helps to improve the yield of the business, and they know the term decision making, know little the quality management term, and they think also that the type of fortitude that its company needs is continuous learning. The relative majority knows other modern quality management skills.

**Key words:** Micro and small enterprises, representatives, decision making.

## CONTENIDO

1.	Título de la tesis	i
2.	Hoja de firma del jurado	ii
3.	Hoja de Agradecimiento y/o dedicatoria	iii
4.	Resumen y Abstract	v
5.	Contenido	vii
6.	Índice de Tablas y figuras	viii
I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	REVISIÓN DE LITERATURA	9
	2.1. Antecedentes	9
	2.2. Bases teóricas	15
	2.3. Marco conceptual	33
III.	HIPÓTESIS	39
IV.	METODOLOGÍA	40
	4.1. Diseño de la investigación	40
	4.2. Población y muestra	40
	4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	41
	4.4. Técnicas e instrumentos	45
	4.5. Plan de análisis	45
	4.6. Matriz de consistencia	46
	4.7. Principios éticos	49
V.	RESULTADOS	50
	5.1. Resultados	50
	5.2. Análisis de resultados	58
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
	6.1. Conclusiones	69
	6.2. Recomendaciones	70
	Referencias	71
	Anexos	76

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas en el sector comercio, Rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.	50
Tabla 2. Características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, Rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.	52
Tabla 3. Características de la gestión de calidad en la toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, Rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.	54



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Edad del representante	86
Figura 2.	Género del representante	86
Figura 3.	Grado de instrucción	87
Figura 4.	Cargo que desempeña	87
Figura 5.	Experiencia en el cargo	88
Figura 6.	Tamaño	88
Figura 7.	Tiempo en el rubro	89
Figura 8.	Las personas que trabajan en su empresa	89
Figura 9.	Número de trabajadores	90
Figura 10.	Objetivos de su creación	90
Figura 11.	Conoces que es gestión de calidad	91
Figura 12.	Técnicas modernas de Gestión de calidad conoce	91
Figura 13.	Dificultades para la implementación de gestión de calidad de los trabajadores	92
Figura 14.	Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce	92
Figura 15.	La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio	93
Figura 16.	La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos del negocio	93
Figura 17.	Conoce usted el término de toma de decisiones	94
Figura 18.	Alternativas en la toma de decisiones para la solución de un problema	94
Figura 19.	Tiene una actitud positiva en sí mismo al tomar una decisión en soluciones de problemas	95
Figura 20.	Qué tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar una buena técnica en la toma de decisiones	95

## **I. INTRODUCCIÓN**

Las Micro y pequeñas empresas han cobrado relevancia, en cuanto a la importancia de estas empresas como generadoras de empleo y como posibles motores de crecimiento económico, fortaleciendo el desempeño general de una economía. Si bien es probable que existan algunos bienes y servicios cuya producción es minorista tiene un mercado específico, es rentable y constituye una actividad sostenible.

Los empresarios en su totalidad presentan dificultades, se observó que en la venta minorista de ropa para damas cada vez existe más competencia en este rubro y por ello las empresas deben adaptarse, e incluso anticiparse a los cambios, planeando, buscando y seleccionando las mejores estrategias, alineando adecuadamente los aportes de su capital intelectual con dichas estrategias a fin de alcanzar los objetivos y establecerse como la mejor micro y pequeña empresa.

Las micro y pequeñas empresas en la actualidad están teniendo dificultades para integrarse a nuevos cambios en una gestión de calidad, no teniendo suficiente información actualizada por parte de quien dirige para buscar estrategias que permitan que las micro y pequeñas empresas de este rubro, se modernicen y tengan una nueva visión que este proyectada a sus metas y objetivos de la empresa. A esto se le suma la toma de decisiones que tienen que efectuar cada encargado o propietario de las micro y pequeñas empresas, planificando, organizando, conduciendo y controlando para lograr un óptimo bienestar de este problema que están teniendo las micro y pequeñas empresas.

A través de las cuales juegan un papel muy importante desde sus inicios, presentan un gran potencial para el crecimiento económico para la región.

Según el Instituto Nacional de Estadística e información (como se citó en Ávila y Sanchis, 2011) manifiesta que a partir de la segunda mitad del siglo xx

y debido a una serie de factores como el boom de las exportaciones de harina de pescado, una mejor red de vías de comunicación e información, la reforma agraria y el centralismo de la ciudad de Lima como capital y sede de la modernidad de la época, se comienza intensificar el fenómeno de la migraciones de las áreas rurales hacia las urbanas, principalmente ubicadas en la costa donde este contingente migratorio tan elevado, requería de una fuente de ingresos que impulso vertiginosamente el sector de emprendedores emergentes.

Las afirmaciones anteriores nos mencionan como se fue evolucionando, es por ello que pudieron desarrollar este sector que les permite hoy en día tener una fuente de ingresos; asimismo estos cambios como la tecnología que se dan en la actualidad se destaca un rol muy importante para todas las Micro y pequeñas empresas ya que los efectos de la globalización están actuando tanto en el mercado local y regional con pocos recursos para inversiones y mejora de sus productos y procesos, siendo vulnerable a la incursión de grandes empresas en sus mercados.

El Perú se mantiene casi estable la tasa de desempleo viene acompañada de un incremento de subempleo, precariedad de los puestos de trabajo, características que definen a la mayoría de Mypes y al trabajo realizado por los independientes. Son justamente estas unidades, las que representan la base del empleo en Perú, estas unidades no se caracterizan por el número de empleados que generan, si no por el número tan elevado de emprendimientos de carácter unitario que existe a nivel nacional, ya que se conoce que las Microempresas generan en su mayoría tan solo dos puestos de trabajo. (Ávila y Sanchis, 2011, p.8)

Volviendo la mirada hacia las micro y pequeñas empresas, actualmente cada una de ellas determina un papel muy importante en el mercado porque permite que la economía de un país crezca y se desarrolle a medida del tiempo.

Igualmente sucede en el continente de Europa que menciona que tienen un alto nivel de pequeñas y medianas empresas que permiten que su economía este en constante movimiento, esto logra que tengan una gran importancia en el mercado permitiéndoles que se vayan modernizando e innovando a medida del tiempo.

Según lo manifestado por PROMPERU (2014). Alemania, es una de las mayores fortalezas que hacen de Alemania uno de los países de mayor desarrollo a nivel mundial, sino que esta se basa en una enorme red de pequeñas y medianas empresas que por lo general se organizan en clústers, las pequeñas empresas son consideradas el soporte de la economía alemana. El principal desafío que afronta actualmente el gobierno alemán es la gestión de la crisis de la deuda de la zona euro, que incide en la confianza de la población y pesa sobre el crecimiento económico para las micro y pequeñas empresas. Finalmente, cabe destacar que las ventajas comparativas de Alemania se centran en tres factores: infraestructura, innovación y nivel de formación. (La comisión de producción del Perú para la exportación y el turismo [PROMPERU], 2014, p.4)

Al comparar estas evidencias con Perú, Alemania está desarrollando adecuadamente una gestión de calidad eficientemente teniendo en cuenta una buena infraestructura que se adecue a la actualidad con una constante innovación que le permitirá ir proyectándose en un mercado muy cambiante. Por otra parte, Perú está en ese camino, pero tiene que descongelarse para que se adecuen cambios, esto solo se modificara si hay una toma de decisiones efectiva que les permita ir viendo nuevos ángulos de un mercado modernizado.

Según lo manifestado por España, exportación e inversiones (ICEX, 2013). Italia nos menciona que la internacionalización de las empresas italianas, más allá de la crisis global, presenta un saldo que debería ser superior al actual. Italia, a diferencia Alemania, solamente ha conseguido aprovechar una parte

del enorme potencial de los mercados emergentes. Muchas empresas italianas especialmente las empresas de mediano tamaño han reforzado su presencia en los mercados emergentes a través de exportaciones, actividades de producción y distribución, inversiones directas y acuerdos de colaboración con empresas extranjeras; sin embargo el éxito de estas empresas no es suficiente para compensar los malos resultados de las pequeñas empresas y no cuentan con los medios suficientes para afrontar el reto de la internacionalización. (España Exportación e inversiones [ICEX], 2013, pg. 04)

Mientras que en Perú hay muy pocas micro y pequeñas empresas que están en la capacidad de exportar sus productos, por su tamaño de las cuales le impiden aprovechar todas las oportunidades de la economía de escala y enfrentar distintos problemas como la falta de certificaciones de calidad de sus productos y en comparación con Italia tenemos que profundizar el reto de la internacionalización que con lleva con la información sobre promoción, difusión y mercados.

Según el estudio en América Latina, se presenta una problemática en las micro y pequeñas empresas que impiden el crecimiento continuo como lo es el caso de Panamá, Colombia, Bolivia y Perú.

Por consiguiente en Panamá, las microempresas en su contribución en la economía nacional desarrollando así propuestas de procesos y ante-proyectos que faciliten a las Micro y pequeñas empresas el proceso a la exigencia para lograr el incremento de su productividad y crecimiento. Esta particularidad es de consideración especial ya que el crecimiento de las empresas está fundamentado en su capacidad de gestión y toma de decisiones en base a información financiera. Sin estas condiciones, el crecimiento se verá sometido a adversidades propias del desempeño y muchas iniciativas terminaran en cierres dentro del primer año de operación, el principal problema de las micro y pequeñas empresas es que no recibieron una preparación alguna para

empezar su empresa; se puede inferir que la razón para comenzar el micro emprendimiento se debe a la necesidad más que a la oportunidad, está iniciando su empresa sin una buena preparación, podemos decir que el interés es más por la necesidad de crear sus propias oportunidades de generar ingresos ya que su nivel de educación lo margino de otras oportunidades. (Garrón, 2015)

Vega, Castaño y Mora (como se citó en Salinas, 2013). En este sentido se comprende que en Colombia, las micro y pequeñas empresas han dejado de lado la importancia de contar con un sistema de control interno adecuado y adaptado a sus necesidades actuales en gestión, esto sumado a que gran parte de las empresas catalogadas en este sector son originadas por familiares o unipersonales, en gran parte de los casos carecen de formación, conocimientos empresarial; que impiden el adecuado manejo de flujos, procedimientos, manuales y políticas claras y establecidas que permitan tener una guía para el desarrollo de sus actividades. (Salinas, 2013, pg. 07)

En relación con los países de Panamá y Colombia, Perú no cuentan con una formación y preparación para empezar una empresa de las cuales necesitan de un gobierno que vea por ellos encaminándolos hacia el futuro, con estrategias de apoyo donde les brinden asesorías donde aprendan como tomar decisiones para que diversifiquen sus inversiones.

Por otra parte en Bolivia, el crecimiento de la economía boliviana está vinculado con las micro y pequeñas empresas, en cuanto a la importancia de estas empresas como generadoras de empleo y como posibles motores de crecimiento económico. A principios del nuevo milenio se ve a las Micro y pequeñas empresas no sólo como un medio de subsistencia para los pobres, sino como un negocio, las Micro y pequeñas empresas adicionalmente generan el 25% del Producto Interno Bruto (PIB), solo en lo que se refiere a las Micro y pequeñas empresas formales, es por esta simple razón que el crecimiento de

las mismas constituye un instrumento fundamental en la reactivación de la economía y la reconversión productiva de Bolivia. Las micro y pequeñas empresas enfrentan muchos problemas que les impiden su crecimiento, uno de ellos son la Mano de obra, la maquinaria, equipo, y la materia prima, son los determinantes que inciden para que las Micro y pequeñas empresas en Bolivia tengan un crecimiento sostenible en los próximos años. (Ríos, 2008)

En atención a la problemática expuesta la gran mayoría suele ser por no tener un conocimiento empresarial sobre como formar una micro y pequeña empresa que les permita generar ingresos, suplir necesidades y un desarrollo personal en efecto cada vez los mercados se diferencian teniendo un buen potencial en su organización y para ello ya no es suficiente con entender a los clientes, las empresas tienen que comenzar a estudiar con más intensidad a sus competidores, las empresas de éxito diseñan y operan sistemas para obtener inteligencia continua acerca de sus competencia y sobre todo la influencia de la toma de decisiones que abarcara a que toda la organización tenga planes estratégicos con el único fin de alcanzar lo esperado y no tener el cierre de su organización.

En el Perú, como en muchos países del mundo las micro y pequeñas empresas tienden a tener desequilibrios en los primeros años por los distintos cambios que se dan en la actualidad como la falta de formación empresarial por no tener conocimientos actualizados y esto ocasiona el cierre de los negocios. Por ende, cada emprendedor tiene que saber tomar decisiones, ser creativo, implementar nuevas estrategias para lograr obtener oportunidades y satisfacer la demanda de un determinado mercado.

En Ancash, las Micro y pequeñas empresas registran altos índices de poca preparación para una adecuada gestión de calidad, como consecuencia de un complejo sistema administrativo gubernamental que no permite un dinamismo oportuno en los procedimientos que los emprendedores tienen 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.

El sector de las Micro y pequeñas empresas en Chimbote, la provincia del Santa, la Región Ancash y el país en general no existe un apoyo integral, es por ello que el crecimiento de las micro y pequeñas empresas no tienen un respaldo que las ayude a integrarse con el nuevo mercado en la actualidad que se gestiona con constantes cambios en obtención de calidad para sus empresas.

En la ciudad de Chimbote, donde se ha enfocado la investigación, existen Micro y pequeñas empresas del rubro de venta minorista de ropa para damas, pero sin embargo tienen una limitación y desconocimiento sobre negocios, capacidad de gerencia en la toma de decisiones para una adecuada gestión de calidad, por lo tanto se planteó la siguiente pregunta de investigación: **¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en la toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, distrito Chimbote, 2016?**

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, distrito Chimbote, 2016.

Igualmente, para poder lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:

-Describir las principales características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas en el sector comercio, Rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.



-Describir las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, Rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.

-Describir las principales características de la gestión de calidad en la toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, Rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.

El trabajo de investigación se justifica, porque permite conocer las principales características de la gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas para su crecimiento y desarrollo, basándose en el sector comercio, y los representantes puedan aplicar dichas características, mejorando así sus puestos de trabajo, obteniendo como resultados una buena organización por parte del trabajador y el empleado, con una serie de estrategias, metas, objetivos y todo lo necesario para aplicar la gestión de calidad en base a la toma de decisiones orientándolos a la eficacia y eficiencia.

Los beneficios son los conocimientos para implementarlos en su empresa, aplicando la gestión de calidad en su micro y pequeñas empresas para potenciar y lograr tener un éxito en los mercados porque beneficiara a la comunidad empresarial.

Para posibles emprendedores que desean constituir su empresa, dotarlas de conocimiento sobre Gestión de Calidad, para que ellos puedan tener buenas decisiones, definiendo propuestas de mejora, y obtener mejores resultados dentro y fuera de la empresa.

Finalmente, este estudio, sirve de base para poder realizar otro tipo de investigación, siendo de suma importancia para ampliar nuestros conocimientos en los siguientes estudios que se pretenden realizar. Sin embargo, es viable en su ejecución para beneficio de estas micro y pequeñas empresas generando mejoras en sus negocios, instruyéndose de manera actualizada en estrategias, toma de

decisiones generando más ganancias y mayor empleo, contribuyendo a la economía del país.

El presente estudio de investigación se utilizó como metodología el diseño no experimental – transversal – descriptivo, manifestando una población de 15 micro y pequeñas empresas, por lo cual se determinó una muestra de 10 de las cuales se les aplicó un cuestionario de 20 interrogantes obteniéndose así el resultado que han sido tabulados y representados por tablas que se encuentran en el Acápite 5 en el presente estudio de investigación.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

Gutiérrez (2016) en su trabajo de investigación *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*. La investigación tuvo por objetivo general 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. Y llegó a los siguientes resultados: El 35,7% tienen una edad entre los 40 a 50 años. El 64,3% son de género femenino. El 64,3% han concluido sus estudios secundarios. El 50% tienen estudios o conocimiento sobre administración de empresas. El 51,1% tienen una antigüedad de 8 a más. El 78,6% no cuenta con equipos de última tecnología. El 85,7% de las micro y pequeñas empresas encuestadas consideran que sus instalaciones físicas son visualmente atractivas. El 85,7% indican que no conocen la nueva ley. El 57,1% no tienen conocimiento sobre gestión de calidad. El 78,6% indican que si muestran interés en dar soluciones a los problemas que se presentan. El 100% aseguran tener un trato amable con el cliente. El 57,1% indican no contar con un manual de calidad. El 64,3% indican resolver las necesidades del cliente. El 71,4% si han identificado procesos para dar un buen servicio al cliente. Concluye que 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, tienen 8 años a más de antigüedad en el mercado, no cuentan con equipos de alta tecnología, sus instalaciones son visualmente atractivas y desconocen de la nueva ley, no tienen conocimiento sobre gestión de calidad. Pero si buscan dar soluciones a los problemas de su micro y pequeñas empresas, 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.

Espinoza (2016) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad con el uso del marketing estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de ropa, galería señor de los milagros de Huarney, año 2016* El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso del Marketing Estratégico de las micro y pequeñas empresas de Sector Comercio – rubro venta Minorista de ropa en la Galería Señor de los Milagros de Huarney, año 2016. Y llego a los siguientes resultados: El 50,0 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 – 50 años de edad. El 85,0% son de género femenino. El 65,0% tienen secundaria completa. Los empresarios se tuvieron un 75,0% que administran su negocio son los propios dueños. El tiempo que desempeña en el cargo y permanencia en el negocio es de 4 a 6 años con un porcentaje al 60%, 70% de las Mypes su permanencia en el rubro oscila de 4 – 6 años. El 85,0% son informales. El 85% no se acogen a ningún régimen tributario. El 45,0% no tiene conocimiento sobre gestión de calidad. El 40,0% manifiesta que ayuda en el aumento de la venta. El 40,0% manifiesta que usa la subcontratación. El 45,0% creen que es el proceso de venta. El 30,0% emplea vacaciones. El 35,0% indica que a veces ayuda. Concluye que en el presente estudio de investigación se verifica que la edad de los representantes oscila entre los 31 – 50, empoderándose las mujeres en dicho rubro, así mismo los cargos que ocupan en su mayoría la

titularidad del negocio con experiencia en el cargo de 4 a 6 años en su mayoría, y su grado de instrucción academia en la mayoría es de secundaria completa. Las empresas en su mayoría son informales, así mismo se describe que la permanencia en el rubro del negocio es de 4 a 6 años de antigüedad. La mayoría de las Mypes no tienen un conocimiento sobre la calidad y marketing estratégico, por motivo de no tener grado superior ni técnico de estudio, actuando empíricamente con nociones a groso modo, aun sin saber claramente los conceptos, utilizándolo con bajos niveles de importancia, e indicaron que las técnicas que usan es la subcontratación, así mismo el marketing estratégico que emplean son las promociones.

Gonzales (2013) en su trabajo de investigación *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro venta minorista de ropa, mercado modelo, del distrito de Chimbote, 2013*. La investigación tuvo como objetivo general, determinar si las Micro y Pequeñas Empresas en el rubro venta minorista de ropa en el mercado modelo del Distrito de Chimbote aplican la gestión de Calidad. Y llegó a los siguientes resultados: EL 50% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas tiene una edad de 31 a 50 años de edad. El 63,3% son de género femenino. El 50% tiene como grado de instrucción un nivel técnico. El 40% son dueños de su propio negocio. El 56,7% tiene una permanencia en el mercado de 5 a 10 años. El 76,7% tiene de 1 a 4 trabajadores. El 66,7% tiene como objetivo hacer crecer su negocio. El 80% conoce el significado de gestión de calidad. El 80% de los encuestados manifiesta que aplican alguna de las herramientas de gestión. El 63,3% consideran que mejorando la gestión de calidad del producto incrementa sus ventas. El 53,3% consideran que las prendas de mayor acogida son de mujeres. El 67.7% manifiesta que sí capacita a sus trabajadores. El 80% perciben que la gestión de calidad les ayuda a crecer en el mercado. El 100% si ha mejorado su producto o servicio. El 100% si percibió las ventajas que otorga la gestión de calidad. Concluye que la mayoría de empresarios son personas maduras con experiencia en el mercado, de

edad promedio entre 31 a 50 años, la mayoría son del género femenino, cuentan con estudios tecnológicos realizados, quedando reflejado que hay mujeres emprendedoras. La mayoría de Micro y pequeñas empresas practican la Gestión de Calidad, con más de 5 años en el mercado siendo creadas con la finalidad de obtener ganancias, y crecer y expandir el negocio, a su vez la cantidad de trabajadores que la cantidad promedio es de 1 a 4. Las Micro y pequeñas empresas en su mayoría conoce el significado de la gestión de calidad, perciben mejoras a raíz de la aplicación de la gestión de calidad, en su mayoría dice que las prendas de mujer tienen más acogida, pero si capacitan a su personal de ventas para brindar un mejor servicio al cliente; teniendo como resultados que la gestión de calidad le ayuda a crecer en el mercado, todos los empresarios desde que han apertura do han mejorado su producto y servicio; y finalmente todos dicen que la ventaja que perciben de la aplicación de la gestión de calidad son las ventas e incremento de clientes.

Gavilán (2016) en su trabajo de investigación *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro comercialización de lencería del mercado modelo, Chimbote, 2014*. La presente investigación tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro lencería del mercado Modelo del distrito de Chimbote, 2014. Y llegó a los siguientes resultados: El 60% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen una edad de entre 30 a 50 años. El 80% de los representantes son mujeres. El 70% cuenta con estudios secundarios. El 80% son dueños. El 50% tiene de 7 a más años laborando en el cargo. El 90% tienen de 7 a más años. El 80% de las empresas son formales. El 60% predomina en el objetivo de generar ganancias. El 80% están en un intervalo de 1 a 3 trabajadores. El 80% no conocen el término de gestión de calidad. El 70% no cuentan con un plan estratégico. El 70% enfatizan su estrategia en diferenciación de sus productos. El 90% no conocen a sus competidores en gestión de calidad. El 60% manifiesta no

haber realizado ninguna mejora en su micro y pequeñas empresas. El 70% considera que por un indicador de rentabilidad. Concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro comercialización de lencería del mercado modelo, Chimbote, 2014. Están representadas por personas adultas entre 30 a 50 años, son de sexo femenino, han culminado sus estudios secundarios y son dirigidos por su propio dueño y vienen desempeñándose en el cargo de 7 años a más. La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro, son formales, se crearon para generar ganancias para las Micro y pequeñas empresas y cuentan de 1 a 3 trabajadores en su empresa. No tienen conocimiento sobre gestión de calidad y no cuentan con un plan estratégico, sin embargo, la mayoría enfatiza en diferenciarse mediante sus productos de calidad. Por lo tanto, las micro y pequeñas empresas dedicadas a la comercialización de lencería, en su mayoría, desconocen cómo deben de implementar y ejecutar el sistema de gestión de calidad en sus negocios.

Rondoy (2014) en su trabajo de investigación *Caracterización de la gestión de calidad y rentabilidad de las Mypes comerciales rubro confección de ropa en la ciudad de Sullana región Piura año 2014*. La investigación tuvo como objetivo general, analizar las características de la gestión de calidad y rentabilidad de las MYPES comerciales rubro confección de ropa en la ciudad de Sullana (Piura) del año 2014. Y obtuvo los siguientes resultados: El 30% de los dueños son jóvenes con una edad de 25 – 35 años. El 60% de los dueños son de género femenino. El 45% su estado civil es conviviente. El 40% tienen un tiempo de 7 – 8 años en el sector comercio de confección de ropa. El 45% tiene de 1 a 2 trabajadores laborando. El 80% considera que los precios son cómodos. El 75% consideran las ofertas y promociones atractivas. El 65% considera que existe seguridad a interior del establecimiento comercial. El 55% los dueños han realizado capacitación a sus empleados. El 65% de los administradores encuestados afirma que sus trabajadores tienen una motivación constante. El 85% de sus trabajadores no están comprometidos con el objetivo de la empresa. El 95% tiene el poder de liderar e

influir sobre su personal. El 60% afirma tener muy buena relación. El 65% desconoce sobre los negocios de confecciones de ropa o ha sido capacitado sobre tema de gestión de calidad. Concluye que la escasa capacitación de los gerentes o dueños en gestión de calidad, afecta algunos resultados del negocio, como el cumplimiento de los objetivos por parte de los trabajadores y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas comerciales rubro confecciones, la gran mayoría de los trabajadores no están comprometidos con los objetivos de las Micro y pequeñas empresas comerciales rubro confecciones de la ciudad de Sullana.

Valderrama (2015) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad y competitividad de las Mypes del sector comercio – rubro Venta de calzado para Damas del Distrito el Porvenir, Año 2014*. El Objetivo general de dicha investigación es describir las principales características de gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el porvenir, año 2014 y obtuvo los siguientes resultados: El 42.86% de los representantes de las Mypes tienen la edad entre 50 y 60 años. El 50% son de sexo femenino. El 53.3% cuentan con estudios secundarios. El 60% de estas organizaciones se encuentran realizando sus actividades más de 10 años. El 66.7% de las microempresas tienen más demanda en calzado para damas. El 46.7% de las Mypes dijeron que sus clientes tienen en cuenta la calidad. El 40% determinan su calidad de su calzado en su materia prima. El 60% de las organizaciones orientan a sus trabajadores cada año. Concluye que los representantes de las Micro y pequeñas empresas están entre 50 – 60 años, lo que nos indica que son personas completamente maduras con un grado de instrucción básico ya que la mayoría de los microempresarios solo tienen estudios secundarios. Las micro y pequeñas empresas vienen realizando sus actividades durante más de diez años lo que indica que cuentan con bastante experiencia en el rubro, contando con una demanda satisfactoria. Contando con una demanda del calzado para damas y menos en el calzado para caballeros lo que indica que estas empresas tienen mayor representación en el mercado en venta de calzado para mujer, los clientes

antes de adquirir los productos tienen en cuenta la calidad y el precio como requisito de compra en calidad y en el precio; la variación que hay entre las dos es mínima por lo tanto se debe trabajar en los dos factores de manera equitativa. Por otro lado, tenemos que estas empresas determinan su calidad a través de su materia prima con las que trabajan y las demás en la mano de obra con los que cuentan para sus procesos.

## 2.2. Bases Teóricas

### **Micro y Pequeña Empresa**

Las micro y pequeñas empresas juegan una labor preeminente dentro del país por ser una fuente generadora de ingresos muy valiosa para la economía del país, creando así empleos y oportunidades en el mercado tomando distintas decisiones para seguir creciendo y desarrollándose en un mercado más globalizado. Por su parte la ley nos indica que tiene como objeto desarrollar distintas actividades para considerarse una Micro y pequeña empresa, así mismo, tiene un estándar como en el tamaño y característica. Tal como lo plantea La ley 28015 (2003) en el artículo 2° argumenta:

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante de tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas. (p.1)



## **Características y estructura empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas**

La ley MYPE 30056, impulso al desarrollo productivo y crecimiento empresarial que rige a partir del 2 de julio del 2013, ya no se definirá el tipo de empresa por su número de trabajadores sino solo por el tamaño de sus ventas. De este modo una microempresa podrá contratar más personas ya no teniendo un límite de un máximo de diez personas. De acuerdo como lo indica la Ley 30056 (2013).

-Microempresa: Ventas anuales hasta 150 UIT

-Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 y hasta 1700 UIT

-Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 hasta 2300 UIT

Así mismo esta ley MYPE 30056 contribuye a que no solo basta con lo especificado por las micro y pequeñas empresas en cuanto al número de trabajadores, por ende la barrera se está aumentando para ir mejorando y esforzándose cada vez más, esta ley medirá por el tamaño de ventas que produzca cada microempresa, pequeña empresa o mediana empresa cada una ellas se les medirá por las ventas que se efectúen por cada año para ver su crecimiento en el mercado, esto ayudara a que cada micro y pequeñas empresas no se limite siempre en cuanto al contrato del personal y se efectúe un desarrollo continuo en cada micro y pequeña empresa.

Al mismo tiempo el artículo 5 menciona de forma generalizada diversos puntos de vista para las micro y pequeñas empresas, así tenemos:

**-Por su Dimensión:** Se considerará el número de trabajadores, el monto de la inversión, volumen o valor de la producción, valor de ventas, etc.

**-Por la Tecnología:** Nivel de tecnología no sofisticada; inversión por trabajador (se considera tecnología incorporada a la maquinaria).

**-Por su Organización:** Nivel de organización incipiente, métodos de negociación directos.

En este sentido, no es fácil establecer una definición clara y precisa de lo que es la Micro y Pequeña Empresa. Todo depende de cuáles son las dimensiones y/o limitaciones que tenga la empresa, para hacer una clasificación, de las cuales maneja cada punto como lo especificado en el artículo 5, teniendo distintas situaciones que verifican la inversión programada en la micro y pequeña empresa para aumentar la producción y generar ventas. Manejando siempre un talento humano creativo para realizar sus labores que tenga distintos puntos de vista que incentive y proponga cambios e innovación.

### **Características de las Micro y pequeñas empresas**

Las micro y pequeñas empresas mantienen unas características generales muy importantes dentro del contexto porque permite reconocer la deficiencia en cuanto a su gestión. Según Refugio (2012) determina:

- Son dirigidas por los propios dueños.
- El establecimiento es un stam.
- No tienen una especialización específica en su rubro.
- No conocen las técnicas de gestión.
- Tienen una cantidad exacta de empleados entre cinco y diez personas.
- Su personal activo son familiares.
- Tienen un capital limitado.
- No innovan con tecnología moderna.
- Sus gastos personales los hacen propios a los del negocio. (p.65)

De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación enmarcamos que los representantes de las micro y pequeñas empresas son los propietarios, por ende, las personas que laboran en ellas son familiares y solo cuenta con un intervalo de 1 a 5 trabajadores. Mientras tanto en la actualidad tienen un tiempo en el rubro

bastante considerable que es de 0 a 10 años, de las cuales indica que cada propietario de las micro y pequeñas empresas mantengan un nivel activo en el mercado tomando decisiones asertivas de las cuales tienen que ir modificando ciertos factores como es la innovación para ganar clientes y se vuelvan redituables, logrando así una gestión eficiente, cumpliendo siempre con lo que la ley estipula para cada micro y pequeña empresa que es cumplir con el monto máximo de UIT de ventas anuales.

### **Objetivos de la micro y pequeña empresa**

Asimismo, las micro y pequeñas empresas tienen diversos objetivos que le permiten a cada emprendedor adecuarse a ellas para el logro de sus objetivos cumpliendo lo que la ley le anticipa para el bienestar de su micro y pequeña empresa. Ley 28015 (2003) afirma: “Las Mypes tienen por objetivo la promoción y desarrollo de incrementar el empleo sostenible, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y por último la recaudación tributaria”(p.01) .Por ende en el presente trabajo de investigación las micro y pequeñas empresas del centro comercial Ben Cha tiene por objetivo generar ganancias, generando más empleos y utilidad para la empresa, como lo menciona en la ley a la Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa Ley 28015.

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

En este sentido la importancia que tienen para el país es de mucha relevancia porque es un factor muy importante para la economía del país. Tal como lo argumenta Pereda (2010):

La importancia que tienen las micro y pequeña empresa en el Perú, es que más del 98% de las empresas, pertenecen al sector de la micro y pequeña empresa, quienes aportan con el 85% del empleo (PEA) y el 61% del PBI. Pero la realidad

es que las micro y pequeña empresa peruanas son consideradas como la última rueda del coche por parte del Estado Peruano. No nos engañemos, o que no traten de engañarnos, que, el Estado tiene que cumplir con su rol promotor de las inversiones privadas no solamente de los extranjeros, también de los empresarios peruanos que se quedan aquí, invierten aquí y trazan su futuro con el futuro de la nación.

La importancia de las Micro y pequeñas empresas peruanas no quieren paliativos, requieren de medidas extremas que involucren de un apoyo conjunto del Estado para llevar a cabo una profunda reforma en la cual se reconstituyan como la columna vertebral de la economía nacional. Queremos que las Micro y pequeñas empresas se constituyan en las estructuras organizadas que desarrollen la industria, la manufactura, la agroindustria, agropecuaria, hidrobiológicos, la artesanía, etc. Como bases del Empleo Sostenible Masivo. (p.12)

Otra forma de contribuir con lo mencionado es que las micro y pequeñas empresas están mejorando constantemente involucrándose a desarrollar distintos tipos de actividades que le generan utilidades y comienzan a ser parte de toda la economía nacional, por ende, el estado tiene que involucrarse mucho más dándoles oportunidades de inversión para que inviertan en el Perú.

Sobre las bases de las ideas ya mencionadas las micro y pequeñas empresas hoy en día están teniendo talleres o programas que les permite desarrollarse como tal por medio de orientaciones adaptándose a nuevos sistemas de calidad y puedan ser certificadas con la finalidad de estar asociadas a normas que tengan que ver con la gestión de calidad de un producto o servicio para poder desarrollarse en el país o internacionalizarse.

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación asegura que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio esto implica

que, con información y formación a todos los propietarios, tendrán la orientación para invertir, innovar y cambiar los estándares que se dan en el país.

### **Lineamientos estratégicos del estado para la Micro y pequeñas empresas**

En virtud a los lineamientos estratégicos nos permitirá orientar, extender y generalizar toda la información que el Estado Peruano quiere difundir para lograr que los emprendedores tengan iniciativas e inversiones desarrollando así un buen sector socio económico. En su artículo 5: La acción del Estado en materia de promoción de las MYPE se orienta con los siguientes lineamientos estratégicos. Tal como expresa la Ley 28015 (2003):

- Promueve y desarrolla programas e instrumentos que estimulen la creación, el desarrollo y la competitividad de las MYPE, en el corto y largo plazo y que favorezcan la sostenibilidad económica, financiera y social de los actores involucrados.

- Promueve y facilita la consolidación de la actividad y tejido empresarial, a través de la articulación inter e intersectorial, regional y de las relaciones entre unidades productivas de distintos tamaños, fomentando al mismo tiempo la asociatividad de las MYPE y la integración en cadenas productivas y distributivas y líneas de actividad con ventajas distintivas para la generación de empleo y desarrollo socio económico.

- Fomenta el espíritu emprendedor y creativo de la población y promueve la iniciativa e inversión privada, interviniendo en aquellas actividades en las que resulte necesario complementar las acciones que lleva a cabo el sector privado en apoyo a las MYPE.

- Busca la eficiencia de la intervención pública, a través de la especialización por actividad económica y de la coordinación y concertación interinstitucional.

-Promueve la participación de los actores locales representativos de la correspondiente actividad productiva de las MYPE, en la implementación de políticas e instrumentos, buscando la convergencia de instrumentos y acciones en los espacios regionales y locales o en las cadenas productivas y distributivas.

-Promueve la prestación de servicios empresariales por parte de las universidades, a través de incentivos en las diferentes etapas de los proyectos de inversión, estudios de factibilidad y mecanismos de facilitación para su puesta en marcha.

A través de las cuales se puede manifestar que los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, asimismo tienen un grado de instrucción superior, esto demuestra que en este rubro de venta minorista de ropa para damas las mujeres llevan el mando, teniendo buenas herramientas de gestión dirigiendo una empresa, con madurez, sabiendo la dinámica del negocio, y formando buenas estrategias y controles para que la micro y pequeña empresa se acentúe en el mercado marcando la diferencia de la competencia.

### **Representante de la Micro y Pequeña Empresa**

Los representantes tienen un rol muy importante porque son los que diseñan, coordinan, concertan y ejecutan todos los movimientos de la empresa logrando así un desarrollo organizacional y dinamizando los mercados de las micro y pequeñas empresas. Tal como relaciona López y Zarate (2007) determina:

El empresario de la micro y pequeña empresa, tiene que ver con la cultura, misma que se manifiesta al dirigir una empresa; su identidad, sus valores familiares y religiosos que en ocasiones se anteponen a la buena administración de su propia empresa. Se trata de analizar la importancia que los empresarios de la micro y pequeña empresa tienen en la economía de la región y del país, los aspectos que deberían de cambiar para mejorar su situación y resolver los problemas que a diario enfrenta por la carencia de algunas habilidades y

capacidades que, puestas al servicio de la empresa, le permitirían un mayor dominio del mercado. (p. 02)

La necesidad de tener a los empresarios con una mentalidad amplia y visionaria es precisamente por el hecho de ver a las micro y pequeñas empresas crecer y generar más empleo y solidarizarse con la cultura organizacional. Para entender la cultura de los empresarios y las estrategias que intervienen para la permanencia y crecimiento de estas empresas es importante su ubicación dentro de este contexto. (p. 16)

Como complemento a los resultados obtenidos en el estudio de investigación los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 18 a 50 años de edad entonces es dirigido por personas adultas que están desarrollando con más rigor esta etapa de emprendimiento a una edad equivalente donde pueden cumplir metas y objetivos que se tracen como empresa, además la tendencia no ha variado en el tiempo.

### **Los emprendedores**

Es una persona de las cuales asumen riesgos y es capaz de resolver cualquier problema en que se enfrente porque tiene la motivación necesaria para comprometerse entera y totalmente a los proyectos que se proponga; mediante el Artículo 13 con el fondo para emprendimientos dinámicos y de alto impacto. Tal como lo enfatiza la Ley 30056 (2013):

Promueve mecanismos de apoyo a los emprendedores innovadores en el desarrollo de sus proyectos empresariales, mediante el cofinanciamiento de actividades para la creación, desarrollo y consolidación de emprendimientos dinámicos y de alto impacto, los cuales deben tener un enfoque que los oriente hacia el desarrollo nacional, la internacionalización y la permanente innovación. (p.4)

En los resultados obtenidos en el estudio de investigación definen que la experiencia en el cargo es 6 a más años lo que significa que su compromiso, es aún mejor porque sabe que decisiones tomar ante momentos conflictivos o negociables para las micro y pequeñas empresas, mientras tanto siempre tiene una actitud positiva para tomar decisiones ante un problema teniendo confianza en sí mismo e iniciativa para realizar acciones con riesgos pero siempre con la aptitud de ganar, por lo que le permitirá tener seguridad en emprender nuevos retos para un crecimiento óptimo dentro del rubro.

### **Gestión de calidad**

La gestión de calidad es una herramienta que ayuda a garantizar a una empresa o a un producto para que sea consistente por ende tiene que tener distintos puntos como el planeamiento, control, el aseguramiento y las mejoras con el único fin de minimizar los errores. Tal como alude El Consejo De Ministros (como se citó en Guerrero, 2012):

El sistema de “Gestión de calidad es el conjunto de actividades coordinadas para dirigir y controlar una empresa en lo relativo a la calidad, está integrada en la gestión global de la empresa e influye en todas las actividades que tiene lugar en la misma”. (p. 15)

De acuerdo con los resultados obtenidos en el trabajo de investigación los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen poco la gestión de calidad por ende tenemos que mejorar poco a poco para ir neutralizando todas estas herramientas que se dan hoy en día en un mercado globalizado. Sin embargo, cada representante conforme va pasando el tiempo observará un segmento de clientes potenciales más actualizado por lo que aprenderá a arriesgarse y asumirá nuevas propuestas de mejoras implementando esta herramienta para mejorar en todos los aspectos como micro y pequeña empresa.



## **Modelos de Gestión de Calidad**

Los modelos de gestión de calidad son instrumentos valiosos que determinan las mejoras que se están haciendo en los bienes y servicios que ofrece la empresa, las cuales permite establecer criterios de comparación para tener un modelo donde identifiquemos nuestras fallas y poder restablecerlas para mejorarla constantemente. Tal como lo revela López (2012) manifiesta:

Un modelo de gestión de calidad es un referente permanente y un instrumento eficaz en el proceso de toda organización de mejorar los productos o servicios que ofrece. El modelo favorece la comprensión de las dimensiones más relevantes de una organización, así como establece criterios de comparación con otras organizaciones y el intercambio de experiencias. La tendencia actual de la sociedad tanto en el sector privado como en el público es la adopción de modelos de gestión que sirvan de referente y guía en los procesos permanentes de mejora de los productos y servicios que ofrecen. (p. 1)

Por lo tanto, según los resultados obtenidos en la investigación se afirma que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización, porque optimiza y mejora la mercadería que será distribuida a los clientes, logrando mejor desenvolvimiento y ganando clientes nuevos. Así mismo, esto ayuda a que cada empresa implemente modelos de gestión de calidad para el bienestar de su empresa la cual originara el éxito de ella, porque contribuye a que distintos bienes y servicios se modifiquen para cubrir con lo que el cliente quiere y lograr así cumplir con las necesidades de nuestro consumidor final.

## **Gestión**

La gestión es la acción y el efecto a administrar, que tiene como meta lograr los objetivos que se propone el gestor es por ello que tiene como función articular los recursos establecidos de tal manera de lograr lo que se desea para poder dirigir y administrar un negocio o una empresa. Tal como afirma Gonzales (2014):

La gestión implica un sinnúmero de requerimientos que necesita cumplir la empresa para lograr sus objetivos organizacionales. Aunque la gestión a simple vista parece sencilla y que cualquier persona puede hacer una correcta gestión, en el mundo real de la empresa sucede todo lo contrario, se necesita una persona (gestor) que esté completamente capacitado y sepa hacer correctamente su trabajo, resaltando así que la gestión como factor determinante para que la empresa sea competitiva y tenga un posicionamiento destacado en el mercado. (p. 12)

De acuerdo con lo especificado, un gerente efectivo que actúa en un entorno dinámico tendrá que enfrentarse a competencias gerenciales y eso le permitirá desarrollar toda su experiencia y capacidad para manejar una empresa hacia las metas previamente fijadas.

### **Técnicas de gestión**

Las empresas tienen que tener buenos gestores que siempre sean proactivos y que cumplan sus metas para el crecimiento y desarrollo de las mismas, tener la información adecuada permitirá que cada pequeño empresario tome buenas decisiones orientadas al futuro generando así utilidades para empresa. Asimismo, analizamos a nuestro cliente para diagnosticar sus preferencias, a tenderlo como se debe con respeto y amabilidad logrando que el cliente entre en confianza con nosotros, para poder orientarlo y aconsejarlo para preservar a nuestra clientela por medio de productos de calidad. La gestión abarca distintas técnicas que son aplicables en la administración, cada negocio se diferencia por la dimensión que tiene, para poder gestionarla para el buen funcionamiento de la misma y menciona las siguientes técnicas de gestión. Tal como afirma Gonzales (2014):

**Análisis Estratégico:** Permite recolectar información para poder analizar a los competidores dentro del mercado estratégico de las cuales se podrá diagnosticar distintos escenarios económicos y sociales.

**Gestión Organizacional:** En conjunto esta gestión planifica haciéndose una proyección como empresa, logrando fijar estrategias para su fin en común de cada empresa, destacando como fin principal lograr sus objetivos y metas que desean cumplir para esto se tiene que determinar la estructura jerárquica de las cuales se reconoce la autoridad dentro de ella, dirigiendo las responsabilidades a los colaboradores para que tengan una definición exacta de sus funciones y puedan ejercerlas competentemente.

**Gestión de la Tecnología:** Aplicar distintos cambios positivos en la empresa como lo es el uso de los sistemas tecnológicos, de las cuales en la actualidad la tecnología es un punto de partida para cada empresa en este mundo tan globalizado, por ende, cada empresa tiene que asumir estos cambios, para obtener aceptación en el mercado para escalar en este mercado tan competitivo.

**Gestión Financiera:** Tener solvencia económica positiva que permite asignar distintos cambios que ameriten la atracción de la empresa, por ende, cada inversión que tenga la empresa para la misma se tiene que evaluar para poder ganar el doble o más de lo invertido, logrando así la efectividad.

**Gestión del talento humano:** Instruir a cada colaborador las pautas correctas para la elaboración de su trabajo y a ello sumarle los materiales o herramientas para que logre cumplir con las metas de la organización, y la motivación de parte de la empresa para cada colaborador debe de ser eficazmente para que logren un desarrollo complejo en sus tareas y así cumplan sus funciones establecidas.

**Gestión Ambiental:** Cooperar con el medio ambiente, mucho más de los fines de la empresa, se tiene que tener una sensatez al cumplir con los estándares de calidad para el medio ambiente, promoviendo en los clientes una activación en el cuidado de nuestro planeta, disminuyendo el uso de los plásticos, papeles, etc. (p.29)

De acuerdo con los resultados obtenidos en el trabajo de investigación se conoce otras técnicas modernas sobre la gestión de calidad esto indica que hoy en día los propietarios están dando más intereses a las nuevas técnicas tanto profesionalmente como empíricas que le permite de una u otra forma tomar decisiones asertivas en cuanto al mercado para el cumplimiento de sus metas.

En cuanto a la técnica de gestión de recursos humanos obtuvimos que los trabajadores no se adaptan a los cambios para una implementación de gestión de calidad y esto indica que debería tomarse decisiones más eficientes al reclutar al personal para que sea el idóneo para la empresa de igual forma solo usa la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal para que vea como maneja el puesto de trabajo y ver si logra con lo que el empleador necesita para la empresa cumpliendo con los indicadores establecidos por la organización.

## **TOMA DE DECISIONES**

### **Concepto de toma de decisiones**

La toma de decisiones es la parte más importante que tiene que tomar un gestor, porque decides entre lo bueno y lo malo para la empresa, dependiendo de lo que escojas decidirás el futuro de la empresa por eso mismo antes de decidir tienes que informarte y siempre tener alternativas que compensen el bienestar de la empresa. Tal como lo señala Llanes (2009):

Las decisiones dentro de una organización juegan un papel esencial, constituyen la medula del proceso de dirección, en ella se encuentran los principales problemas de dicho proceso, en virtud de lo cual el trabajo acertado sobre la decisión influye sustancialmente en la eficiencia de la dirección. Por otro lado, la organización correcta de todo el sistema de dirección predetermina el éxito del trabajo sobre la decisión. (p. 5)

De acuerdo con los resultados obtenidos en el trabajo de investigación los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen el término toma de

decisiones esto indica que cada micro y pequeña empresa está tomando en cuenta cada punto asertivo para el éxito de su organización es por ello que cada tomador de decisiones tiene que ser objetivo y lógico a la hora de tomar las decisiones que se presenten en el día a día, por ende, tiene que tener siempre claro sus objetivos y metas para que cuando seleccione sus alternativas cumplan con lo requerido para la empresa.

### **Importancia de la toma de decisiones**

Según Lefcovich (2012). La toma de decisiones es un factor muy importante en toda micro y pequeña empresa porque el gestor podrá tomar decisiones eficientes y el compromiso para poder tomar decisiones es sumamente importante porque estará comprometido con la empresa para buscar soluciones y cumplir con las metas planteadas por la micro y pequeña empresa.

### **Los tipos de ambiente de la decisión**

Las decisiones son el motor impulsador para la empresa por que mantiene un proceso continuo y optimista para distintas situaciones que pueden surgir constantemente ya sea interno o externo, los ambientes de decisión son los siguientes. Tal como agrega Pérez y Cerrada (2010) manifiesta:

- Certeza:** El ambiente de certeza es aquél en el que el decisor conoce con absoluta seguridad los estados de la naturaleza que van a presentarse.
- Riesgo:** Es aquél en el que el decisor sabe qué estados de la naturaleza se pueden presentar y la probabilidad que tiene cada uno de ellos de presentarse.
- Incertidumbre estructurada:** Es aquél en el que se conocen los estados de la naturaleza, pero no la probabilidad de cada uno de ellos.
- Incertidumbre no estructurada:** Aquél en el que ni siquiera se conocen los posibles estados de la naturaleza. (p. 73)

El presente trabajo de investigación manifiesta que conocen el termino toma de decisiones lo cual ayuda a los representantes a solucionar problemas teniendo más alternativas para su solución y siempre teniendo el conocimiento de que cada decisión tiene un riesgo y una incertidumbre de las cuales permiten tener siempre el miedo al fracaso, pero cuando se tiene alternativas que cooperen para la empresa siempre se llegara al cumplimiento de las metas.

### **Proceso de Toma de decisiones**

La toma de decisiones tiene procesos para ello se debe considerar que tomar una decisión no solo puede afectar a la empresa, si no a la que la conforman, por eso no es fácil tomar una decisión, siempre se debe tener varias opciones, además del que se ha escogido y tener en cuenta la calidad de las decisiones porque es un factor muy importante para el éxito o el declive de una empresa. Como lo plantea Barrera (2009) determina:

Una decisión debe estar basada en hechos adecuados, se halla con amplitud aceptada. Cuando se usan hechos la decisión tiene sus raíces, por decirlo así en datos objetivos, esto implica que las premisas sobre las cuales está basada la decisión son sólidas e intensamente aplicables a la situación en particular. Manifiesta los seis procesos de la toma de decisiones:

-Determinar la necesidad de una decisión. El proceso de toma de decisiones comienza con el reconocimiento de que se necesita tomar una decisión. Ese reconocimiento lo genera la existencia de un problema o una disparidad entre cierto estado deseado y la condición real del momento.

-Identificar los criterios de decisión. Una vez determinada la necesidad de tomar una decisión, se deben identificar los criterios que sean importantes para la misma.

-Asignar peso a los criterios. Los criterios enumerados en el paso previo no tienen igual importancia. Es necesario ponderar cada uno de ellos y priorizar su importancia en la decisión.

-Desarrollar todas las alternativas. Desplegar las alternativas. La persona que debe tomar una decisión tiene que elaborar una lista de todas las alternativas disponibles para la solución de un determinado problema.

-Evaluar las alternativas. La evaluación de cada alternativa se hace analizándola con respecto al criterio ponderado. Una vez identificadas las alternativas, el tomador de decisiones tiene que evaluar de manera crítica cada una de ellas. Las ventajas y desventajas de cada alternativa resultan evidentes cuando son comparadas.

-Seleccionar la mejor alternativa. Una vez seleccionada la mejor alternativa se llegó al final del proceso de toma de decisiones. En el proceso racional, esta selección es bastante simple. El tomador de decisiones sólo tiene que escoger la alternativa que tuvo la calificación más alta en el paso número cinco. El paso seis tiene varios supuestos, es importante entenderlos para poder determinar la exactitud con que este proceso describe el proceso real de toma de decisiones administrativas en las organizaciones.

Vamos a analizar la toma de decisiones de una forma totalmente racional:

-Orientada a un objetivo. Cuando se deben tomar decisiones, no deben existir conflictos acerca del objetivo final. El lograr los fines es lo que motiva que tengamos que decidir la solución que más se ajusta a las necesidades concretas.

-Todas las opciones son conocidas. El tomador de decisiones tiene que conocer las posibles consecuencias de su determinación. Así mismo tiene claros todos los criterios y puede enumerar todas las alternativas posibles.

-Las preferencias son claras. Se supone que se pueden asignar valores numéricos y establecer un orden de preferencia para todos los criterios y alternativas posibles. (p.06)

De acuerdo con los resultados obtenidos en el trabajo de investigación se busca siempre alternativas en la toma de decisiones para la solución de problemas por ende esto demuestra que hoy en día los propietarios están minimizando los riesgos e incertidumbre con la adecuada toma de decisiones proactivamente teniendo siempre alternativas para distintos problemas que se dan en la empresa.

### **Fases de la toma de decisiones**

La toma de decisiones consta de tres fases principales que le permite al propietario de la micro y pequeña empresa tener un modelo de las cuales se pueda guiar al tomar las decisiones que se requieran para la empresa como procesar el problema actual de la empresa, seguidamente entender el problema buscando alternativas de solución y por último tener la elección para poder aplicarla a la empresa. Tal como menciona Gutiérrez (2014):

-Investigación (inteligencia) exploración del ambiente sobre las condiciones que requieren las decisiones. Los datos de entrada se obtienen, se procesan y se examina en busca de indicios que pueden identificar problemas u oportunidades.

-Diseño. Invención, desarrollo y análisis de los posibles cursos de acción. Esto involucra los procesos para entender el problema, para generar las soluciones y para probar las soluciones según su factibilidad.

-Elección. Selección de una alternativa o curso de acción entre aquella que están disponibles. Se hace una selección y se implementa.



Todas las decisiones no son iguales, ni producen las mismas consecuencias, ni tampoco su adopción es de idéntica relevancia, por ello existen distintos tipos de decisiones, para su clasificación destacaremos las más representativas.

De acuerdo con los resultados obtenidos en el trabajo de investigación los representantes de las micro y pequeñas empresas necesitan como fortaleza un aprendizaje continuo para poder implementar una buena técnica en la toma de decisiones por ende siempre se necesita tener información relevante y actualizada para cada toma de decisiones que se empleara en las micro y pequeñas empresas.

### **Tipología por niveles**

Está conectada con el concepto de estructura organizativa y la idea de jerarquía que se deriva de la misma, las decisiones se clasifican en función de la posición jerárquica o nivel administrativo ocupado por el decisor. Desde este planteamiento distinguiremos. Según López (2014) determina:

-Decisiones estratégicas o de planificación:

Se refieren a las decisiones que se toman en puestos de altas gerencias por la planificación que se necesita puesto que cada decisión que se tome en una organización o empresa van a definir los objetivos planteados a corto o largo plazo, por eso mismo para tomar una decisión como esta, el decisor debe tener toda la información necesaria para no cometer errores y no afecte a la empresa. Logrando decisiones satisfactorias para que se puedan determinar la supervivencia en el mercado.

-Decisiones tácticas:

Las decisiones que se toman por las áreas que constituyen la empresa con el fin de ser pilotos de sus propias áreas tomando decisiones adecuadas siempre y si llega a tener un error no será muy grave porque se irá aprendiendo y el decisor ganará confianza en sí mismo confiando en sus capacidades.

-Decisiones operativas:

Se refiere la parte inferior de la empresa o cual guarda relación en las situaciones cotidianas que se dan en la empresa, manejando una adecuada toma de decisiones por el decisor, sabiendo que los errores se pueden corregir por lo tanto es una rutina constante para el decisor y esté preparado para el pro y contra de la empresa.

### **Gestión De Calidad En Las Micro y Pequeñas Empresas**

Según Guarneros (2013). Todas las empresas se están actualizando constantemente creando así un sistema de gestión que les permita gestionar eficientemente a su empresa y les garantice el cumplimiento de sus objetivos, por ende este nuevo enfoque les permitirá un posicionamiento en el mercado tanto en el país y así ganar poco a poco una internacionalización y puedan proceder con éxito todos los requisitos para poder estar vigente en un mercado globalizado que lo que conduce finalmente a la excelencia de los resultados empresariales para las Mypes.

## **2.3 Marco conceptual**

### **Historia de la venta de ropa para damas**

Surge como una pequeña empresa al principio, al pasar los años se unieron más socios y así llegamos a formar nuestro centro comercial dándole un toque feminista porque estamos dirigidos exclusivamente a vestir a la mujer actual y moderna. Adaptamos las necesidades del diverso mercado de ropa para damas, buscando proveedores de primera calidad para obtener prendas novedosas y diversas, a precios accesibles con la ventaja que nuestra consumidora encuentre todo en un solo lugar, con instalaciones modernas, cómodas y actas para recibir a nuestros clientes y poder brindar atención personalizada.

Es así como nace esta idea y se denomina Centro Comercial Ben Cha teniendo lo último en tendencia de ropa femenina, asegurando siempre los gustos y preferencias de nuestros consumidores cubriendo sus necesidades. Además de cumplir con las normas establecidas por la ley como es la supervisión de las prendas y los controles de calidad para ir mejorando para nuestros consumidores y constituyéndonos como una fuente de empleo para el Distrito Chimbote.

### **Venta minorista de ropa para damas**

Son pequeños negocios donde se realiza el comercio de ropa donde se hay una compra y venta de las prendas de vestir destinados a nuestro consumidor final. Estas micro y pequeñas empresas nacen por la necesidad de todos los consumidores por vestir a la moda y desde sus inicios siempre tienen que estar innovando por que los consumidores son exigentes en cuanto a la vestimenta por eso los propietarios siempre traen prendas al gusto del consumidor. Por ende, el comercio de ropa está orientado básicamente en satisfacer necesidades como ir a la moda, diferenciarse del resto y siempre tener su propio estilo y tener una especialización de vestimenta en cuanto a la edad, género, uso, estilo, marca, etc.

Demostrando siempre la variedad y calidad de nuestras prendas de vestir acompañada de un buen precio para nuestro consumidor teniendo un servicio y una atención personalizada para nuestros clientes.

Este sector se está modernizando porque está habiendo grandes cambios en los últimos tiempos, pero esta modernización está teniendo una desventaja en el comercio minoristas de ropa han disminuido su cuota de mercado a favor de las franquicias, de los grandes supermercados, y los productos de china son mucho más económicos y con los que por precio es difícil competir, por eso están utilizando técnicas para poder sobresalir en este mercado tan globalizado.

## **Las Micro y Pequeñas Empresas de venta de ropa para damas**

Las Micro y Pequeñas Empresas del Rubro de venta minorista de ropa para damas, pasan por problemas en la actualidad y se vuelve compleja, tanto en su interior como su exterior, lo cual es un factor relevante para que las Micro y Pequeñas Empresas no puedan tener un crecimiento y desarrollo según lo previsto por los emprendedores, amenaza seria a la supervivencia de estas Micro y Pequeñas Empresas si no cuentan con una buena Gestión de calidad para mejorar constantemente.

Los problemas internos que atraviesan las Micro y Pequeñas Empresas, la toma de decisiones que influye en la autoridad y con lleva a la falta de planificación de los objetivos, el bajo apoyo por parte del gobierno para crecer el negocio.

Por otra parte, los problemas externos son la dura competencia en el mercado tanto de las tiendas comerciales viera, el modelo y las flores que se encuentran céntricas y también de la apertura de nuevos emprendedores en el rubro, el problema económico por lo que atraviesa el Distrito Chimbote, es un factor fundamental que atraviesan la venta de ropa. En los mercados, el número de productos nuevos o modificados ofrecidos al mercado crece de una manera explosiva. Los compradores están exigiendo más y mejores productos para cubrir sus necesidades actuales. Los mercados se ensanchan en capacidad y se especializan, funcionalmente, en efectos y en servicios ofrecidos.

Las pequeñas empresas nacen por una idea de negocio por parte de emprendedores por parte de las personas del Distrito Chimbote, Donde además se desenvuelven como su centro de trabajos y dan empleo a más personas del Distrito, Estas están formales, por que entregan boletas y en algunos casos factura, pagan sus tributos para respetar las leyes del Perú y así ejercer el comercio legal. Desempeñan un papel fundamental en el Distrito de Chimbote porque hace incrementar el PBI de la ciudad y del país, desarrollan una idea de negocio y el

empleo, que es el eje fundamental de todo negocio, además de la mucha demanda en el mercado, buscan alternativas de como poder vender sus productos y ser capaz de competir en el mercado del Distrito Chimbote.

### **Las Micro y Pequeñas Empresas de la venta minorista de ropa para damas en la toma de decisiones y la gestión de calidad.**

Las micro y pequeñas empresas que normalmente vemos en el centro comercial Ben Cha es que son emprendedores de las cuales mayormente han incursionado pequeñas empresas familiares, y con beneficios de poder tener la disponibilidad de dar empleos. Estos empresarios contribuyen a la formalidad teniendo en reglas sus papeles en la Sunat, para no tener problemas de impuestos más adelante, como la organización conoce las exigencias y expectativas de sus clientes y su mercado. Asimismo, en qué proporción todos, pero absolutamente todos los procesos de la empresa están enfocados a brindar satisfacción al cliente y tener un negocio es regla es rentable hoy en día, por la simple razón de tener una cartera de clientes y venderlos a grandes escalas.

Esto indica que están siguiendo un regular proceso en la toma de decisiones para ir sobresaliendo en el mercado porque en su totalidad de los propietarios conocen este término que les ayuda a poder diagnosticar y prepararse para una adecuada toma de decisiones que se presenta en las micro y pequeñas empresas, pero necesitan más información del cómo pueden ejecutarlas cumpliendo con todas las fases de este proceso de decisión para cada micro y pequeña empresa porque cada una de ellas representan distintas problemáticas que son perjudiciales, si es que no saben tomar una decisión efectiva para la solución de los problemas.

Estos emprendedores del centro comercial Ben Cha iniciaron todo con una idea de poder tener una entrada de dinero para sus familias y poco a poco lograron tener una pequeña empresa de las cuales está teniendo frutos, aparte de la comodidad del emprendedor y de sus empleados generando el bienestar de todos los que conforman estas pequeñas empresas.

El modelo de emprendedor que tenemos en estos negocios son más prácticos y no estratégicos porque solo se dedican a vender , solo ven ingresos para sus negocios entre ellos tenemos distintos puntos como uno de ellos es no estar en regla con los contratos de los trabajadores es de manera ineficiente, y no se ve una modernización en su negocio, aun así hay negocios que tienen buenos ingresos pero por el desconocimiento solo se dedican a trabajar todos los días como una rutina sin visionarse en el futuro.

Asimismo, la gran mayoría del centro comercial Ben Cha son negocios familiares o en el mismo caso solo el dueño se encarga de hacer todo dentro de ella. En los momentos actuales no hacen incursionar su negocio a crecer más, la mala gestión entre ellas ahora lo que se busca es que los empresarios se familiaricen con su empresa y están en un proceso para establecer una excelencia para sus empresas quieren introducir modificaciones en su gestión y orientarlas hacia el éxito, según deben fundamentar el cambio sobre la gestión de calidad. No tienen un buen control en la calidad, en cuanto a las prendas de los proveedores, las cuales son de Lima, y traen a Chimbote por mayor, para así, en algunos casos se ahorren el flete.

Se observó además una deficiencia en el servicio, como todo negocio tiene sus días y horas las cuales las personas se acumulan y eso hace que el servicio sea deficiente, porque no hay más de 3 personas en un negocio, del centro comercial Ben Cha existen aproximadamente unos 10 negocios de venta de ropa para damas, las cuales al observar tienen esa cantidad de personas trabajando, eso hace más trabajo a las pocas personas que trabajan, la cual tienen que ver la forma de cómo atender a los clientes, otro deficiencia es que no te dan tus boletas de compra, solo comprobantes en cualquier tipo compra, eso es evasión de impuestos, y no hay nadie quien pueda supervisar esta deficiencia, que afecta no solo a los del Distrito, sino a todo el país, por lo impuestos que está evadiendo.

## **Gestión de calidad**

La gestión de calidad se unifica en actividades que se presentan en las empresas con el propósito de cumplir completamente con los estándares de calidad por ello se cumple una línea donde se unifica la planificación, los procesos y los recursos para que destaquen lo esperado por las empresas para lograr con los objetivos y así cumplir con una toma de decisiones informadas cumpliendo todos los paradigmas previstos.

## **Toma de decisiones**

La toma de decisiones es un proceso que se usa constantemente en cualquier momento de nuestras vidas del ser humano, muchas veces tomamos decisiones apresuradas o automáticas y nos dejamos llevar por lo que sentimos en el momento, pero una buena toma de decisiones no es así porque no sería viable, por ende siempre tenemos que pensar antes de tomar una decisión teniendo alternativas de solución y no ignorar las repercusiones, porque eso nos permitirá elegir la mejor alternativa seguidamente implantar la decisión para controlar y evaluar el proceso que tendrá nuestra decisión tomada para la empresa.

### **III. HIPÓTESIS**

En el presente estudio de investigación titulado “Gestión de calidad en la toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016”, no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación de tipo descriptivo.



## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1 Diseño de Investigación**

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

Fue no experimental por qué no se manipulo deliberadamente a la variable gestión de calidad en la toma de decisiones en estudio, se describió tal y como se presenta en la realidad. Por ende, no ha sufrido ningún tipo de modificaciones.

Fue transversal, porque el estudio de investigación gestión de calidad en la toma de decisiones se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, tuvo un inicio y un fin específicamente en el año 2016.

Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de los representantes, mypes y de la variable en estudio gestión de calidad en la toma de decisiones.

### **4.2 Población y Muestra**

#### **Población:**

Para la elaboración del presente estudio de investigación se utilizó una población de 15 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro de venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016. La información se obtuvo a través de la técnica de sondeo. (Anexo 03)

#### **Muestra:**

Se utilizó una muestra dirigida de 10 micro y pequeñas del sector comercio, rubro de venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, distrito Chimbote, 2016. Porque solo participaron las micro y pequeñas empresas que brindaron información para el trabajo de investigación. (Anexo 03)

#### 4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representante	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas de diferentes edades de ambos géneros, con diversos grados de instrucción de las cuales tiene un cargo representativo, por ende, cuenta con una experiencia en el cargo lo que permite dirigir a su empresa con el único fin de poder crecer personalmente y empresarialmente.	Edad	-18 a 30 años -30 a 50 años -50 a más años	Razón
		Género	-Masculino -Femenino	Nominal
		Grado Instrucción	-Sin instrucción -Educación primaria -Educación secundaria -Superior universitario -Superior no universitario	Ordinal
		Cargo	-Administrador -Propietario	Nominal
		Experiencia en el cargo	-0 – 3 años -3 – 6 años -6 a más años	Razón

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y pequeña empresa	Las micro y pequeñas empresas se representan por el tamaño de las cuales hoy en día tienen un tiempo en el rubro muy significativo por ende los trabajadores conocen ya el rubro, teniendo la experiencia que se necesita cumpliendo así los objetivos de creación de cada micro y pequeña empresa.	Tamaño	-Micro empresa -Pequeña empresa	Nominal
		Tiempo en el rubro	-0 – 5 años -5 – 10 años -10 a más años	Razón
		Los trabajadores	-Familiares -No familiares -Ambos	Nominal
		Objetivos de creación	-Generar ganancias -Subsistencia -Generar empleo	Nominal

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad en la toma de decisiones	Los empresarios de las micro y pequeñas empresas tienen conocimiento de gestión de calidad para que utilicen técnicas modernas y no tengan dificultades para la implementación de gestión de calidad de los trabajadores que conforman la empresa midiendo así el rendimiento del personal de las cuales contribuye a mejorar el rendimiento del negocio para alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización.	Conocimiento de gestión de calidad	-Si conozco -Conozco poco -No conozco	Nominal
		Técnicas modernas	-Benchmarking -Red corporativas -Empowerment -La 5 S -Outsourcing -Otros	Nominal
		Dificultades para la implementación de gestión de calidad de los trabajadores	-Poco iniciativa -Aprendizaje lento -No se adapta a los cambios -Desconocimiento Del puesto -Otros	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	-La observación -La evaluación -Escala de puntuaciones -Evaluación de 360° -Otros	Nominal
		Contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	-Si -No	Nominal
		Alcanza los objetivos y metas trazados por la organización	- Si -No -No sabe	Nominal

Continúa...

Concluye.

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad en la toma de decisiones	Los empresarios tienen conocimiento de la toma de decisiones lo cual permite tener alternativas de solución de un problema utilizando una serie de técnicas que permiten evaluar objetivamente las repercusiones y los resultados, teniendo así una actitud positiva en soluciones de problemas lo cual determinara las fortalezas que necesita su empresa con el afán de tomar decisiones correctas para la empresa.	Conocimiento de la toma de decisiones	-Si -No	Nominal
		Alternativas de solución de un problema	-Siempre -Casi siempre -A veces -Casi nunca -Nunca	Nominal
		Actitud positiva en soluciones de problemas	-Siempre -Casi siempre -A veces -Casi nunca -Nunca	Nominal
		Fortalezas que necesita su empresa	-La cultura al cambio -Aprendizaje continuo -Competencia en el mercado -Todas -Ninguna	Nominal

#### 4.4 Técnicas e Instrumentos

La técnica que se utilizó para el desarrollo del Trabajo de Investigación fue la encuesta dado a que la técnica está dirigida a los representantes de las micro y pequeñas empresas para obtener información necesaria para poder realizar el trabajo de investigación.

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario ya que estuvo elaborado con 20 interrogantes que tiene tres partes muy importantes, la primera parte es referente al representante de cada micro y pequeña empresa que consta de cuatro interrogantes que complementan parte importante de cada representante, la segunda parte nos da a conocer las principales características de cada micro y pequeñas empresas que se especificaron en seis interrogantes mencionando la experiencia, tamaño, tiempo, objetivos y quienes la conforman y finalmente tenemos la última parte que se divide en la variable gestión de calidad y la técnica administrativa que es la toma de decisiones que entre las dos tienen un total de 10 interrogantes que nos permite tener una información actualizada de todas las micro y pequeñas empresas del centro comercial Ben Cha. (Anexo 4)

#### 4.5 Plan de Análisis

Después de haber recolectado la información a través del uso del cuestionario y la técnica de la encuesta se procedió a realizar el vaciado de la información, de las cuales se realizó en tablas que fueron elaboradas con el programa Microsoft Excel elaborándose así tablas de frecuencia absoluta y relativa que se encuentran en el (Anexo 5) ya que este programa cuenta con funciones de conteo sistemático estableciéndose para ello criterios de conteos predeterminados, se elaboró las figuras circulares se encuentran en el (Anexo 6) que ayudaran a describir a la variable en estudio, en las figuras se permitió visualizar la distribución de los datos en categorías que fue de objeto de análisis dentro de la investigación, dentro de ello se utilizó el Microsoft Word y PDF para el trabajo de investigación.

#### 4.6 Matriz de consistencia lógica

Problema	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población y muestra	Método	Técnicas e instrumentos	Plan de análisis
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en la toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, distrito Chimbote, 2016?	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar las principales características de la gestión de calidad en la toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, distrito Chimbote, 2016.</p>	Gestión de calidad	<p>Población:</p> <p>Para la elaboración del presente estudio de investigación se utilizó una población de 15 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro de venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, distrito de Chimbote, 2016. La información se obtuvo a través de la técnica de sondeo.</p>	<p>Para la elaboración del presente trabajo de investigación se empleó el diseño no experimental – transversal – descriptivo.</p>	<p>La técnica que se utilizó para el desarrollo del Trabajo de Investigación fue la encuesta dado a que la técnica está dirigida a los representantes de las micro y pequeñas empresas para obtener información necesaria para poder realizar el trabajo de investigación.</p>	<p>Después de haber recolectado la información a través del uso del cuestionario y la técnica de la encuesta se procedió a realizar el vaciado de la información, de las cuales se realizó en tablas que fueron elaboradas con el programa Microsoft Excel elaborándose así las tablas este programa cuenta con funciones de conteo sistemático,</p>

Continúa...

Problema	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población y muestra	Método	Técnicas e instrumentos	Plan de análisis
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en la toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, distrito Chimbote, año 2016?	Objetivos específicos: -Describir las principales características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas en el sector comercio, Rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, año 2016. -Describir las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, Rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, año 2016.	Gestión de calidad	Muestra: Se utilizó una muestra dirigida de 10 micro y pequeñas del sector comercio, rubro de venta para damas, centro comercial Ben Cha, distrito Chimbote, 2016. Porque solo participaron las micro y pequeñas empresas que brindaron información para el trabajo de investigación.	Fue no experimental por qué no se manipulo deliberadamente a la variable gestión de calidad en la toma de decisiones en estudio, se describió tal y como se presenta en la realidad. Por ende, no ha sufrido ningún tipo de modificaciones. Fue transversal, porque el estudio de investigación gestión de calidad en la toma de decisiones se desarrolló	El instrumento que se utilizó fue el cuestionario ya que estuvo elaborado con 20 interrogantes que tiene tres partes muy importantes, la primera parte es referente al representante de cada micro y pequeña empresa que consta de cuatro interrogantes que complementan parte importante de cada representante, la segunda parte nos da a conocer las principales características de cada micro y pequeñas	estableciéndose para ello criterios de conteos predeterminados , estas figuras permitieron visualizar la distribución de los datos en categorías que fue de objeto de análisis dentro de la investigación,

Continúa...



Concluye.

Problema	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población y muestra	Método	Técnicas e instrumentos	Plan de análisis
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en la toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, distrito Chimbote, 2016?	Describir las principales características de la gestión de calidad en la toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, Rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, año 2016.	Gestión de calidad		<p>en un espacio de tiempo determinado, tuvo un inicio y un fin específicamente en el año 2016.</p> <p>Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de los representantes, mypes y de la variable en estudio gestión de calidad en la toma de decisiones.</p>	empresas que se especificaron en seis interrogantes mencionando la experiencia, tamaño, tiempo, objetivos y quienes la conforman y finalmente tenemos la última parte que se divide en la variable gestión de calidad y la técnica administrativa que es la toma de decisiones que entre las dos tienen un total de 10 interrogantes que nos permite tener una información actualizada de todas las micro y pequeñas empresas del centro comercial Ben Cha.	, dentro de ello se utilizó el Microsoft Word, para el trabajo de investigación y tener más seguridad en el sistema de PDF para evitar distorsiones para la presentación y evaluación del jurado de investigación.

#### 4.7 Principios éticos

El principio de confiabilidad en el trabajo de investigación se garantizó una entera responsabilidad con fuentes confiables, destacando así que los datos obtenidos por los representantes de las micro y pequeñas empresas son reales proporcionando confiabilidad para el trabajo de investigación.

Asimismo, se asumió con responsabilidad porque fue hecha por mi persona, soy la responsable de generar un gran respeto y honestidad hacia el autor, referencíé al autor como se indica, sin plagio, citarlo responsablemente.

Finalmente, el principio de confidencialidad porque se empleó una información veraz brindada por los representantes de las micro y pequeñas empresas teniendo discreción y solo con uso reservado para el autor y de la facultad, y se mostró confianza en el momento de encuestar a los representantes aclarándole que la encuesta es de manera anónima, respetando su privacidad en el nombre de cada representante.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

Tabla 1

*Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, Centro Comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.*

Datos generales	n	%
<b>Edad</b>		
18 a 30 años	4	40.00
30 a 50 años	3	30.00
50 a más años	3	30.00
Total	10	100.00
<b>Género</b>		
Masculino	3	30.00
Femenino	7	70.00
Total	10	100.00
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	1	10.00
Educación primaria	1	10.00
Educación secundaria	3	30.00
Superior no universitaria	2	20.00
Superior universitario	3	30.00
Total	10	100.00

Continúa...

Tabla 1

*Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, Centro Comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.*

Concluye.

Datos generales	n	%
<b>Cargo que desempeña</b>		
Propietario	10	100.00
Administrador	0	0.00
Total	10	100.00
<b>Experiencia en el cargo</b>		
0 a 3 años	3	30.00
4 a 6 años	1	10.00
6 a más años	6	60.00
Total	10	100.00

Fuente cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.

Tabla 2

*Características de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, Centro Comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.*

Empresa	n	%
<b>Tamaño</b>		
Micro empresa	10	100.00
Pequeña empresa	0	0.00
Total	10	100.00
<b>Tiempo en el rubro</b>		
0 a 5 años	4	40.00
5 a 10 años	3	30.00
10 a más años	3	30.00
Total	10	100.00
<b>Los trabajadores son:</b>		
Familiares	5	50.00
Personas comunes	1	10.00
Ambos	4	40.00
Total	10	100.00

Continúa...

Tabla 2

*Características de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, Centro Comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.*

Concluye.

Empresa	n	%
<b>Número de trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	10	100.00
6 a 10 trabajadores	0	0.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	10	100.00
<b>Objetivos de su creación</b>		
Generar ganancias	8	80.00
Por subsistencia	2	20.00
Generar empleo	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.

Tabla 3

*Características de la Gestión de Calidad en la toma de decisiones en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, Centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.*

Gestión de calidad	n	%
<b>Conoce que es gestión de calidad</b>		
Si conozco	4	40.00
Conozco poco	6	60.00
No conozco	0	0.00
Total	10	100.00
<b>Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:</b>		
Benchmarking	4	40.00
Empowermet	0	0.00
La 5 s	0	0.00
Outsourcing	1	10.00
Otros	5	50.00
Total	10	100.00
<b>Dificultades para la implementación de gestión de calidad de los trabajadores:</b>		
Poca iniciativa	3	30.00
Aprendizaje lento	1	10.00
No se adapta a los cambios	5	50.00
Desconocimiento del puesto	1	10.00
Otros	0	0.00
Total	10	100.00

Continúa...

Tabla 3

*Características de la Gestión de Calidad en la toma de decisiones en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, Centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.*

Gestión de calidad	n	%
Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:		
La observación	5	50.00
La evaluación	2	20.00
Escala de puntuaciones	2	20.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	1	10.00
Total	10	100.00
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización		
Si	7	70.00
No	0	0.00
No sabe	3	30.00
Total	10	100.00

Continúa...



Tabla 3

*Características de la Gestión de Calidad en la toma de decisiones en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, Centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.*

Gestión de calidad	n	%
Conoce usted el termino de toma de decisiones		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
Busca alternativas en la toma de decisiones para la solución de un problema		
Siempre	8	80.00
Casi siempre	2	20.00
A veces	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	10	100.00
Tiene una actitud positiva en sí mismo al tomar una decisión en soluciones de problemas		
Siempre	6	60.00
Casi siempre	3	30.00
A veces	1	10.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	10	100.00

Continua...

Tabla 3

*Características de la Gestión de calidad en la toma de decisiones en las Micro y Pequeña empresa del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas Centro Comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.*

Concluye.

Gestión de calidad	n	%
Qué tipo de fortalezas considera que necesita su empresa.		
La cultura al cambio	0	0.00
Aprendizaje continuo	6	60.00
Competencia en el mercado	1	10.00
Todas	2	20.00
Ninguna	1	10.00
Total	10	100.00

Fuente cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.

## 5.2 Análisis de resultados

### **Tabla 1.**

Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas en el sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.

#### - Edad del representante

Con respecto a la edad de los representantes: El 70 % tienen entre 18 a 50 años. Esto coincide con los resultados encontrados por Gonzales (2013) quien afirma que el 50% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, de la misma manera coincide con Espinoza (2016) que manifiesta que el 50 % de los representantes tiene entre 31 a 50 años, a su vez coincide con los resultados encontrados por Rondoy (2014), que determina que el 30% de los representantes tienen entre 25 a 35 años, en comparación coincide con los resultados obtenidos por Gavilán (2016) quien obtuvo que el 60% de los representantes tienen entre 30 a 50 años, por consiguiente coincide con los resultados obtenidos por Gutiérrez (2016) quien encontró que el 35,7% de los representantes tienen una edad entre los 40 a 50 años. Esto contrasta con los resultados obtenidos por Valderrama (2015) de las cuales el 42.86% de los representantes tienen entre 50 y 60 años. Esto demuestra que la mayoría son personas adultas que están desarrollando con más rigor esta etapa de emprendimiento a una edad equivalente donde pueden cumplir metas y objetivos que se tracen como empresa, además la tendencia no ha variado en el tiempo, porque sigue prevaleciendo esta edad donde se demuestra la experiencia que han adquirido, logrando así un crecimiento en su micro y pequeña empresa.

#### - Género del representante

Con respecto al género de los representantes: El 70 % son de género femenino. Esto coincide con los resultados encontrados por Espinoza (2016) donde nos determina que un 85% son de género femenino, de las cuales coincide con Rondoy (2014)

donde menciona que el 60% son de género femenino, a su vez coincide con los resultados obtenidos por Gonzales (2013) quien encontró que el 63.3% son de género femenino, por consiguiente, coincide con los resultados encontrados por Gutiérrez (2016) quien afirma que 64.3% son de género femenino. Por ende, coinciden con los resultados obtenidos por Valderrama (2015) que obtuvo que el 50% son de género femenino. Y a su vez coincide con los resultados encontrados por Gavilán (2016) quien argumenta que el 80% son de género femenino. Esto demuestra que en este rubro de venta minorista de ropa para damas actualmente están dirigidas por personas del género femenino. Por eso los emprendimientos se han vuelto una de las mejores herramientas de las mujeres actuales para poder dirigir una empresa, puesto a que hoy en día las mujeres nos hemos vuelto más emprendedoras y dueñas de nuestras propias decisiones, mejorando cada vez, enfrentando cada vez los problemas que se pueden dar en el negocio, generando la productividad y redituabilidad de las mismas.

- Grado de Instrucción del representante

Con respecto al grado de instrucción de los representantes: El 50 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción de educación superior. Esto coincide con los resultados obtenidos por Gonzales (2013) quien determina que el 50% tiene como grado de instrucción un nivel técnico. Esto contrasta con los resultados obtenidos por Espinoza (2016) quien encontró que el 65% tiene una secundaria completa, también contrasta con los resultados obtenidos por Valderrama (2015) quien manifiesta que el 53.3% cuentan con estudios secundarios, asimismo contrasta con los resultados obtenidos por Gavilán (2016) el cual un 70% cuenta con estudios secundarios, y por ultimo contrasta con los resultados obtenidos por Gutiérrez (2016) quien obtuvo que el 64.3% han concluido sus estudios secundarios. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas a medida del tiempo están preparándose mucho más para los distintos cambios que hay en la actualidad y haciendo mejoras con los conocimientos obtenidos por una educación a nivel

superior permitiéndole tener logros y aspiraciones con una gestión eficiente y eficaz, de las cuales tienen una base a través de la enseñanza, planificando estrategias que beneficien a su negocio.

- Cargo que ocupa el representante

Con respecto al cargo que ocupa el representante: El 100% son propietarios. Esto coincide con los resultados obtenidos por Gonzales (2013) quien manifiesta que el 40% son dueños de su propio negocio, a su vez coincide los resultados obtenidos por Gavilán (2016) quien menciona que el 80% son dueños y finalmente coincide con los resultados obtenidos por Espinoza (2016) quien alude que el 75% son los propios dueños de sus negocios. Esto demuestra que en su totalidad son propietarios de sus propios negocios, por ende, son personas capaces de enfrentar distintos cambios que se presentan en la actualidad porque es quien administra, planifica, organiza, dirige y coordina su propia empresa, manifestando que cada Mype se va fortaleciendo porque está siendo liderada por personas debidamente preparadas, por ende, ganaran clientes para establecerse en el mercado.

- Experiencia en el cargo del representante

Con respecto a la experiencia en el cargo del representante: El 60% tienen entre 6 a más años. Esto coincide con los resultados obtenidos por Rondoy (2014) de las cuales el 40% tiene un tiempo de 7 – 8 años, también coincide con los resultados obtenidos por Espinoza (2016) quien afirma que el 60% tiene un tiempo de 4 a 6 años. Esto contrasta con los resultados obtenidos por Gavilán (2016) quien afirma que el 50% tiene de 7 a más años laborando en cargo. Se observa que actualmente las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de ropa para damas, tienen de 6 a más años de experiencia en el cargo, de las cuales esto demuestra el desenvolvimiento que está teniendo en la actualidad, tomando decisiones asertivas por la madurez en la experiencia, de las cuales permitirá enseñar a sus sucesores métodos y caminos o más factores

que involucren una notable gestión para que el negocio siga fluyendo cada día, logrando objetivos propuestos para la empresa.

**Tabla 2.**

Características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.

- Tamaño de las Micro y Pequeñas Empresas

Con respecto al tamaño de las micro y pequeñas empresas: El 100% de los negocios son Micro empresas. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas, es un negocio de tamaño pequeño de las cuales el propietario de una micro empresa suele trabajar en la misma, e incluso sus familiares son los que empiezan y desarrollan el negocio para que logre tanto generar ganancias como hacerlo crecer en el mercado, velando por sus propios intereses para tener una solvencia económica y de poco a poco ir invirtiendo un poco más de acuerdo a como se va vendiendo su mercadería.

- Tiempo en el rubro

Con respecto al tiempo en el rubro: El 70% tienen entre 0 a 10 años en el rubro. Esto coincide con los resultados obtenidos por Gonzales (2013) quien obtuvo que el 56.7% tiene una permanencia en el mercado de 5 a 10 años. Estos resultados coinciden con Gavilán (2016) quien manifiesta que el 90% tiene de 7 a más años en el rubro y a su vez coincide con Gutiérrez (2016) que manifiesta que el 57.1% tiene una antigüedad de 8 a más años y por último coincide con los resultados obtenidos por Espinoza (2016) quien afirma que el 70% oscila de 4 a 6 años en el rubro. Estos resultados contrastan con Valderrama (2015) quien manifiesta que el 60% de estas organizaciones se encuentran realizando sus actividades más de 10 años. En esta investigación se puede deducir que las micro y pequeñas empresas tienen entre 0 a 10 años en el rubro. Porqué, demuestra que en todo este

tiempo en el rubro de venta minorista de ropa para damas se debe por ser una gran mayoría de negocios familiares y su rotación es netamente familiar, puesto a que emprendieron en este rubro conociendo de a pocos todos los movimientos de acuerdo a temporada, y así se formaron hasta ganar una posición deseable en el mercado.

- Las personas que trabajan en las Micro y Pequeñas Empresas:

Con respecto a las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas: El 50% de las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas son familiares, el 10% son personas comunes, y el 40% manifiesta que son ambos. Esto demuestra que en su mayoría los representantes de las micro y pequeñas empresas trabajan netamente en un ámbito familiar en la cual la toma de decisiones está influenciada por los miembros de la familia capaces de poder direccionarla para el éxito de su negocio, además de eso tiene un logro en común que es hacer crecer el negocio con su experiencia y química entre todos los que trabajan para obtener un alto nivel de compras por parte del cliente.

- Número de trabajadores

Con respecto al número de trabajadores: El 100% tiene entre 1 a 5 trabajadores. Esto coincide con los resultados obtenidos por Gonzales (2013) donde menciona que el 76,7% tiene de 1 a 4 trabajadores, este resultado coincide con los resultados obtenidos por Rondoy (2014) quien manifiesta que el 45% tiene de 1 a 2 trabajadores laborando. Por ende, los resultados de Gavilán (2016) quien encontró que el 80% están en un intervalo de 1 a 3 trabajadores. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas mantiene que el número de trabajadores influye bastante porque permite atraer más clientes, por que el cliente estará mejor atendido sin esperar, mantener esta cantidad estimada para cada stand de venta minorista de ropa para damas se logrará una venta optima, porque ya se está analizando la demanda del mercado que se necesita para poder atender a todas las necesidades del cliente potencial para evitar desequilibrios financieros.

- Objetivo de su creación

Con respecto al objetivo de su creación: El 80% tiene por objetivo generar ganancias. Esto coincide con los resultados obtenidos por Gavilán (2016) quien obtuvo que el 60% tiene el objetivo de generar ganancias. Esto contrasta con los resultados obtenidos por Gonzales (2013) quien manifiesta que el 66.7% tiene como objetivo hacer crecer su negocio. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas tienen por objetivo generar ganancias para poder invertir más en sus negocios, logrando así una buena estructura que le involucre cambios e innovación de las cuales se ganara mucho más clientes y justamente más utilidades, para poder desarrollarse constantemente con tendencias de moda en el mercado que está dirigido a un público femenino que es bastante exigente en las compras de su vestimenta porque en la actualidad la mujer es mucho más moderna y prevalece siempre su estilo para resaltar aún más su belleza.

**Tabla 3.**

Características de la gestión de calidad en la toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote, 2016.

- Término Gestión de Calidad

Con respecto termino gestión de calidad: El 60% conocen poco el término de gestión de calidad. Esto coincide con los resultados obtenidos por Gonzales (2013) quien encontró que el 80% conoce el término de gestión de calidad. Esto contrasta con los resultados obtenidos por Espinoza (2016) quien determino que el 45% no tiene conocimiento sobre gestión de calidad. Esto contrasta con los resultados obtenidos por Gavilán (2016) quien determina que el 80% no conocen el termino de gestión de calidad y a la vez contrasta con los resultados obtenidos por Gutiérrez (2016) manifiesta que el 57.1% no tienen conocimiento sobre



gestión de calidad. Esto demuestra que en la actualidad los representantes están aprendiendo poco a poco el término gestión de calidad para poder ir mejorando cada día en su negocio, actualizándose con lo nuevo del mercado manejando así poco a poco un incremento de la eficacia, eficiencia y productividad que se irá dando de acuerdo a la información que vayan buscando acerca de este término que influirá bastante en el negocio, y se irá relacionando poco a poco con las actividades y situaciones de las cuales ayudara a fortalecerlas o a solucionarlas para tener una gestión más efectiva.

- Técnicas modernas de Gestión de Calidad

Con respecto a las técnicas modernas de gestión de calidad: El 50% conoce otras técnicas modernas de gestión de calidad. Esto contrasta con los resultados obtenidos por Gonzales (2013) quien obtuvo que el 80% aplican algunas de las herramientas de gestión y a su vez contrasta con los resultados obtenidos por Espinoza (2016) quien afirma que el 40% de los representantes de las micro y pequeñas empresas usa la subcontratación (Outsourcing). Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas se están actualizando con otras técnicas modernas de gestión de calidad para mejorar la imagen externa del negocio y aumentar la presencia en el mercado para la satisfacción del cliente logrando que los emprendedores estén dándole importancia a estas técnicas que de una u otra forma les ayudara al mejoramiento de su mercadería y al del establecimiento por que estará influenciada en su gestión basada únicamente en la calidad.

- Dificultades para la implementación de gestión de calidad de los trabajadores

Con respecto a las dificultades para la implementación de gestión de calidad de los trabajadores: El 50% tienen dificultades en los trabajadores por qué no se adaptan a los cambios, también el 30% afirman que tienen poca iniciativa, asimismo el 10% determinan que tienen un aprendizaje lento, por ende, un 10% manifiesta que tienen desconocimiento del puesto. Esto demuestra que los

representantes de las micro y pequeñas empresas presentan dificultades al momento de inducirle nuevas formas o técnicas que implementen una gestión de calidad porque siguen trabajando de forma tradicional, sin darse cuenta de que en estos tiempos hay competencias fuertes que manejan con más rapidez una atención personalizada, teniendo iniciativas de mejoras para la eficacia de la empresa, por ende cada trabajador de los pequeños negocios del Centro Comercial Ben –Cha tiene que enfocarse principalmente en ver, analizar y retener al cliente para ganar su continuidad con el centro comercial.

- Técnica para medir el rendimiento del personal

Con respecto a la técnica para medir el rendimiento del personal: El 50% utilizan la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, también el 20% utilizan la técnica de la evaluación, asimismo el 20% utiliza una escala de puntuaciones, y finalmente un 10% utiliza otras técnicas para medir el rendimiento del personal. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas ya conocen un perfil adecuado para su negocio por lo cual utilizan esta técnica de observación para ver ciertos parámetros que se tiene que cumplir con el negocio, sobre todo se basan en lo que realmente necesitan, para poder tener un trabajador que tenga dinámica en el negocio, lo cual le permitirá acoplarse mucho más rápido, y si cuenta con experiencia implementara sus conocimientos en él, ayudando de una u otra forma con ventajas competitivas en el mercado.

- Mejoras en el rendimiento del negocio

Con respecto a las mejoras en el rendimiento del negocio: El 100% asegura que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. Esto coincide con los resultados obtenidos por Gonzales (2013) quien determina que el 63.3% contribuye en el rendimiento de su negocio incrementando sus ventas y a su vez coinciden con los resultados obtenidos por Espinoza (2016) quien afirma que el 40% ayuda al aumento de la venta. Esto demuestra que en su totalidad los

representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad nos brinda una oportunidad clave, no solo para planificar sino también para establecer mecanismos para el seguimiento y la mejora de los mismos con el fin de establecerse bien en el mercado con ropas de calidad y manejarlas a la economía del cliente de las cuales en este aspecto fijamos claramente la gestión que hará el emprendedor.

- La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos del negocio

Con respecto a la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos del negocio: El 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aseguran que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas en la organización. Esto contrasta con los resultados obtenido por Gonzales (2013) quien obtuvo que el 80% perciben que la gestión de calidad les ayuda a crecer en el negocio. Esto demuestra que el uso de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas está cumpliendo paso a paso con alcanzar los objetivos y metas trazadas, para el mejoramiento de su negocio cumpliendo todos los compromisos por alcanzar, conjuntamente con una gestión de calidad que se esté logrando, por ello se está alcanzando cumplir esa visión como empresa, y para lograrlo tenemos que informarnos acerca de estos términos que se involucran mucho para fortalecer y llegar a los objetivos de la empresa.

- Termino Toma de Decisiones

Con respecto al termino toma de decisiones: El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen el termino toma de decisiones. Esto demuestra que en su totalidad los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen este término de toma de decisiones porque es parte esencial de la vida tanto dentro de su vida personal, como en el de su negocio que les permitirá tomar decisiones adecuadas y eficaces en buscas de alternativas, para ello se analiza las desventajas y ventajas para poder ser parciales en nuestras decisiones y no solo regirse por ventajas que sumen a las decisiones que se

tomaran, si no que nos enseñe y al mismo tiempo aprender de las desventajas que tendríamos para poder estar preparados ante posibles percances que se puedan dar en el negocio con la decisión que se haya tomado.

- Alternativas en la toma de decisiones para la solución de un problema de las Micro y Pequeñas Empresas

Con respecto a las alternativas en la toma de decisiones para la solución de un problema de las Micro y Pequeñas Empresas: El 80% buscan siempre alternativas en la toma de decisiones para la solución de problemas. Esto coincide con los resultados obtenidos por Gutiérrez (2016) quien determina que el 78.6% si muestra interés para solucionar problemas. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas siempre buscan alternativas para tomar decisiones que le permitirá poder solucionar los problemas que pueda enfrentar los negocios y por ende los propietarios siempre tienen en cuenta el cómo tomar las mejores decisiones para sus negocios por medio de la identificación, análisis, evaluación, elección y planificación, estos pasos son fundamentales porque es parte de un proceso para poder tomar una decisión que fortalezca o solucione un problema en la empresa, en esto se ganara madurez y firmeza puesto a que tomar decisiones no es cualquier cosa, es definir el éxito o el fracaso solo por la elección de una alternativa que conlleva a la toma decisiones.

- Actitud positiva al tomar decisiones

Con respecto a la actitud positiva en sí mismo al tomar una decisión en soluciones de problemas: El 60% siempre tiene una actitud positiva para tomar decisiones en soluciones de problemas, asimismo el 30% quien manifiesta que casi siempre tienen una actitud positiva para tomar decisiones en soluciones de problemas y por último el 10% quien manifiesta que a veces tienen una actitud positiva. Esto demuestra que en su mayoría los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiestan tener siempre una actitud positiva ante problemas para poder llegar a soluciones efectivas para su negocio. Esta actitud permite de una

u otra forma tomar decisiones más claras y precisas, puesto a que te permite visualizar ambas situaciones para que el decisor pueda decidir correctamente.

- Técnica en la toma de decisiones

Con respecto a las técnicas en la toma de decisiones: El 60% considera que el tipo de fortaleza que necesita su empresa es el aprendizaje continuo, también el 10% afirma que el tipo de fortaleza que necesita es la competencia en el mercado, de la misma forma el 20% manifiesta que son todas las que necesita como fortalezas para su empresa y por último un 10% manifiesta que no necesita ninguna de estas fortalezas para su empresa. Esto demuestra que hoy en día las micro y pequeñas empresas están considerando que la gestión de calidad tiene un valor significativo para sus negocios por el cual fundamentan por medio de fortalezas un aprendizaje continuo que permitirá que los negocios puedan tener una estructura más clara, con objetivos precisos sabiendo la meta del negocio, se irá aprendiendo poca a poco con las equivocaciones se irá aprendiendo en el transcurso del tiempo.

## VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 Conclusiones

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas son propietarios de sus negocios. La mayoría están representadas por personas adultas entre 18 a 50 años, son de género femenino, tienen entre 6 a más años de experiencia en el cargo y la mayoría relativa en un grado de instrucción de educación superior.

La totalidad son micro empresas, tienen entre 1 a 5 trabajadores. La mayoría absoluta fueron para generar ganancia. La mayoría tienen entre 0 a 10 años en el rubro, teniendo una mayoría relativa que manifiestan que las personas que trabajan en sus negocios son familiares.

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas menciona que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, y conocen el término toma de decisiones. La mayoría absoluta buscan siempre alternativas en la toma de decisiones para la solución de problemas. En una mayoría asegura que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas en la organización, conocen poco el término de gestión de calidad, tiene una actitud positiva para tomar decisiones en soluciones de problemas, y consideran también que el tipo de fortaleza que necesita su empresa es el aprendizaje continuo. La mayoría relativa conoce otras técnicas modernas de gestión de calidad, tienen dificultades en los trabajadores por qué no se adaptan a los cambios y utilizan la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal.

## 6.2 Recomendaciones

Complementar su experiencia en el rubro y en el cargo, sin importar la edad para una educación superior fortalecida, porque esto sumara nuevos conocimientos acerca de los cambios constante que se dan en la actualidad de las cuales conlleva a que los representantes de las micro y pequeñas empresas, estén en constante crecimiento como empresa, para que aspiren a tener una empresa más fortalecida y expansiva que le permita obtener más ingresos lo cual le permitirá que tengan una buena segmentación y permanencia en el mercado logrando el reconocimiento por sus clientes.

Fortalecer con conocimientos de trato al cliente, metas en las ventas y premios, para que cada colaborador tenga en mente el objetivo de la empresa, por eso deben hacer talleres o capacitaciones para la formación de cada colaborador.

Mantener en equilibrio estos dos componentes que son la gestión de calidad y la toma de decisiones, porque de esto se basará el crecimiento que tenga la micro y pequeña empresa la gestión de calidad permitirá tener una eficiente gestión proporcionándole a los clientes un servicio y un producto de calidad, y esto se basa en las decisiones que cada representante ha tomado con el aprendizaje, estrategia y con el objetivo en común que es generar ganancias para la empresa. Por ende, se debe de modernizar, traer tendencias de moda por medio de apertura de promociones, para lograr atraer y cautivar a los clientes potenciales.

## REFERENCIAS

- Ávila, P. y Sanchís, J. (2011). *Surgimiento de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) e impacto de los Microcréditos sobre la reducción de la pobreza*. El caso de Lima Metropolitana Perú. Recuperado el 10 de octubre del 2016 de: [www.ehu.es/ojs/index.php/gezki/article/download/6642/6080](http://www.ehu.es/ojs/index.php/gezki/article/download/6642/6080)
- Barrera, M. (2009). Toma de decisiones. El Cid Editor | apuntes, 2009. Recuperado el 10 de octubre del 2016 de: <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10317014>
- Congreso de la República Ley 28015 (2003). *Ley de Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa*. Lima, Perú. Recuperado el 17 de octubre del 2016 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)
- Congreso de la república Ley 30056 (2013). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Lima, Perú. Recuperado de: <http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/ley-que-modificadiversas-leyes-para-facilitar-lainversion-ley-n-30056-956689-1/>
- España, Exportación e inversiones (2013). *Sector exterior: Nuevas Medidas para las Pymes italianas*. Recuperado el 07 de octubre 2016 de: <http://www3.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4670600>
- Espinoza, L. (2017). *Gestión de calidad con el uso del marketing estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de ropa, galería señor de los milagros de Huarmey, año 2016. (Tesis de pregrado)*. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. Huarmey, Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043057>



- Garrón, P. (2015). *La realidad de la microempresa en Panamá*. Recuperado 10 de octubre 2016 de: <https://www.linkedin.com/pulse/la-realidad-de-microempresa-en-panam%C3%A1-pablo-garron>
- Gavilán, L. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro comercialización de lencería del mercado modelo, Chimbote, 2014*. (Tesis para pregrado). Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. Perú. Recuperado de:  
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=0000004124>
- Gonzales J. (2014), *Gestión empresarial y competitividad en las mypes del sector textil en el marco de la ley N° 28015 en el distrito de la victoria año 2013*, Tesis de la Universidad Privada San Martín de Porres. Recuperado el 10 de octubre del 2017 de:  
[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales\\_lj.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf)
- Gonzales, F. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro venta minorista de ropa, mercado modelo, del distrito de Chimbote, 2013*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Perú. Recuperado de:  
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041226>
- Guarneros, J. (2013). *Sistemas de gestión de calidad para pequeñas y medianas empresas*. Recuperado 10 de octubre del 2016 de:  
<http://suite101.net/article/sistemas-de-gestion-de-calidad-para-pequenas-y-medianas-empresas-a17319#.V1CwczWLTIV>
- Guerrero, M. (2012). *Implementación del Sistema Integrado de Gestión en la Empresa. Lima, Perú*. Recuperado 10 de octubre 2016 de:  
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1330/1330.pdf>

- Gutiérrez, G. (2014). *Teoría de la toma de decisiones. Definición, etapas y tipos*. Recuperado 10 de octubre 2016 de: <http://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-toma-de-decisiones-definicion-etapas-y-tipos>
- Gutiérrez, Y. (2016). *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 de pregrado)*. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039879>
- La comisión de producción del Perú para la exportación y el turismo. (2014). *Guía de mercado Alemania*. Recuperado el 10 de octubre 2016 de: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/712713755radA1EC2.pdf>
- Lefcovich, M. (2012). *Gestión de la productividad*. El Cid Editor | apuntes, 2012. Recuperado 10 de octubre 2016 de: <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10317378>
- López, R. (2012). *Modelos de gestión de calidad*. Recuperado 25 de mayo 2017 de: <http://www.jesuitasleon.es/calidad/Modelos%20de%20gestion%20de%20calidad.pdf>
- López, P. (2014). *La construcción de tipologías: metodología de análisis*. Recuperado 20 de mayo del 2017 de: <https://core.ac.uk/download/pdf/39002055.pdf>
- López, B. y Zarate, L. (2007). *El empresario de la micro y pequeña empresa en Jalisco; Cultura, identidad y formas de dirigir*. Recuperado 10 de octubre 2016 de: [http://www.izt.uam.mx/sotraem/Documentos/AMET2011/REC/TEXT0/02/02\\_01.pdf](http://www.izt.uam.mx/sotraem/Documentos/AMET2011/REC/TEXT0/02/02_01.pdf)
- Llanes, R. (2009). *Tomar decisiones es la esencia del trabajo del directivo moderno*. El Cid Editor | apuntes, 2009. Recuperado 10 de octubre 2016 de: <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10327936>

Pereda, N. (2010). *Día Nacional de las Mypes*. Recuperado el 10 de octubre 2016 de: <http://nilopereda.blogspot.pe/2010/05/dia-nacional-de-las-mypes-15-de-mayo.html>

Pérez, E. y cerrada, C. (2010). *Gestión de empresas informáticas*. Editorial Ramón Areces. Madrid. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=wHSUDAAAQBAJ&pg=PA73&lpg=PA73&dq=El+nivel+de+informaci%C3%B3n+determina+el+tipo+de+ambiente+de+la+decisi%C3%B3n.+Seg%C3%BAn+Perez+Gorostegui+los+ambientes+de+decisi%C3%B3n+son+los+siguientes:&source=bl&ots=jHVMC3HQQq&sig=Qr\\_gnqhaS6gwCkS3H4uA15RIC7s&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwj59pP\\_6tXPAhVHVyYKHcACCAQQ6AEIJTAC#v=onepage&q=El%20nivel%20de%20informaci%C3%B3n%20determina%20el%20tipo%20de%20ambiente%20de%20la%20decisi%C3%B3n.%20Seg%C3%BAn%20Perez%20Gorostegui%20los%20ambientes%20de%20decisi%C3%B3n%20son%20los%20siguientes%3A&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=wHSUDAAAQBAJ&pg=PA73&lpg=PA73&dq=El+nivel+de+informaci%C3%B3n+determina+el+tipo+de+ambiente+de+la+decisi%C3%B3n.+Seg%C3%BAn+Perez+Gorostegui+los+ambientes+de+decisi%C3%B3n+son+los+siguientes:&source=bl&ots=jHVMC3HQQq&sig=Qr_gnqhaS6gwCkS3H4uA15RIC7s&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwj59pP_6tXPAhVHVyYKHcACCAQQ6AEIJTAC#v=onepage&q=El%20nivel%20de%20informaci%C3%B3n%20determina%20el%20tipo%20de%20ambiente%20de%20la%20decisi%C3%B3n.%20Seg%C3%BAn%20Perez%20Gorostegui%20los%20ambientes%20de%20decisi%C3%B3n%20son%20los%20siguientes%3A&f=false)

Ríos, P. (2008). *Predicción del crecimiento de las micro y pequeñas empresas en Bolivia*. Recuperado 10 de octubre 2016 de: <http://dpicuto.edu.bo/tesis/facultad-de-ciencias-economicas-financieras-y-administrativas/carrera-de-ingenieria-comercial/1543-prediccion-del-crecimiento-de-las-micro-y-pequeñas-empresas-en-bolivia.html>

Rondoy, M. (2014). *Caracterización de la gestión de calidad y rentabilidad de las MYPES comerciales rubro confección de ropa en la ciudad de Sullana región Piura año 2014. (Tesis de pregrado)*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Sullana, Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000038613>

Salinas. J. (2013). *Mypes Reflexiones*. Recuperado 10 de octubre 2016 de: <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/11148/1/SalinasLoaizaJohnFredy2013.pdf>

Valderrama, S. (2015). *Gestión De Calidad de las Mypes del Sector Comercio – Rubro Venta de Calzado para Damas del Distrito el Porvenir, Año 2014. (Tesis de Pregrado)*. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. Trujillo, Perú.

Recuperado-de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037812>

## ANEXOS

### Anexo 1. Cronograma de actividades

Actividades	Semanas														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
I. Introducción	x	x	x												
II. Revisión de la literatura. 2.1. Antecedentes. 2.2. Marco Teórico. 2.3. Marco Conceptual.				x	x	x	x	x							
III. Hipótesis.									x						
IV. Metodología. 4.1. Diseño. 4.2. Población y Muestra. 4.3. Def. y Oper. De la variable. 4.4. Técnicas e instrumentos. 4.5. Plan de análisis. 4.6. Matriz de consistencia. 4.7. Principios éticos.										x	x	x			
V. Resultados 5.1. Resultados. 5.2. Investigación												x	x		
VI. Conclusiones y recomendaciones. 6.1. Conclusiones. 6.2. Recomendaciones.														x	x
Referencias														x	
Anexos														x	

Anexo 2. Presupuesto

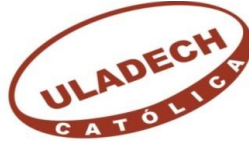
Cuadro de presupuesto	
Detalle de Materiales	Costo
Impresión	150.00
Copias	2.00
Taller Co -Curricular	2000.00
Servicio Anti plagio	100.00
Empastado	80.00
Anillado	15.00
Total	2347.00

**FINANCIAMIENTO:** Autofinanciado por el estudiante

Anexo 3. Cuadro de sondeo

N	Razón social	Representante	Dirección
01	Mi Estrella	Anónimo	Jr. Manuel Ruiz 585
02	Modas Mirella	Anónimo	Jr. Manuel Ruiz 585
03	Moda Impacto	Anónimo	Jr. Manuel Ruiz 585
04	Top Fashion	Anónimo	Jr. Manuel Ruiz 585
05	Novedades Kristel	Anónimo	Jr. Manuel Ruiz 585
06	Emy Boutique	Anónimo	Jr. Manuel Ruiz 585
07	Moda Actual	Anónimo	Jr. Manuel Ruiz 585
08	Boutique Pasión	Anónimo	Jr. Manuel Ruiz 585
09	Boutique M & S	Anónimo	Jr. Manuel Ruiz 585
10	Pipi Cucu	Anónimo	Jr. Manuel Ruiz 585

Anexo 4. Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

El presente cuestionario, tiene por finalidad recoger información de las Micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado: “Gestión de calidad en la toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Ben Cha, Distrito Chimbote. La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Instrucción: Marca con una (x) la respuesta correspondiente

NOMBRE:.....

FECHA:.....

**I. GENERALIDADES**

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

1. Edad

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

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción



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

4. Cargo que ocupa en la empresa

- a) Dueño
- b) Administrador

## **1.2. CARACTERISTICAS PRINCIPALES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS**

5. Experiencia en el cargo

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

6. Tamaño

Micro empresa

Pequeña empresa

7. Tiempo en el rubro

- 0 a 5 años
- 5 a 10 años
- 10 más años

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

Familiares

Personas comunes

Ambos

9. Número de trabajadores

1 a 5 trabajadores

6 a 10 trabajadores

11 a más trabajadores

10. Objetivos de su creación

Generar ganancias  
Por subsistencia  
Generar empleo

## **II. REFERENTE A LA VARIABLE – GESTIÓN DE CALIDAD**

### **2.1 GESTIÓN DE CALIDAD**

11. ¿Conoces que es gestión de calidad?

Si conozco  
Conozco poco  
No conozco

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

Benchmarking  
Red-corporativas  
Empowerment  
La 5 s  
Outsourcing  
Otros

13. Dificultades para la implementación de gestión de calidad de los trabajadores:

Poca iniciativa  
Aprendizaje lento  
No se adapta a los cambios  
Desconocimiento del puesto  
Otros

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

La observación  
La evaluación  
Escala de puntuaciones  
Evaluación de 360°  
Otros

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

Si  
No

16. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización

Si

No

No sabe

## **2.2 REFERENTE A LA TECNICA ADMINISTRATIVA – TOMA DE DECISIONES**

17. ¿Conoce usted el término de toma de decisiones?

Si

No

18. ¿Busca alternativas en las tomas de decisiones para la solución de un problema?

Siempre

Casi siempre

A veces

Casi nunca

Nunca

19. ¿Tiene una actitud positiva en sí mismo al tomar una decisión en soluciones de problemas?

Siempre

Casi siempre

A veces

Casi nunca

Nunca

20. ¿Qué tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar una buena técnica en la toma de decisiones?

La cultura al cambio

Aprendizaje continuo

Competencia en el mercado

Todas

Ninguna

Anexo 5. Hoja de Tabulación

Pregunta	Respuesta	Tabulación	n	%
1.- Edad	18 a 30 años		4	40.00
	30 a 50 años		3	30.00
	50 a más años		3	30.00
	Total		10	100.00
2.- Género	Masculino		3	30.00
	Femenino		7	70.00
	Total		10	100.00
3.- Grado de Instrucción	Sin instrucción		1	10.00
	Educación Primaria		1	10.00
	Educación Secundaria		3	30.00
	Superior no Universitaria		2	20.00
	Superior Universitario		3	30.00
	Total		10	100.00
4.- Cargo que desempeña	Propietario		10	100.00
	Administrador	—	0	0.00
	Total		10	100.00
5.- Experiencia en el cargo	0 a 3 años		3	30.00
	3 a 6 años		1	10.00
	6 a más años		6	60.00
	Total		10	100.00
6.- Tamaño	Micro empresa		10	100.00
	Pequeña empresa	—	0	0.00
	Total		10	100.00
7.- Tiempo en el rubro	0 a 5 años		4	40.00
	5 a 10 años		3	30.00
	10 a más años		3	30.00
	Total		10	100.00
8.- Las personas que trabajan en su empresa son	Familiares		5	50.00
	Personas Comunes		1	10.00
	Ambos		4	40.00
	Total		10	100.00

Continúa...

Pregunta	Respuesta	Tabulación	n	%
9.- Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores		10	100.00
	6 a 10 trabajadores	—	0	0.00
	11 más trabajadores	—	0	0.00
	Total		10	100.00
10.- Objetivos de su creación	Generar ganancias		8	80.00
	Por subsistencia		2	20.00
	Generar empleo	—	0	0.00
	Total		10	100.00
11.- ¿Conoces que es gestión de calidad?	Si conozco		4	40.00
	Conozco poco		6	60.00
	No conozco	—	0	0.00
	Total		10	100.00
12.- Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:	Benchmarking		4	40.00
	Red –Corporativas	—	0	0.00
	Empowermet	—	0	0.00
	La 5 s	—	0	0.00
	Outsourcing		1	10.00
	Otros		5	50.00
	Total		10	100.00
13.- Dificultades para la implementación de gestión de calidad de los trabajadores	Poca iniciativa		3	30.00
	Aprendizaje Lento		1	10.00
	No se adapta a los cambios		5	50.00
	Desconocimiento del puesto		1	10.00
	Otros	—	0	0.00
	Total		10	100.00
14.- Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:	La observación		5	50.00
	La evaluación		2	20.00
	Escala de puntuaciones		2	20.00
	Evaluación de 360°	—	0	0.00
	Otros		1	10.00
	Total		10	100.00

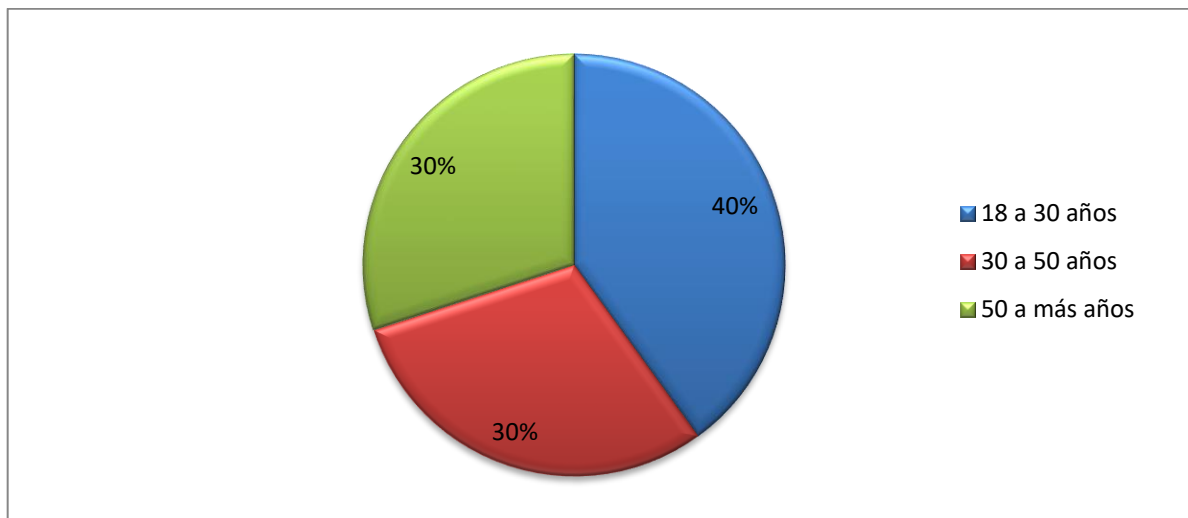
Continúa...

Concluye.

Pregunta	Respuesta	Tabulación	n	%
15.- La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.	Si		10	100.00
	No	—	0	0.00
	Total		10	100.00
16.- La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización.	Si		7	70.00
	No	—	0	0.00
	No sabe		3	30.00
	Total		10	100.00
17.- Conoce usted el termino de toma de decisiones	Si		10	100.00
	No	—	0	0.00
	Total		10	100.00
18.- ¿Busca alternativas en las tomas de decisiones para la solución de un problema?	Siempre		8	80.00
	Casi siempre		2	20.00
	A veces	—	0	0.00
	Casi nunca	—	0	0.00
	Nunca	—	0	0.00
	Total		10	100.00
19.- ¿Tiene una actitud positiva en sí mismo al tomar una decisión en soluciones de problemas?	Siempre		6	60.00
	Casi siempre		3	30.00
	A veces		1	10.00
	Casi nunca	—	0	0.00
	Nunca	—	0	0.00
	Total		10	100.00
20.- ¿Qué tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar una buena técnica en la toma de decisiones?	La cultura al cambio	—	0	0.00
	Aprendizaje continuo		6	60.00
	Competencia en el mercado		1	10.00
	Todas		2	20.00
	Ninguna		1	10.00
	Total		10	100.00

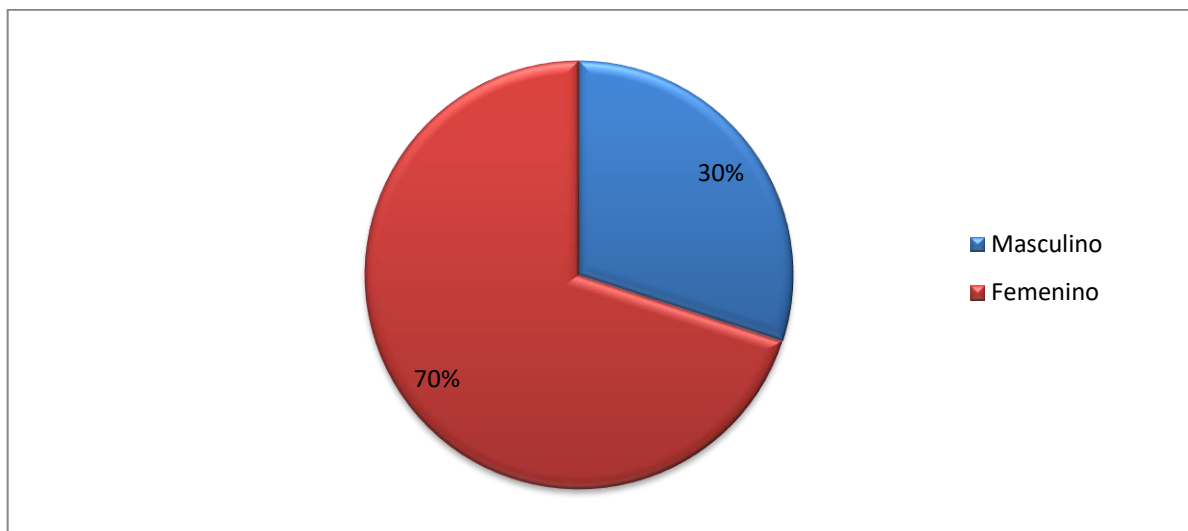
## Anexo 6. Figuras

### 1. Referente a las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas



*Figura 1:* Edad del representante

Fuente: Tabla 1.



*Figura 2:* Género del representante

Fuente: Tabla 1

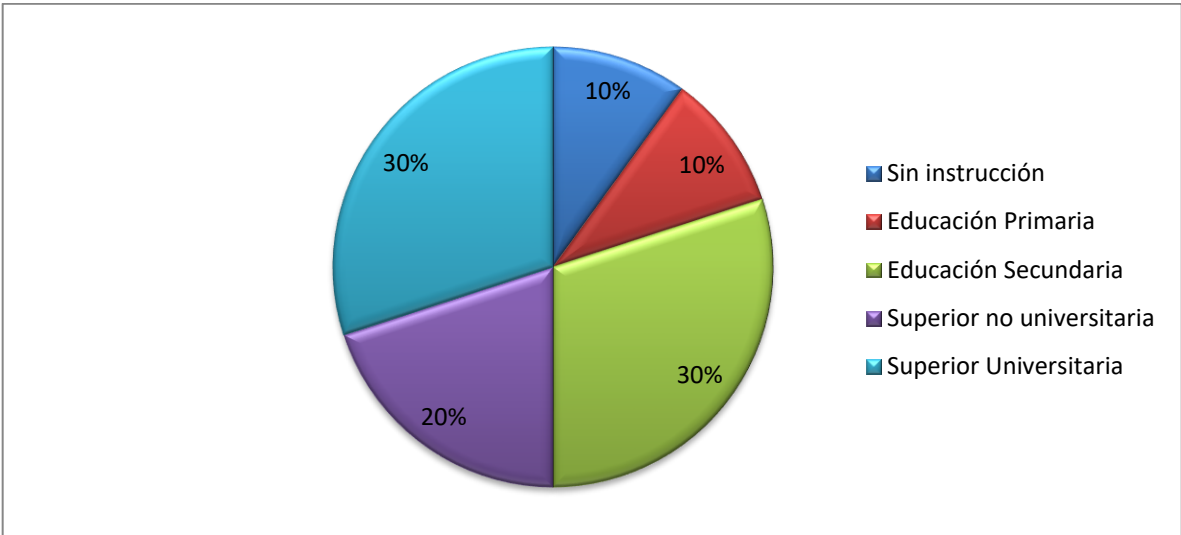


Figura 3: Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

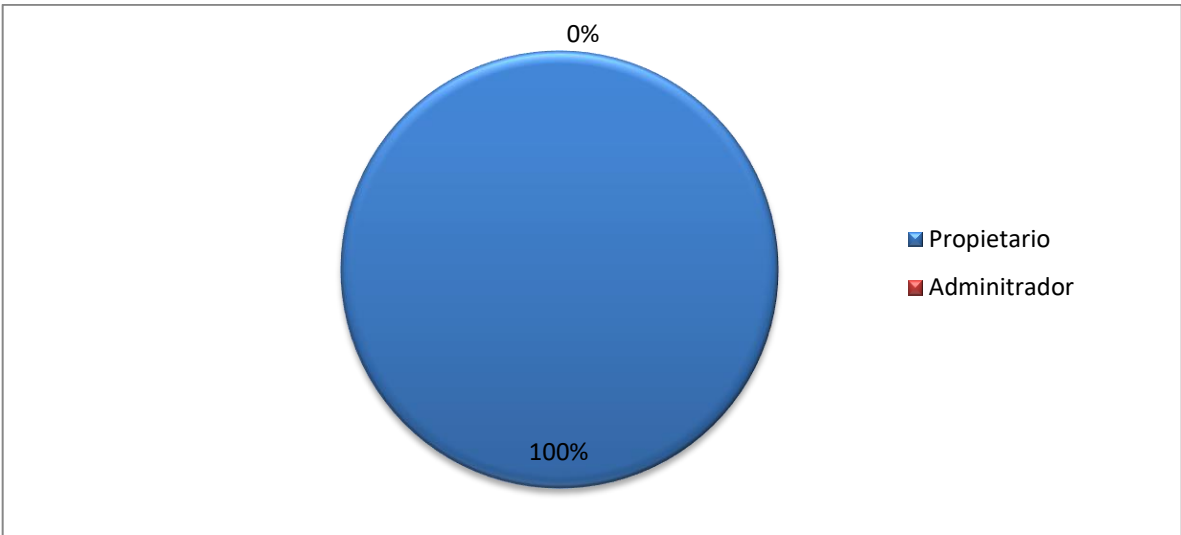
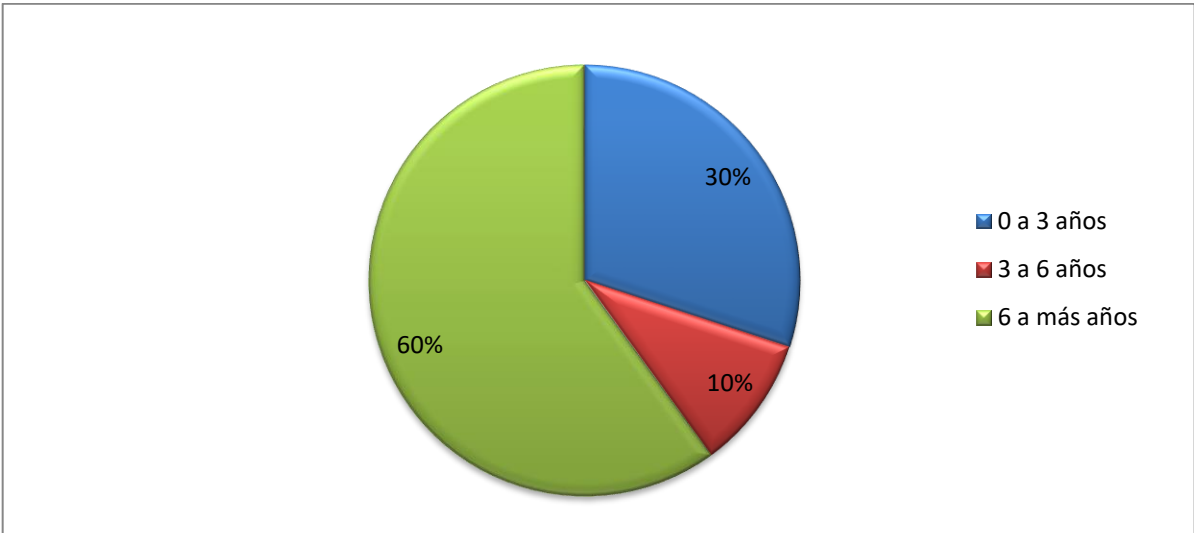


Figura 4: Cargo que desempeña

Fuente: Tabla 1

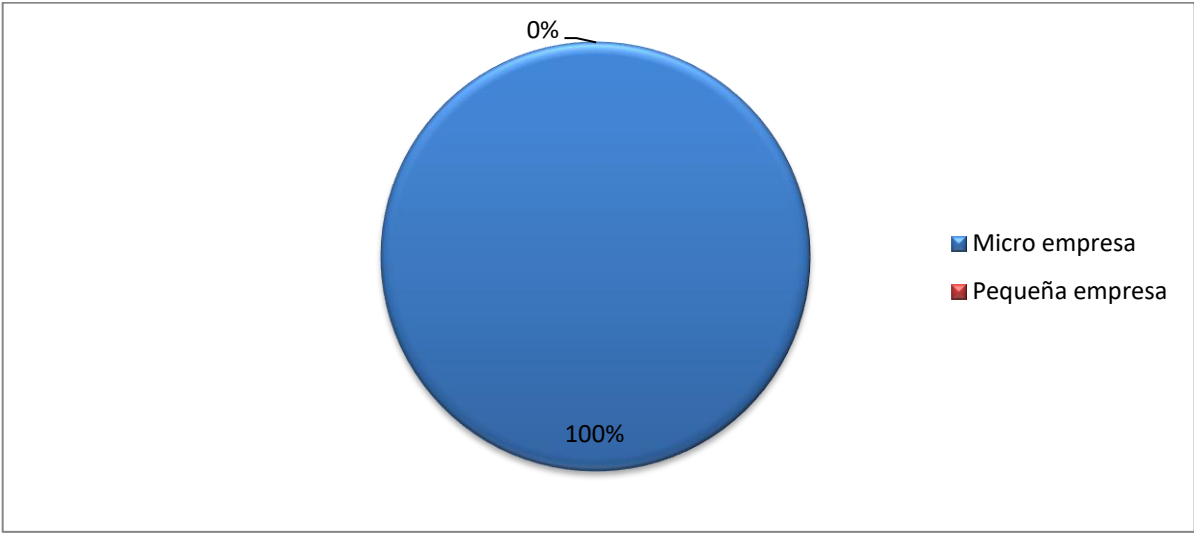




*Figura 5:* Experiencia en el cargo

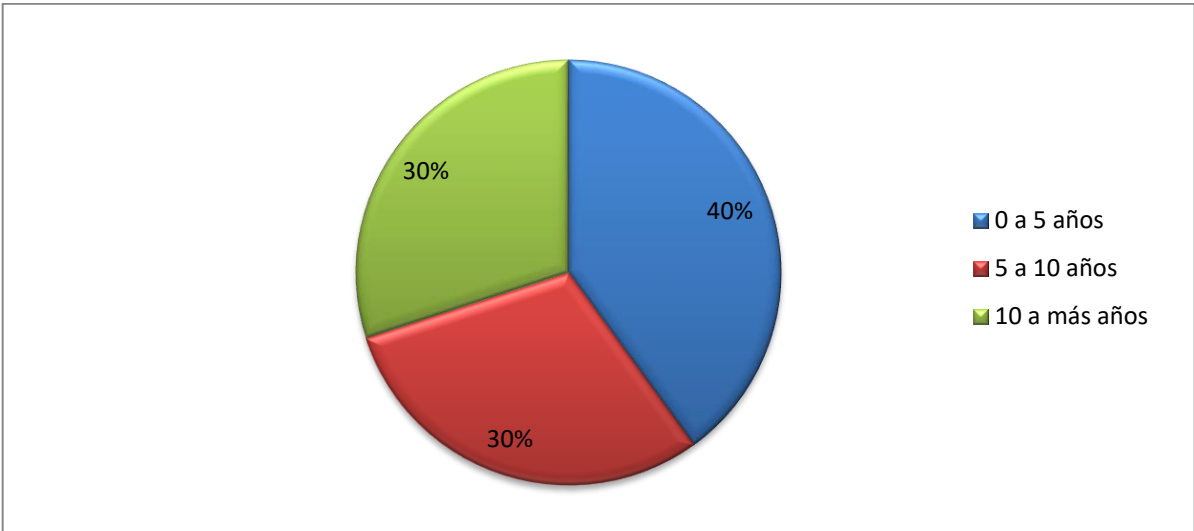
Fuente: Tabla 1

2. Referente a las características de las Micro y Pequeñas Empresas.



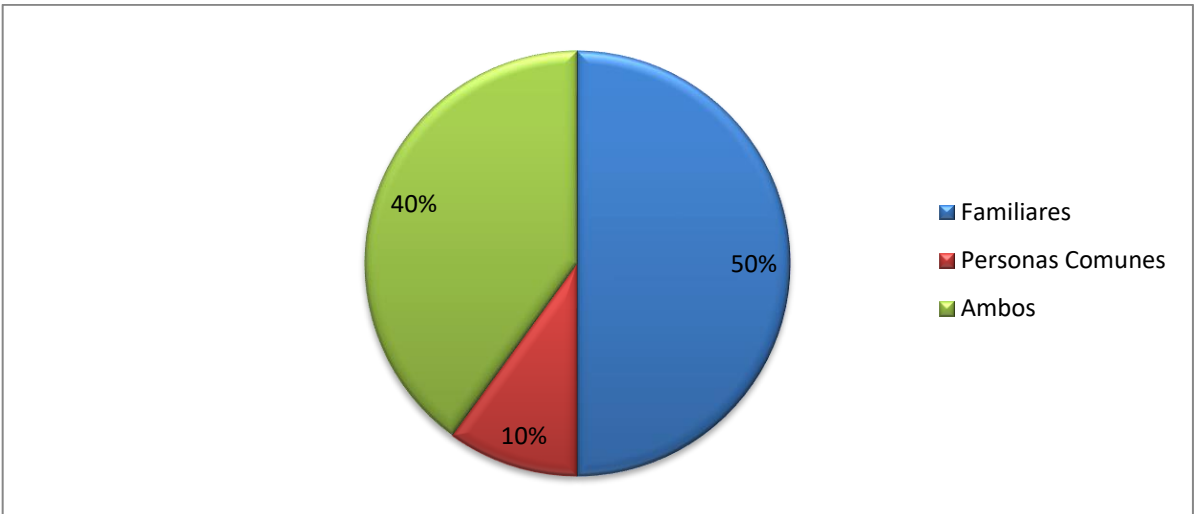
*Figura 6:* Tamaño

Fuente: Tabla 2



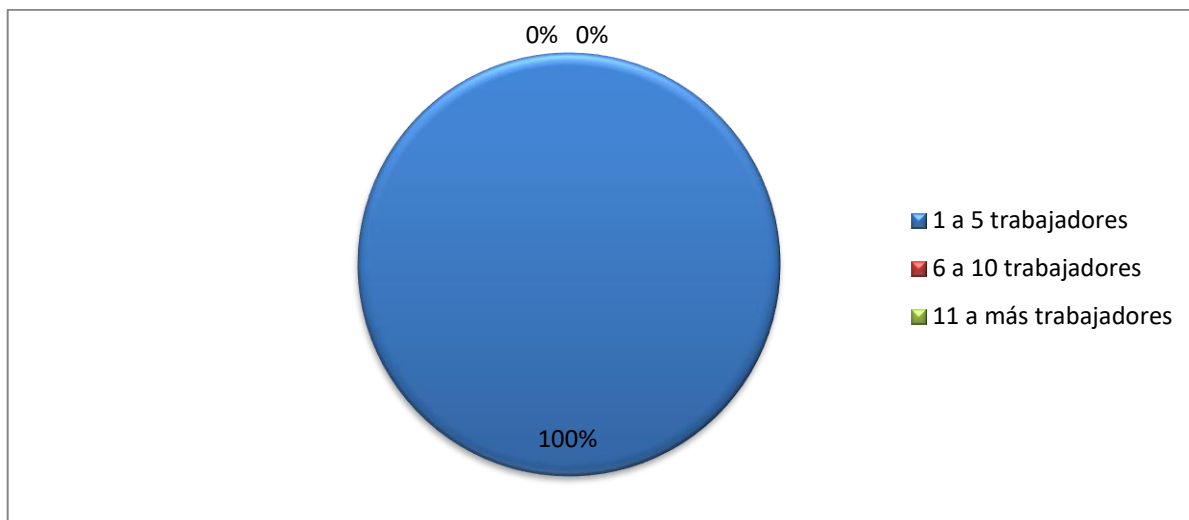
*Figura 7:* Tiempo en el rubro

Fuente: Tabla 2



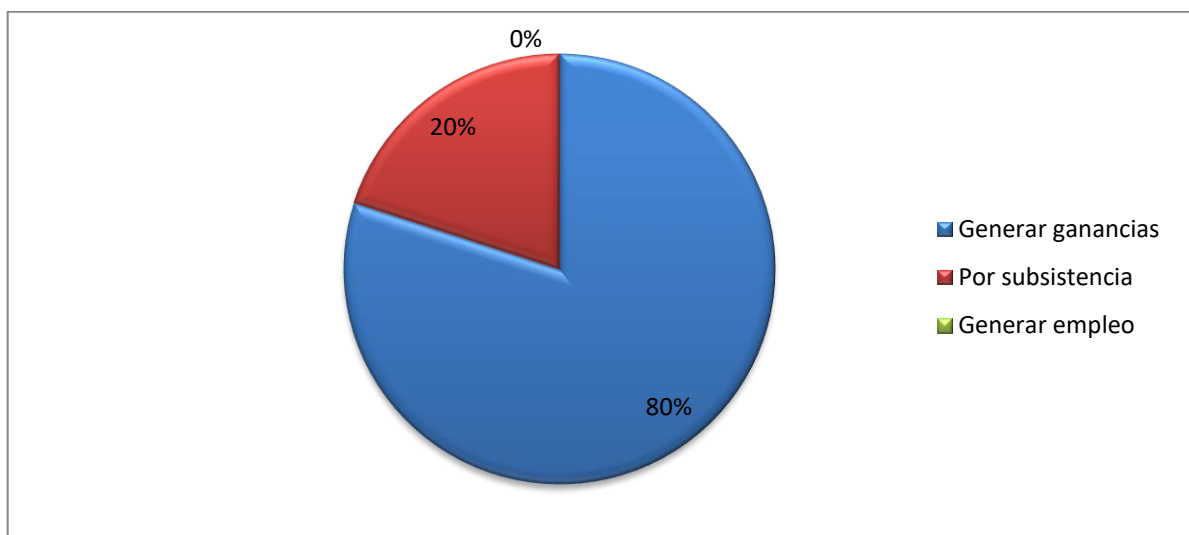
*Figura 8:* Las personas que trabajan en su empresa

Fuente: Tabla 2



*Figura 9:* Número de trabajadores

Fuente: Tabla 2



*Figura 10:* Objetivos de su creación

Fuente: Tabla 2

3. Referente a las características de la Gestión de Calidad en la toma de decisiones en las Micro y Pequeñas Empresas.

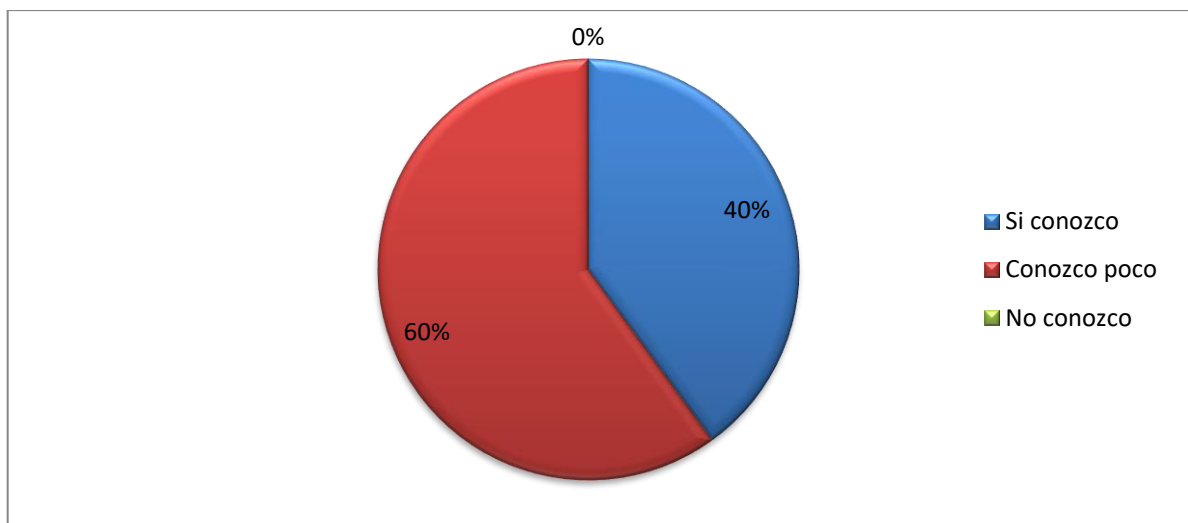


Figura 11: Conoces que es gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

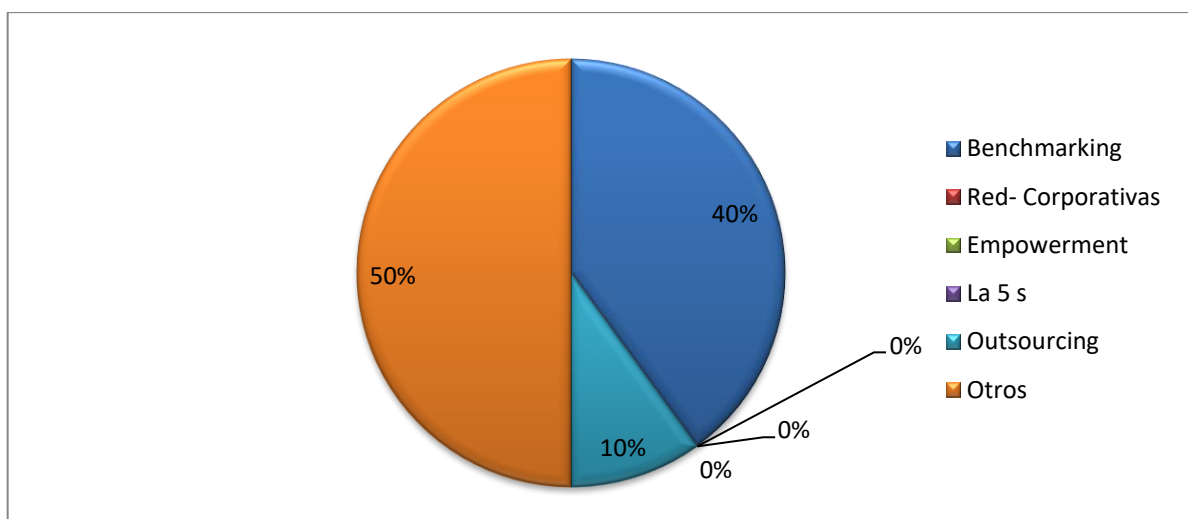


Figura 12: Técnicas modernas de Gestión de calidad conoce

Fuente: Tabla 3.

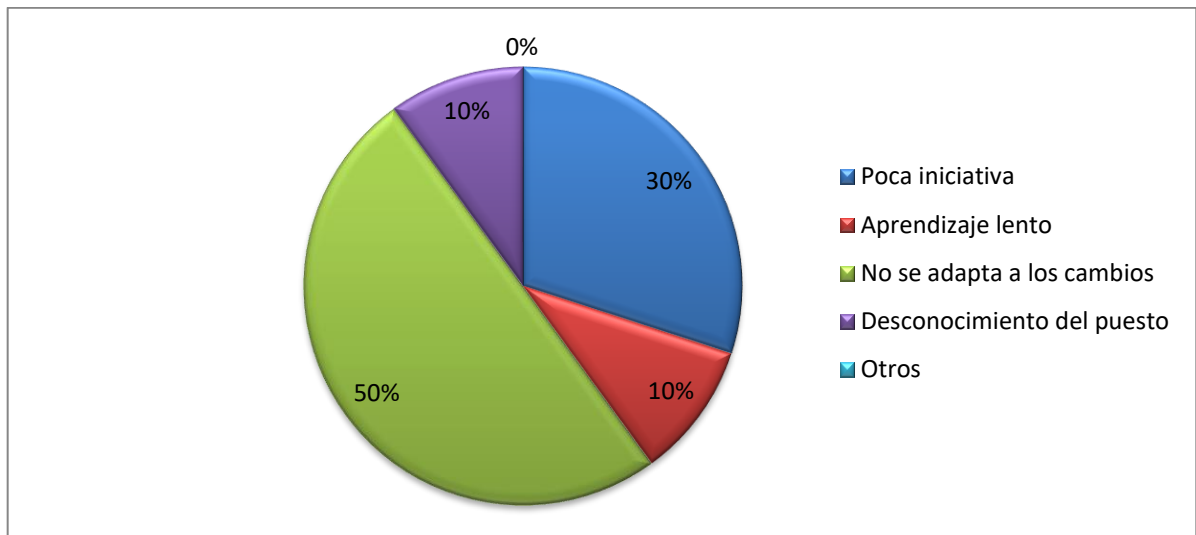


Figura 13: Dificultades para la implementación de gestión de calidad de los trabajadores

Fuente: Tabla 3.

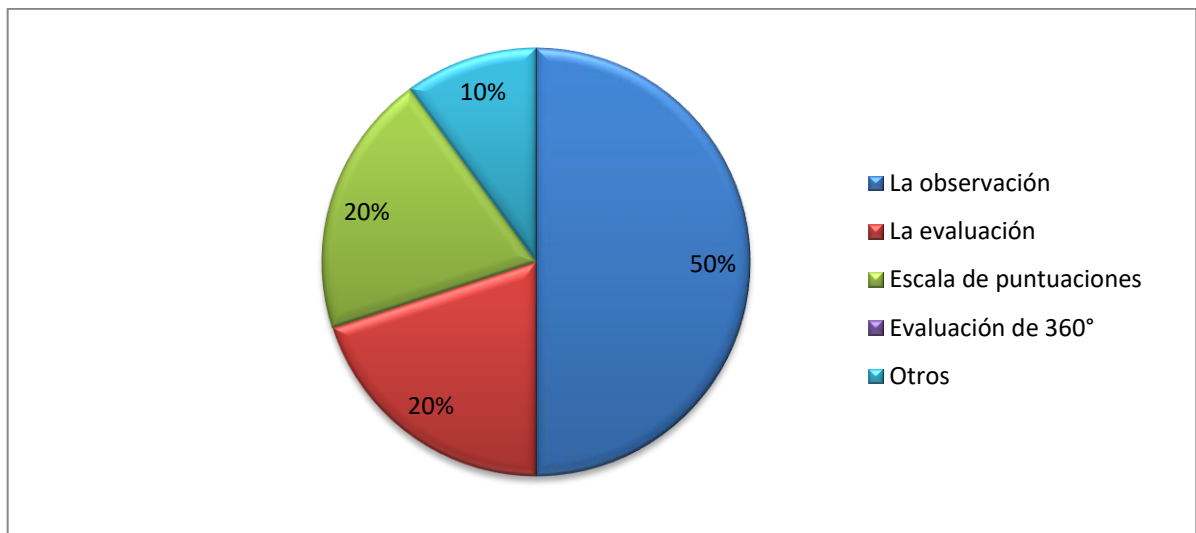


Figura 14: Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce

Fuente: Tabla 3.

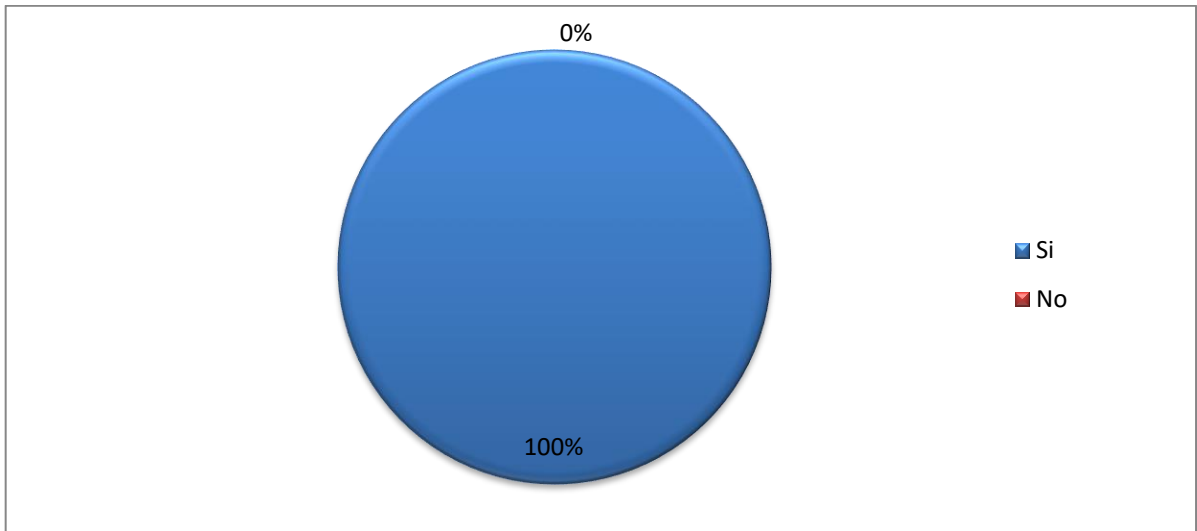


Figura 15: La Gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio

Fuente: Tabla 3.

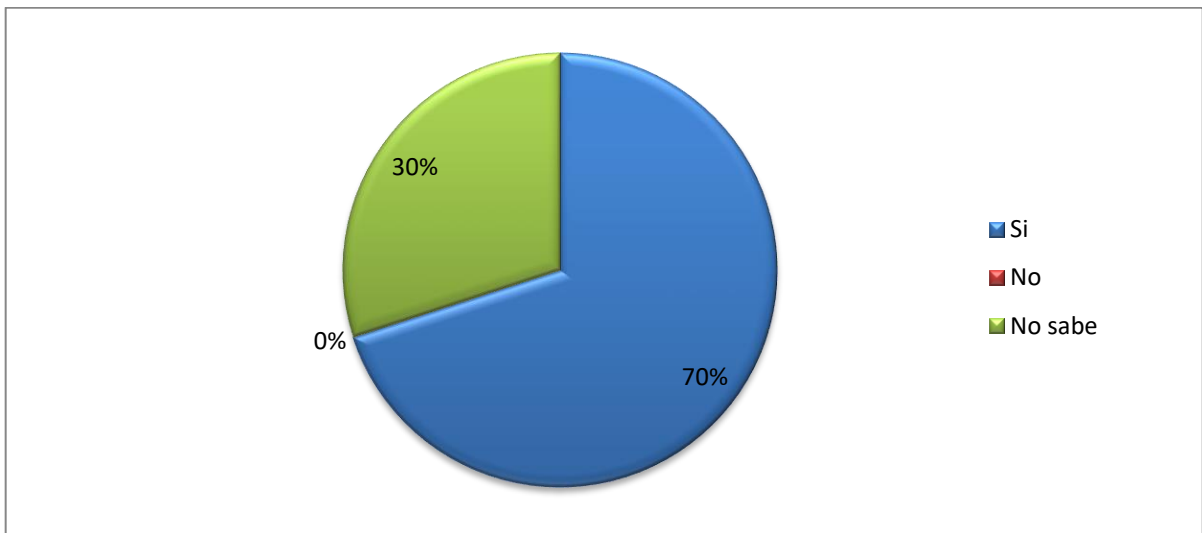
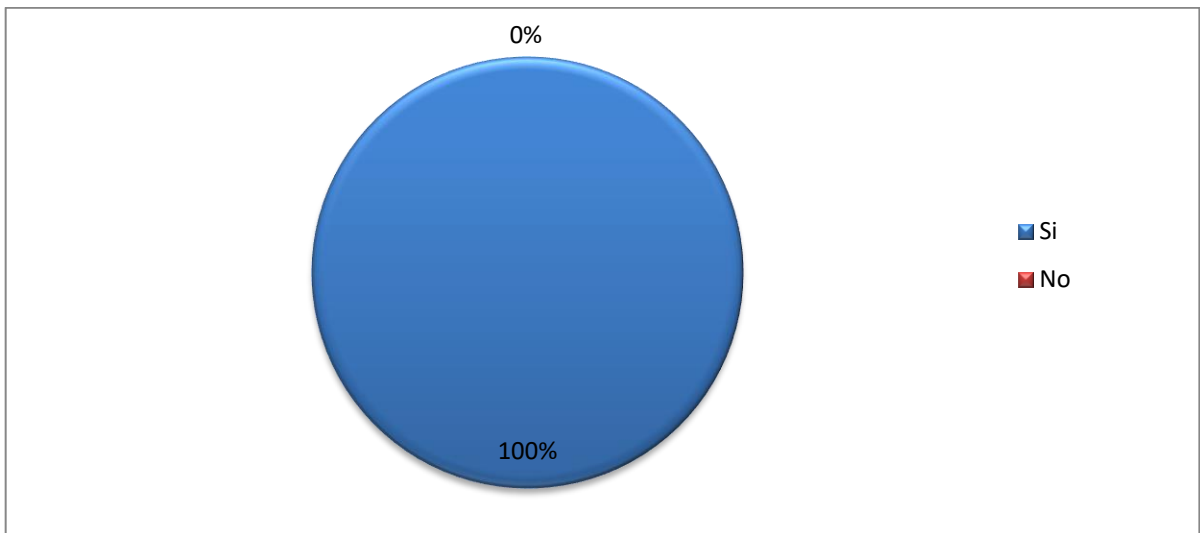


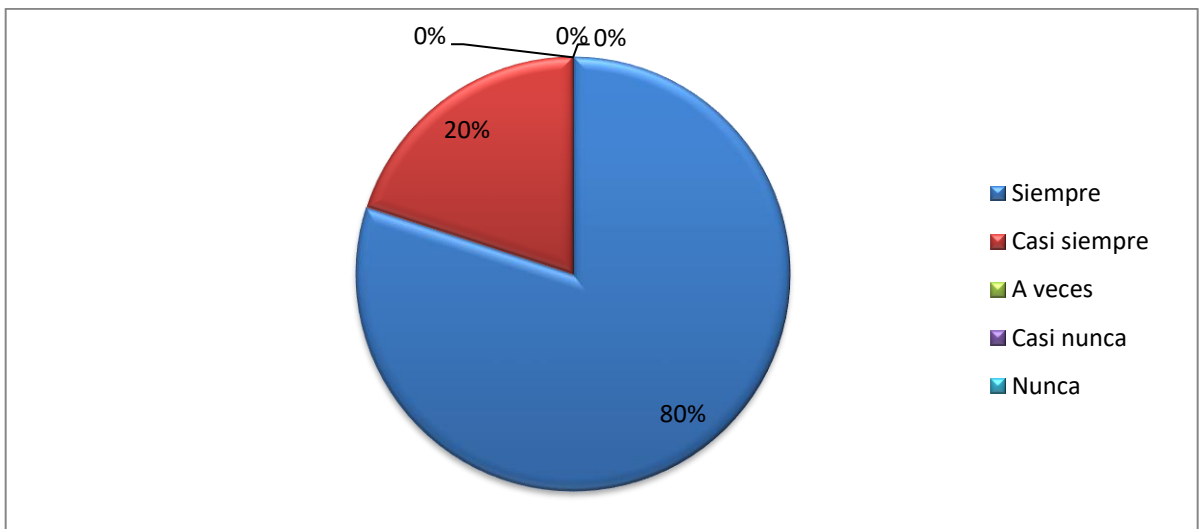
Figura 16: La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos del negocio

Fuente: Tabla 3



*Figura 17:* Conoce usted el término de toma de decisiones

Fuente: Tabla 3



*Figura 18:* Alternativas en la toma de decisiones para la solución de un problema

Fuente: Tabla 3

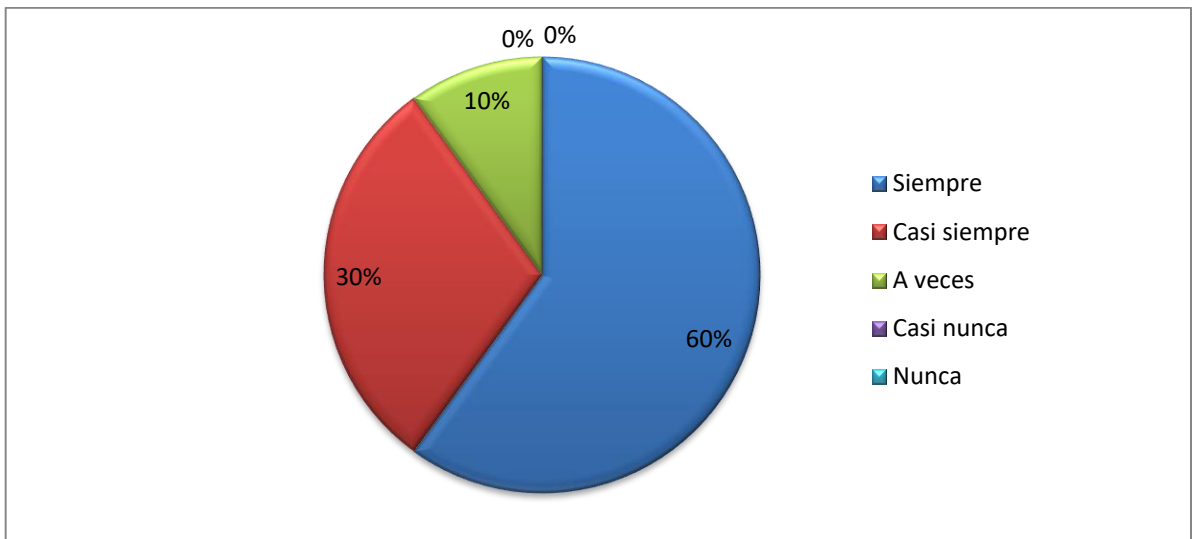


Figura 19: Tiene una actitud positiva en sí mismo al tomar una decisión en soluciones de problemas

Fuente: Tabla 3

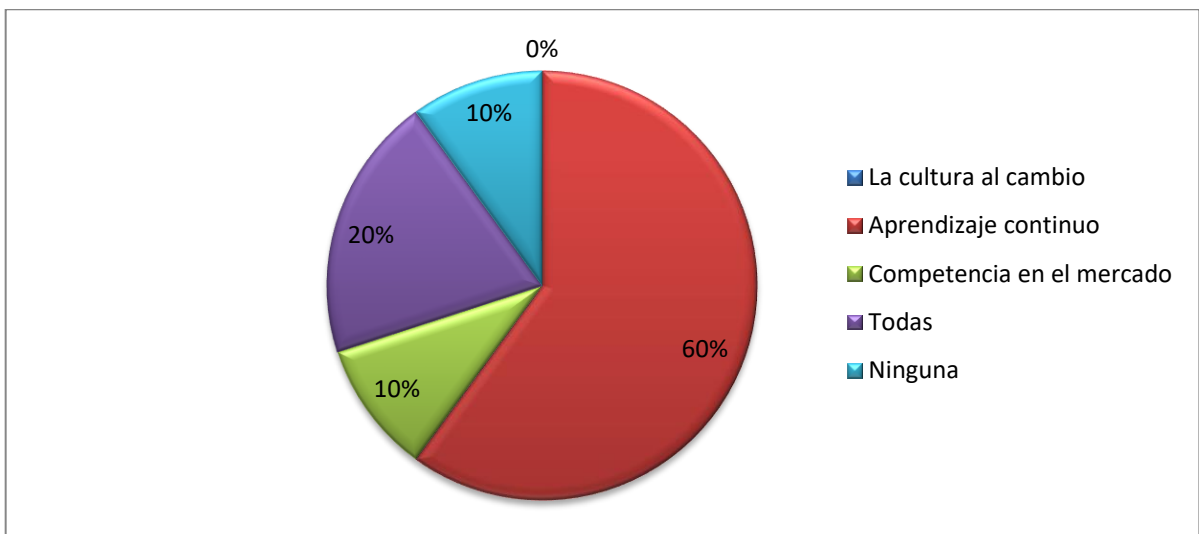


Figura 20: Que tipo de fortalezas considera que necesita su empresa para poder implementar una buena técnica en la toma de decisiones.

Fuente: Tabla 3