



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LOS
BENEFICIOS DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO -
RUBRO BOTICAS, DE LA AVENIDA 17 DE NOVIEMBRE,
DISTRITO DE INDEPENDENCIA, LIMA 2018.

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

AUTORA:

MIRTHA MARGOT MELGAREJO ROJAS

ASESOR:

MG. LIC. ADM. SIMON POMA ANCCASI

LIMA – PERU

2019

1. Título de la Tesis

La gestión de calidad y su influencia en los Beneficios de las MYPES del sector comercio - Rubro Boticas, de la Avenida 17 de Noviembre, distrito de Independencia, Lima 2018.

2. Hoja de firma de jurado y asesor.



Dr. José German Salinas Gamboa

Presidente



Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero

Miembro



Lic. Víctor Hugo Espinosa Otoyá

Miembro



Mg. Simón Poma Ancasi

Asesor

3. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y brindarme una vida llena de aprendizaje, experiencias y sobretodo felicidad.

DEDICATORIA

A mi madre Eugenia Rojas Benites, por su gran amor y hacer de padre y madre para sus tres hijos, por tener la fortaleza de salir adelante siempre sin importar los obstáculos, por preocuparse siempre por mi salud y educación, por haberme formado como una mujer de bien, y por ser la mujer que me dio la vida... no hay palabras en este mundo para agradecerte, mama.

4. Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: la gestión de calidad y su influencia en los Beneficios de las MYPES del sector comercio - Rubro Boticas, de la Avenida 17 de Noviembre, distrito de Independencia, Lima 2018, se ha desarrollado utilizando la investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo y correlacional, diseño no experimental – transversal – correlacional, para llevar acabo se escogió una muestra poblacional de 10 MYPES, representando el 100% de la población, a los cuales se les aplico un cuestionario de 15 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: Respecto a la gestión de calidad: El 70% de los empresarios realizan seguimiento y control de calidad de productos y servicios que brinda su empresa y 50% cuentan con programa de evaluación constante en la capacitación de su talento humano. Respecto a los Beneficios: En un 70% se logró aumentar las utilidades y potenciar la rentabilidad de la empresa y en un 60% se logró consolidar una posición competitiva y facilitar la comercialización de sus productos. Y legando a la conclusión: De los 100% empresas encuestadas el 80% alcanzo con eficacia las metas establecidas por la empresa y en un 60% se logró aumentar la confianza y la satisfacción del cliente.

Palabra clave: Gestión de calidad, Beneficios y Mypes.

Abstract

The main objective of this research work was: quality management and its influence on the benefits of the MYPES of the commerce sector - Rubro Boticas, on Avenida 17 de Noviembre, district of Independencia, Lima 2018, has been developed using research of the quantitative type, descriptive and correlational level, non-experimental - transversal - correlational design, to carry out a population sample of 10 MYPES was chosen, representing 100% of the population, to which a questionnaire of 15 questions was applied, using the technique of the survey, obtaining the following results: Regarding quality management: 70% of employers perform monitoring and quality control of products and services provided by your company and 50% have a program of constant evaluation in training of his human talent. Regarding the Benefits: In 70% it was possible to increase the profits and boost the profitability of the company and in 60% it was possible to consolidate a competitive position and facilitate the commercialization of its products. And bequeathing to the conclusion: Of the 100% companies surveyed, 80% effectively achieved the goals set by the company and 60% managed to increase confidence and customer satisfaction.

Keyword: Quality management, Benefits and Mypes.

5. Contenido

1. Título de la tesis.....	2
2. Hoja de firma de jurado y asesor.....	3
3. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	4
4. Resumen y abstract.....	5
5. Contenido.....	7
6. Índice de gráfico.....	8
I. Introducción.....	12
II. Revisión de literatura.....	19
III. Hipótesis.....	76
IV. Metodología.....	77
4.1. Diseño de la investigación.....	77
4.2. Población y muestra.....	78
4.3. Definición y operacionalización de variables.....	79
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	80
4.5. Plan de análisis.....	80
4.6. Matriz de consistencia.....	81
4.7. Principios éticos.....	82
V. Resultados.....	84
5.1. Resultados.....	84
5.2. Análisis de resultados.....	99
VI. Conclusiones.....	108
Referencias.....	109
Anexos.....	112

6. Índice de tablas y figuras

Tablas	N° de paginas
Tabla 1: Usted recibe asesoramiento sobre gestión de calidad para cumplir con las metas que tiene su empresa.....	84
Tabla 2: Ha considerado la importancia de tener objetivos de gestión de calidad en su empresa.....	85
Tabla 3: Cuenta con la política de infraestructura adecuada para el desempeño de sus actividades.....	86
Tabla 4: Cuenta con estrategias para determinar la calidad de productos y servicios que ofrece su empresa.....	87
Tabla 5: Realiza seguimiento y control de calidad de productos y servicios que brinda su empresa.....	88
Tabla 6: Cuenta con programa de evaluación constante en la capacitación de su talento humano.....	89
Tabla 7: Realiza supervisión constante para verificar la calidad de su producto y/o servicio que brinda al público.....	90
Tabla 8: Cuenta con la innovación de proyectos de infraestructura y mejora de calidad de productos y servicios.....	91
Tabla 9: Alcanzo con eficacia las metas establecidas en la empresa.....	92
Tabla 10: Se logró con eficiencia las metas de productividad y con la menor cantidad de recursos.....	93

Tabla 11: Se llegó a alcanzar con efectividad la mejora de la organización interna y la calidad de servicio al cliente.....	94
Tabla 12: Se logró aumentar las utilidades y potenciar la rentabilidad de la empresa....	95
Tablas 13: Con el beneficio de la rentabilidad mejoro la capacidad de pago y motivación al personal de la empresa.....	96
Tabla 14: Mediante el desarrollo de la empresa se logró aumentar la confianza y la satisfacción del cliente.....	97
Tabla 15: Se logró consolidar una posición competitiva y facilitar la comercialización de sus productos.....	98

Figuras	N° de páginas
Figuras 1: Usted recibe asesoramiento sobre gestión de calidad para cumplir con las metas que tiene su empresa.....	84
Figuras 2: Ha considerado la importancia de tener objetivos de gestión de calidad en su empresa.....	85
Figuras 3: Cuenta con la política de infraestructura adecuada para el desempeño de sus actividades.....	86
Figuras 4: Cuenta con estrategias para determinar la calidad de productos y servicios que ofrece su empresa.....	87
Figuras 5: Realiza seguimiento y control de calidad de productos y servicios que brinda su empresa.....	88
Figuras 6: Cuenta con programa de evaluación constante en la capacitación de su talento humano.....	89
Figuras 7: Realiza supervisión constante para verificar la calidad de su producto y/o servicio que brinda al público.....	90
Figuras 8: Cuenta con la innovación de proyectos de infraestructura y mejora de calidad de productos y servicios.....	91
Figuras 9: Alcanzo con eficacia las metas establecidas en la empresa.....	92
Figuras 10: Se logró con eficiencia las metas de productividad y con la menor cantidad de recursos.....	93
Figuras 11: Se llegó a alcanzar con efectividad la mejora de la organización interna y la calidad de servicio al cliente.....	94

Figuras 12: Se logró aumentar las utilidades y potenciar la rentabilidad de la empresa...	95
Figuras 13: Con el beneficio de la rentabilidad mejoro la capacidad de pago y motivación al personal de la empresa.....	96
Figuras 14: Mediante el desarrollo de la empresa se logró aumentar la confianza y la satisfacción del cliente.....	97
Figuras 15: Se logró consolidar una posición competitiva y facilitar la comercialización de sus productos.....	98

I. Introducción

Teniendo en cuenta que los clientes son la razón de ser y existir de una organización, conseguir su plena satisfacción se convierte en la piedra clave de una Gestión de Calidad; es decir, la satisfacción del usuario se convierte en un objetivo que persigue la prestación de un servicio, y es el estímulo para medir la calidad del mismo.

En el marco de la gestión de calidad, la satisfacción del usuario se puede definir como "la medida en que la atención sanitaria y el estado de salud resultante cumplen con las expectativas del usuario" o como la complacencia del usuario en función a sus expectativas para solucionar sus necesidades reales o percibidas; siendo el objetivo de los servicios de salud la satisfacción de las necesidades de sus usuarios, y el análisis de la satisfacción, un instrumento de medida de la calidad de atención; por lo tanto, la satisfacción del usuario se convierte en el objetivo de todos los componentes de la empresa, en los que la actitud de mejora continua será necesaria para la satisfacción de unas necesidades que también cambian continuamente.

En el año 1993 la Organización Mundial de la Salud (OMS) definió a la Atención en las Boticas como un concepto de práctica profesional en donde el paciente es el principal beneficiario de las acciones del farmacéutico y reconoce que esta atención es el compendio de las actitudes, los comportamientos, los compromisos, las inquietudes, los valores éticos, las funciones, los conocimientos, las responsabilidades y las destrezas del farmacéutico en la prestación de la farmacoterapia, con objeto de lograr resultados terapéuticos definidos en la salud y la calidad de vida del paciente.

En la actualidad, la Atención en las Boticas constituye una realidad para unos países y una necesidad ineludible para otros. Este nuevo enfoque de la actividad del farmacéutico, se ha extendido rápidamente por numerosos países de Europa, Australia y

Canadá. Sin embargo, en los países de América Latina, a pesar de la existencia de estrategias y políticas claras, resaltan aún problemas como los sistemas inadecuados de adquisición, almacenamiento y distribución de los medicamentos, el elevado grado de automedicación, la prescripción inadecuada o la no adherencia a los tratamientos, que unidos a otros factores, afectan la implementación de la Atención Farmacéutica.

El carácter del beneficiario de la Atención Farmacéutica se extiende al público en su conjunto y además se reconoce al Químico Farmacéutico como dispensador de atención sanitaria. Y que participa activamente en la prevención de enfermedades y la promoción de la salud, conjuntamente con otros miembros del equipo de atención de salud.

En la actualidad las MYPES en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país. Según el Ministerio de Trabajo y promoción del empleo, tiene una gran significación porque aportan con un 40% al PBI, y con un 80% de la oferta laboral, sin contar con el autoempleo que genera; sin embargo, el desarrollo de dichas empresas se encuentran estancado, principalmente por la falta de un sistema tributario estable y simplificado que permita superar problemas de formalidad de estas empresas y que motiven el crecimiento sostenible de las mismas.

La mayoría de los países de América Latina se encuentran afectados por problemas sociales, como los de extrema pobreza, es en este contexto en el cual se desarrollan la mayoría de las MYPES, las cuales se encuentran en zonas urbanas, zonas rurales y en todos los sectores de la economía. Estas empresas representan un gran potencial para el crecimiento económico, desarrollo social y generación de empleo en la región. Sin embargo, solo un pequeño porcentaje de estas microempresas tienen acceso a servicios financieros institucionalizados; cabe señalar que la posibilidad de lograr estos y otros

tipos de apoyo limita su crecimiento y no permite que desarrollen una gran parte de su potencial, siendo este un gran desafío para las microempresas.

Las MYPES de América Latina y el Caribe representan sobre el 90% de las unidades productivas, y junto con los trabajadores por cuenta propia generan tres cuartas partes de todos los puestos de trabajo. Existen 10 millones de MYPES que tienen una importancia crítica para el futuro de la región pues generan la mayor parte del empleo, pero al mismo plantean un desafío estratégico para los países pues son los principales nichos de informalidad y baja productividad.

En Colombia las MYPES constituyen la principal fuente de generación de empleo, y son parte fundamental del sistema económico, estimulan la economía y tienen una gran responsabilidad social al intervenir en la disminución de las situaciones de la pobreza, subempleo y desempleo, por ello el gobierno a través de diferentes instituciones como la asociación colombiana de medianas y pequeñas industrias (Acopi) y el ministerio de Colombia, industria y turismo trabajan en diferentes programas para establecer e incrementar sus fortalezas e identificar y corregir sus debilidades, con el fin de dinamizarlo y fortalecerlas, en los últimos años han evolucionado de una forma significativa, destacándose en algunas de ellas un aumento en la producción, pero la mayoría de estas se incrementó su nivel de endeudamiento principalmente con los proveedores debido a un aumento en la demanda de materias primas e insumos: las deudas con el sector financiero aumentaron pero no en la misma proporción que la de los proveedores debido a que el sistema crediticio no tiene todavía la suficiente confianza en la capacidad de pago de las PYMES, ofreciendo la mayoría de créditos a corto plazo.

Para la República de Ecuador en particular es trascendental considerar que la importancia de las Pymes no reside únicamente en su potencial redistributivo y su

capacidad para generar empleo, sino también en su capacidad competitiva cuando es incorporado al proceso productivo en condiciones adecuadas. El desarrollo de este sector de la economía en el país se ha caracterizado por una gran diversidad de iniciativas realizadas por una pluralidad de sectores; sin embargo, en la medida que la microempresa se expande en importancia en la economía, también crece la demanda de servicios de apoyo a este sector por parte del estado y de instituciones públicas y privadas, cooperación internacional y asociaciones gremiales, también crece la demanda de servicios de apoyo a este sector por parte del estado y de instituciones públicas y privadas, cooperación internacional y asociaciones gremiales involucradas con el desarrollo del sector.

En el Perú según INEI, al 30 de junio de 2013 existen 1 millón 713 mil 272 unidades de empresariales, de los cuales el 99.2% son micro y medianas empresas (MIPYME) considerando la nueva categorización empresarial establecida por la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, promulgada el 1 de julio de 2013.

Según el segmento empresarial, el 99,2% de las unidades registradas son micro empresas el 3.2% pequeñas empresas, el 0.2% medianas empresas y el 0.4% grandes empresas. Según la actividad, el 44.4% de micro empresas se dedican a la comercialización de bienes, mientras que el 16,2% con micro empresas que prestan servicios administrativos, de apoyo y servicios personales.

El empresario peruano tiene uno de los niveles de emprendimiento más alto en el mundo, pero en el proceso de capacitación en el segmento PYME es muy bajo, entre el 15% y 20%. Esto genera una gran brecha porque, actualmente, por lo que el mundo paga más es por productos con factor de innovación y el peruano promedio de la micro y

pequeña empresa no ha llegado a conceptualizar como empezar esos elementos dentro de su modelo de negocio.

En la ciudad de Lima, específicamente en el distrito de independencia existen numerosos establecimientos denominadas las MYPES dedicadas al rubro Boticas, sin embargo, estas desconocen sobre la gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas, es por ello que se hace la siguiente investigación, la cual nos permite determinar en siguiente enunciado.

¿Cuál es la influencia de la gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES del sector comercio – robro Boticas, de la avenida 17 de noviembre, distrito de independencia, Lima 2018?

Para dar solución a este problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar la influencia de la gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES del sector comercio – robro Boticas, de la avenida 17 de noviembre, distrito de independencia, Lima 2018, para conseguir el objetivo general se ha planteado los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las características de una gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES del sector comercio – robro Boticas, de la avenida 17 de noviembre, distrito de independencia, Lima 2018.
- Determinar los beneficios que se logra con la aplicación de una gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES del sector comercio – robro Boticas, de la avenida 17 de noviembre, distrito de independencia, Lima 2018?

- Determinar si la gestión de calidad influye en los beneficios de las MYPES del sector comercio – robro Boticas, de la avenida 17 de noviembre, distrito de independencia, Lima 2018

El presente trabajo de investigación se justifica porque se va a conocer: la gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES del sector comercio – robro Boticas, de la avenida 17 de noviembre, distrito de independencia, Lima 2018.

Además se justifica porque servirá como fuente de información para: Los empresarios, los cuales van a conocer las características de la gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES, para tomar decisiones con respecto a la capacitación del talento humano que laboran en la MYPE, haciendo que estos obtengan los conocimientos, capacidades y destrezas, para ser utilizados en sus puestos de trabajo, los cuales ayuda a que las MYPES, sean competitivas en el mercado y se diferencie de los demás.

Para la sociedad porque les va a servir como fuente de información para que en el futuro, puedan surgir nuevos emprendedores de negocios innovadores, que ayuden a incrementar la economía del país. Servirá como fuente de información para los alumnos interesados en el tema, como base para ser parte de sus conocimientos como futuros profesionales. Finalmente, la investigación se justifica porque servirá como antecedente para realizar otros trabajos en otros ámbitos geográficos del país.

Teórica: La presente investigación se fundamenta en la gama de conocimientos adquiridos durante la carrera de administración de empresas, tiene como fuente de información la bibliografía actualizada, biblioteca virtual ULADECH, datos obtenidos de internet; donde se adaptan teorías, conceptos, definiciones y normas legales, que ofrecen una mayor visión de lo que se pretende desarrollar en el presente trabajo de investigación.

Practica: El resultado de la investigación servirá a las MYPES del sector comercio - rubro Boticas, como fuente de información, para el conocimiento de la problemática y la aplicación en gestión de calidad en beneficio de la empresa del ámbito del estudio. Así mismo servirá como fuente de información a los futuros investigadores de la especialidad, que realicen estudios en este campo.

Metodológica: La buena rentabilidad empresarial permite a las MYPES, tener una mayor capacidad de desarrollo, realizar nuevas y más eficientes operaciones, ampliar el tamaño de sus operaciones y acceder a créditos en mejores condiciones (de tasa y plazo, entre otras).

El presente trabajo de investigación está constituida de la siguiente manera: En el primer capítulo trata a cerca de la caracterización de problema, donde se formulara la pregunta de investigación, el objetivo general y los secundarios que darán respuesta a las preguntas de investigación. En el segundo capítulo, se tratara acerca del marco teórico y conceptual, donde se desarrollara los antecedentes a este estudio, donde se han citado tesis de nivel internacional, nacional y local, del mismo modo, también se tratara en este capítulo acerca de las teorías relacionadas a las variables de estudio y marco conceptual. En el tercer capítulo se define la metodología de la investigación, la cual es descriptiva. Posteriormente se muestra los resultados obtenidos de la investigación. Para finalizar, se citan las fuentes bibliográficas de donde se han extraído información para el desarrollo de esta tesis.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes

Antecedente a nivel internacional

Gía (2015) en un estudio *sobre “Propuesta de mejora del proceso de dispensación en base a las buenas prácticas de dispensación en el servicio de farmacia del Hospital Vozandes de la ciudad de Quito – Ecuador”*

Llegando a la siguiente conclusión.

- ✓ Se evaluó la situación del proceso de Dispensación en el servicio de Farmacia del Hospital Vozandes Quito, y se demostró la falta de conocimiento, habilidades y planes de superación por parte del personal auxiliar de farmacia en cuanto a Buenas Prácticas de Dispensación así como también se evidenció falta de asesoramiento, incentivo y educación al paciente que acude a la farmacia en busca de medicamentos.
- ✓ Se preparó una propuesta de mejora del proceso de dispensación en base a las BPD al paciente ambulatorio que asiste al servicio de farmacia del HVQ utilizando como referencia información actualizada de documentos nacionales e internacionales de manera que se estableció pautas y estrategias, para la organización de los mecanismos a seguir para el proceso de mejora.
- ✓ Se elaboró una recopilación de información de los medicamentos existentes en la farmacia en base al vademécum Quickmed, instructivos de uso de medicamentos más rotados en la farmacia, reorganización de medicamentos según la clasificación

Anatómica-Terapéutica Química, re-etiquetado de medicamentos en los estantes, charlas de mejora de dispensación al personal de farmacia y capacitaciones de cadena de frío, trípticos para uso de inhaladores orales y nasales, pictogramas para dispensación básica de medicamentos.

- ✓ Se socializó la propuesta de BPD al personal de farmacia del Hospital Vozandes Quito indicando detalladamente todos los procesos realizados durante la investigación que se llevó a cabo para mejorar el proceso de dispensación.

Díaz (2014) realizó su tesis titulada *“Modelo de gestión para la satisfacción de las necesidades de los clientes de la empresa MEGAPROFER S.A. importación y comercialización de productos farmacéuticos, Ambato, Ecuador año 2014”*; El presente trabajo de investigación sobre modelo de gestión para la satisfacción de las necesidades de los clientes / usuarios de la empresa MEGAPROFER S.A., ubicada en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, cuya actividad está orientada a la importación y comercialización de productos farmacéuticos para boticas , inicia con el estudio de la problemática de la satisfacción del cliente por el servicio y atención que perciben, realizando también el sustento teórico de lo que es un modelo de gestión y datos importantes con la finalidad de poseer cimientos para poder desarrollar la propuesta de este trabajo investigativo.

La realización del presente trabajo se considera de suma importancia en virtud de que, a través de éste, se alcanzará mejorar todos los procesos, actividades y mecanismos que operan dentro de la empresa Megaprofer

S.A., así también, llevarlo a cabo, ya que además de los beneficios que se logren, servirá como modelo, susceptible de ser utilizado por otras organizaciones.

Rodríguez (2015) en un estudio sobre *“Intervención farmacéutica y educativa en una farmacia para la mejora de la calidad de vida de pacientes con artrosis, ciudad de Madrid – España, año 2015”*. Llego a la siguiente conclusión:

1. El seguimiento farmacoterapéutico, aportando educación dietética y sanitaria, ejercicios personalizados y velando por la efectividad del tratamiento que recibían los pacientes con artrosis, consiguió reducir su incapacidad funcional y disminuir significativamente el dolor y la rigidez. La intervención farmacéutica constituyó una parte fundamental en la mejora funcional de estos pacientes.
2. Los fármacos mayoritariamente utilizados para el tratamiento de la artrosis al inicio del estudio fueron los AINES, disminuyendo significativamente su consumo en el grupo Intervención al final del seguimiento farmacoterapéutico, pasando a ser los más prevalentes los analgésicos y los SYSADOA.
3. El seguimiento farmacoterapéutico permitió aumentar el número de pacientes adherentes en el grupo Intervención respecto al grupo Control.
4. Los pacientes tratados con SYSADOA manifestaron tener una calidad de vida superior a los que recibían analgésicos o AINES, lo que implicaba que estaban más conformes con su medicación.

5. Los RNM y PRM más frecuentes fueron «un problema de salud no tratado» e insuficientemente tratado respectivamente. El 95 % de los RNM fueron evitables. Los fármacos que más RNM produjeron fueron los AINES, fundamentalmente por «inseguridades no cuantitativas», seguidos de los analgésicos. La intervención farmacéutica redujo significativamente el número de PRM y RNM en los pacientes que recibieron el seguimiento farmacoterapéutico consiguiendo una resolución de un 79 % de los RNM lo largo del estudio.
6. Se realizaron 758 intervenciones, siendo la más frecuente la derivación al médico, seguida de una modificación sobre la pauta de tratamiento y añadir o retirar un OTC.
7. Una vez conocidos el seguimiento farmacoterapéutico y su funcionamiento, los pacientes declararon estar muy satisfechos con el mismo. Indicaron que con la actuación farmacéutica habían aprendido sobre su patología y perfil farmacológico, y que ésta había contribuido notablemente a mejorar su capacidad funcional y su calidad de vida.

Conclusión final

La atención farmacéutica y educativa en la oficina de farmacia y el seguimiento farmacoterapéutico generan un impacto positivo en los pacientes con artrosis, contribuyendo a mejorar la calidad de vida del paciente, evitar y resolver los problemas relacionados con su medicación así como a disminuir el dolor, la rigidez y la incapacidad física producidos por esta patología.

Antecedente a nivel nacional

Espinal (2017) en un estudio sobre la “*Gestión de calidad bajo el enfoque de Marketing, en las Mypes del sector comercio Botica, distrito de Satipo, año 2017*”

- Las mypes del sector comercial Boticas, se encuentran dentro del ámbito de la formalización.
- Los propietarios de las mypes del sector comercial Boticas conocen de gestión de calidad de manera empírica. Solo conocimientos relacionados a servicio, precio y horario de atención.
- Desconocen la utilización de una matriz FODA, esencial para un negocio. Esta situación golpeará inevitablemente la trayectoria futura del negocio.
- Más del 50% de las mypes del sector no cuentan con un Plan de Marketing. Indica que si es importante, pero no tienen capacidad económica por ello prescinden.
- Sin embargo, la aplicación del marketing es empírica:
 - 72.7% está al tanto de su competencia.
 - El precio lo define alineándose al mercado
 - Delimitó en base a supuestos su público objetivo
 - No utiliza merchandising.
 - Su comunicación no es técnica.

Finalmente, las mypes del sector Boticas, del distrito de Satipo aplican un marketing en base a sus percepciones y no técnico.

Se apoyan en el marketing que realizan sus proveedores según los productos que ofrecen.

Rodríguez (2016) en un estudio sobre: “*Caracterización de la Gestión de Calidad Bajo las Normas ISO 9001:2008 en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Venta de Productos Farmacéuticos y Artículos de Tocador (Boticas) del Distrito de Huaraz, 2015*”. Llego a las siguientes conclusiones:

Respecto a las características de la gestión de calidad se puede apreciar que no se enfoca a las acciones preventivas y correctivas de la mejora continua por la falta de responsabilidad y dedicación en los procesos de documentación de sus actividades. En cuanto al liderazgo, se ha descuidado este aspecto por falta de confianza por parte de los seguidores, motivo por el cual muy pocas veces se les impulsa en la consecución de las metas propuestas debido a la escasa participación del personal.

Con respecto a las características de los gerentes del Rubro: Venta de Productos Farmacéuticos y Artículos de Tocador del Distrito de Huaraz, mayoritariamente son mujeres adultas con estudios superiores no universitarios, quienes manifestaron que no es necesario trabajar con parámetros estandarizados y documentados en sus actividades, por tener limitado presupuesto y no contar con mayor educación e instrucción de trabajar con procesos.

La gestión de calidad es muy importante en el ámbito de la aplicación de procesos estandarizados para las empresas de gran envergadura, pero en cuanto a las MYPE se presenta como deficiente porque consideran las empresas pequeñas que no necesitan contar con políticas de gestión bien documentadas.

Soria (2018) en su estudio sobre *“Gestión de Calidad con el uso del marketing en las Micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro Farmacias y Boticas en la ciudad de Aucayacu, distrito de Jose Crespo y Castilla, 2017.”* Tiene como objetivo general

Referente a las características del Representante de las MYPEs del sector comercio, Rubro Farmacias y Boticas del Distrito de José Crespo y Castillo, Periodo 2017.

La Mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Farmacias y Boticas del Distrito de José Crespo y Castillo, 2017. Tiene como representantes a los propios dueños, siendo la mayoría dirigidos por personas del sexo Femenino, que desempeñan el cargo de 0 a 3 años, así mismo la mayoría son personas adultas que tienen de 31 a 50 años y han cursado estudios superior universitaria, estos datos nos indican que la mayoría de las MYPEs están siendo gestionados por personas adultas que cuentan con conocimientos teóricos necesarios para dirigir s empresa asimismo tienen la experiencia necesaria para poder trabajar en el rubro la cual será reflejada en la forma que lo administraran y en la forma de usar las herramientas de gestión.

Referente a las características de las MYPEs del sector comercio, Rubro Farmacias y Boticas del Distrito de José Crespo y Castillo, 2017.

La Mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Farmacias y Boticas del Distrito de José Crespo y Castillo, 2017. Se crearon con el objetivo principal de Generar ganancias, tienen en su

mayoría relativa de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, esto gracias a que cuentan en su gran mayoría con 1 a 5 trabajadores que no necesariamente son familiares de los dueños. La mayoría de estas MYPES tienen poco tiempo en el mercado, a pesar de eso vienen demostrando una buena posición, y están generando ganancias puesto que es su razón de ser y debido al aumento de la demanda insatisfecha cuentan con un personal muy eficiente y productivo para poder satisfacer las necesidades y captar más clientes para su beneficio.

Referente a las Gestión de Calidad con el uso del Marketing en las MYPES del sector comercio, Rubro Farmacias y Boticas del Distrito de José Crespo y Castillo, 2017.

La gran Mayoría de los representantes de las MYPES del sector comercio, rubro Farmacias y Boticas del Distrito de José Crespo y Castillo, 2017. Si conocen el término Gestión de calidad, pero la mayoría manifestaron que las técnicas que utilizan son otras diferentes a las mencionadas en la encuesta, de igual manera la mayoría miden el rendimiento de su empresa mediante la observación, así mismo una minoría de representantes manifestaron que una de las principales dificultades para implementar un plan de gestión de calidad en su empresa se debe a que hay poca iniciativa de parte de su personal.

La totalidad de los representantes de las MYPES del sector comercio rubro farmacias y boticas del Distrito de José Crespo y Castillo, 2017.

Manifiestan que los productos que ofrecen atienden a las necesidades de sus clientes, conociendo la gran mayoría de estos el término Marketing, de

igual manera la mayoría absoluta no han implementado una base de Datos de sus clientes, es por eso que puede conllevar a que el nivel de ventas últimamente en su mayoría se encuentra estancado, de la misma forma en su mayoría relativa dicen que utilizan los anuncios radiales para publicitar su negocio y la estrategia de Ventas como herramienta de marketing, una mayoría relativa declara que no utiliza las herramientas de marketing debido a que no cuenta con el personal experimentado en el tema, pero que si por el contrario al tener dicho personal la gran mayoría consideran que el marketing si sería una ayuda para mejorar la rentabilidad de su empresa.

Antecedentes a nivel local

Romero (2018) en su estudio sobre *“Implementación de un sistema de Gestión ISO 9001 – 2015 y Mejora de la Calidad de Servicio en las Boticas de Lima Sur en el periodo 2018”* cuyo objetivo general proponer la implementación de un sistema ISO 9001-2015 para mejorar la calidad de servicio en las boticas de Lima Sur – 2018.

La implementación de un sistema de gestión ISO 9001-2015 ha sido eficiente, en la mejora de la calidad de servicio en las boticas de Lima Sur – 2018; debido a la fluidez de los canales de comunicaciones con sus clientes. Además de la realización de auto inspecciones dentro de un plan manual de actividades dirigidas por la alta dirección. La implementación de un sistema de gestión ISO 9001-2015; respondió a segundo objetivo de la investigación de manera eficiente en cuanto a la calidad de servicio

percibidas por los usuarios de las boticas de Lima Sur - 2018; debido a la propuesta y ejecución de un programa de capacitación.

La implementación de n sistema de gestión ISO 9001 - 2015 ha mejorado la efectividad en las boticas de Lima Sur – 2018; debido a la frecuencia de capacitación de personal, además de la actualización de las normas del mismo.

La implementación de un sistema de gestión ISO – 2015 en cuanto a la competitividad ha mejorado entre boticas de Lima Sur – 2018; porque su auto inspección desde la alta dirección las distintas etapas del diseño de la estrategia de implementación, herramientas de mejora continua, tanto las de enfoque tradicional y enfoque moderno.

Saldaña (2017) en su estudio sobre “*Calidad de servicio y Gestión de quejas y reclamos en el área de atención al cliente de la Cadena de Boticas Inkafarma sede Quilca - Callao 2017.*” Tiene como objetivo general identificar la relación que existe entre la calidad de servicio y la gestión de quejas y reclamos en la cadena de boticas inkafarma.

Se identificó que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la gestión de quejas y reclamos, dado el resultado de Pearson de 0,889 y el nivel de significancia $\alpha = ,001$.

Se determinó que existe relación significativa entre la confiabilidad y la gestión de quejas y reclamos, siendo el resultado de Pearson de 0,609 y el nivel de significancia $\alpha = ,001$.

Se determinó que existe relación significativa entre las cosas tangibles y la gestión de quejas y reclamos, siendo el resultado de Pearson de 0,696 y el nivel de significancia $\alpha = ,001$.

Se determinó que existe relación entre la prontitud de respuesta y la gestión de quejas y reclamos, debido a que el valor del resultado de Pearson es de 0,785 y el nivel de significancia $\alpha = ,0001$.

Se determinó que existe relación significativa entre la seguridad y la gestión de quejas y reclamos, dado el resultado de Pearson de 0,592 y un nivel de significancia de $\alpha = ,001$.

Se determinó que existe una relación significativa entre la empatía y la gestión de quejas y reclamos, debido al resultado de Pearson de ,800 y un nivel de significancia $\alpha = ,001$.

Camargo (2015) en un estudio sobre "*Gestión de calidad y formalización de las Mypes del sector servicios de salud – Rubro Boticas, de las Avenidas Defensores del Morro y Guardia Civil, del distrito de Chorrillos, Provincia y Departamento de Lima, año 2015*"

Después de realizada la encuesta a las 39 MYPES de servicios de salud rubro de boticas podemos concluir lo siguiente:

Respecto a la formalización de las MYPES:

- 1) El 100% de las Mypes de servicios de salud del rubro boticas encuestadas se encuentran registradas ante la SUNAT, ya que brindan boletas y facturas al público.

- 2) El 71.8% de boticas encuestadas tienen entre 1 a 5 años de funcionamiento por lo cual se puede apreciar el gran crecimiento que ha tenido esta MYPES del rubro de boticas en los últimos años.
- 3) El 74% de boticas está formada jurídicamente dando lugar a un 26% de boticas formadas por personas naturales, notándose que hoy en día está MYPES rubro boticas está formado por grandes sociedades.
- 4) Se observó que sólo el 41% cuenta con dos personas laborando y sólo el 7.7% cuenta con 4 a más personas laborando por lo cual se observó que muchas veces contar con 2 personas laborando no es suficiente para una calidad en atención.
- 5) El 50% de las MYPES de servicios de salud rubro boticas tienen a sus empleados registrados en planillas; mientras que el otro 50% de las boticas presentan empleados laborando con recibos por honorarios.
- 6) Fue importante observar que existe un 13% de boticas brindando servicios a la sociedad sin contar con autorización municipal y por ende tampoco cuenta con el permiso de funcionamiento emitido por la DIGEMID y aunque sea un porcentaje menor llevado a grandes escalas se podrá apreciar la gran problemática social que existe y el peligro al cual se encuentra expuesta la sociedad.

Respecto a la gestión de calidad de las MYPES:

- El 97% de boticas cuenta con un profesional químico farmacéutico registrado ante la DIGEMID, mas no se observó su presencia en la dispensación de medicamentos a la hora de la atención al público, por lo cual el 50% de boticas no cuenta con un químico farmacéutico permanente.

- Se realizó una pregunta en la cual se preguntó a los encuestados el lugar de adquisición de sus productos, en la cual el 100% de las boticas refirió obtener productos de lugares autorizados, más luego del análisis realizado de formalización de las Mypes de servicios de salud del rubro boticas se apreció que sólo los laboratorios autorizados expenden productos a los establecimientos formales y legalmente reconocidos, por lo cual se concluye que el 13% de boticas adquiere sus productos de establecimientos de contrabando.
- El 61.5% de las boticas encuestadas manifestaron que la población prefiere medicamentos genéricos, dejando de lado los medicamentos comerciales, mas debemos tener en cuenta el distrito y su nivel socio económico ya que en otros distritos podría variar la preferencia del público.
- El 61% de las boticas encuestadas considera tener un precio de mercado, mientras que un 31% lo considera bajo y sólo un 8% considera tener precios altos con respecto a su competencia, pudiendo aquí observar el gran crecimiento de las grandes cadenas de boticas brindando un precio de mercado.
- El 90% de las boticas no presenta registro en su libro de reclamaciones, y esto se debe al desconocimiento de la población de la existencia en una botica del libro de reclamaciones y también es a causa de que no todas las boticas presentan un libro de reclamaciones a vista del público.
- Sólo un 15% de boticas mantiene un registro de productos farmacéuticos adquiridos por cada cliente. Esto área es muy

importante ya que a través de ella se busca mejorar la calidad de atención prestada y mejorar la salud de la población.

- Se apreció que todas las boticas brindan servicios adicionales de los cuales el 71.8% brinda servicio de perfumería, el 56,4% vende artículos varios, mientras que el 12.8% tiene agentes bancarios y sólo un 2.6% brinda servicio de inyectables.
- Finalmente se pudo llegar a la conclusión que se encontraron boticas informales laborando en el distrito de Chorrillos, y aunque son muy pocas se debe tener en cuenta la cantidad de muestra que tuvimos; por lo cual es muy trascendental este hallazgo, ya que la presencia de boticas informales son una amenaza constante para la salud de los peruanos.
- En cuanto a la gestión de calidad existe un 28% de boticas que no cumplen con una gestión de calidad idónea, en las avenidas Defensores del Morro y Guardia Civil del distrito de Chorrillos, provincia y departamento de Lima, en el año 2015.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. MYPES

1. Definición de las MYPES

Según Vivanco (2010) las MYPES, pues son las empresas más susceptibles a los embates provocados por la turbulencia económica que se vive actualmente, los avances tecnológicos y por la competencia desigual desencadenada por la globalización. Todos estos factores implican la necesidad de la innovación basada en la creatividad de los empresarios, para colocar productos, sistemas o servicios novedosos en el mercado, que representen ventajas competitivas que los coloquen a la cabeza en la carrera competitiva.

2. Características de las MYPES

Según **La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT**, las MYPES deben reunir las siguientes características:

a) El número total de trabajadores:

- La microempresa: abarca de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
- La pequeña empresa: abarca de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive.

b) Nivel de ventas anuales:

- Las microempresas: hasta el monto máximo de 150 unidades de impositivas tributarias – UIT.

- La pequeña empresa: a partir del monto máximo señalado por las microempresas y hasta 1700 unidades impositivas tributarias – UIT.

Según lo investigado por Huamán (2014) las microempresas además se dedican principalmente a actividades comerciales o de servicios y la mayoría de ellas se encuentra en Lima.

Cualitativamente la MYPE es un sector principalmente joven ya que casi el 50% de empresarios tienen menos de 24 años y están dispuestos a asumir distintos riesgos para obtener el crecimiento. La informalidad también es una característica de este sector ya que aproximadamente el 70% de la MYPE es informal, esto debido a la falta de capacitación a los empresarios sobre los beneficios de la formalidad.

También se ha percibido una gran capacidad de gestión y desarrollo de recursos ya que al no tener acceso a créditos Bancarios los empresarios han tenido que iniciar sus negocios con capital propio dando buenos resultados en el 50% de la población empresarial.

Por otro lado se consideran como características generales en cuanto al comercio y administración de las MYPES las siguientes:

- Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños.
- Su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local.
- Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión.

- Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas. Dependen en gran medida de la mano de obra familiar.
- Su actividad no es intensiva en el capital pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable.
- Disponen de limitados recursos financieros.
- Tienen un acceso reducido a la tecnología.
- Por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios.
- Tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad.

3. Tipos de las MYPES

(CODEMYPE, 2009) las MYPE, como sector, muestran una gran complejidad. Una de ellas es su estratificación, cuyas variables están relacionadas a la capacidad de autofinanciamiento para su crecimiento y generación de valor económico, productividad y capacidad de innovación y diferenciación. En base a estos factores, podemos elaborar una tipología de MYPE de tres estratos:

a. MYPE de Acumulación

Tienen la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo remunerado.

b. MYPE de Subsistencia

Son aquellas unidades económicas sin capacidad de generar utilidades, en detrimento de su capital, dedicándose a actividades que no requieren de transformación substancial de materiales o deben realizar dicha transformación con tecnología rudimentaria. Estas empresas proveen un “flujo de caja vital”, pero no inciden de modo significativo en la creación de empleo adicional remunerado.

c. Nuevos Emprendimientos

Los nuevos emprendimientos se entienden como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. El plan nacional enfatiza el hecho que los emprendimientos apuntan a la innovación, creatividad y cambio hacia una situación económica mejor y más deseable ya sea para iniciar un negocio como para mejorar y hacer más competitivas las empresas.

4. Importancia de los MYPES sostenibles y su inserción en la economía peruana.

Reyes (2017) actualmente, en el Perú, las MYPES aportan aproximadamente el 40% del Producto Bruto Interno y son una de las mayores potenciadoras del crecimiento económico del país. Y en América Latina, las MYPES representan el 47% del empleo.

Según el Ministerio de Producción, actualmente, el número de MYPES en el Perú ascendió a un total de 5.5 millones al cierre del

año 2015. La gran mayoría son informales (83%), debido a que no están registradas en la SUNARP como personas jurídicas. El otro 17% está conformado por MYPES formales. Se ha estimado al cierre del 2015 existen un total de 1.67 millones de MYPES formales y aproximadamente 3.83 MYPES informales. A este porcentaje de MYPES informales hay que prestarles mucha atención para entregarles mecanismos de formalización e insertarlos a la economía formal. En el gráfico N°01 se puede apreciar la distribución de las MYPES formales.

2.2.2. La Calidad

A. Conceptos fundamentales de la calidad

Cortés (2017) el término calidad es ampliamente utilizado, y está en boca de todo el mundo. Sin embargo, la definición de calidad es complicada, y es difícil sintetizar en una única frase todas las dimensiones del término. Recurriendo a la Norma Internacional ISO 9000: 2015 “Fundamentos y vocabulario”, el término calidad se define como: Calidad (ISO 9000:2005): grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con las necesidades o expectativas establecidas, implícitas u obligatorias. El hecho fundamental es que, desde este punto de vista, la calidad se mide en base a la satisfacción de las necesidades expresadas o no por el cliente.

B. Conceptos básicos de la calidad

1. La calidad aplica a todas las actividades

Podemos decir que la calidad aplicada al producto, lo cual fomenta la inspección del producto elaborado, controlando y desechando aquellos productos considerados defectuosos según unas características inspeccionadas.

Posteriormente, se consideró que desechar los productos defectuosos o sin calidad constituía un coste importante para las empresas. Este coste suponía una desventaja competitiva, ya que debía repercutir en los productos conformes, lo cual aumentaba el precio de los mismos. A mayor cantidad de productos defectuosos, mayor precio de los productos conformes.

Esta situación de control era muy costosa de mantener, ya que únicamente se sabía si el producto era o no defectuoso, una vez elaborado, lo cual provocaba graves pérdidas a las empresas.

Este hecho sugirió la posibilidad de controlar algo más que el producto elaborado, y comenzó a controlarse el proceso, de modo que se comenzaron a detectar los fallos del producto mucho antes de que este estuviera elaborado, con lo cual, se podían desechar al comienzo de la cadena, disminuyendo las materias primas empleadas, así como el tiempo de fabricación. En definitiva, se disminuyó el coste del producto. Posteriormente, comenzó a controlarse algo más que el proceso de producción y el producto. Si ambos eran correctos, es decir, se producía correctamente de acuerdo a unas especificaciones, y los productos eran conformes, y sin embargo, en ocasiones, los productos

elaborados no satisfacían al cliente, quizá fuera debido a fallos en el diseño de los mismos. Se controló el diseño. Y después los requisitos del cliente, y el servicio posventa, y las condiciones de los trabajadores, y los costes, y las compras, y así sucesivamente, llegando a abarcar todos los aspectos empresariales. Actualmente no existe ninguna función empresarial no sujeta a gestión de la calidad, y a mejora. Abarca desde la función de administración de las empresas a la de recursos humanos, pasando por la producción, compras, etc. (Cortés, 2017, p. 8.)

2. La calidad es responsabilidad de todos.

Comúnmente se tiene la idea de que la calidad es responsabilidad de la dirección de la empresa exclusivamente, y que el trabajador simplemente debe realizar el trabajo encomendado. Esta es una visión arcaica, no aplicable a la empresa moderna.

En un mundo en el que la competitividad es grande, en el que en España, sin ir más lejos, el 70% de las empresas que se crean desaparecen antes de 3 años, la calidad debe ser responsabilidad de todos.

Por una parte, responsabilidad de la dirección. La calidad permite alcanzar ventajas competitivas a la empresa, que contribuyen desde facilitar la supervivencia de la misma, hasta liderar los mercados. Estas ventajas competitivas pueden estar basadas en la reducción de costes, en la obtención de los productos en momentos determinados (time to market), en la fabricación de productos con características de seguridad excepcionales, etc.

Por otra parte, el trabajador, es igualmente responsable de la calidad. Dos son los motivos fundamentales que llevan a ello:

- La mejora de la calidad del trabajo individual lleva al trabajador a mayores cotas de competencia; es decir, el trabajador se desarrolla como profesional, puede aventajar en ciertos aspectos a sus compañeros, obtiene una mayor satisfacción del trabajo bien realizado, y tiene la posibilidad de comunicar su experiencia a otras personas.
- En segundo lugar, el producto del trabajo de cada trabajador tiene repercusiones en el global de las empresas. El producto o servicio final ofrecido por la empresa puede considerarse como la suma de pequeñas partes; las aportadas por cada trabajador. Desde ese punto de vista, la empresa difícilmente se diferenciará competitivamente de las demás, si sus trabajadores no contribuyen a ello.

Individualmente, tanto trabajador como directivo deben contribuir a la mejora de la calidad y a la búsqueda de la excelencia en todos los aspectos de la empresa. (Cortés, 2017, p. 12).

3. La calidad es satisfacción al cliente. Todos somos clientes, unos de otros.

Es preciso variar la percepción de que cliente es exclusivamente aquel que compra un producto o un servicio. A este tipo de cliente se le denomina habitualmente “cliente externo”, debido a que suele ser ajeno a la empresa que le facilita el producto o el servicio. Dado que existe un cliente externo, existe también un “cliente interno”, dentro

de las propias organizaciones. Esta visión, el hecho de que unos somos clientes de otros es necesaria en la empresa actual, ya que este concepto es el único que lleva a todos los miembros de la empresa a realizar su trabajo a conciencia, evitando ocultar o camuflar defectos del producto que aparecerán posteriormente en cualquier fase del diseño, desarrollo o comercialización del mismo.

4. La calidad promueve la colaboración.

La calidad promueve la colaboración. Ya se ha visto anteriormente que la calidad es responsabilidad de todos, y que cada cual, en su trabajo, tiene un cliente, interno o externo, que hará uso de lo que el primero haya producido. Adicionalmente, se busca la mejora continua.

Todo esto, lleva a promover la colaboración y la participación entre trabajadores, y entre trabajadores y directivos. Si mejoras un proceso, dalo a conocer para que los demás puedan mejorar al tiempo. Si eres cliente de otro trabajador en la empresa, esperarás que éste te proporcione el producto o servicio en las mejores condiciones, de igual modo que tu cliente en la empresa espera lo mismo de ti. Esto fomenta las relaciones humanas en el trabajo, así como el incremento de la satisfacción. (Cortés, 2017, p. 14).

C. Calidad de hoy

1) ¿Qué es la calidad?

Pola (1988) en la medida en que se desarrolla el comercio y se amplían los mercados el productor deja de tener contacto directo con el cliente. La relación comercial se da a través de cadenas de

distribución, haciéndose necesario el uso de especificaciones definidas, garantías, muestras, etc., que tengan un papel equivalente a la antigua reunión entre el fabricante y el usuario. Diremos entonces que un producto o servicio es de calidad cuando satisface las necesidades y expectativas del cliente o usuario, en función de parámetros como:

- Seguridad que el producto o servicio confieren al cliente.
- Fiabilidad o capacidad que tiene el producto o servicio para cumplir las funciones especificadas, sin fallo y por un período determinado de tiempo.
- Servicio o medida en que el fabricante y distribuidor responden en caso de fallo del producto o servicio.

La Sociedad Americana para el Control de la Calidad (A.S.Q.C), define la calidad como el Conjunto de características de un producto, proceso o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades del usuario o cliente.

Por otro lado, señalaremos que existen algunas confusiones en lo que a calidad se refiere. Calidad no es necesariamente lujo, complicación, tamaño, excelencia, etc. Muchos productos de alta calidad son de diseños sencillos, con mínimas complicaciones. El tamaño tampoco define la calidad del producto, es decir, por ser más grande no implica una mayor calidad. (pola, 1988, p. 9).

2) Calidad y productividad

Existe una clara relación entre los términos calidad y productividad.

La productividad no es algo que depende sólo del empleado, depende de todos los integrantes de la empresa y, en primer lugar, de los directivos. La productividad no consiste en que el obrero trabaje más horas y a un ritmo más acelerado. En realidad, se obtiene mediante la suma de todas las productividades alcanzadas cuando se administran y potencian acertadamente todos los recursos.

La productividad global estará formada por los incrementos obtenidos en la cifra de ventas, por los ahorros conseguidos en los materiales, en mano de obra, en gastos totales y, en definitiva, por la suma de las productividades de cada uno de los recursos.

Existe la idea de que para aumentar la productividad sólo hay una estrategia. En realidad no es así. Vamos a mostrar cinco variantes que en la práctica resultan plenamente operativas:

a) Aumento de productividad por reducción de los medios: Si

logramos mantener los mismos resultados reduciendo la inversión habremos obtenido una productividad mayor en base a unos costes menores. Es la variante más conocida.

b) Aumento de productividad por crecimiento global: Si

crecen los medios en proporción menor a la que han crecido los resultados obtendremos también un aumento de productividad. Conseguir aumentos importantes de los resultados con crecimientos moderados de los medios puede significar un aumento considerable de la productividad.

c) Aumento de productividad por crecimiento de resultados:

Haciendo crecer los resultados obtenidos manteniendo la

misma inversión, se puede hablar de un crecimiento inteligente.

d) Aumento de productividad por crecimiento privilegiado:

Se logrará cuando a la vez crecen los resultados y decrecen los medios.

e) Aumento de productividad por disminución inteligente:

Haciendo decrecer tanto los resultados como los medios. Un decrecimiento controlado ofrece ventajas frente a un decrecimiento provocado por un mercado en recesión.

Actualmente no podemos pensar sólo en productividad, tenemos que basarnos en el conjunto calidad-productividad. Ambas son necesarias, a nivel nacional, para la empresa y para el individuo.

A nivel nacional tienen importancia en cuanto a reducir el desempleo, puesto que permiten la creación de nuevos puestos de trabajo, además definen la competitividad internacional en función de la relación calidad precio.

A nivel empresa, la calidad y la productividad le permiten destacarse en el mercado ofreciendo productos de calidad a precios competitivos. Como señalábamos en el apartado anterior, esta misma competitividad le permitirá a la empresa entrar en mercados internacionales. (Pola, 1988, p. 14).

3) Estadística de la calidad

Hemos visto hasta el momento varias definiciones de calidad así como de control de calidad. En ambos casos queda implícita la necesidad de recoger información, ordenarla, analizarla e interpretarla para poder valorar la calidad o tomar las acciones correctivas necesarias en un proceso de "mejora de la calidad". Así, el departamento de marketing necesita información sobre lo que desea el cliente; compras procesa datos de los proveedores; producción, de las características en función de especificaciones; etc. Pero debemos considerar que existe una herramienta a nuestra disposición que permite procesar toda esta información.

En las últimas décadas la estadística ha venido penetrando en la industria, alcanzando en la actualidad gran importancia como herramienta imprescindible en cualquier tipo de empresa y en las distintas áreas.

Es importante señalar, además, que todos los actuales movimientos, todas las filosofías modernas sobre temas relacionados con la empresa, ya sean de calidad (círculos, mejora continua, control), de gestión de stocks, de fiabilidad, etc., consideran a la estadística como una aliada de suma importancia.

2.2.3. Gestión de Calidad

- **Definiciones de Gestión de Calidad**

Según Pola (1988) entendemos por gestión de la calidad el conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y

controlar la función calidad en una empresa. Esta tarea consta principalmente de los siguientes aspectos:

- ✓ Definir las políticas de calidad de la empresa, en relación con los principios empresariales y en función de la naturaleza del negocio.
- ✓ Establecer objetivos claramente definidos, acordes con las políticas de la empresa.
- ✓ Realizar la planificación en base a los objetivos anteriores, estableciendo las estrategias y los recursos necesarios.
- ✓ Definir la organización, con las funciones y responsabilidades, para que se lleve a cabo la planificación.
- ✓ Seleccionar y formar al personal para cada puesto de trabajo.
- ✓ Motivar a la gente para el logro de los objetivos.
- ✓ Controlar el desarrollo del programa estableciendo las medidas correctivas necesarias.

El conjunto de acciones aquí indicadas son imprescindibles si se quieren lograr los objetivos de la calidad.

Es importante destacar que es necesaria la participación de todo el personal del departamento, e incluso de técnicos o especialistas de otros departamentos, en el establecimiento de los objetivos de calidad.

A partir de aquí desarrollaremos con detalle los siete aspectos anteriores, dentro del marco de los conceptos principales de "planificación", "organización" y "control" de la calidad.

- **Planificación de la calidad**

La planificación de la calidad corresponde a la primera etapa de lo que hemos definido como gestión de la calidad. Una buena gestión consiste precisamente en llevar a cabo las tres etapas siguientes:

- ✓ Planificar el futuro.
- ✓ Organizar los recursos.
- ✓ Controlar los resultados.

Una buena gestión esta basa entonces en un buen sistema de objetivos. Sin objetivos es imposible planificar, organizar o controlar adecuadamente.

Para evitarlo señalaremos los requisitos que debe reunir un buen sistema de objetivos:

- 1) Deben poderse medir:** Decir, por ejemplo: "debemos hacer grandes esfuerzos para mejorar la calidad de nuestros productos", no es establecer un objetivo. Es una declaración de buenas intenciones o, como mucho, una política a seguir por la empresa. Con objetivos de este tipo no sabremos nunca si hemos conseguido lo que nos proponíamos por no disponer de un instrumento de medición adecuado a la hora de controlar y, en consecuencia, no podremos actuar sobre las desviaciones que se puedan producir.

2) Deben ser alcanzables

Esto se lograra con flexibilidad. Si a medida que avanza el ejercicio comprobamos que se están produciendo desviaciones y que no se va a alcanzar lo establecido debemos modificar nuestro objetivo y rebajarlo. Fijar objetivos demasiado altos sólo para ver cuánto puede saltar nuestra gente, constituye una práctica poco efectiva y muy desmotivadora.

3) Deben estar coordinados

- ✓ Temporalmente, es decir, los objetivos a corto plazo deben apoyar a los objetivos a largo plazo.
- ✓ Horizontalmente, los objetivos han de estar coordinados a nivel interdepartamental. Los objetivos del departamento de ventas deben estar coordinados con los del departamento de producción y éstos con los de compras, calidad, etc., todos deben estar relacionados entre sí.
- ✓ Verticalmente: Los objetivos deben estar escalonados en forma de pirámide. En la cúspide colocaremos el objetivo general, que estará soportado por otros más particulares, hasta llegar a los objetivos específicos de cada departamento.

4) Deben ser ambiciosos, difíciles y comprometedores

En la empresa necesitamos objetivos que nos obliguen a mantener un nivel de esfuerzo superior al corriente. La gente desea participar y comprometerse en el logro de los objetivos,

pero sólo cuando estos son desafiantes y motivadores, cuando merece la pena luchar por ellos.

5) Deben establecerse participativamente

Ya no es posible fijar los objetivos desde la parte superior del organigrama. Los objetivos fijados desde la cumbre ya no funcionan, pues ni involucran a la gente, ni la comprometen. La gente quiere participar, sentir que forma parte de la organización. Hoy, más que fijar objetivos, hay que generarlos, si se desea que los colaboradores se integren y luchen para alcanzarlos. (Pola, 1988, p.26).

- **Organización de la calidad**

En definitiva, podemos decir que hasta nuestros días llega un tipo de organización que se caracteriza por una independencia y autonomía propias del departamento de calidad, actuando directamente a las órdenes del director general.

En algunas empresas el nombre de "departamento de calidad" se ha visto sustituido por otro más amplio que es el de "aseguramiento de la calidad". Actualmente se está utilizando el término calidad como sinónimo de los dos anteriores.

En nuestro país existen empresas en donde la figura del director de calidad se ve sustituida por el director técnico, quien tiene a su cargo al jefe de calidad. (p.29).

- **Coste de la calidad.**

Tratamos entonces de identificar todas las actividades y hechos observados que hayan contribuido a la calidad. Posteriormente es

necesario determinar los costes de las actividades y hechos anteriores. Los costes así obtenidos serán los costes de calidad, que debemos interpretar para descubrir oportunidades de minimizarlos.

- ✓ **Prevención:** Se incluyen aquí los costes derivados del personal encargado del diseño implantación y mantenimiento del sistema de calidad.
- ✓ **Valoración:** En este apartado incluimos los costes asociados con la verificación de materiales para asegurar su conformidad.
- ✓ **Errores y fallos**
 - a. Internos: Que incluyen costes de fabricación o montaje asociados con productos que no satisfacen los requisitos de calidad.
 - b. Externos: En donde se consideran los costes generados por productos defectuosos que llegan a los clientes.

La determinación de los costes debe ser tarea conjunta del investigador con personal de contabilidad y supervisores de los diferentes departamentos. Esta tarea requiere, en algunos casos, iniciar control de costes donde no existía ninguno, utilizar valores contables, efectuar estimaciones, etc. (Pola, 1988, p.30)

- **Importancia de la gestión de calidad**

Riquelme (2014) la gestión dentro del mundo empresarial supone una herramienta fundamental para el desarrollo económico, ya no sólo de las propias empresas que implementan sus sistemas de gestión, sino también para su sector de actividad o su país.

✓ **Rendimiento del producto**

Los aspectos principales de la gestión de la calidad del producto comienzan con el rendimiento, la fiabilidad y la durabilidad del producto. Con los programas de gestión de la calidad, los productos fabricados se someten a pruebas para verificar que funcionan de acuerdo con sus promesas o características declaradas. Esto permite una respuesta de la empresa para cambiar las áreas problemáticas o mejorar las fortalezas del producto. Al agregar aspectos de gestión de calidad en la fase de diseño de nuevos productos, por ejemplo, esto permite a las empresas diseñar puntos de referencia de rendimiento en el producto.

✓ **La satisfacción del cliente**

Mediante la inclusión de encuestas a clientes en el programa de gestión de la calidad, el personal clave adquiere comprensión de las características del producto importantes para los consumidores. Al ampliar el ámbito de la encuesta para incluir a los no clientes, esto proporciona una visión adicional de por qué estas personas utilizan los servicios del competidor, lo que permite a la empresa integrar estas características en sus productos. Las encuestas específicas pueden dirigirse a las áreas de un producto o servicio que necesitan mejoras o ya funcionan bien. Estos tipos de

programas pueden ayudar a una empresa a crear productos que los clientes desean.

✓ **Reducir gasto**

Las empresas manufactureras, por ejemplo, que almacenan el inventario de materias primas pagan por su almacenamiento, administración y seguimiento. Estos costos están integrados en el precio del producto. Mediante la implementación de un programa de gestión de la cadena de suministros, una empresa puede reducir las materias primas que tiene que mantener a mano, ahorrando dinero y espacio valioso. Este sistema inyecta un enfoque sistemático para mantener las necesidades de materia prima iguales a las necesidades de producción, lo que puede ayudar a reducir los costos de los productos en general, mejorando el margen de beneficio del producto.

✓ **Productividad mejorada**

Los programas de gestión de la calidad también pueden identificar áreas para mejorar los procesos internos. Este enfoque puede afectar la productividad eliminando tareas innecesarias o mejorando las existentes. También genera trabajo en equipo cuando una empresa implementa equipos departamentales mixtos basados en empleados que revisan los procesos internos.

✓ **Aumento de los ingresos**

Los programas de gestión de la calidad ayudan a las empresas a establecer los estándares de operación en todos los

departamentos. Al utilizar estos programas en múltiples áreas, una empresa puede identificar las estrategias que necesita implementar. De esta manera se puede mejorar su reputación entre sus clientes existentes, lo que también puede ayudar a atraer a otros nuevos. Esto da lugar a que los empleados gasten menos tiempo e inventario de materias primas para producir productos o servicios de calidad. Esto recupera el dinero perdido mientras que refina la excelencia del producto y del servicio, conduciendo en última instancia a los réditos crecientes y a una mejor línea inferior.

- **Principios básicos de la calidad**

Cortés (2017) tomando como partida los conceptos básicos de la calidad, los padres de la calidad moderna “Deming, Crosby y Juran” enunciaron cada uno por su parte, una serie de principios básicos que con el tiempo se han transformado en clásicos de referencia dentro del mundo de la gestión de calidad.

- a. Los 14 principios de calidad de DEMING**

- 1. Crear un propósito**, constante hacia la mejora de los productos y servicios, asignando recursos para cubrir necesidades a largo plazo en vez de buscar rentabilidad a corto plazo.

- 2. Adoptar la nueva filosofía de la estabilidad económica**, rechazando permitir niveles normalmente aceptados de demoras, errores, materiales defectuosos y defectos de

fabricación. Esta filosofía implica la necesidad de eliminar cualquier defecto, error o no conformidad de los productos y servicios.

En una época de gran competencia, solamente la búsqueda de la ausencia de defectos garantiza el éxito empresarial. Esta búsqueda debe ser perseguida, en primer lugar, por la dirección de las empresas.

3. Eliminar la dependencia de inspecciones masivas,

solicitando pruebas estadísticas inherentes a la calidad en las funciones de fabricación y compras. La calidad no proviene de la inspección de los productos y servicios, sino de la mejora de los procesos. Si los procesos mejoran, y se eliminan las causas que provocan los errores en los productos y servicios, no hará falta inspección de los mismos. En realidad siempre será necesaria la inspección, si bien los recursos destinados a la misma deberían ser mínimos.

4. Reducir el número de proveedores, eliminando a los no

cualificados. Se deben seleccionar los proveedores que ofrezcan calidad (y no exclusivamente bajo precio) en sus productos o servicios. Sólo así podrán constituirse relaciones a largo plazo entre proveedores y clientes; relaciones basadas en la calidad de los productos y servicios, y en la satisfacción mutua.

5. Buscar la mejora continua y constante en todos los procesos de planificación, producción y servicio. La mejora continua no es un esfuerzo que se realiza una única vez.

La mejora continua es constante. Todo producto o servicio es siempre mejorable.

6. Implementar la formación en el trabajo. Si los trabajadores están inadecuadamente formados, fácilmente errores y defectos en los productos o servicios que desarrollen. Continua debe ser instituida como política fundamental de las empresas.

7. Adoptar e implementar el liderazgo. La labor de los directivos no es simplemente mandar o castigar. Deben concentrar su labor en ayudar al personal a desempeñar mejor su trabajo, tomar medidas inmediatas en cuanto a imperfecciones, fomentar el trabajo en equipo, motivar a las personas, etc.

8. Erradicar el miedo. Debe erradicarse el miedo a la duda, a preguntar, a cambiar de forma de trabajo. Esto es aplicable tanto para trabajadores como para directivos. Muchos trabajadores temen tomar una decisión, manifestar una postura, o simplemente, preguntar.

De este modo continuarán haciendo las cosas mal, o simplemente no las harán. Solamente desterrando esos temores se conseguirá que todos los trabajadores tomen las mejores decisiones para la empresa.

9. Romper las barreras existentes entre los departamentos de la empresa, estimulando trabajos en equipo, congregando esfuerzos de áreas diferentes: investigación, diseño, ventas y producción.

Esta es la idea ya mencionada de que todos tenemos un cliente a quien satisfacer, sea interno o externo. Los productos o servicios deben ser entregados sin defectos al cliente, bien sea interno, bien externo.

La colaboración entre los distintos departamentos y personas de la empresa facilita el acuerdo entre ellos, la comprensión de las necesidades de unos y otros, e incrementa por tanto la satisfacción mutua.

10. Eliminar las metas para la mano de obra, No son las personas las que cometen la mayor parte de los errores, sino los procesos en los que trabajan.

Pedir al trabajador que mejore su herramientas, suele ser contra productivo.

11. Eliminar los objetivos numéricos, Tener en cuenta la calidad ni los métodos Alcanzar únicamente los objetivos numéricos suelen ser síntoma de baja calidad de los productos o servicios.

12. Derribar las barreras, Todo trabajador desea realizar un trabajo bien hecho, es preciso eliminar las herramientas que se lo impiden por no estar adecuadas para su trabajo; los horarios y rotaciones improductivas; los materiales de baja calidad que

no ofrecen garantías, etc. Un trabajador satisfecho, suele tener un rendimiento excelente.

13. Establecer un fuerte programa de educación y formación.

Este hace hincapié en el hecho de formarse y educarse para el cambio, para la implantación de nuevos procesos, competencias, y responsabilidades.

14. Poner en marcha las medidas para asegurar los 13 puntos anteriores, empezando por uno mismo.

15. La calidad responsabilidad de todos.

b. Los 4 principios de calidad de CROSBY

1. La calidad se define como cumplir con los requisitos.

La calidad de los productos y servicios se alcanza logrando que las cosas sean bien hechas a la primera. Para ello es imprescindible conocer los requisitos del cliente (interno o externo), ya que sólo así se puede conocer con certeza las características que lograrán su satisfacción.

2. El sistema de calidad es prevención.

La verificación, ya sea que se llame comprobación, inspección, prueba o con cualquier otro nombre, siempre se realiza tras la elaboración del producto, cuando ya se han producido los errores. El secreto de la prevención estriba en observar el proceso y determinar las posibles causas de error. Estas causas pueden ser controladas y eliminadas. La prevención se enfoca hacia el proceso, para eliminar las posibilidades de error,

disminuyendo el tiempo y los recursos se emplean en prevenir defectos, no en solucionarlos después de ocurridos. El sistema para lograr la calidad es la prevención, no la verificación.

3. El estándar de realización es 0 defectos. Dentro de una organización, todos los resultados son obtenidos por personas. Cada servicio o producto es creado a través de varias tareas que se realizan dentro de la empresa y en su trato con los proveedores. Cada una de estas tareas deberá de hacerse apropiadamente si se desea alcanzar resultados. Esta es la razón por la que se necesita un estándar de realización que no pueda ser mal entendido. El estándar de realización debe ser cero defectos, no "así está bastante bien". Cero defectos" quiere decir hacer las cosas bien a la primera vez.

4. La medida de la Calidad es el precio del incumplimiento. Los productos y servicios defectuosos deben ser corregidos o desechados para ser sustituidos por otros. En ambos casos existe un coste derivado, bien de la corrección del defecto, bien de la sustitución del producto. Este coste económico, así como otros derivados, como la pérdida de credibilidad, la pérdida de clientes, etc., son el precio que se paga por la no calidad de los productos o servicios realizados. La medida de la calidad es el precio de estos costes. (Cortés, 2017, p.18).

c. La gestión de calidad y la trilogía de JURAN.

La Calidad, según la norma ISO 8402:94, es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer necesidades expresadas o implícitas. En algunos contextos las necesidades están especificadas (expresadas), mientras que en otros las necesidades son implícitas - por los que deben ser identificadas y definidas. La gestión de la calidad puede ser considerada como la interrelación del conjunto de medios por cuales se logra la calidad. Este proceso incluye tres elementos conocidos como la trilogía de Juran, lograda por analogía con la administración financiera, a saber:

- ✓ Planificación de la Calidad,
- ✓ Control de la Calidad
- ✓ Mejora de la calidad.

1. Planificación de la calidad.

Planear es prever ¿qué hacer, con qué hacerlo, cómo hacerlo, cuándo hacerlo y quién o quiénes son los responsables de hacerlo?. Por ello, lo primero es establecer el objetivo; que consiste en ¿qué hacer? En el caso de la gestión de la calidad se establecen los objetivos perseguidos con la planificación:

- ✓ Que los productos o servicios satisfagan las necesidades de los clientes,

- ✓ Reducir (minimizar) la insatisfacción del cliente con el producto o servicio.
- ✓ Evitar defectos costosos,
- ✓ Optimizar el desempeño de la empresa.

Partiendo de estos objetivos puede definirse la planificación de la calidad como la actividad encaminada a determinar las necesidades de los clientes y a desarrollar, seguidamente, los productos o procesos requeridos para satisfacer esas necesidades.

2. Control de calidad

El control es un proceso de retroalimentación en el que intervienen un mecanismo sensor, encargado de reflejar el comportamiento real e informarlo a un mecanismo comparador, encargado éste último de hacer de árbitro, al comparar el desempeño real con el planificado y si la diferencia es crítica activar el mecanismo corrector para hacer los cambios necesarios con la finalidad de regular el desempeño para el fin de acercar la calidad real (lograda) a la calidad deseada (planificada.)

El control de la calidad debe intervenir desde el director ejecutivo hasta los operarios. Puede parecer incongruente el hecho de que la dirección habla el lenguaje del dinero y la fuerza laboral el lenguaje de las cosas. Pero hay otro elemento y es el hecho de que generalmente los operarios y el director ejecutivo no se comunican directamente si no a través de la

dirección intermedia, la cual actuará como traductora y, por tanto, que deber ser bilingüe; debe hablar (según Juran) el lenguaje del dinero y el lenguaje de las cosas

3. Mejora de la calidad.

La calidad tiene realmente dos significados relevantes, por una parte significa aquellas características del producto o servicio que responden a las necesidades de los clientes, y por otra ausencia de deficiencias. Existe un término que incluye ambos significados; “adecuación al uso”

Entendamos por producto la resultante (salida) de cualquier proceso, que consiste fundamentalmente en bienes, “software” y servicios.

Bienes son cosas (productos) físicos, palpables, duros “hardware” Software es en general un programa de instrucciones que se hace extensivo a información en general: informes, planes, órdenes, tecnología, etc.

Servicio es el trabajo que se realiza para otra persona pero que no se brinda como algo físico-transportable; ejemplo: energía, transporte, comunicaciones, recreación, hotelería y turismo- donde se ofertan bienes y servicios. Dentro de las empresas nóminas, contratación, mantenimientos, etc. son servicios.

Características del producto son aquellas propiedades que presenta un producto con la pretensión de satisfacer determinadas necesidades de los clientes, por ende, proporcionar satisfacción al cliente.

Las características del producto se miden generalmente en función de variables. Ejemplo, plazos de entrega en horas, días o minutos, y el área en metros cuadrados.

- **Principios de los modelos de la calidad basados en la NORMA ISO 9001:2015.**

Principios de la gestión de calidad

La calidad aparece como principio de una empresa en el siglo XXI y se encuentra vinculado a aquella organización que busca consolidarse, crecer y desarrollarse para tener éxito. Los principios de gestión de calidad son las grandes premisas que se utilizan para transmitir por la alta dirección de la organización.

Los principios de la gestión de calidad no pueden ser cerrados, en el momento en el que se implemente la norma ISO 9001 la empresa no se debe resentir. Para que dicha norma le pueda ser útil a la organización tiene que tomarse no como un sistema que se debe implementar sino como un sistema de referencia. Lo deseable es que sea un proceso de mejora continua en el cual la norma ISO 9001 actúe como parte del principio de organización de la calidad.

Ocho principios de gestión de la calidad

Los ocho principios de gestión de la calidad son los siguientes:

1. Enfoque al Cliente

Las empresas dependen de sus clientes, y por lo tanto deben comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer todos los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder a las expectativas de los empleados.

La organización debe tener claro que las necesidades de sus clientes no son estáticas, sino dinámica por lo que van cambiando a lo largo del tiempo, además de ser los clientes cada vez más exigentes y cada vez se encuentran más informados. La organización no sólo ha de esforzarse por conocer las necesidades y expectativas de sus clientes, sino que ha de ofrecerle diferentes soluciones mediante los productos y los servicios, y gestionarlas e intentar superar las expectativas día a día. Para ampliar información ISO 9001:2015 – El programa de auditoría y su funcionamiento.

2. Liderazgo

Los líderes establecen la unidad de propósito y orientación de la empresa. Deben crear y mantener un ambiente interno en el cual los empleados pueden llegar a involucrarse totalmente para conseguir los objetivos de la empresa.

El liderazgo es una cadena que afecta a todos los directivos de una empresa, que tienen personal a su cargo. Si se rompe un eslabón de dicha cadena, se rompe el liderazgo de la empresa.

3. Participación del personal

El personal es la esencia de la empresa y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean utilizadas para el beneficio de la empresa.

La motivación del personal es clave, así como que una empresa dispone de un plan de incentivos y reconocimientos.

Sin estas dos acciones, difícilmente una empresa puede conseguir el compromiso del personal.

4. Enfoque basado en procesos

Un resultado deseado se consigue más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

El cambio reside en la concepción de la empresa. Ha dejado de ser una empresa por departamentos o áreas funcionales para ser una empresa por procesos para poder crear valor a los clientes.

5. Enfoque de sistema para la gestión

Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficiencia y eficacia de una empresa para conseguir sus objetivos.

El fin último que se persigue es el logro de los objetivos marcados. Para ellos será necesario que la empresa detecte y gestione de forma correcta todos los procesos interrelacionados.

6. Mejora continua

La mejora continua del desempeño general de las empresas debe ser un objetivo permanente. La mejora continua de los procesos se consigue con el ciclo PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar), para mejorar.

7. Enfoque basado en hechos para la toma de decisión

Las decisiones se basan en el análisis de los datos y la información. Lo que no se puede medir no puede ser controlado, y lo que no se puede controlar es un caos. Esto no se nos puede ayudar.

8. Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor

Una empresa y sus proveedores son interdependientes, y una relación beneficiosa para aumentar la capacidad de ambos para crear valor.

Es necesario desarrollar alianzas estratégicas con los proveedores para ser mucho más competitivos y mejorar la productividad y la rentabilidad. Durante las alianzas, gana tanto la empresa como los proveedores.

Adoptar un Sistema de Gestión de Calidad debe ser una decisión estratégica que tome la dirección de cada empresa. El diseño y la implantación de un sistema de gestión de calidad en una empresa que se encuentra influido por la naturaleza de cada empresa, por sus necesidades, por sus objetivos particulares, por los servicios que proporciona, por los procesos que emplea y por el tamaño y la estructura de la misma. El éxito de una empresa se consigue mediante la implementación y el mantenimiento del Sistema de Gestión de Calidad diseñado para mejorarlo de forma continua.

La aplicación de diferentes principios de la gestión de calidad no sólo proporciona beneficios directos sino que también hace una importante contribución de la gestión de costos y riesgos.

Software ISO 9001

Con el objetivo de controlar de una manera fácil y eficaz el desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001, las organizaciones hacen uso, entre otras herramientas, del Software ISOTools Excellence, que permite y facilita el control del sistema garantizando la obtención de óptimos beneficios.

- **Beneficios de la Gestión de calidad de las MYPES**

Según González (2009) los propósitos que mueven a una organización a involucrarse en un proyecto destinado a implantar la norma ISO 9001:2000, habitualmente simplemente cumplir con la exigencia de sus clientes. Comprenden obtener una ventaja competitiva, diferenciarse de la competencia, demostrar su preocupación por la calidad, iniciar un proyecto dirigido hacia la Calidad Total, o No tan claros como estos propósitos, los beneficios subyacentes, subordinados a la necesidad posible, los propósitos planteados. De implantar adecuadamente un sistema de gestión de calidad (SGC) muchas veces permanecen por concretar, en el menor tiempo Resulta de gran utilidad entonces, establecer cuáles son los beneficios de mayor preponderancia en una empresa con un SGC adecuadamente implantado.

1. ¿Qué aportan los beneficios a la sociedad?

La sociedad es el entorno de las empresas, y toda sociedad obtendrá beneficios si crea un ambiente propicio para que las empresas se desarrollen y viceversa, una empresa obtendrá beneficios si su estrategia se basa en la innovación, motivación y la eficacia. Estos beneficios, que aumentan su valor, permitirán a la empresa la distribución equitativa de los mismos y recompensar a quienes forman parte de ella, accionistas, directivos, empleados, etc.

Estas recompensas son necesarias por las razones siguientes: Permite a las personas invertir su tiempo, energía y dinero en una empresa rentable. Por ello los inversores han de sentirse debidamente compensados y estimulados colaborando con sus aportaciones económicas en los planes futuros de la empresa y siempre en relación al beneficio que esperan obtener (binomio rentabilidad-riesgo). La buena marcha de las empresas permite invertir a muchos ahorradores privados, esperando recibir una recompensa futura. Si estos pequeños inversores no esperaran obtener beneficios, posiblemente estos ahorros irían preferentemente al consumo. Los beneficios de las empresas que posteriormente tributan al Estado, permite a este dotar a la sociedad en general de mejores servicios, infraestructuras, etc.

Los beneficios propician la utilización de nuevos elementos o procesos productivos de la forma más eficaz posible. Los

beneficios estimulan el desarrollo de nuevas tecnologías y el uso de nuevos métodos de marketing, distribución y financiación. En conclusión.

1. Las empresas mercantiles o negocios tendrán que obtener los beneficios para poder seguir adelante.
2. La organización empresarial se orienta, como mínimo, a transformar las necesidades de los clientes en oportunidades para lograr beneficios.
3. Los gestores o empresarios son los responsables de llevar a cabo la realización de beneficios a través de las dos funciones fundamentales en la gestión:
Marketing e Innovación, Rubio (2006)

2. Beneficios que aporta el sistema de gestión de calidad

ISO 9001 La aplicación de un Sistema de Gestión de Calidad en la empresa permite beneficios no solo para la organización sino para el cliente, estos beneficios deben estar basados en la aplicación de estándares internacionales como la ISO 9001 que generan mejoras en los procesos. La mejora de procesos, documentación, normas, manuales y organización, se traduce en que los elementos en la empresa están mejor organizados, todos saben lo que tienen que hacer, los ingresos de un proceso, están enlazados con las salidas del proceso precedente, aumentando la productividad.

3. **Se mejora la organización:** Cuando se establece una comunicación más fluida, con responsabilidades y objetivos de calidad establecidos.
4. **Incremento de la rentabilidad:** Es consecuencia de la mejora de procesos y de la organización que posibilitan menores costos, también es consecuencia de la mayor confianza generada en los clientes por la calidad de los productos y servicios ofertados.
5. **Mejora la capacidad de respuesta y flexibilidad ante las oportunidades cambiantes del mercado:** El reto de las organizaciones es ser capaz de anteponerse a las necesidades del mercado, los mercados están muy fragmentados, al igual que los clientes, innovaciones tecnológicas constantes cambian las estructuras. Reducir el tiempo de producción y comercialización de productos y servicios, hay que anticiparse a las necesidades de los clientes, la enorme competencia premia a quien se anticipa. Las empresas tienen que buscar el conocer a los clientes (el enfoque al cliente no es nada fácil, por cierto), tener conocimiento importante del mercado y una organización que le permita una respuesta ágil y rápida, a las nuevas necesidades.
6. **Mejora la motivación y el trabajo en equipo:** permite mayores posibilidades de alcanzar metas y objetivos de calidad propuestos. Es necesario la formación, el desarrollo del liderazgo en los directivos, lo que permite una capacidad

de cambio y esfuerzo, desarrollar el corporativismo. La Época de bonanza y de crecimiento fácil a pasado ahora las empresas se enfrentan a un crecimiento moderado y el sistema de gestión de la calidad esto posibilita mantener un crecimiento de ingresos, reducción de costos y aumento de la productividad.

7. Beneficios para los clientes, que inspira la ISO 9001

Las empresas buscan mejorar su imagen demostrando que su principal preocupación es la satisfacción de los clientes. Y refuerza la confianza de estos cuando las empresas suministran productos acordados y/o servicios pactados de calidad, esto trae como consecuencia una mejor posición en el mercado, aumentando la fidelidad de los clientes.

5.2.4. MYPES Rubro Botica

1. Definición de Botica.

La Botica es un lugar o establecimiento donde un farmacéutico ejerce la función de atención dirigida a pacientes, ofreciéndole asesoría oportuna y dispensación de medicamentos prescritos por el médico. También se comercializa alimentos especiales, productos de cosmético, productos de tocador, etc.

Son lugares donde la comunidad puede adquirir medicamentos y se puede denominar Farmacias o Boticas. Esto debe estar registrado en la Dirección General de Medicamentos, Insumo y Drogas (DIGEMID) del Ministerio de Salud y en sus similares en las Regiones.

Son dirigidas por un profesional Químico Farmacéutico que es el responsable de la dispensación, información y orientación al paciente sobre el uso apropiado de los medicamentos. En estos establecimientos también se encuentran los técnicos y auxiliares de farmacia, encargados del expendio o entrega del medicamento.

2. Diferencia entre Farmacia y Botica

- **Farmacia:** es regentada por un químico farmacéutico (debe ser, además, propietario o socio del negocio).
- **Botica:** puede estar dirigida por un comerciante común, pero que está en la obligación de contratar un Químico Farmacéutico que regente.

3. Satisfacción al Cliente

Según (Angulo y Jáuregui, 2010) la satisfacción de los clientes, es uno de los objetivos de la calidad importantes en cualquier empresa. El compromiso en la satisfacción de los clientes se debe evidenciar en la suscripción de su política de calidad por la alta dirección, ello servirá de base para el despliegue de los objetivos de calidad de cada año a través de un programa de Gestión de Calidad en el cual se puede definir los recursos, actividades, metas, la frecuencia de medición y las acciones de mejora.

Entendiéndose a los clientes como las organizaciones o usuarios que reciben un producto o servicio. Muchas veces en las Farmacias y Boticas son pacientes, vecinos del propietario, institutos de educación o, inclusive, cualquier organización que desee contar con la implementación de botiquines de primeros auxilios como lo podría ser un Colegio particular o una empresa manufacturera colindante al establecimiento. En cualquier caso, es finalmente el cliente quien determina la aceptación del producto o servicio.

4. Requisitos Legales y Reglamento para Farmacias y Boticas

Actualmente, el que el farmacéutico sea un activo proveedor de asistencia sanitaria, ya es una obligación y esta estandarizado en las Buenas Practicas que corresponden a las Farmacias y Boticas emitidas por el Ministerio de Salud (MINSU).

En noviembre del 2009 se aprobó la Ley 29459 “Ley de los Productos Farmacéuticos, Dispositivos Médicos y Productos Sanitarios”, al igual que en 1997 la Ley 26842 “Ley General de Salud”, ambas

establecen el marco legal para la fabricación, expendio, importación, almacenamiento y distribución, comercialización, promoción, publicidad, atención farmacéutica, expendio, uso y destino final de los productos antes mencionados; así como las responsabilidades y competencias del Ministerio de Salud – DIGEMID en emitir las normas legales, las cuales deben ser consideradas por el Estado prioridades dentro del conjunto de políticas sociales que permitan un acceso oportuno, equitativo y con calidad a los servicios de salud.

La Ley 29459 también establece que, para desarrollar sus actividades, los establecimientos farmacéuticos deben cumplir con las Buenas Prácticas de Manufactura, Buenas Practicas de Laboratorio, Buenas Practicas de Distribución, Buenas Practicas de Almacenamiento (BPA), Buenas Practicas de Dispensación (BPD), Buenas Practicas de Seguimiento Farmacoterapeutico y demás aprobadas por MINSA, según corresponda y contar con la certificación correspondiente en los plazos que establece el Reglamento.

5. Buenas Prácticas de Almacenamiento (BPA)

Las buenas prácticas de almacenamiento son parte del programa de las buenas prácticas de Manufactura y se enfoca en el almacenamiento, el transporte de los productos y la distribución cumpliendo un conjunto de normas mínimas obligatorias que deben de cumplir los establecimientos de importancia, distribución, dispensación y expendio de productos farmacéuticos y afines respecto a las instalaciones, equipos y procedimientos operativos, destinados a

garantizar el mantenimiento de las características y propiedades de los productos e instalaciones.

La Dirección General de Insumo y Drogas DIGEMID, emitió mediante **resolución ministerial N° 132 – 2015** el nuevo manual de Buenas Prácticas de Almacenamiento de Productos Farmacéuticos, Dispositivos Médicos y Productos Sanitarios en Laboratorios, Droguerías, Almacenes especializados y Almacenes Aduaneros en el marco de Dicho Documento, la Dirección General de Medicamentos certifica cumplimiento de las Buenas Prácticas de Almacenamiento.

6. Buenas Prácticas de Dispensación (BPD)

Según MINSA. Es un conjunto de normas establecidas para asegurar un uso adecuado de estos productos. Unas prácticas correctas de dispensación garantizan que se entregue al paciente que corresponde, el medicamento correcto, en la dosis y cantidad prescrita, con información clara sobre su uso y conservación, y en un envase que permita mantener la calidad del medicamento.

7. Adquisición de Medicamentos

Todos los medicamentos son autorizados por el Ministerio de Salud, para su venta con o sin receta médica.

La condición de venta de los medicamentos se encuentra especificada en la **Ley General de Salud 26842**, la cual se encuentra resaltada en el envase del medicamento; los establecimientos farmacéuticos debes respetar esta condición. Toda persona que acude a una Farmacia o Botica a adquirir medicamentos, debe revisar detenidamente la fecha

de vencimiento, el estado de conservación y verificar que este cuente con el respectivo Número de Registro Sanitario del Perú.

8. La Receta Médica

Se entiende por receta médica al documento formal por el cual los profesionales de salud prescriptores (medico, odontólogo, obstetras) indican un tratamiento al paciente, que puede o no contener medicamentos. La misma, contiene medidas e instrucciones para prevenir, aliviar, controlar, diagnosticar y curar la enfermedad.

Sin embargo, la receta puede ser inútil si no se instruye debidamente al paciente sobre como tomar los medicamentos, informándoles sobre los efectos deseados (terapéutico) y efectos no deseados (adversos).

Un punto importante a considerar es el costo de los medicamentos en el tratamiento indicado, este debe estar al alcance de las posibilidades económicas de las personas, contribuyendo a la pronta recuperación de su salud.

III. Hipótesis

La gestión de calidad influye significativamente en los beneficios de las MYPES del Sector Comercio - Rubro Boticas, de la Avenida 17 de Noviembre, distrito de Independencia, Lima 2018.

Identificación de las Variables

De la hipótesis General

Variable independiente: Gestión de Calidad

Variable dependiente: Beneficios

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

Se aplicó un diseño de la investigación No experimental - transversal - correlacional.

- No experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observa el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.
- Transversal porque se realizó en un determinado tiempo.
- Fue correlacional porque el estudio está basado en relación de la variable gestión de calidad y los beneficios que se logran con su aplicación

4.1.1. Tipo de Investigación

Tipo de la investigación fue cuantitativa, porque en el procesamiento y análisis de datos se utiliza la matemática y la estadística (Valderrama, 2014).

4.1.2. Nivel de la investigación de la tesis

El nivel de la investigación fue descriptivo y correlacional:

- **Descriptivo:** Es descriptivo porque se tomó el 100% de la cantidad de MYPES en estudio.
- **Correlacional:** Porque tuvo como finalidad establecer el grado de relación o asociación no causal existente entre dos o más variables. Se caracteriza porque primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacional y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación. (Marroquin, R. 2012).

4.2. Población y muestra

Universo / población

Se utilizó una población de 10 MYPES del sector comercio – Rubro Botica, de la Avenida 17 de noviembre, distrito de Independencia, Lima 2018, para la realización del estudio.

Muestra

La muestra estuvo constituido por 10 MYPES del sector comercio - Rubro Botica, de la Avenida 17 de noviembre, distrito de Independencia, Lima, con la finalidad de tener información certeros sobre el tema de estudio. El criterio de información está dada en función de la voluntad y disponibilidad de los representantes y/o gerentes de los establecimientos en estudio.

4.3. Definición y Operacionalización de Variables

VARIABLES		Definición operacional			Escala de medición
Denominación	Definición conceptual	DIMENSIONES		INDICADORES	
		Denominación	Definición	Denominación	
Gestión de calidad	Considera como la interrelación del conjunto de medios por cuales se logra la calidad. Este proceso incluye tres elementos conocidos como la trilogía de Juran, lograda por analogía con la administración financiera. Planificación de la calidad, control de calidad, mejora de calidad. Juran, J. (1990)	Planificación de la calidad	Se basa en desarrollar lo que el cliente precisa, ya sea un producto o un servicio, y así satisfacerlo.	Metas	Likert
				Objetivos	
				Políticas	
				Estrategias	
		Control de Calidad	Es quien suministra los estándares de calidad que se utilizarán para la inspección.	Seguimiento	
				Supervisión	
				Evaluación	
		Mejora de Calidad	Generalmente nace de la detección de errores. Hallar errores y conocer su origen nos permite encontrar una oportunidad de mejora del proceso.	Proceso	
				Innovación de proyectos	
Mejora continua					
Beneficios	La aplicación de un Sistema de Gestión de Calidad en la empresa permite beneficios no solo para la organización sino para el cliente, estos beneficios deben estar basados en la aplicación de estándares internacionales como la ISO 9001 que generan mejoras en los procesos. Productividad, rentabilidad, desarrollo empresarial. González, H. (2009).	Productividad	Medida económica que calcula cuántos bienes y servicios se han producido por cada factor utilizado (trabajador, capital, tiempo, costes, etc.) durante un periodo determinado.	Eficacia	Likert
				Eficiencia	
				Efectividad	
		Rentabilidad	Producen una serie de capitales en un determinado periodo de tiempo. Es una forma de comparar los medios que se han utilizado para una determinada acción, y la renta que se ha generado fruto de esa acción.	Utilidad	
				Capacidad de pago	
		Desarrollo empresarial	Proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, por el cual favorecen el manejo eficiente y fuerte de los recursos de su empresa.	Confianza y satisfacción al cliente	
				Consolidar una posición competitiva	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación se aplicó una encuesta (técnica), mediante un cuestionario (instrumento) estructurado por 10 preguntas relacionadas a los aspectos generales de la empresa y las variables en estudio: Gestión de calidad y Beneficios.

Encuesta: Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información, tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

Cuestionario: Es una forma organizada y practica de hacer preguntas y respuestas, es un sistema adaptable a cualquier campo que busque una opinión generalizada de un tema en específico.

Técnica de la encuesta:

- 5 preguntas con respecto a la calidad
- 5 preguntas con respecto al beneficio

4.5. Plan de Análisis

Para el análisis de los datos se empleó las técnicas estadísticas descriptivas, se elaboraron tablas de distribución de frecuencias para cada una de las variables en estudio.

Esta información se trasladara al programa SPSS versión 22, representándola en tablas con valores absolutos y porcentuales, finalmente esta información estará lista para interpretar y analizar.

4.6. Matriz de consistencia

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION	VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
<p><u>PROBLEMA GENERAL</u></p> <p>¿Cuál es la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPES del Sector Comercio - Rubro Boticas, de la Avenida 17 de Noviembre, Distrito de Independencia, Lima 2018?</p>	<p><u>OBJETIVO GENERAL</u></p> <p>Determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPES del Sector Comercio - Rubro Boticas, de la Avenida 17 de Noviembre, Distrito de Independencia, Lima 2018.</p> <p><u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Determinar las características de una gestión de calidad en las MYPES del Sector Comercio - Rubro Boticas, de la Avenida 17 de Noviembre, Distrito Independencia, Lima 2018. Determinar los beneficios que se logra con la aplicación de una gestión de calidad en las MYPES del Sector Comercio - Rubro Botica, de la Avenida 17 de Noviembre, Distrito Independencia, Lima 2018. Determinar si la gestión de calidad influye en los beneficios de las MYPES del Sector Comercio - Rubro Botica, de la Avenida 17 de Noviembre, Distrito Independencia, Lima 2018. 	<p>La gestión de calidad influye significativamente en los beneficios de las MYPES del Sector Comercio - Rubro Boticas, de la Avenida 17 de Noviembre, distrito de Independencia, Lima 2018.</p>	<p><u>VARIABLES DE ESTUDIO:</u></p> <p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Gestión de Calidad.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Beneficios</p>	<p><u>POBLACIÓN</u></p> <p>La población estuvo constituida por 10 MYPES en el área de estudio.</p> <p><u>MUESTRA</u></p> <p>La muestra estuvo constituida por 10 MYPES.</p>	<p><u>TIPO DE INVESTIGACIÓN</u></p> <p>El tipo de investigación a utilizar es cuantitativa.</p> <p><u>NIVEL DE INVESTIGACIÓN</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Descriptivo Correlacional 	<p><u>TÉCNICA</u></p> <p>Encuesta</p> <p><u>INSTRUMENTO</u></p> <p>Cuestionario</p>

4.7. Principios éticos

- **Protección a las personas**

La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

- **Beneficencia y no maleficencia**

Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

- **Justicia**

El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las

limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación

- **Integridad científica**

La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

- **Consentimiento informado y expreso**

En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

V. Resultados

5.1. Resultados

Tabla N°1: Usted ha recibido asesoramiento sobre gestión de calidad para poder cumplir las metas que tiene su empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	4	40,0	40,0	40,0
	casi siempre	5	50,0	50,0	90,0
	algunas veces	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES rubro Boticas

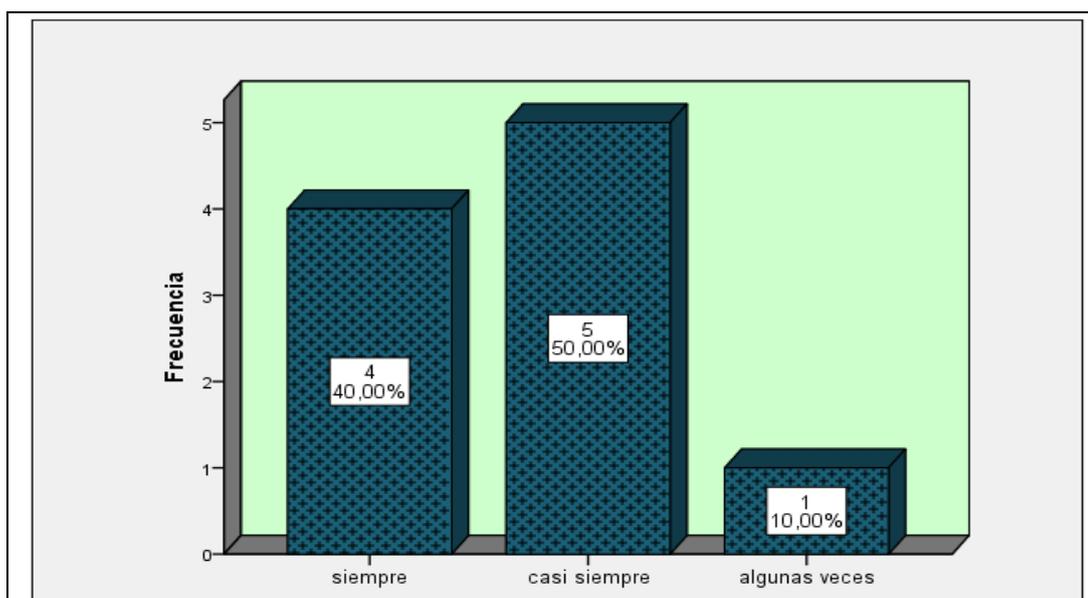


Figura 1. Usted ha recibido asesoramiento sobre gestión de calidad para poder cumplir las metas que tiene su empresa.

Interpretación: del total de las MYPES encuestas del sector comercio rubro boticas refieren, el 50% ha recibido casi siempre asesoramiento sobre gestión de calidad para poder cumplir las metas que tiene su empresa, así mismo se observa que el 10% señala que algunas veces han recibido asesoramiento sobre gestión de calidad.

Tabla N°2: Ha considerado la importancia de tener objetivos de gestión de calidad en su empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	6	60,0	60,0	60,0
	casi siempre	3	30,0	30,0	90,0
	algunas veces	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES rubro Boticas

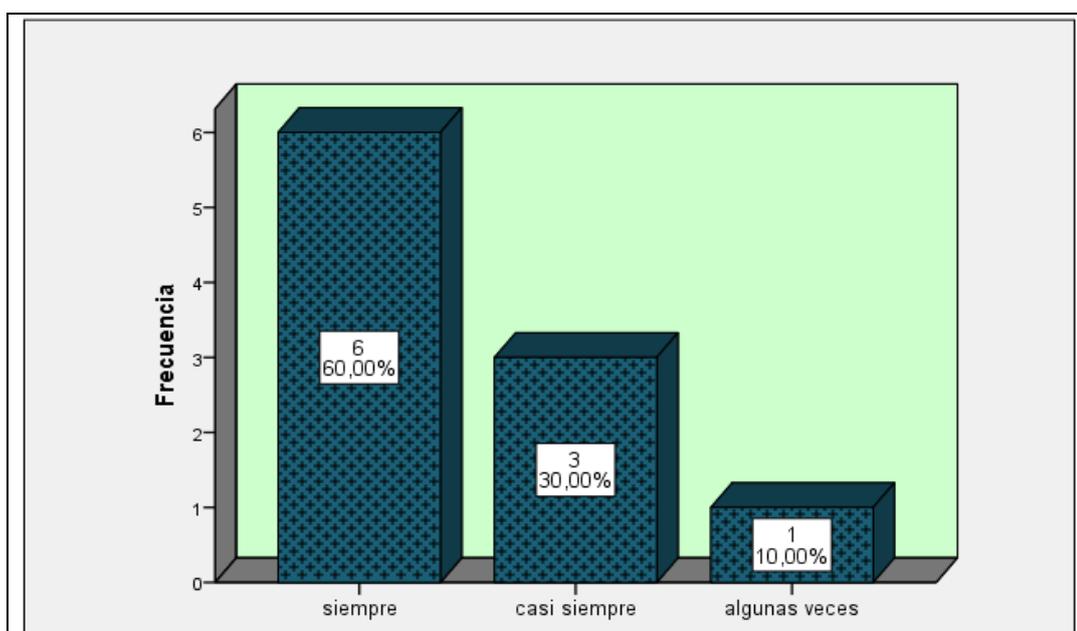


Figura 2. Ha considerado la importancia de tener objetivos de gestión de calidad en su empresa.

Interpretación: del total de las MYPES encuestas del sector comercio rubro boticas refieren que el 60% consideran siempre la importancia de tener objetivos de gestión de calidad en su empresa, así también 10% han considerado algunas veces la importancia de tener objetivos de gestión de calidad.

Tabla N°3: Cuenta con la política de infraestructura adecuada para el desempeño de sus actividades.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	7	70,0	70,0	70,0
	casi siempre	2	20,0	20,0	90,0
	pocas veces	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES rubro Boticas

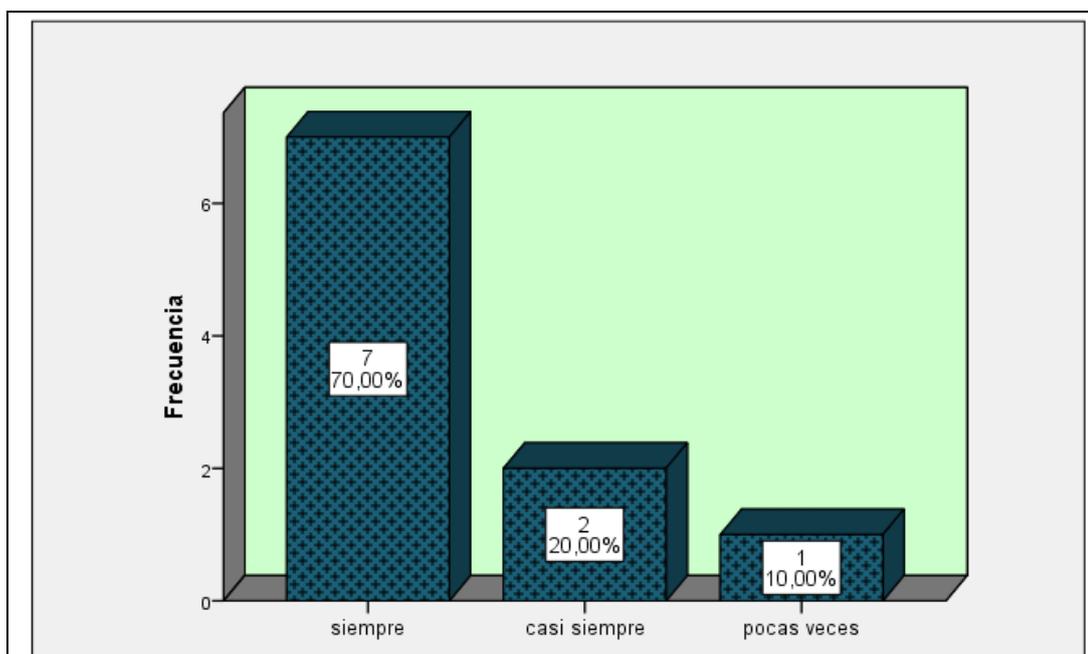


Figura 3. Cuenta con la política de infraestructura adecuada para el desempeño de sus actividades.

Interpretación: del 100% de los encuestados 70% siempre cuentan con la política de infraestructura adecuada para el desempeño de sus actividades, mientras que el 10% cuenta pocas veces con la política de la infraestructura.

Tabla N°4: Cuenta con estrategias para determinar la calidad de productos y servicios que ofrece su empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	7	70,0	70,0	70,0
	casi siempre	2	20,0	20,0	90,0
	algunas veces	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES rubro Boticas

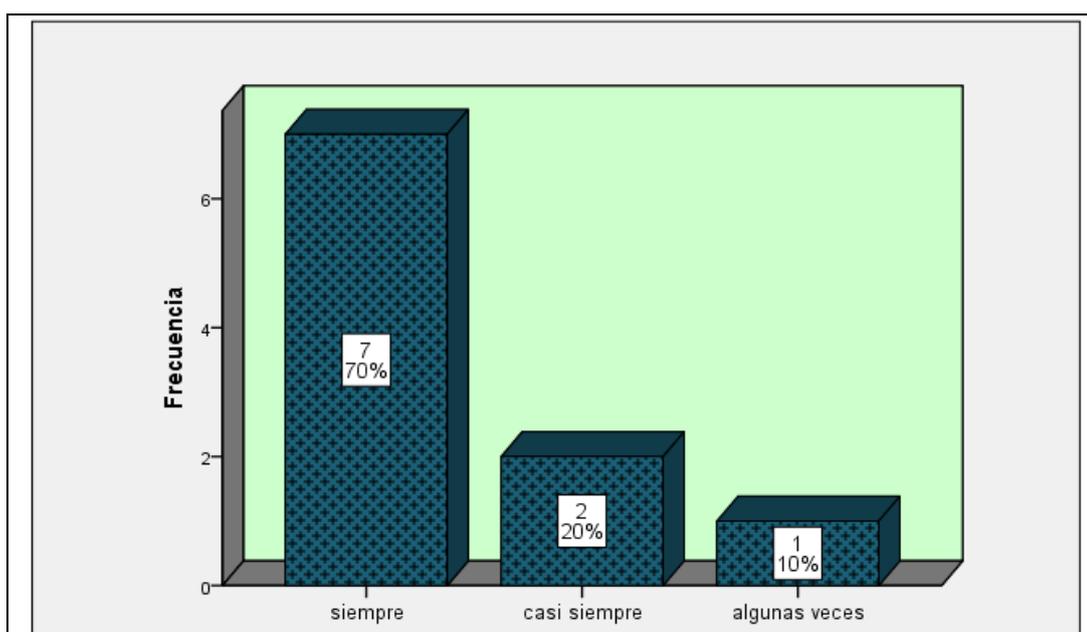


Figura 4. Cuenta con estrategias para determinar la calidad de productos y servicios que ofrece su empresa.

Interpretación: del 100% de los representantes de las MYPES del sector comercio rubro boticas encuestados, el 70% siempre cuentan con estrategias para determinar la calidad de productos y servicios que ofrece su empresa, así mismo el 10% de los representantes encuestados refieren que solo algunas veces cuentan con estrategias para determinar la calidad de productos y servicios.

Tabla N°5: Realiza seguimiento y control de calidad de productos y servicios que brinda su empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	7	70,0	70,0	70,0
	casi siempre	2	20,0	20,0	90,0
	algunas veces	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES rubro Boticas

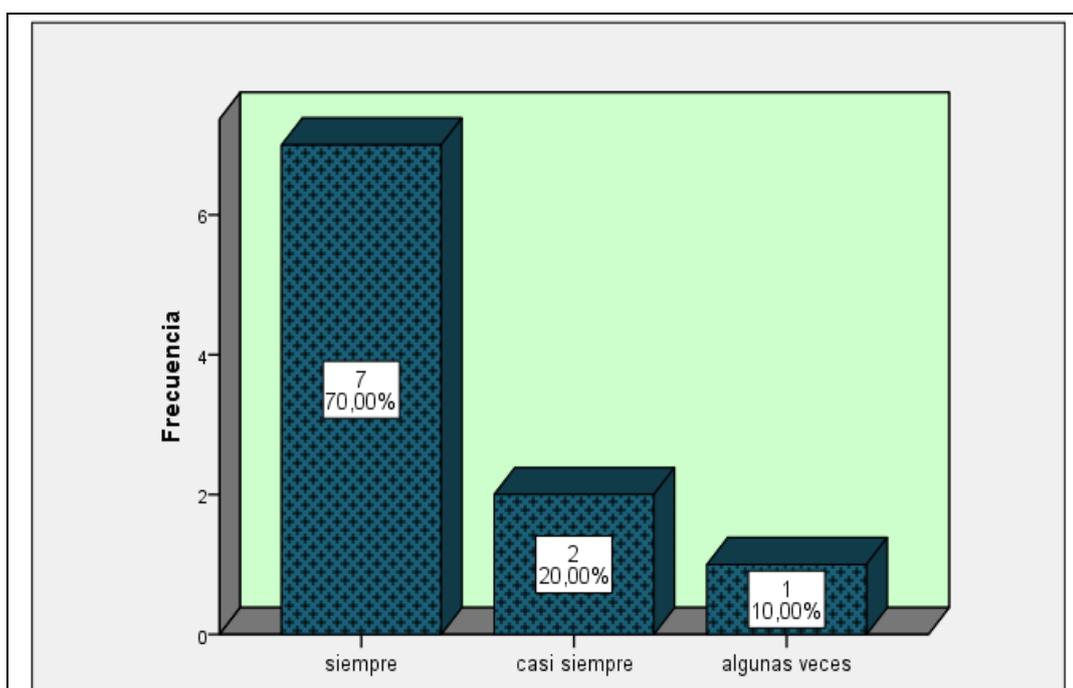


Figura 5. Realiza seguimiento y control de calidad de productos y servicios que brinda su empresa.

Interpretación: del 100% de los representantes encuestados, el 70% siempre realizan seguimiento y control de calidad de productos y servicios que brindan su empresa, y solo el 10% realizan algunas veces el seguimiento y control de calidad.

Tabla N°6: Cuenta con programas de evaluación constante en la capacitación de su talento humano.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	5	50,0	50,0	50,0
	casi siempre	4	40,0	40,0	90,0
	algunas veces	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES rubro Boticas

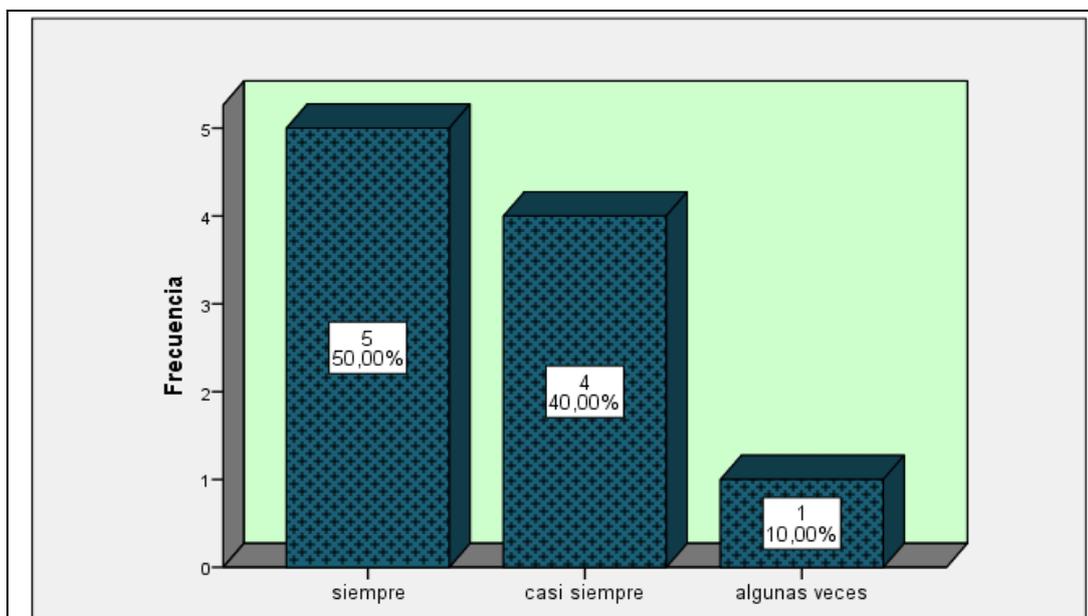


Figura 6. Cuenta con programas de evaluación constante en la capacitación de su talento humano.

Interpretación: del 100% de representantes encuestados, el 50% casi siempre cuentan con programas de evaluación constante en la capacitación de su talento humano, mientras que el 10% solo algunas veces cuentan con programa de evaluación y control.

Tabla N°7: Realiza supervisión constante para verificar la calidad de sus productos y/o servicios que brinda al público.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	7	70,0	70,0	70,0
	casi siempre	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES rubro Boticas

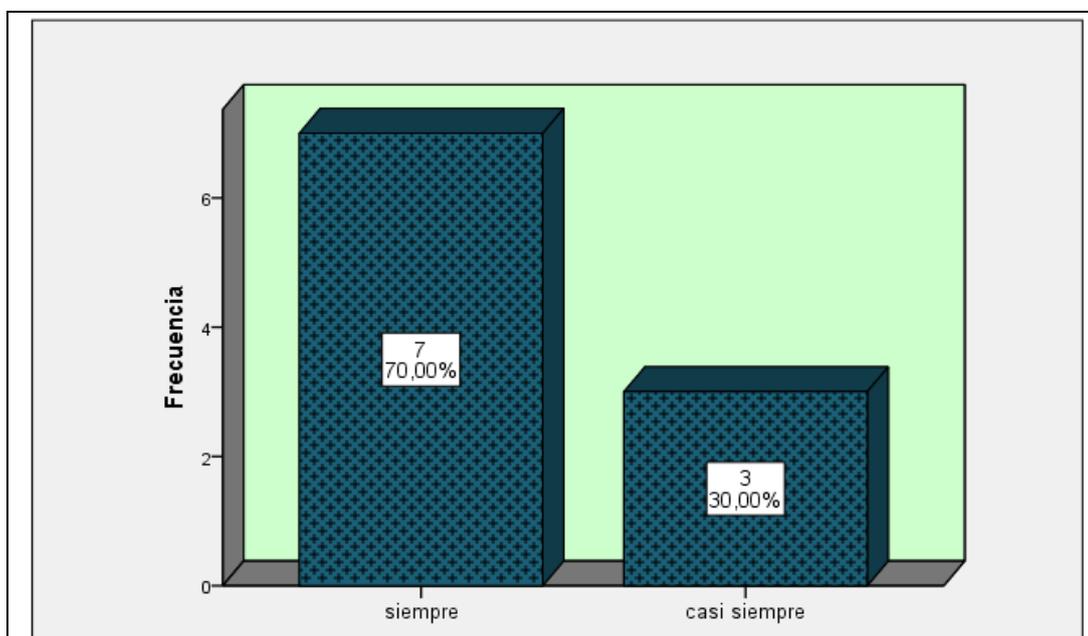


Figura 7. Realiza supervisión constante para verificar la calidad de sus productos y/o servicios que brinda al público.

Interpretación: del 100% de las MYPES encuestados del sector comercio rubro boticas el 70% de los encuestados siempre realizan supervisión constante para verificar la calidad de sus productos y/o servicios que brinda al público, mientras que el 30% casi siempre realizan supervisión para verificar la calidad de sus productos.

Tabla N°8: Cuenta con la innovación de proyectos de infraestructura y mejora de calidad de productos y servicios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	7	70,0	70,0	70,0
	casi siempre	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES rubro Boticas

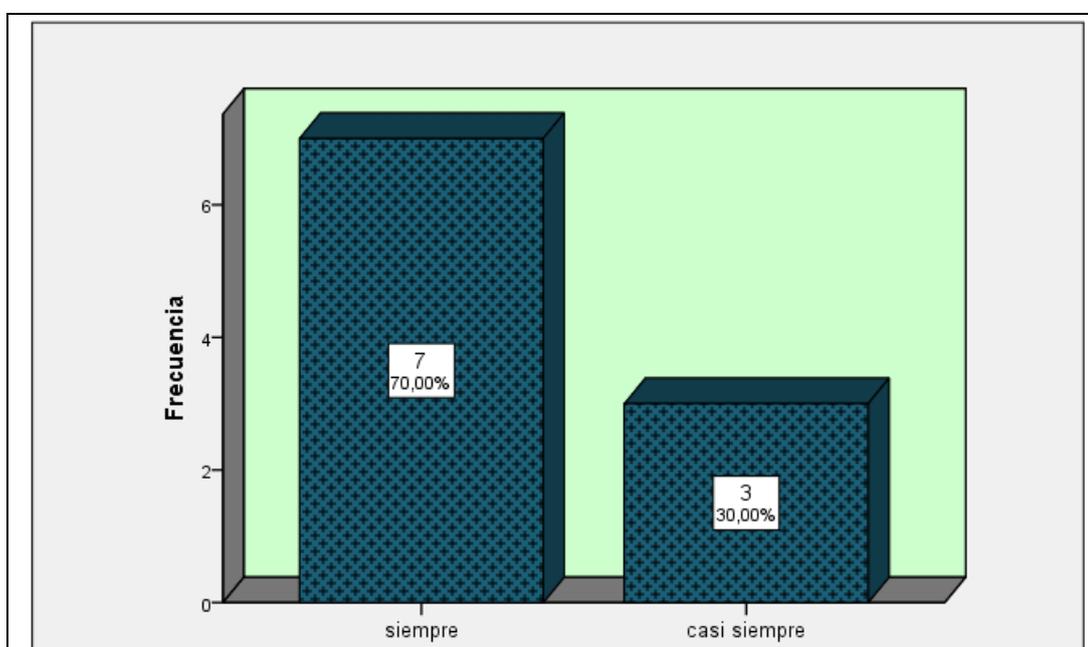


Figura 8. Cuenta con la innovación de proyectos de infraestructura y mejora de calidad de productos y servicios.

Interpretación: del 100% de representantes encuestados, 70% siempre cuentan con la innovación de proyectos de infraestructura y mejora de calidad de productos y servicios, y el 30% refiere que casi siempre cuentan con la innovación de proyectos.

Tabla N°9: Alcanzo con eficacia las metas establecidas en la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	8	80,0	80,0	80,0
	casi siempre	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES rubro Boticas

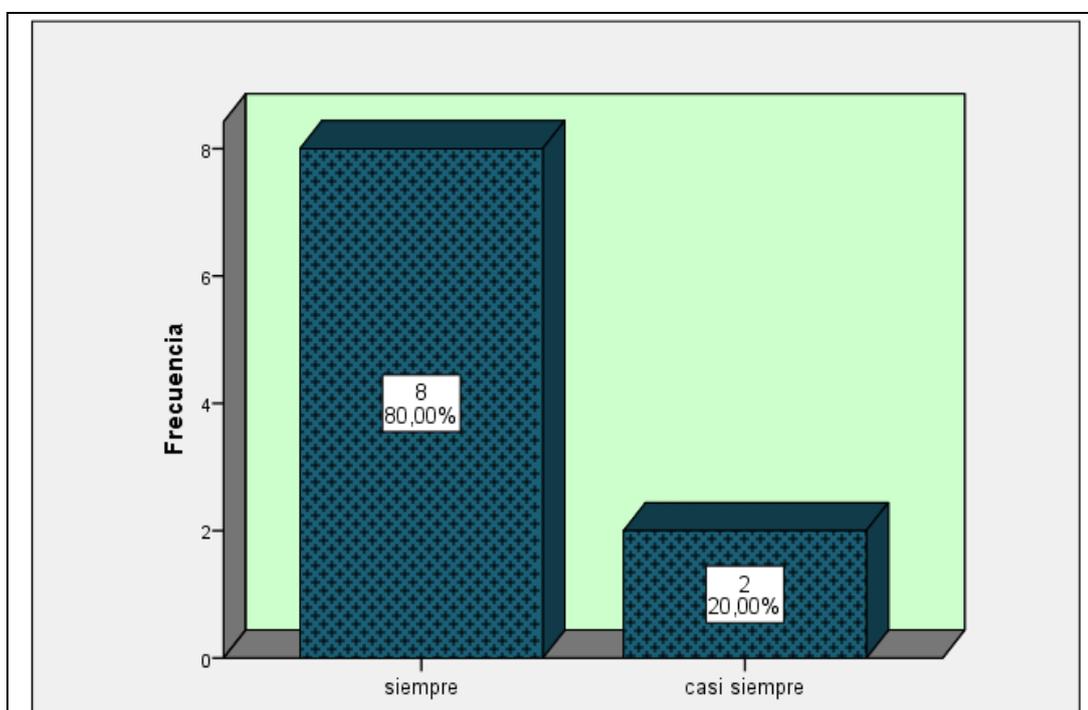


Figura 9. Alcanzo con eficacia las metas establecidas en la empresa.

Interpretación: del total de los representantes encuestados, 80% siempre llegaron alcanzar con eficacia las metas establecidas por la empresa, así mismo el 20% casi siempre alcanzaron con eficacia las metas establecidas.

Tabla N°10: Se logró con eficiencia las metas de productividad y con la menor cantidad de recursos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	7	70,0	70,0	70,0
	casi siempre	2	20,0	20,0	90,0
	algunas veces	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES rubro Boticas

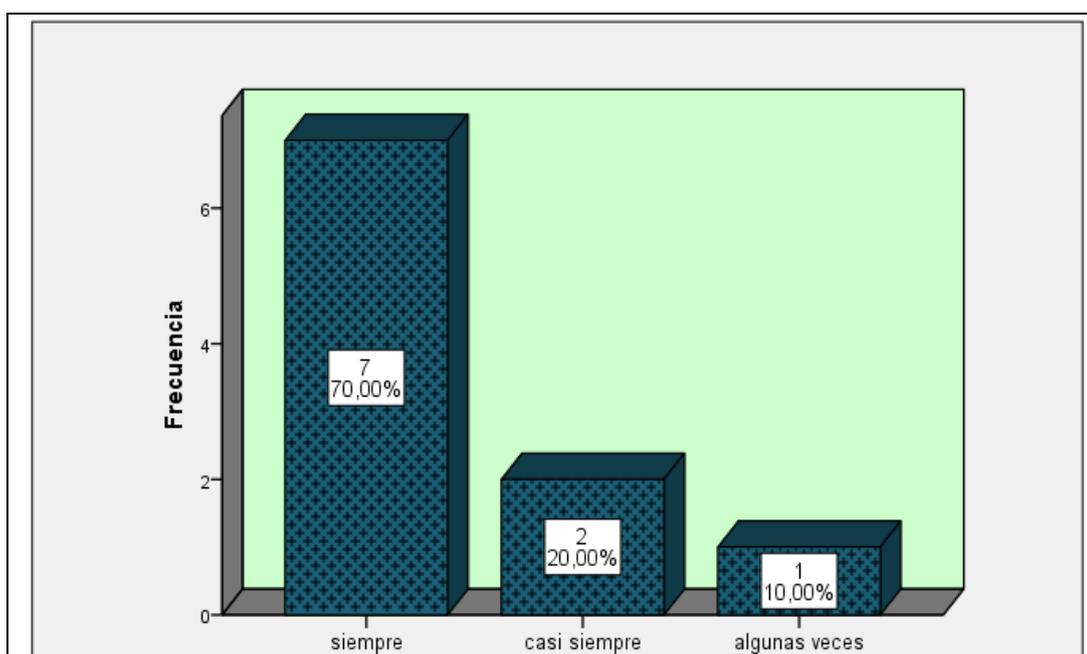


Figura 10. Se logró con eficiencia las metas de productividad y con la menor cantidad de recursos.

Interpretación: del 100% de representantes de la MYPE del sector comercio rubro boticas, el 70% siempre logro con eficiencia las metas de productividad y con la menor cantidad de recursos, mientras el que 10% solo algunas veces logro con eficiencia las metas de productividad.

Tabla N°11: Se llegó a alcanzar con efectividad la mejora de la organización interna y la calidad de servicio al cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	7	70,0	70,0	70,0
	casi siempre	2	20,0	20,0	90,0
	algunas veces	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES rubro Boticas

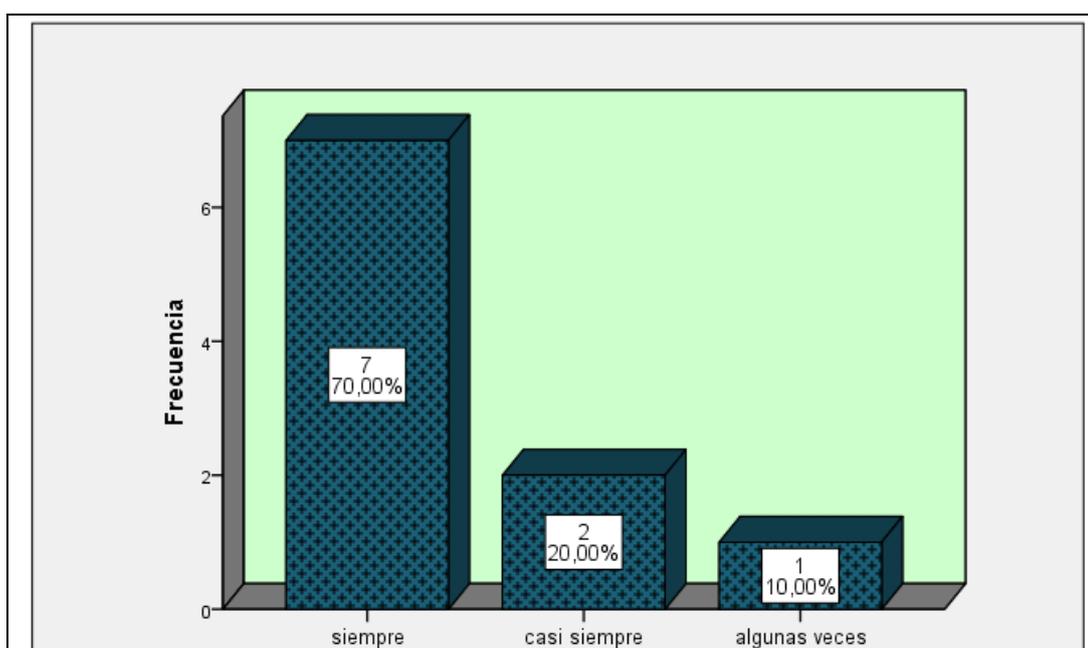


Figura 11. Se llegó a alcanzar con efectividad la mejora de la organización interna y la calidad de servicio al cliente.

Interpretación: del 100% de encuestados, el 70 % siempre llegó a alcanzar con efectividad la mejora de la organización interna y la calidad de servicio al cliente, y solo 10% algunas veces.

Tabla N°12: Se logró aumentar las utilidades y potenciar la rentabilidad de la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	7	70,0	70,0	70,0
	casi siempre	2	20,0	20,0	90,0
	algunas veces	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES rubro Boticas

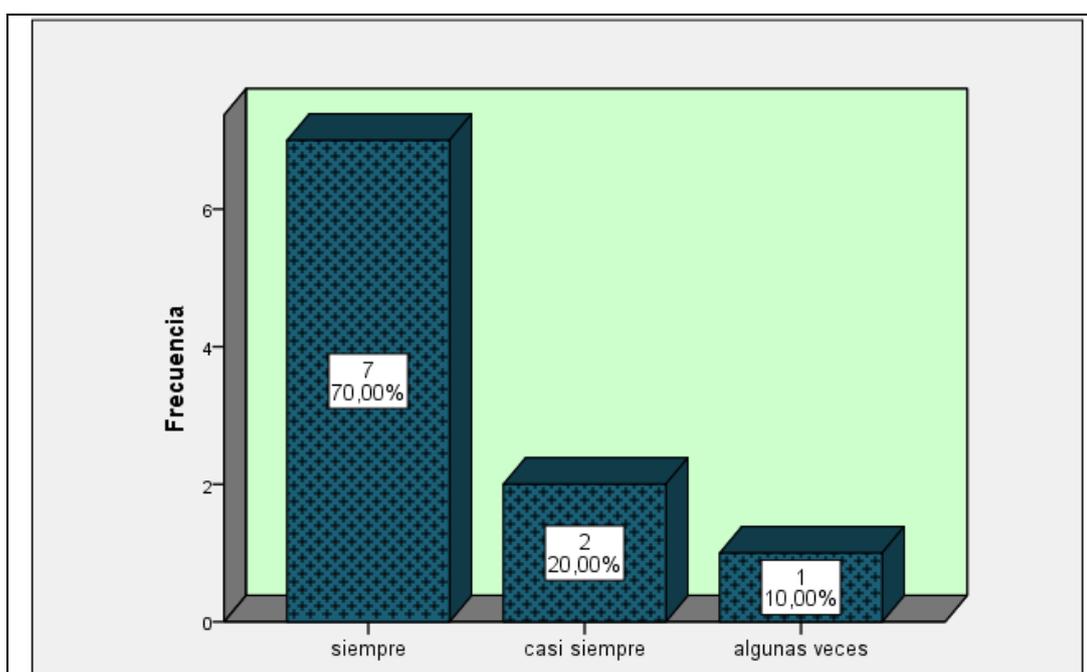


Figura 12. Se logró aumentar las utilidades y potenciar la rentabilidad de la empresa.

Interpretación: del total de los representantes encuestados, 70% siempre lograron aumentar las utilidades y potenciar la rentabilidad de la empresa, mientras que el 10% solo algunas veces lograron aumentar las utilidades para potenciar la rentabilidad.

Tabla N°13: Con el beneficio de la rentabilidad mejoro la capacidad de pago y motivación al personal de la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	8	80,0	80,0	80,0
	casi siempre	1	10,0	10,0	90,0
	algunas veces	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES rubro Boticas

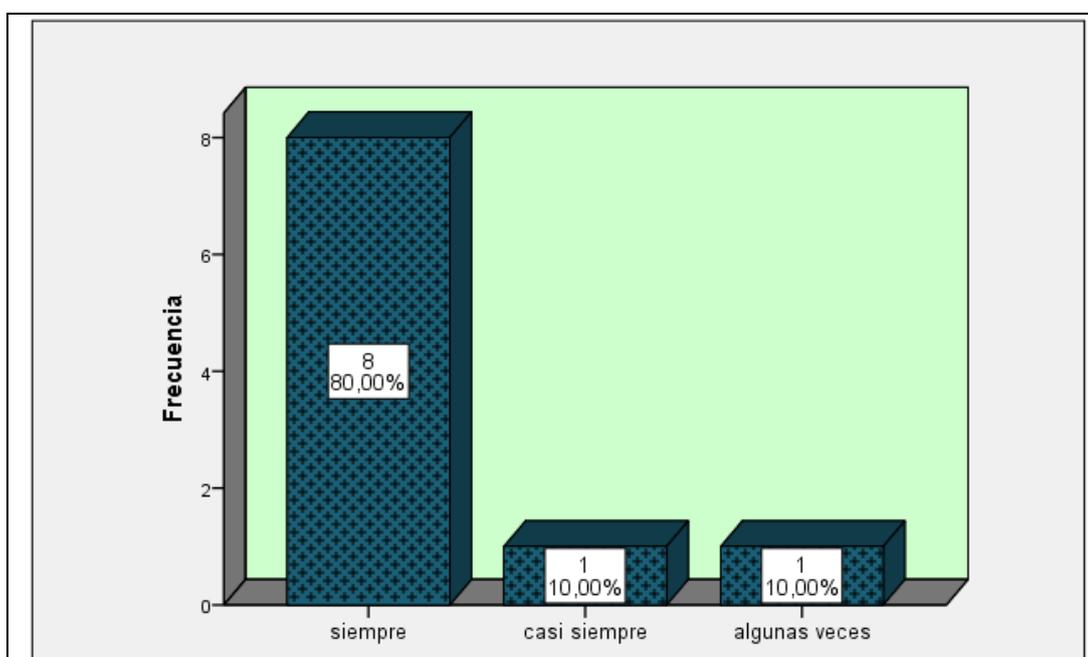


Figura 13. Con el beneficio de la rentabilidad mejoro la capacidad de pago y motivación al personal de la empresa.

Interpretación: del 100% de los representantes encuestados de las MYPES del sector comercio rubro boticas, el 80% se benefició de la rentabilidad con el cual mejoro la capacidad de pago y motivación del personal, mientras que el 10% solo algunas veces.

Tabla N°14: Mediante el desarrollo de la empresa se logró aumentar la confianza y la satisfacción del cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	6	60,0	60,0	60,0
	casi siempre	3	30,0	30,0	90,0
	algunas veces	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES rubro Boticas

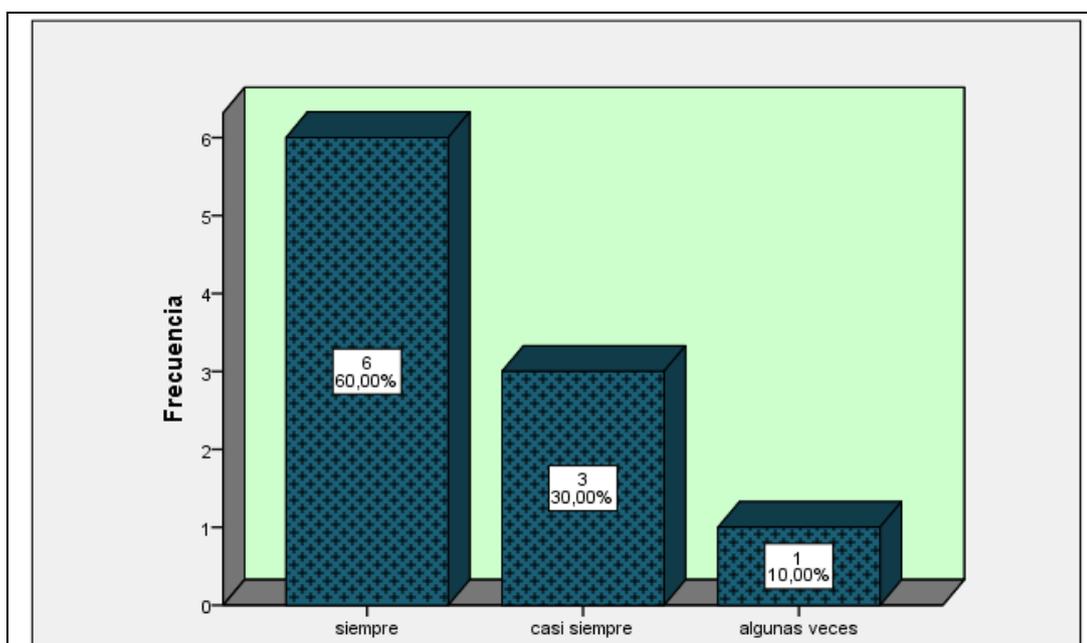


Figura 14. Mediante el desarrollo de la empresa se logró aumentar la confianza y la satisfacción del cliente.

Interpretación: del 100% de encuestados, el 60% siempre lograron aumentar la confianza y la satisfacción del cliente, mientras que el 10% solo en algunas veces lograron aumentar la confianza y satisfacción.

Tabla N°15: Se logró consolidar una posición competitiva y facilitar la comercialización de sus productos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	6	60,0	60,0	60,0
	casi siempre	3	30,0	30,0	90,0
	algunas veces	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES rubro Boticas

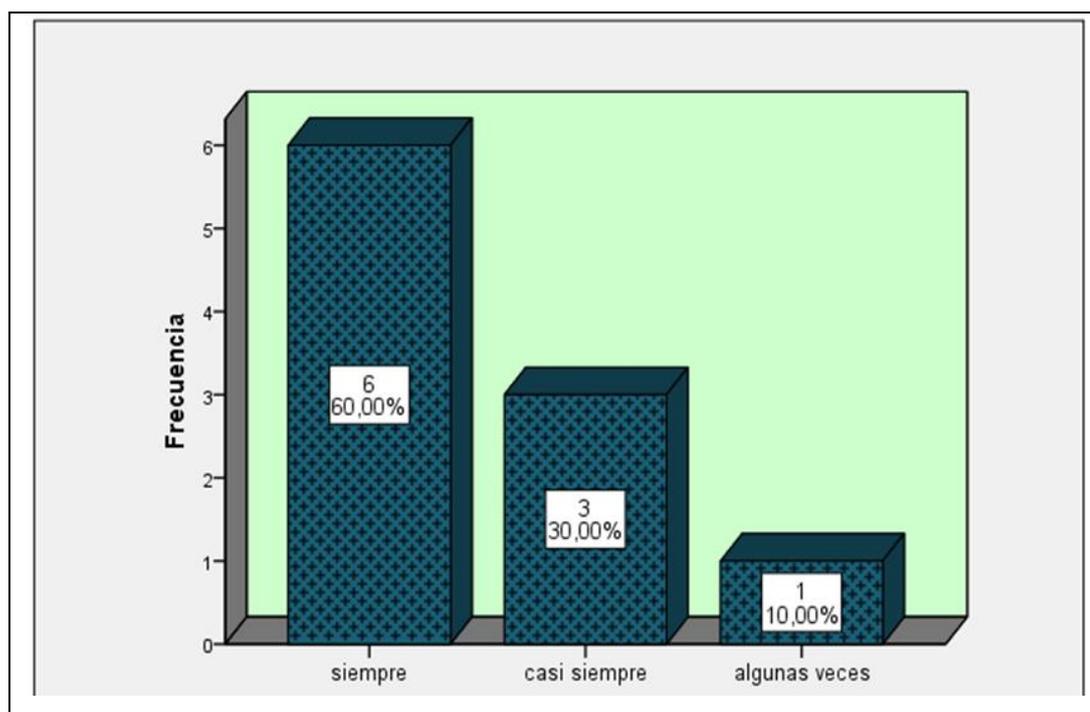


Figura 15. Se logró consolidar una posición competitiva y facilitar la comercialización de sus productos.

Interpretación: del total de los encuestados se observó que el 60% logro consolidar una posición competitiva y facilitar la comercialización de sus productos, y solo el 10% en algunas veces logro consolidar una posición competitiva.

5.2. Análisis de resultados

Gestión de calidad

- Del 100% de los dueños de MYPES encuestados el 50% reciben casi siempre asesoramiento sobre gestión de la calidad para poder cumplir las metas que tiene su empresa, lo cual contrasta a lo encontrado por Espinal (2017) en su estudio sobre “Gestión de calidad bajo el enfoque de Marketing, en las MYPES del sector comercio Botica, distrito de Satipo, año 2017”

Los propietarios de las MYPES del sector comercial Boticas conocen de gestión de calidad de manera empírica. Solo conocimientos relacionados a servicio, precio y horario de atención.

Desconocen la utilización de una matriz FODA, esencial para un negocio. Esta situación golpeará inevitablemente la trayectoria futura del negocio.

Más del 50% de las MYPES del sector no cuentan con un Plan de Marketing. Indica que si es importante, pero no tienen capacidad económica por ello prescinden.

Mientras Rodríguez (2016) en su estudio sobre: “Caracterización de la Gestión de Calidad Bajo las Normas ISO 9001:2008 en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Venta de Productos Farmacéuticos y Artículos de Tocador (Boticas) del Distrito de Huaraz, 2015”. Llego a las siguientes conclusiones: La gestión de calidad es muy importante en el ámbito de la aplicación de procesos estandarizados para las empresas de gran envergadura, pero en cuanto a las MYPE se presenta como deficiente porque consideran las empresas pequeñas que no necesitan contar con políticas de gestión bien documentadas.

- De los 60% de los encuestados siempre consideran la gran importante tener objetivos de gestión de calidad en su empresa, lo cual contrasta Díaz (2014) en su investigación sobre “Modelo de gestión para la satisfacción de las necesidades de los clientes de la empresa MEGAPROFER S.A. importación y comercialización de productos farmacéuticos, Ambato, Ecuador año 2014” quien manifiesta, que la realización del presente trabajo se considera de suma importancia en virtud de que, a través de éste, se alcanzará mejorar todos los procesos, actividades y mecanismos que operan dentro de la empresa Megaprofer S.A., así también, llevarlo a cabo, ya que además de los beneficios que se logren, servirá como modelo, susceptible de ser utilizado por otras organizaciones, además contrasta con los resultados encontrados por Soria (2018) en su estudio sobre “Gestión de Calidad con el uso del marketing en las Micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro Farmacias y Boticas en la ciudad de Aucayacu, distrito de José Crespo y Castilla, 2017.” Sustenta que la Mayoría de las MYPES del sector comercio, rubro Farmacias, se crearon con el objetivo principal de Generar ganancias, tienen en su mayoría relativa de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, esto gracias a que cuentan en su gran mayoría con 1 a 5 trabajadores que no necesariamente son familiares de los dueños. La mayoría de estas MYPES tienen poco tiempo en el mercado, a pesar de eso vienen demostrando una buena posición, y están generando ganancias puesto que es su razón de ser y debido al aumento de la demanda insatisfecha cuentan con un personal muy eficiente y productivo para poder satisfacer las necesidades y captar más clientes para su beneficio.
- De los 100% de las MYPES encuestadas el 70% sustentan que siempre cuentan con la política de infraestructura adecuada para el desempeño de sus actividades, estos resultados asemejan con la investigación de Gía (2015) en su estudio sobre

“Propuesta de mejora del proceso de dispensación en base a las buenas prácticas de dispensación en el servicio de farmacia del Hospital Vozandes de la ciudad de Quito – Ecuador” Llegando a la siguiente conclusión: Se socializó la propuesta de BPD al personal de farmacia del Hospital Vozandes Quito indicando detalladamente todos los procesos realizados durante la investigación que se llevó a cabo para mejorar el proceso de dispensación.

- El 70% de las MYPES encuestadas cuentan con estrategias para determinar la calidad de productos y servicios que ofrece su empresa, lo cual contrasta encontrado por Romero (2018) en su estudio sobre “Implementación de un sistema de Gestión ISO 9001 – 2015 y Mejora de la Calidad de Servicio en las Boticas de Lima Sur en el periodo 2018” cuyo objetivo general proponer la implementación de un sistema ISO 9001-2015 para mejorar la calidad de servicio en las boticas de Lima Sur – 2018. La implementación de un sistema de gestión ISO 9001-2015 ha sido eficiente, en la mejora de la calidad de servicio en las boticas de Lima Sur – 2018; debido a la fluidez de los canales de comunicaciones con sus clientes. Además de la realización de auto inspecciones dentro de un plan manual de actividades dirigidas por la alta dirección, además Saldaña (2017) encontró en su estudio sobre “Calidad de servicio y Gestión de quejas y reclamos en el área de atención al cliente de la Cadena de Boticas Inkafarma sede Quilca - Callao 2017.” Sustenta que tiene como objetivo general identificar la relación que existe entre la calidad de servicio y la gestión de quejas y reclamos en la cadena de boticas inkafarma. Se identificó que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la gestión de quejas y reclamos, dado el resultado de Pearson de 0,889 y el nivel de significancia $\alpha = ,001$.
- Del 100% de los MYPES encuestados el 70% realizan siempre seguimiento y control de calidad de productos y servicios que brinda su empresa, lo cual corrobora

Rodríguez (2015) en su estudio sobre “Intervención farmacéutica y educativa en una farmacia para la mejora de la calidad de vida de pacientes con artrosis, ciudad de Madrid – España, año 2015”. Llego a la siguiente conclusión: La atención farmacéutica y educativa en la oficina de farmacia y el seguimiento farmacoterapéutico generan un impacto positivo en los pacientes con artrosis, contribuyendo a mejorar la calidad de vida del paciente, evitar y resolver los problemas relacionados con su medicación así como a disminuir el dolor, la rigidez y la incapacidad física producidos por esta patología.

- El 50% de las MYPES encuestados cuentan siempre con programas de evaluación constante en la capacitación de su talento humano, lo cual contrasta encontrado por Gía (2015) en su estudio sobre “Propuesta de mejora del proceso de dispensación en base a las buenas prácticas de dispensación en el servicio de farmacia del Hospital Vozandes de la ciudad de Quito – Ecuador” Llegando a la siguiente conclusión: Se preparó una propuesta de mejora del proceso de dispensación en base a las BPD al paciente ambulatorio que asiste al servicio de farmacia del HVQ utilizando como referencia información actualizada de documentos nacionales e internacionales de manera que se estableció pautas y estrategias, para la organización de los mecanismos a seguir para el proceso de mejora.
- Del 100% de los dueños de los MYPES encuestados 70% realizan siempre supervisión constante para verificar la calidad de sus productos y/o servicios que brinda al público, lo cual coincide encontrado por Rodríguez (2015) en un estudio sobre “Intervención farmacéutica y educativa en una farmacia para la mejora de la calidad de vida de pacientes con artrosis, ciudad de Madrid – España, año 2015”. Llego a la siguiente conclusión: Una vez conocidos el seguimiento farmacoterapéutico y su funcionamiento, los pacientes declararon estar muy

satisfechos con el mismo. Indicaron que con la actuación farmacéutica habían aprendido sobre su patología y perfil farmacológico, y que ésta había contribuido notablemente a mejorar su capacidad funcional y su calidad de vida, además manifiesta Rodríguez (2016) en su estudio sobre: “Caracterización de la Gestión de Calidad Bajo las Normas ISO 9001:2008 en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Venta de Productos Farmacéuticos y Artículos de Tocador (Boticas) del Distrito de Huaraz, 2015”. Llego a las siguientes conclusiones: La gestión de calidad es muy importante en el ámbito de la aplicación de procesos estandarizados para las empresas de gran envergadura, pero en cuanto a las MYPE se presenta como deficiente porque consideran las empresas pequeñas que no necesitan contar con políticas de gestión bien documentadas.

- El 70% de los encuestado cuentan con la innovación de proyectos de infraestructura y mejora de calidad de productos y servicios, manifiestan que cuentan con proyectos de innovación de infraestructura interna y externa de su local para poder facilitar la atención al público, así también nos comentan que cuentan con proyectos de innovación y adquisición de nuevas tecnologías y adquisición de programas como podría ser el LOLFAR el cual les permite llevar el control de sus productos como: ingresos de boletas y facturas, ventas diarias, ventas semanales, ventas mensuales y anuales. También les permite registrar medicamentos por laboratorio, fecha de vencimiento, el stock existente y faltante, además manifiesta Camargo (2015) en su estudio sobre “Gestión de calidad y formalización de las Mypes del sector servicios de salud – Rubro Boticas, de las Avenidas Defensores del Morro y Guardia Civil, del distrito de Chorrillos, Provincia y Departamento de Lima, año 2015” sustenta, se apreció que todas las boticas brindan servicios adicionales de los cuales el 71.8% brinda servicio de perfumería, el 56,4% vende artículos varios,

mientras que el 12.8% tiene agentes bancarios y sólo un 2.6% brinda servicio de inyectables.

Beneficios

- Del 100% de las MYPES encuestadas el 80% alcanzo con eficacia las metas establecidas en la empresa, el cual contrasta a lo encontrado por Soria (2018) en su estudio sobre “Gestión de Calidad con el uso del marketing en las Micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro Farmacias y Boticas en la ciudad de Aucayacu, distrito de José Crespo y Castilla, 2017.” Tiene como objetivo general que la Mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Farmacias y Boticas del Distrito de José Crespo y Castillo, 2017. Se crearon con el objetivo principal de Generar ganancias, tienen en su mayoría relativa de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, esto gracias a que cuentan en su gran mayoría con 1 a 5 trabajadores que no necesariamente son familiares de los dueños. La mayoría de estas MYPES tienen poco tiempo en el mercado, a pesar de eso vienen demostrando una buena posición, y están generando ganancias puesto que es su razón de ser y debido al aumento de la demanda insatisfecha cuentan con un personal muy eficiente y productivo para poder satisfacer las necesidades y captar más clientes para su beneficio.
- El 70% de los encuestados lograron con eficiencia las metas de productividad y con la menor cantidad de recursos, lo cual contraste Romero (2018) en su estudio sobre “Implementación de un sistema de Gestión ISO 9001 – 2015 y Mejora de la Calidad de Servicio en las Boticas de Lima Sur en el periodo 2018” cuyo objetivo general proponer la implementación de un sistema ISO 9001-2015 para mejorar la calidad de servicio en las boticas de Lima Sur – 2018. La implementación de un sistema de

gestión ISO 9001-2015 ha sido eficiente, en la mejora de la calidad de servicio en las boticas de Lima Sur – 2018; debido a la fluidez de los canales de comunicaciones con sus clientes. Además de la realización de auto inspecciones dentro de un plan manual de actividades dirigidas por la alta dirección. La implementación de un sistema de gestión ISO 9001-2015; respondió a segundo objetivo de la investigación de manera eficiente en cuanto a la calidad de servicio percibidas por los usuarios de las boticas de Lima Sur - 2018; debido a la propuesta y ejecución de un programa de capacitación.

- Del 100% de las MYPES encuestadas el 70% llegó a alcanzar con efectividad la mejora de la organización interna y la calidad de servicio al cliente, lo cual contrasta con la investigación de Rodríguez (2015) en un estudio sobre “Intervención farmacéutica y educativa en una farmacia para la mejora de la calidad de vida de pacientes con artrosis, ciudad de Madrid – España, año 2015”. Llegó a la siguiente conclusión: Los pacientes tratados con SYSADOA manifestaron tener una calidad de vida superior a los que recibían analgésicos o AINES, lo que implicaba que estaban más conformes con su medicación, además Romero (2018) en su estudio sobre “Implementación de un sistema de Gestión ISO 9001 – 2015 y Mejora de la Calidad de Servicio en las Boticas de Lima Sur en el periodo 2018” cuyo objetivo general proponer la implementación de un sistema ISO 9001-2015 para mejorar la calidad de servicio en las boticas de Lima Sur – 2018. Quien manifiesta que la implementación de un sistema de gestión ISO 9001 - 2015 ha mejorado la efectividad en las boticas de Lima Sur – 2018; debido a la frecuencia de capacitación de personal, además de la actualización de las normas del mismo.
- El 70% de los encuestados manifiestan que siempre logran aumentar las utilidades y potenciar la rentabilidad de la empresa, sustentan que mediante la buena

administración de sus recursos y capacitación de su personal logran incrementar sus ventas y por ende incrementan sus utilidades de esta manera aumentan la rentabilidad de su empresa.

- El 80% de las MYPES encuestadas manifiestan que con el beneficio de la rentabilidad mejoro siempre la capacidad de pago y motivación al personal, en tanto el 10% casi siempre y los otros 10% solo algunas veces consiguen el beneficio de la rentabilidad y poder incrementar la capacidad de pago y por ende motivar al personal de su empresa.
- En un 60% de las MYPES encuestadas manifiestan que mediante el desarrollo de la empresa se logró aumentar la confianza y la satisfacción del cliente, también se puede observar estudios realizados por Rodríguez (2015) sobre “Intervención farmacéutica y educativa en una farmacia para la mejora de la calidad de vida de pacientes con artrosis, ciudad de Madrid – España, año 2015”. Llego a la siguiente conclusión: La implementación de un sistema de gestión ISO – 2015 en cuanto a la competitividad ha mejorado entre boticas de Lima Sur – 2018; porque su auto inspección desde la alta dirección las distintas etapas del diseño de la estrategia de implementación, herramientas de mejora continua, tanto las de enfoque tradicional y enfoque moderno.
- De los 100% de las MYPES encuestadas en un 60% se logró consolidar una posición competitiva y facilitar la comercialización de sus productos, lo cual contrasta Soria (2018) en su estudio sobre “Gestión de Calidad con el uso del marketing en las Micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro Farmacias y Boticas en la ciudad de Aucayacu, distrito de José Crespo y Castilla, 2017.” Tiene como objetivo general Manifiestan que los productos que ofrecen atienden a las necesidades de sus clientes, conociendo la gran mayoría de estos el término

Marketing, de igual manera la mayoría absoluta no han implementado una base de Datos de sus clientes, es por eso que puede conllevar a que el nivel de ventas últimamente en su mayoría se encuentra estancado, de la misma forma en su mayoría relativa dicen que utilizan los anuncios radiales para publicitar su negocio y la estrategia de Ventas como herramienta de marketing, una mayoría relativa declara que no utiliza las herramientas de marketing debido a que no cuenta con el personal experimentado en el tema, pero que si por el contrario al tener dicho personal la gran mayoría consideran que el marketing si sería una ayuda para mejorar la rentabilidad de su empresa.

VI. Conclusiones.

Se llegó a las siguientes conclusiones

- Del 100% de los representantes de los MYPES encuestados, el 40% ha recibido asesoramiento sobre gestión de calidad para poder cumplir las metas establecidas que tiene su empresa, el cual permite disponer de un servicio de calidad adaptado a las auténticas necesidades del consumidor, el 70% cuenta con estrategias para determinar la calidad de productos y servicios que ofrece su empresa, la calidad es fundamental para los mercados de competencia en función a la calidad de sus productos y servicios puede generar un soporte y dar valor al cliente, al cual tratan de satisfacer de la mejor manera posible, el 50% de los encuestados cuenta con programas de capacitación de su talento humano, gracias a la capacitación los colaboradores pueden aprender cosas nuevas y actualizar sus conocimientos mediante técnicas y métodos que los ayuden a incrementar sus capacidades, para así desempeñar con éxito su labor y llevar a la empresa a alcanzar sus metas.
- De las 100% de las MYPES encuestadas, el 60% logró aumentar las utilidades y potenciar la rentabilidad de la empresa, para poder medir el éxito de su empresa es primordial conocer el estado financiero y su rentabilidad el cual tiene la capacidad de generar utilidades para la compañía y las personas que la conforman. Cuando la productividad de una empresa está en aumento, produce mayores ingresos y ganancias, lo que lleva a tener más recursos, en un 60% se logró aumentar la confianza y la satisfacción del cliente, un cliente satisfecho tras la adquisición vuelve a comprar este crea un vínculo con la marca y se convierte en un consumidor más leal lo que favorece la venta hacia él, tanto del mismo como de otros productos, en un 60% Se logró consolidar una posición competitiva y facilitar la comercialización de sus productos.

Referencias

- Camargo Orotoma, K. L. (2015). *Gestión de calidad y formalización de las mypes del sector servicios de salud – rubro boticas, de las avenidas defensores del morro y guardia civil, del distrito de chorrillos, provincia y departamento de lima, año 2015*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Cortés, J. M. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (iso 9001:2015)*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Díaz, I. M. (2010). *Modelo de Gestión de Calidad y su Incidencia en la Satisfacción del Cliente del sector comercio rubro ferreterías, Provincia de Tungurahua, periodo 2014* Ambato- Ecuador.
- Espinal Mantari, R. E. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de marketing, en las mypes del sector comercial boticas, distrito de Satipo, año 2016*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- García, P. (2017). Resolución ministerial digemid – minsa. Retrieved from <http://www.digemid.minsa.gob.pe>
- Gía Narváez, M.A. (2015). *Propuesta de mejora del proceso de dispensación en base a las buenas prácticas de dispensación en el servicio de farmacia del Hospital Vozandes de la ciudad de Quito – Ecuador, año 2015*. Universidad Central de Ecuador.
- González, H. (2009). *¿Qué significa para una organización implantar ISO 9000 y cuáles son sus beneficios?* Córdoba. Argentina, AR: El Cid Editor | apuntes. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

- Juran, J. M. (1990). *Juran y el liderazgo para la calidad: manual para ejecutivos*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Pérez, C. R. (2009). *La gestión de la calidad y la dirección por valores*. Córdoba. Argentina, AR: El Cid Editor | apuntes. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Pola, M. Á. (1988). *Gestión de la calidad*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Romero Mendoza, C. A. (2018). *Implementación de un Sistema de Gestión ISO 9001-2015 y mejora de la Calidad de Servicio en las Boticas de Lima Sur en el periodo 2018*. Universidad Privada Norbert Wiener.
- Rodríguez, A. (2016). “*Caracterización de la Gestión de Calidad Bajo las Normas ISO 9001:2008 en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Venta de Productos Farmacéuticos y Artículos de Tocador (Boticas) del Distrito de Huaraz, 2015*”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Rodríguez Bonnín, M.A. (2016) *Intervención farmacéutica y educativa en una farmacia para la mejora de la calidad de vida de pacientes con artrosis, ciudad de Madrid – España, año 2015*”. Universidad Complutense de Madrid.
- Saldaña Quispe, M. S. (2017). *Calidad de servicio y gestión de quejas y reclamos en el área de atención al cliente de la cadena de Boticas Inkafarma sede Qulca - Callao 2017*. Universidad César Vallejo.
- Soria Villanueva, R. M. (2018). *Gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas, sector comercio - rubro farmacias y boticas en la ciudad de Aucayacu, distrito de José Crespo y Castillo, 2017*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Vivanco, F. J. S. (2010). *La cultura organizacional: una oportunidad de éxito para las micro y pequeñas empresas de la confección, el caso de Aguascalientes*. Aguascalientes, MX: Universidad Autónoma de Aguascalientes. Mexico
Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Anexos

ANEXO N° 01

10 MYPES DEL RUBRO - BOTICAS

N°	Denominación	Dirección	RUC	Representante Legal y Registro Digemid	Tamaño
01	Botica las Violetas	Av. Las Violetas N°480 Distrito: Independencia	10433945921	<u>Representante Legal:</u> Fernández Flores Ester <u>Registro Digemid:</u> N°0082542	Microempresa
02	Botica Arizafarma	Av.17 de Noviembre N°301 Distrito: Independencia	10466517566	<u>Representante Legal:</u> Guardia Benítez Franco Registro Digemid: N°0030265	Microempresa
03	Botica Avantpharma	Av. 17 de Noviembre N°312 Distrito Independencia	10562335662	Representante Legal: Valladares López Isaac Registro Digemid: N°0022352	Microempresa
04	Botica La Principal	Av. 17 de Noviembre N°396 Distrito: Independencia	20261915562	<u>Representante Legal:</u> Rodríguez Ríos Pablo Gilberto <u>Registro Digemid:</u> N°0010691	Microempresa
05	Brotica Briyithfarma1	Jr. 1 de Mayo N° 343 Distrito: Independencia	10405726501	<u>Representante Legal:</u> Ramos Torres Karina <u>Registro Digemid:</u> N°0027407	Microempresa
06	Botica El Descuento	Av. 17 de Noviembre N°356 Distrito: Independencia	10233351481	<u>Representante Legal:</u> Sánchez Espinosa Hemogenes <u>Registro Digemid:</u> N°0022345	Microempresa
07	Botica GC Farma 1	Av. 17 de Noviembre N°713 Distrito: Independencia	10336554586	<u>Representante Legal:</u> Príncipe Cárdenas Jhonatan <u>Registro Sanitario:</u> N°0042131	Microempresa
08	Botica Briyithfarma 2	Av. 17 de Noviembre N°440 Distrito: Independencia	10405926046	<u>Representante Legal:</u> Melgarejo Rojas Nahun Nelino <u>Registro Sanitario:</u> N°0082632	Microempresa

09	Botica Natyfarma	Av. 17 de Noviembre N°440 Distrito: Independencia	10436321541	Representante Legal: Castillo Lozada Naty Registro Digemid: N°0011321	Microempresa
10	Botica B&S 2	Av. 17 de Noviembre N°612 Distrito: Independencia	10433945391	Representante Legal: Benigno Damián Clarizabet Registro Sanitario: N°0063541	Microempresa

Fuente:

Ministerio de Salud – Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas
(DIGEMID) <http://www.digemid.minsa.gob.pe>

Superintendencia Nacional de Administración tributaria
(SUNAT) <http://www.sunat.gob.pe>

ANEXO N° 02



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

Lea detenidamente y responda cada una de las preguntas:

Nombre del Local.....ubicación

N°	GESTIÓN DE CALIDAD	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
		1	2	3	4	5
01	¿Usted ha recibido asesoramiento sobre gestión de calidad para poder cumplir las metas que tiene su empresa?					
02	¿Ha considerado la importancia de tener objetivos de gestión de calidad en su empresa?					
03	¿Cuenta con la política de infraestructura adecuada para el desempeño de sus actividades?					
04	¿Cuenta con estrategias para determinar la calidad de productos y servicios que ofrece su empresa?					
05	¿Realiza seguimiento y control de calidad de productos y servicios que brinda su empresa?					

06	¿Cuenta con programas de evaluación constante en la capacitación de su talento humano?					
07	¿Realiza supervisión constante para verificar la calidad de sus productos y/o servicios que brinda al público?					
08	¿Cuenta con la innovación de proyectos de infraestructura y mejora de calidad de productos y servicios?					
	BENEFICIOS DE LAS MYPES					
09	Alcanzó con eficacia las metas establecidas en la empresa					
10	Se logró con eficiencia las metas de productividad y con la menor cantidad de recursos					
11	Se llegó a alcanzar con efectividad la mejora de la organización interna y la calidad de servicio al cliente.					
12	Se logró aumentar las utilidades y potenciar la rentabilidad de la empresa					
13	Con el beneficio de la rentabilidad mejoro la capacidad de pago y motivación al personal de la empresa					
14	Mediante el desarrollo de la empresa se logró aumentar la confianza y la satisfacción del cliente					
15	Se logró consolidar una posición competitiva y facilitar la comercialización de sus productos					