



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LOS
BENEFICIOS DE LAS MYPES DEL SECTOR PRODUCCIÓN -
RUBRO PANADERÍAS, DEL AAHH JOSÉ CARLOS
MARIATEGUI DEL DISTRITO DE VILLA MARÍA DEL
TRIUNFO 2018**

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

AUTOR:

MARLENY CASTILLO ZAPATA

ASESOR:

MG. SIMÓN POMA ANCCASI

LIMA- PERÚ

2019

HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Dr. José Germán Salinas Gamboa
Presidente

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero de Murillo
Miembro

Lic. Adm Víctor Hugo Espinosa Otoyá
Miembro

Mg. Simón Poma Anccasi
Asesor

AGRADECIMIENTO

A nuestro Padre Celestial por permitirme
tener salud y conocimiento, por hacer posible llegar
hasta aquí, y disfrutar de mi familia en cada paso
para lograr mis objetivos.

A nuestro Asesor, por sus aportes, conocimientos y el apoyo
incondicional para culminar con éxito mi Tesis.

DEDICATORIA

A mis queridos padres Juan y Nefreteri, por sus enseñanzas, consejos y apoyo en cada etapa de este camino, a mi amado esposo por creer en mi capacidad y confianza, a mis hermanos por sus palabras de aliento.
Por ser mi mayor orgullo y motivación.

A esta casa de estudios por la formación profesional,
a los docentes que tuvieron la ardua labor de educarnos,
a mis compañeros de carrera por sus aportes.

RESUMEN

El presente informe de investigación realizado tiene como objetivo general: Determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del Sector Producción - Rubro Panaderías, de la Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui del Distrito de Villa María del Triunfo, 2018, se desarrolló empleando la investigación de tipo cuantitativa, nivel de investigación no experimental- transversal- correlacional, para su ejecución se recogió la muestra poblacional de 08 microempresas, representan el 100% de la población , a las que se aplicó un cuestionario de 26 preguntas, empleando la técnica de la encuesta, obteniendo los resultados siguientes: **Referente a los representantes de las MYPES:** Los resultados nos muestran que el 50% de los encuestados tienen de 36 a 45 años y el 75% son de sexo masculino, esta información coincide con el estudio realizado por Solsol (2017), en el cual determina que los representantes de las MYPES del sector comercio, rubro panadería en la Provincia de Leoncio Prado, tienen entre 36 a 50 años y son de género masculino. El 37% tiene instrucción superior técnica y el 37% instrucción superior universitaria, el 75% son propietarios los que dirigen la MYPE y el 50% tienen entre 5 a 8 años desempeñando el cargo. **Referente a las características de las MYPES:** Los resultados nos muestran que el 50% de los encuestados tienen de 5 a 8 años en el rubro de la producción de panes, el 62.5% tiene entre 1 a 6 trabajadores en su empresa, el 62.5% de sus empleados son particulares, el 50% tiene como objetivo generar más ventas y el 75.0% se encuentran registrados como persona natural. **Referente a la gestión de calidad:** El 37.5% de los encuestados muy pocas veces toma en cuenta el tema de gestión de calidad en sus negocios, el 50% de los encuestados siempre tiene en cuenta los objetivos trazados por la empresa, el 50% manifiesta que algunas veces realiza algún tipo de innovación a sus productos, el 50% de los encuestados manifiesta que casi siempre sus productos innovadores generan demanda, el 50% casi siempre cuenta con equipos de alta tecnología, el 37.5% manifiesta que casi siempre cuenta

con supervisión técnica para verificar el proceso de producción, el 50% algunas veces cuenta con personal capacitado en verificar la calidad del proceso y el 50% casi siempre cuenta con sus empleados capacitados. **Referente a los beneficios de la gestión de calidad:** El 62.5% de los encuestados casi siempre emplea materia prima de calidad en la elaboración de sus productos, el 50% casi siempre realiza algún seguimiento para medir el control de la calidad, el 50% siempre otorga incentivos económicos a sus empleados, el 50% siempre evalúa la satisfacción a sus clientes, el 37.5% emplea medios de comunicación para promocionar sus productos, el 50% casi siempre apoya eventos para hacer conocer sus productos, el 50% realiza descuentos a sus clientes permanentes y el 62.5% siempre considera necesario algún tipo de obsequio a sus clientes.

Palabras clave: Gestión de calidad, beneficios y MYPES.

ABSTRACT

The present research report has as a general objective: Determine the influence of quality management on the profits of micro and small companies in the Production Sector - Rubro bakery, on Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui of the Villa District María del Triunfo, 2018, was developed using quantitative research, level of non-experimental-cross-correlational research, for its execution was collected the population sample of 08 microenterprises, representing 100% of the population, to which was applied a questionnaire of 26 questions, using the technique of the survey, obtaining the following results:

Regarding the representatives of the MYPES: The results show us that 50% of the respondents are between 36 and 45 years old and 75% are male, this information coincides with the study carried out by Solsol (2017), in which determines that the representatives of the MYPES of the commerce sector, bakery sector in the Province of Leoncio Prado, are between 36 to 50 years old and are of masculine gender. 37% have higher technical education and 37% have higher university education, 75% are owners of the MSE and 50% have between 5 and 8 years of age.

Regarding the characteristics of the MYPES: The results show us that 50% of the respondents have from 5 to 8 years in the field of bread production, 62.5% have between 1 to 6 workers in their company, 62.5% of its employees are private, 50% are aimed at generating more sales and 75.0% are registered as a natural person.

Regarding quality management: 37.5% of respondents rarely take into account the issue of quality management in their businesses, 50% of respondents always take into account the objectives set by the company, 50% manifest that sometimes makes some kind of innovation to their products, 50% of respondents say that almost always their innovative products generate

demand, 50% almost always have high-tech equipment, 37.5% say that almost always has supervision technique to verify the production process, 50% sometimes have trained personnel to verify the quality of the process and 50% almost always have their trained employees

Regarding the benefits of quality management: 62.5% of respondents almost always use quality raw material in the preparation of their products, 50% almost always follow up to measure quality control, 50% always grants economic incentives to its employees, 50% always evaluates customer satisfaction, 37.5% uses media to promote their products, 50% almost always supports events to make their products known, 50% discounts their permanent clients and 62.5% always consider necessary some kind of gift to their clients.

Keywords: quality management, benefits and MYPES.

CONTENIDO

1. Título de la tesis i

2.	Hoja de firma del Jurado y Asesor	ii
3.	Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iii
4.	Resumen y abstract	v
5.	Contenido.....	ix
6.	Índice de tablas y Figuras	x
I.	Introducción	01
II.	Revisión de literatura	05
III.	Hipótesis	23
IV.	Metodología	24
	4.1 Diseño de la investigación	24
	4.2 Población y muestra	25
	4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	27
	4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
	4.5 Plan de análisis	28
	4.6 Matriz de Consistencia	30
	4.7 Principios éticos.....	31
V.	Resultados	33
	5.1 Resultados.....	33
	5.2 Análisis de los resultados	51
VI.	Conclusiones	53
	Aspectos complementarios	54
	Referencias	55
	Anexos	58

INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas	N° de Página
- Tabla 1. Edad de los representantes de las MYPES. 33
- Tabla 2 Sexo de los representantes de las MYPES. 33
- Tabla 3. Nivel de instrucción de los representantes de las MYPES 34
- Tabla 4. Cargo dentro de la MYPE 35
- Tabla 5. Tiempo desempeña su cargo en la MYPE 35
- Tabla 6. Tiempo de la empresa en el rubro de panadería 36
- Tabla 7. Número de trabajadores 37
- Tabla 8. Trabajadores de la empresa 37
- Tabla 9. Objetivo de la empresa 38
- Tabla 10. Empresa constituida 39
- Tabla 11. Toma en cuenta el tema de gestión de calidad 39
- Tabla 12. Tiene en cuenta los objetivos de la empresa 40
- Tabla 13. Tipo de innovación en sus productos 41
- Tabla 14. Productos innovadores generan demanda en sus clientes 41
- Tabla 15. Ambiente cuenta con equipos de tecnología 42
- Tabla 16. Proceso de producción cuenta con supervisión especialista 43
- Tabla 17. Personal capacitado en verificar la calidad del proceso 43
- Tabla 18. Colaboradores se encuentran capacitados 44
- Tabla 19. Empleo de materia prima en sus procesos 45
- Tabla 20. Seguimiento para medir la calidad en sus productos 46
- Tabla 21. Incentivos económicos a sus colaboradores 46
- Tabla 22. Clientes están satisfechos con sus productos 47
- Tabla 23. Empleo de medios de comunicación 48
- Tabla 24. Realiza y/o apoya eventos para llegar a su público objetivo 48
- Tabla 25. Realiza descuentos a sus clientes 49
- Tabla 26. Considera necesario algún tipo de regalo a sus clientes 50

Figuras

Representantes de las MYPES:

-	Figura 1. Edad de los representantes de las MYPES.	33
-	Figura 2. Sexo de los representantes de las MYPES.	34
-	Figura 3. Nivel de instrucción de los representantes de las MYPES	34
-	Figura 4. Cargo dentro de la MYPE	35
-	Figura 5. Tiempo desempeña su cargo en la MYPE	35

Representantes de las MYPES:

-	Figura 6. Cuánto tiempo tiene la empresa en el rubro de panadería	36
-	Figura 7. Número de trabajadores	37
-	Figura 8. Los trabajadores de su empresa son	38
-	Figura 9. Cuál es el objetivo de la empresa	38
-	Figura 10. Su empresa se encuentra constituida como	39

Referente a la gestión de calidad en de las MYPES:

-	Figura 11. Toma en cuenta el tema de gestión de calidad en su MYPE	40
-	Figura 12. Tiene en cuenta los objetivos de la empresa	40
-	Figura 13. Realiza algún tipo de innovación en sus productos	41
-	Figura 14. Los productos innovadores generan demanda en sus clientes	42
-	Figura 15. Su ambiente cuenta con equipos de tecnología	42
-	Figura 16. El proceso de producción cuenta con supervisión especialista	43
-	Figura 17. Cuenta con personal capacitado en verificar la calidad del proceso ...	44
-	Figura 18. Sus colaboradores se encuentran capacitados	44

Referente a los beneficios de la gestión de calidad:

-	Figura 19. Empleo de materia prima de calidad en sus procesos	45
-	Figura 20. Realiza seguimiento para medir la calidad en sus productos	46
-	Figura 21. Otorga incentivos económicos	47
-	Figura 22. Evalúa si sus clientes están satisfechos con sus productos	47
-	Figura 23. Emplea medios de comunicación	48
-	Figura 24. Realiza y/o apoya eventos para llegar a su público objetivo	49
-	Figura 25. Realiza descuentos a sus clientes	49
-	Figura 26. Considera necesario algún tipo de regalo a sus clientes	50

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, en nuestro país, el crecimiento sostenido se debe al esfuerzo constante de las personas y las empresas que forman parte del motor en nuestra economía. En gran medida las micro y pequeñas empresas son las que contribuyen en este crecimiento pese a las condiciones en las que se encuentran, lo que nos obliga a tomar conciencia de la formalización de las mismas. Dentro de este contexto tenemos la oportunidad de contribuir e incrementar las capacidades, conocimientos y puesta en práctica de mecanismos de apoyo para un buen funcionamiento como micro y pequeñas empresas, donde; desde los centros de formación (universidades e institutos) se fomente y forme a los futuros profesionales que tengan la mentalidad y capacidad emprendedora, con visión de mercado y capacitados en la gestión de micro y pequeñas empresas con sus características propias de acuerdo al tamaño y volumen del negocio.

Vivimos en un País emergente, con personas de espíritu emprendedor, que ha logrado enfrentar las diversas crisis económicas de los últimos años. Este panorama lleno de cambios debido a la globalización y avances por la tecnología con la que se cuenta en la actualidad, el Perú encamina sus esfuerzos para integrar uno a uno los diversos bloques de negocios, esto significa nuevas oportunidades y retos para las Micro y Pequeñas Empresas

En la actualidad las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en el Perú, son de vital importancia para la economía de nuestro país, tienen una gran significación por que 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 encuentra 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 sostenido de las mismas, es por ello que se debe revisar la problemática de estas Micro y Pequeñas empresas desde una perspectiva crítica y analítica,

finalizando con una propuesta tributaria específicamente para este sector, enmarcada en nuestra realidad nacional (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo 2016).

En la actualidad solo el 1% del total de las empresas en el Perú, se encuentran formalizadas y cuentan con sistemas de gestión de calidad, esto nos revela el trabajo que falta por hacer y convencer a las demás micro y pequeñas empresas de que caminen por el sendero de la competitividad. Además, se tiene un total de 1,329 empresas con certificación (ISO 9001 e ISO 14001), de un total de empresas formales activas en el Perú que llega a 1 382 899, según cifras del año 2016 de la SUNAT.

El Perú cuenta con una Política Nacional para la Calidad cuyo objetivo es contribuir a la mejora de la competitividad de la producción y comercialización de bienes y/o servicios, coadyuvando a que las personas tengan una mejor calidad de vida y al desarrollo sostenible, a través de la orientación y articulación de acciones vinculadas al desarrollo, promoción y demostración de la calidad, el Instituto Nacional de la Calidad (INACAL) como ente rector del sistema para la calidad y ejecutor de la política nacional para la calidad, está empeñado en la promoción de la cultura de calidad para que el público exija a los comerciantes productos de calidad, lo cual va a obligar a las empresas a asumir estos sistemas de gestión.

El Estado, dentro de su plan de gobierno debería dar énfasis e incentivar a los gerentes de las Micro y Pequeñas empresas para que estas logren capacitarse y/o certificarse en gestión de calidad, brindando un buen servicio en beneficio del consumidor.

En Colombia, las microempresas abarcan el 70% de la economía del país y es una fuente considerable de empleos, por ello el gobierno vio la necesidad de brindarles herramientas para mejorar no solo sus volúmenes de ventas, también la calidad de estos con la finalidad de mantenerse con un alto grado de competitividad y la adopción de un Sistema de Gestión de Calidad dentro de sus organizaciones.

Las micro y pequeñas empresas, son en definitiva un segmento muy importante para el desarrollo y crecimiento del país, porque aportan a la PEA (Población Económicamente Activa) y PBI (Producto Bruto Interno), este sector requiere de mayor asistencia de profesionales que los orienten a dar solución a los diferentes problemas que enfrenta cada una de ellas y que con el pasar del tiempo han subsistido en el mercado sin ninguna mejora en lo que respecta a la calidad de sus productos y/o servicios que brindan. Estos problemas se deben a la falta de información de los dueños de las empresas, la mala administración, poco capital y la falta de capacitación en gestión de calidad y buena atención al cliente. Las empresas en este siglo XXI, deben enfocarse a la satisfacción de sus clientes para que así puedan sobrevivir en el mercado. En el Distrito de Villa María del Triunfo, existen micro y pequeñas empresas dedicadas a la preparación y comercialización de panes a las que denominamos Panaderías, estos establecimientos en su mayoría son parte de negocios familiares; lo que quiere decir que existen inconvenientes en lo referente a la administración, marketing y atención al público por falta de capacitación y conocimiento tanto del gerente como de sus trabajadores, para ello es necesario la capacitación, innovación y empleo de estrategias en el manejo de negocios a fin de brindar una buena atención a sus clientes.

Observamos la problemática y se ha formulado el problema siguiente:

¿Cuál es la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPES del Sector Producción - Rubro Panaderías, de la Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, del Distrito de Villa María del Triunfo, 2018?. Se ha propuesto el siguiente objetivo general: Determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPES del Sector Producción - Rubro Panaderías, de la Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, del Distrito de Villa María del Triunfo, 2018; y para lograr cumplir con el objetivo principal, hemos considerado los siguientes objetivos específicos:

1. Determinar las características de la gestión de calidad en las MYPES empresas del Sector Producción - Rubro Panadería, de la Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, del Distrito de Villa María del Triunfo, 2018.
2. Determinar los beneficios que se logra con la aplicación de una gestión de calidad en las MYPES del Sector Producción - Rubro Panadería, de la Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, del Distrito de Villa María del Triunfo, 2018.
3. Determinar si la Gestión de Calidad influye en los beneficios de las MYPES del Sector Producción - Rubro Panadería, de la Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, del Distrito de Villa María del Triunfo, 2018.

El presente informe de investigación se justifica desde el punto de vista teórico, planteado por Pola (1988), en su libro Gestión de la Calidad, establece la evolución histórica de la gestión de calidad hasta la época actual, lo que permite ver con claridad los cambios que se han producido a través de los años, identifica las características que afectan la calidad y la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en las empresas. La metodología que empleamos comprende el tipo de investigación descriptiva, nivel de la investigación cuantitativo, diseño de la investigación no experimental- transversal, con una población muestral no probabilístico de 08 panaderías de la Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, Distrito de Villa María del Triunfo. Se realizó la operacionalización de las variables, elaboramos la matriz de consistencia y consideramos los principios éticos de la investigación.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedente Internacional:

Narváez (2016) en su Tesis *“Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) con la Norma ISO 9001: 2015 para el área de tecnologías de la información de la Universidad Politécnica Salesiana. Cuenca- Ecuador”*. Tuvo como objetivo: Diseñar un Sistema de Gestión de Calidad mediante la Norma ISO 9001: 2015, aplicado al área de Tecnologías de la Universidad Politécnica Salesiana. Obtuvo como resultados: La síntesis del presente proyecto traduce la labor conjunta de todos los participantes del área de TI para obtener la versión inicial del SGC que se ha orientado a materializar los procesos TI relevantes que le permitan responder con capacidad objetiva y técnica a las necesidades y expectativas de la institución en el ámbito informático.

Como en todo SGC, los **“Registros o evidencias”** representan los resultados visibles y medibles que permiten instituir una cultura de indicadores y de mejora continua, al ser nuestro caso una propuesta de diseño nuevo, los registros son planteados con carácter de *“expectativas por conseguir”*, es decir, metas por alcanzar dado que recién arranca el SGC, sin embargo, es factible visualizar los resultados al tenor de los objetivos planteados en el presente trabajo.

Garzón (2017) en su investigación *“Planificación del Sistema Gestión de Calidad ISO 9001: 2015 para Gravida S.A.S. Bogotá - Colombia”*. Tuvo como objetivo: Planificar el Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015, para la empresa Grávida S.A.S. El resultado de su estudio arrojó el diagnóstico inicial es que la compañía dentro del desarrollo de sus proyectos no cumple con gran parte de los requisitos que exigen sus clientes o no se encontraron evidencias que así lo demuestren. Se entrega un producto final al cliente a satisfacción, pero no se encuentra la trazabilidad del desarrollo del mismo.

Martínez, Pineda y Turcios (2017) en su Tesis *“Diseño de un Modelo de Gestión para Fortalecer la Calidad en la Pequeña y Mediana Empresa (PYMES) en la búsqueda de la excelencia. San Salvador- El Salvador”*. Tuvo como objetivo: Diseñar un Modelo de Sistema de Gestión para la Oficina Administradora del Premio Salvadoreño de la Calidad, con el fin de fortalecer la Calidad de la Pequeña y Mediana Empresa (PYMES) mediante la propuesta de una unidad organizativa que gestione un conjunto de guías, procedimientos, políticas y manuales para brindar un servicio que permita diagnosticar y aprovechar sus oportunidades de mejora en la búsqueda de la excelencia. Obtiene como resultados: Al estudiar e investigar sobre los Sistemas de Gestión de Calidad y Modelos de Excelencia, se reafirmó que se trata de modelos ampliamente reconocidos y utilizados, en gran medida por constituir las referencias de presentación a distintos premios internacionales a la calidad. La presencia de estos modelos facilita la labor de la empresa en el proceso de implantación de sistemas de excelencia en la gestión, ya que se constituyen una manera sistemática y global de llevar a cabo.

La calidad se ha convertido en esta época, en una de las estrategias más importantes para todas las empresas, con el fin de seguir dentro del mercado y marcar una diferenciación, tanto la empresa privada como las instituciones públicas general diferentes programas, talleres, seminarios, cursos entre otros, que pueden beneficiar a las PYMES.

2.1.2 Antecedente Nacional:

Cabanillas (2018) en su investigación *“Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del Sector Comercial, rubro panadería, Distrito de Satipo, Año 2017”*. Tuvo como objetivo: Determinar el nivel de

implementación de un plan de gestión de calidad y su impacto en atención al cliente, en las MYPES del Sector comercial, rubro panaderías, Distrito de Satipo, año 2017. Tuvo una población de nueve (09) MYPES, que fueron objeto de la investigación y se les realizó un cuestionario. Los resultados que se obtuvieron en la investigación nos proporciona un claro panorama que las MYPES del rubro panadería del Distrito de Satipo, no tienen interés pleno en llevar a la práctica una gestión de calidad, la menos como es concebida, aunque su administración es meramente empírica. Si tienen claro que el cliente es importante para el negocio y centran sus esfuerzos en brindarle atención.

Murrieta (2017) en su estudio *“Caracterización de la gestión de calidad y la cultura organizacional en las MYPE rubro panaderías en San José de Sisa (El Dorado- San Martín), Año, 2017”*. Tuvo como objetivo: Establecer las características de la gestión de calidad y la cultura organizacional en las MYPE rubro panaderías en San José de Sisa (El Dorado- San Martín), Año 2017, con una población de cuatro (04) MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario. Concluye: en relación al nivel de gestión de calidad, existe: procesos implícitos en la atención; esfuerzo y desarrollo de las tareas: conformidad con la atención; los trabajadores si suelen tomar decisiones en su trabajo.

Respecto a los factores determinantes de gestión de calidad, se considera: que los trabajadores están dispuestos a ayudar; son amables en la atención; y desarrollo, trabajo colaborativo entre los trabajadores.

Se estableció en relación a las características de la gestión de calidad que la mayoría de clientes señalan que las MYPE han mejorado su atención; además que las MYPE mantienen una relación adecuada con los clientes.

Solsol (2017) en su estudio realizado sobre: *“Caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las MYPES del sector comercio – rubro panaderías en la Provincia de Leoncio Prado, año 2017”*.

Tuvo como objetivo: Conocer las características de la gestión de calidad y formalización en las MYPES del sector comercio rubro panaderías de la ciudad de Tingo María, año 2017, concluye en lo siguiente:

Respecto a los datos generales del empresario:

Se concluye que la edad promedio de los representantes de las MYPES encuestadas es de 36 a 50 años, por ello se podría decir que están siendo dirigidas por personas con experiencia; asimismo, los datos mostraron que en su mayoría son de género masculino. El nivel de educación que influye en los empresarios de las MYPES en estudio es la universitaria, es decir la mayoría de estas MYPES están siendo administradas por profesionales experimentados que decidieron hacer empresa y ser independientes.

Respecto a la gestión de la calidad:

De las MYPES en estudio el 100% manifiesta que su servicio está de acuerdo a la necesidad del cliente, se aprecia que el documento de gestión más usado por los empresarios de este rubro es el plan estratégico, el 82% ha implementado en su empresa servicios de pre y posventa con ayuda de las redes sociales, mientras que el 55% ha capacitado a su personal y el 91% afirma que evalúa el nivel de satisfacción de sus clientes, el 82% menciona que usan las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto.

Respecto a la formalización:

Todos los encuestados refieren que su empresa es formal, considerando la gran mayoría que la formalidad les beneficia con el aumento en sus ventas; un alto porcentaje de encuestados manifiesta haber recibido asesoría de las entidades; pese a ello los empresarios panaderos creen que la formalización aumenta los costos laborales; finalmente se pudo constatar que todos los empresarios están de acuerdo en que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización de su servicio.

2.1.3 Antecedente Local:

Estrada (2016) en su Tesis “*Propuesta de mejora de la calidad en base a la norma ISO 9001: en una panadería. Lima- Perú*”. Tuvo como objetivo: Diseñar el Sistema de Gestión de la Calidad para los procesos en la producción de pan del área de panadería de la empresa Hipermercados Populares S.A en base a la norma ISO 9001: 2008. En su investigación concluye: Se propuso el diseño de un sistema de gestión de calidad con base en la norma ISO 9001: 2008 que constó de cinco etapas: establecer alcance, identificación y secuencia de procesos, establecer política y objetivos de calidad, documentar el sistema de gestión de calidad y definir indicadores para la panadería de Hipermercados Populares S.A del local ubicado en Av. La Marina N° 2355 Distrito de San Miguel

Chicana (2017) en su investigación “*Gestión de Calidad de Servicio y la Satisfacción del Usuario en la Superintendencia Nacional de Migraciones. Lima- Perú*”. Tuvo como objetivo: Determinar los niveles de la gestión de la calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Migraciones, Lima 2016, concluye: Se determinó los niveles porcentuales de la gestión de la calidad de servicio, según la percepción de los servidores públicos

de la Superintendencia Nacional de Migraciones Lima 2016. Se observó que los niveles bajo y moderado alcanzan un total 75.6%, por lo que se puede evaluar como una gestión por debajo de lo esperado o deficiente en la gestión de la calidad de servicio. Lo que se indica que, desde la perspectiva de los ciudadanos, clientes y usuarios, no están conformes con los servicios que les da la administración, y han pasado a ser ciudadanos – clientes, que saben que pagan y, en consecuencia, exigen un cambio servicios de calidad. Asimismo, se observó un nivel alto del 24.4% del total de la población, lo que corresponde a un nivel no deseado respecto a la buena gestión de la calidad del servicio, según la percepción de los servidores públicos.

Dávila (2017) en su Tesis “*Gestión de Calidad para incrementar la rentabilidad en la empresa GM Fiori Industrial SRL, 2017, Lima- Perú*”. Tuvo como objetivo: Diseñar un sistema de gestión de calidad que permita reducir la producción defectuosa e incrementar la rentabilidad de la empresa. Concluye que el análisis comparativo realizado en la discusión frente a otras investigaciones sobre uso, diseño, plan de procesos y/o implementación de un sistema de gestión de calidad en empresas del sector manufacturero demostró también que la propuesta de la presente investigación es una solución ideal al problema de la empresa en cuestión, porque permitió evidenciar que la implementación de un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 ayudaría a mejorar los procesos, disminuir y eliminar problemas existentes y que puede ser aplicado en diversas empresas de manufactura existentes y que puede ser aplicado en diversas empresas de manufactura para aumentar la rentabilidad de éstas.

2.2 Bases teóricas:

2.2.1 MYPE:

Las MYPE, según la Ley N° 30056, publicada en el Diario Oficial El Peruano el 02 de Julio del 2013, deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de:

Tabla 1.

Tipo de Empresa

CARACTERÍSTICAS	NÚMERO DE TRABAJADORES	NIVELES DE VENTAS ANUALES
MICROEMPRESA	DE 01 HASTA 10	MONTO MÁXIMO 150 UIT
PEQUEÑA EMPRESA	DE 11 HASTA 50	MONTO MÁXIMO 1700 UIT
Valor de la UIT S/. 4,200.00		

2.2.2 Gestión:

(Espasa Calpe, 2008, p. 1). Un conjunto de reglas y métodos para llevar a cabo con la mayor eficacia un negocio o actividad empresarial”

Benavides, L (2011): Son guías para orientar la acción, previsión, visualización y empleo de los recursos y esfuerzos a los fines que se desean alcanzar, la secuencia de actividades que habrán de realizarse para lograr objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución.

2.2.3 La Calidad:

Cuatrecasas (2000), define la calidad como: El conjunto de características que posee un producto o servicio obtenidos en un sistema productivo, así como la capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario. La calidad supone el cumplimiento por parte del producto de las especificaciones para las que ha sido diseñado, que deberán ajustarse a las expresadas por el cliente.

2.2.4 Técnicas de Gestión de Calidad:

Asociación Española para la calidad (Tomado el 22 Enero 2019), en una de sus publicaciones en la web, considera las siguientes técnicas de gestión de calidad:

a. Modelos de Calidad:

- 1) **Modelo del Dr Deming:** Su técnica es sencilla pero poderosa, son simples técnicas de planear, ejecutar y exhibir los resultados de las mismas acciones.

Cabe mencionar, que este ciclo de mejora continua o del mejoramiento progresista es aplicable a todo el modelo de calidad total en el servicio aquí propuesto y su uso debe hacerse en cada paso que se lleve a cabo.

El círculo del Dr. Deming se compone de cuatros partes a saber:

- ✓ **Planear:** Consiste en definir los objetivos, establecer las estrategias, los tiempos, costos, recursos necesarios y responsables.
- ✓ **Hacer:** Consiste en llevar a cabo el plan tal como fue definido; es realizar todas las acciones necesarias para alcanzar el objetivo propuesto.
- ✓ **Verificar:** Consiste en reunir datos y evaluar el resultado, de acuerdo con los parámetros propuestos como satisfactores.
- ✓ **Mejorar:** Si el resultado no fue satisfactorio se debe prever la etapa de los planes. Si el resultado fue satisfactorio se deben tomar medidas de tal manera que se establezca la estandarización del proceso para mantener la calidad lograda.

- 2) **Modelo de Malcolm Baldrige:** En honor a su fundador, es el modelo de excelencia utilizado en Estados Unidos y es el marco de referencia utilizado para la evaluación del premio nacional de calidad de Estados

Unidos. Este modelo considera siete puntos clave, que son los que sirven para evaluar el sistema de gestión de la calidad:

- ✓ **Planificación estratégica:** Examina cómo la organización desarrolla los objetivos estratégicos y los planes de actuación. También se examina cómo los objetivos estratégicos elegidos y los planes de actuación se desarrollan y modifican si las circunstancias lo requieren, y cómo se mide el progreso.
- ✓ **Orientación al cliente y al mercado:** Examina cómo la organización determina los requerimientos, las necesidades, las expectativas y las preferencias de los clientes y de los mercados. También se examina cómo la organización construye relaciones con los clientes y determina los factores clave que llevarán a la adquisición, satisfacción, fidelización y retención del consumidor.
- ✓ **Información y análisis:** Examina cómo la organización selecciona, reúne, analiza, dirige y mejora sus datos, información y activos basados en el conocimiento. También examina cómo la organización revisa su desempeño.
- ✓ **Orientación a los recursos humanos:** Examina cómo los sistemas de trabajo de la organización y el aprendizaje de los empleados y la motivación permiten a todos los empleados desarrollar y utilizar su completo potencial en alineación con los objetivos generales de la organización, la estrategia y los planes de actuación. También se examinan los esfuerzos de la organización para crear y mantener un entorno de trabajo y un clima de apoyo a los empleados que lleven a

la excelencia del desempeño y a un crecimiento personal y organizativo.

- ✓ **Gestión de los procesos:** Se refiere a los aspectos clave del proceso de gestión de la organización, incluyendo procesos clave de los productos, servicios y organizativos para crear valor a los consumidores y a la organización y apoyo clave a los procesos. Esta categoría incluye todos los procesos clave y todas las unidades de trabajo.
- ✓ **Resultados del negocio:** Examina el desempeño de la organización y su mejora en todas las áreas clave: resultados del producto y servicio, satisfacción de los clientes, resultados financieros y de mercado, resultados de los recursos humanos, resultados operativos y liderazgo y responsabilidad social. Los niveles del desempeño se examinan en relación con la competencia y con otras organizaciones que proporcionan productos y servicios similares.

b. Beneficios que aporta el sistema de gestión de calidad

De la Parra (1997) considera que: al aplicar un Sistema de Gestión de Calidad, las empresas observarán como se pueden enfocar en beneficios propios de la empresa y también de los clientes, de esta manera implantar la Norma ISO 9001 del 2008, que fue modificada en Setiembre del 2015 y para el presente año se encuentra en etapa de transición.

Esta Norma ISO 9001: 2008, conserva un mejoramiento continuo dentro de los requisitos anteriores como los siguientes:

- ✓ Sistema de Gestión de la Calidad.

- ✓ Responsabilidad de la Dirección.
- ✓ Gestión de los recursos.
- ✓ Realización del producto o prestación del servicio.
- ✓ Medición, Análisis y Mejora.

Presenta la siguiente estructura:

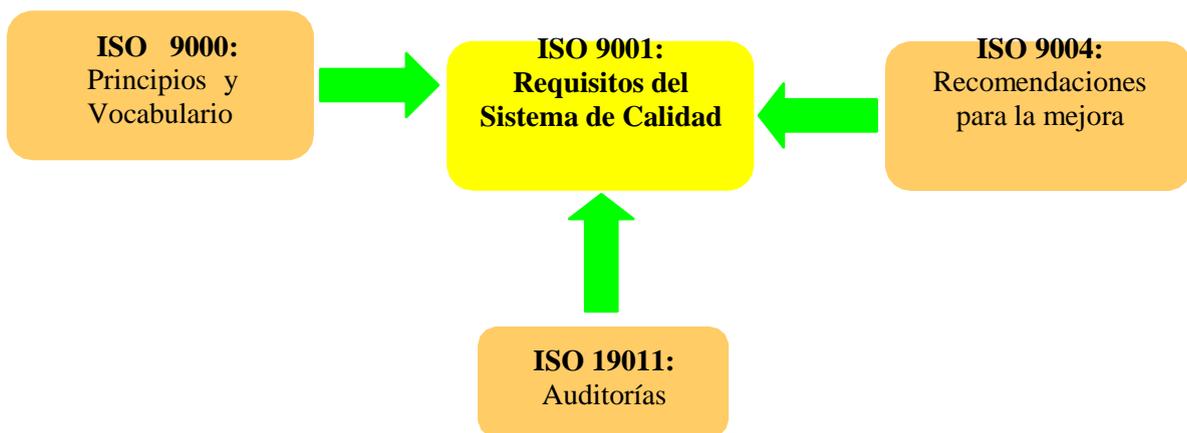


Figura 1: Normas ISO

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

ISO 9001, es una norma reconocida internacionalmente que se encarga de medir el sistema de gestión de la calidad y es aplicable en cualquier tipo de organización, porque se centra en los procesos y en la satisfacción del cliente, se aplica también a proveedores ya sea de servicios o fabricantes.

Con la Norma ISO 9001, se obtiene una mejor documentación, se logra que la información esté actualizada y sea efectiva. También se logra una mejor aceptación de los clientes y es en sí una carta de presentación para abrir nuevos mercados. A parte de esto es una norma que asegura que el Sistema de Calidad de la empresa sea efectivo, así como facilita una disminución de costos y los procesos.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Definición de MYPE:

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Perú, Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria).

Para constituirse como MYPE, no necesita constituirse como persona jurídica, puede ser conducida por el propietario que sería una persona individual, sin embargo, puede voluntariamente adoptar cualquier forma de sociedad o como empresa individual de responsabilidad limitada previstas y de acuerdo a Ley.

2.3.2 Definición de Gestión:

Según el Banco Mundial (publicación Cuaderno de Trabajo “Capacitación de Organizaciones de Base” 2007); son las acciones que debemos llevar adelante para resolver nuestros problemas, para satisfacer las necesidades y demandas que nos propusimos encarar como organización. Entre estas acciones también incluimos el establecer relaciones con otros actores sociales.

2.3.3 Definición de Calidad:

Garbin, M y Invrea, G. (1979). Calidad es el grado de satisfacción que ofrecen las características del producto, en relación con las exigencias del consumidor al que se destina.

La Sociedad Americana de Control de Calidad, identifica el ciclo generador de la calidad en la que permite apreciar las siguientes clases de calidad:

- ✓ **Calidad teórica:** responde al grado de satisfacción que ofrecen las características del producto o servicio determinadas en la fase de proyecto del mismo con relación a las exigencias del cliente.
- ✓ **Calidad técnica:** viene fijada por el nivel de conformidad que ofrecen las características que efectivamente poseen el producto o servicio una vez fabricado o prestado en relación con las características con que fue proyectado.
- ✓ **Calidad del usuario:** es la que realmente importa al consumidor ya que le permite comparar lo que le han dado con respecto a lo que pidió, determinando su adecuación al uso, su capacidad para satisfacer sus necesidades.

2.3.4 Definición de Gestión de Calidad:

Según Pola, A. (1988), define la gestión de calidad como: 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.

Los conjuntos 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.

2.3.5 Beneficios:

- ✓ Según Knight, F. (1921), define al beneficio como su recompensa por asumir riesgos.
- ✓ Según Schumpeter, J. el beneficio es el premio o recompensa a la innovación, y en la innovación se halla la esencia de la función empresarial.

El empresario es el principal protagonista del desarrollo económico capitalista. El sistema económico tiende a estar en una situación de equilibrio, en la que los precios de los diferentes productos son iguales a sus costes medios y el beneficio extraordinario igual a cero; el beneficio del empresario queda reducido al beneficio ordinario e incluido, por tanto, en los costes.

2.3.6 Definición de Panadería

Al hablar de panadería existen muchas definiciones, entre ellas utilizaremos la que trate sobre el informe de investigación.

Es el negocio dedicado a la elaboración y venta de diversos tipos de pan, así como todo aquel producto hecho a base de harina de trigo, maíz, cebada y cualquier otro insumo sustituto.

2.3.7 Historia del pan en nuestro país:

(Perú, Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Latino)

Esta se remonta miles de años atrás; desde la época del Neolítico, cuando el hombre descubre los cereales y aprende a molerlos mezclándolos con agua.

En el Perú, en épocas pre- colombinas, se preparaba el pan, moliendo el maíz en un batan, mezclándolo con agua, y cocinándolo encima de piedras calientes. A este pan se le llamaba Tanta.

También existía un pan ceremonial, llamado Sanco. Además, se consumía el Aija, que era una especie de pan líquido elaborado con maíz de jora. El trigo no era conocido por los antiguos peruanos, y según los cronistas, la quinua, maíz y papa eran sus principales alimentos.

Al llegar los españoles, introdujeron el cultivo del trigo, ya que el pan era un alimento muy importante en la dieta de los conquistadores. Se dice que el primer pan de trigo en las colonias del Nuevo Mundo fue confeccionado por la cuñada de Francisco Pizarro, Doña Inés Muñoz, allá por el año 1535; alimento que cobraría gran importancia para los pobladores del Perú y del resto de las colonias españolas.

El pan fue confeccionado en las casas antiguas, tanto por las señoras de la casa como por sus sirvientas, y contaban con hornos caseros para prepararlo. Una de las tareas que se esperaba que toda mujer aprendiese, era la de hacer el pan casero.

Según Andrés Ugaz, investigador gastronómico, “El pan es un producto cultural, tal vez el más mestizo del mundo, que tiene relación con creencias muy vinculadas con el hecho de sanarse y de compartir”

Tipos de panes en el Perú:

El investigador Andrés Ugaz Cruz registró en su libro *Panes del Perú* (2007), ciento veinte tipos de panes de doce regiones del Perú que recorrió en tres años y rescató cincuenta y cinco recetas, además de historias y costumbres entorno al pan. En los tipos de panes podemos diferenciar los panes dulces y salados, así tenemos lo siguiente:

- ✓ **En Piura** son comunes las *cachangas*, las tortas regaladas, los angelitos o panes en miniatura y el pan royal de Ayabaca.
- ✓ **Cajamarca** tiene la torta de manteca, la turquita, la semita, el pan de agua, el mollete dulce y el bollo.
- ✓ **Ancash** sobresale en Sihuas el pan semita, el pan de agua o pan común, la torta, el pan francés, la rosquita, el bizcocho o pan dulce, las basitas, la *cachanga*, el bollito, las *wawas* y guanacos.
- ✓ **Corongo** resaltan las tortas, el *jatutanta* o pan de mercado, las bambasas, las semitas dulces y saladas, las *wawas*, los panecillos de maíz y los bizcochos.
- ✓ **Caraz:** la *cachanga*, la semita, el integral, el bizcocho, el *mishti* y el mollete.
- ✓ **Callejón de Conchucos** se consume el pan de frijol canario o *cushcutanta*; se elabora el pan de papa de tamaño grande que se comparte entre los familiares.

- ✓ **Lima** los panes tradicionales son el carioca, pan de yema y de anís, el tolete, el chancay, el cachito, el francés y la *ayuya*; el ciabatta o chapata es de introducción actual.
- ✓ **Ayacucho** sobresale con su típico pan *chapla*, además de producir el *chimango* o *misti*, el pan común, el *chaquiche*, el *puspu*, la *jallulla*.
- ✓ **Huancayo**, el de yuca, el francés, la *wawa*, la *lata canca*, las tortas, semitas y otros.
- ✓ **Huancavelica** tiene bollos de calabaza, panes de trigo y de *achita* o *kiwicha*, *wawas* y caballos, el pan común o bollo de Huaytará, el pan de mesa o de figuras conformado por los cachitos, los cariocas, las hogazas, las manos, las trenzas, los rondines, las corbatas, el torito, la mariposa, la tortuga, las roscas y otras variedades.

2.3.8 Tecnología que se emplea en las panaderías

Perú, Ministerio de la Producción (2015)

Hoy en día los consumidores no sólo buscan calidad sino también variedad en los panes, lo que ha impulsado a los panificadores a estar permanentemente actualizados en su especialidad y a desarrollar su máxima creatividad en la presentación de los productos.

Los expertos panificadores están abandonando la informalidad y están optando por capacitarse y profesionalizarse ante las expectativas de futuro que se abre para ellos, buscan ampliar sus conocimientos y técnicas en los centros superiores de Gastronomía.

Como en toda actividad productiva, el uso de la tecnología es una herramienta indispensable para desarrollar capacidades de ampliar la producción industrial, pero al mismo tiempo desarrollar mezclas y sabores con equipos cada vez más

sofisticados como es la exigencia en estos tiempos de competitividad en los negocios.

Sin embargo, por más tecnología que se use en esta industria, el arte innato de los expertos panificadores, siempre estará por delante en toda creación y serán ellos quienes nos brinden la satisfacción a nuestros paladares.

III. Hipótesis

La gestión de calidad influye significativamente en los beneficios de las MYPES del Sector Producción - Rubro Panadería, de la Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, del Distrito de Villa María del Triunfo, 2018.

Las hipótesis indican lo que estamos buscando o tratando de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado, formuladas a manera de proposiciones. (Ibidem, 140)

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 investigación No Experimental -Transversal-Correlacional.

- **No experimental** porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.

En la investigación No Experimental, los cambios en la variable independiente ya ocurrieron y el investigador tiene que limitarse a la observación de situaciones ya existentes dada la incapacidad de influir sobre las variables y sus efectos.

(Hernández, Fernández y Baptista, 1991)

- **Transversal** porque se realizó en un determinado tiempo.

Los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Ibidem, 270)

- **Correlacional** porque el estudio estuvo basado en la relación de la variable **gestión de calidad** y los beneficios que se lograrán con su aplicación.

La característica más importante de la investigación correlacional es que las dos variables tratadas son medidas (sin ser manipuladas) y los resultados son ciertos independientemente del tipo de variable (cuantitativa o categórica). (Prince, Jhangiani, y Chiang, 2017)

Tipo de investigación:

El tipo de investigación es cuantitativa

A través de su estructura recopilaremos y analizaremos los datos obtenidos de las diferentes fuentes de información. Este tipo de investigación implica el uso de las herramientas informáticas, matemáticas, estadísticas para la obtención de resultados.

Nivel de investigación:

El nivel de investigación será descriptiva y correlacional

- **Descriptiva:** describiremos los datos y las características de la población objeto de estudio.
- **Correlacional:** estableceremos el grado de relación no causal que existe entre las dos variables de estudio, se caracteriza por primero medir las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, estimamos la correlación.

4.2 Población y Muestra:

Universo/Población:

Se utilizó una población constituida por 08 Micro y Pequeñas Empresas del Sector Producción - Rubro Panadería, de la Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, del Distrito de Villa María del Triunfo, 2018.

La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades que la población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. (Tamayo y Tamayo, 1997)

Muestra:

La muestra fue dirigida a ocho (08) Micro y Pequeñas Empresas del Sector Producción - Rubro Panadería, de la Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, Distrito de Villa María del Triunfo, 2018.

La selección de la muestra para realizar el estudio por ser una población pequeña, que sería el 100%.

La muestra es la que puede determinar la problemática ya que es capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. Es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico. (Tamayo y Tamayo, 1997)

4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

VARIABLE		DEFINICIÓN OPERACIONAL			Escala de Medición
		DIMENSIÓN		INDICADOR	
Denominación	Definición Conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
Gestión de calidad.	Un conjunto de métodos útiles de forma aleatoria, puntual y coyuntural para diferentes aspectos del proceso administrativo. (Witcher, 1995)	Planear	Consiste en saber qué se va a hacer por anticipado, cuál va a ser la dirección que se va a tomar para alcanzar los objetivos de la manera más eficiente,	Conocimientos	Likert
				Objetivos	
		Organizar	Proceso en donde se determina qué es lo que debe hacerse para lograr una finalidad establecida o planeada, dividiendo y coordinando las actividades y suministrando recursos.	Tipos	
				Demanda	
		Dirigir	Función que trata, a través de la influencia interpersonal, de lograr que todos los involucrados en la organización contribuyan al logro de sus objetivos	Ambiente	
Controlar	Función que efectúa la medición de los resultados obtenidos comparándolos con los esperados con el fin de buscar la mejora continua.	Proceso de producción			
		Calidad del proceso			
Beneficios	Halla su explicación en la plusvalía o parte del producto del trabajo del que se apropian los capitalistas, que luego reparten en forma de intereses, dividendos, participaciones, etc. (Marx, 1867)	Materia prima	Todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final.	Producción	Likert
				Calidad	
		Motivación	Procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza un individuo para la consecución de un objetivo.	Incentivos	
				Satisfacción del cliente	
		Publicidad	Forma de comunicación impersonal y de largo alcance.	Medios empleados	
Público objetivo					
Promoción	Actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos.	Descuentos			
				Regalos	

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento fue un cuestionario estructurado de 26 preguntas.

- Cinco (05) preguntas referentes a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas
- Cinco (05) preguntas referentes a las características de las micro y pequeñas empresas
- Ocho (08) preguntas con respecto a la gestión de calidad.
- Ocho (08) preguntas con respecto a los beneficios.

Encuesta: Una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. (García, 1993).

Cuestionario: es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto de investigación. El cuestionario permite estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos. (Galán, 2009)

Instrumento de recolección de datos: es un recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente. El cual debe reunir dos requisitos: *confiabilidad*, que se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales y *validez*, que se refiere al grado en que un instrumento considera la variable que pretende medir. (Hernández, 2003)

4.5 Plan de análisis

El análisis de los datos se realizó mediante un análisis descriptivo.

Se utilizaron técnicas y medidas de la estadística, tablas de frecuencia absoluta y relativa (porcentual). Estas tablas sirven para la presentación de datos procesados y ordenados según sus categorías, niveles o clases correspondientes.

Se utilizaron tablas de frecuencia absoluta y relativa (porcentual), estas tablas nos sirvieron para presentar los datos procesados y ordenados según las variables estudiadas. Empleamos el Programa SPSS versión 22, a través del cual obtuvimos tablas, frecuencias y gráficas simplificando así el contenido de los datos, dando como resultado información necesaria para el estudio que hemos realizado.

4.6 Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Población y Muestra	Metodología	Técnicas e Instrumentos
<p>General: ¿Cuál es la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPES del Sector Producción - Rubro Panadería, de la Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, Distrito de Villa María del Triunfo, 2018?</p>	<p>General: Determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPES del Sector Producción - Rubro Panadería, de la Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, del Distrito de Villa María del Triunfo, 2018.</p> <p>Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> Determinar las características de la gestión de calidad en las MYPES del Sector Producción - Rubro Panadería, de la Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, Distrito de Villa María del Triunfo, 2018. Determinar los beneficios que se logra con la aplicación de una gestión de calidad en las MYPES del Sector Producción - Rubro Panadería, de la Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, Distrito de Villa María del Triunfo, 2018. Determinar si la Gestión de Calidad influye en los beneficios de las MYPES del Sector Producción - Rubro Panadería, de la Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, Distrito de Villa María del Triunfo, 2018. 	<p>Gestión de Calidad.</p> <p>Beneficios</p>	<p>Población: La población está constituida por 8 Micro y Pequeñas Empresas en el área de estudio.</p> <p>Muestra: La muestra esta constituida por 8 Micro y Pequeñas Empresas.</p>	<p>Tipo: El tipo de investigación a utilizar es cuantitativa y nivel descriptivo.</p> <p>Nivel de investigación: Es descriptivo y correlacional.</p> <p>Diseño:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No experimental - Transversal - Correlacional 	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

4.7 Principios éticos

4.7.1 Consentimiento informado:

Las personas antes de realizar la investigación fueron informadas sobre los objetivos de esta, sus beneficios y potenciales riesgos dando su consentimiento voluntariamente. El individuo no fue coaccionado a participar en el estudio, o indebidamente persuadidos por la promesa de una recompensa. Las personas estuvieron conscientes de los riesgos que puedan ocurrir como resultado de su participación en la investigación. Después de haber comprendido la información que se le ha dado acerca de los objetivos de la investigación, beneficios, incomodidades y riesgos previstos, alternativas posibles, derechos y responsabilidades. La persona otorgó libremente su consentimiento, antes de poder ser incluido en la investigación.

4.7.2 Derecho a retirarse:

Las personas aun cuando aceptaron y formaban parte del estudio, siempre tuvieron el derecho a retirarse sin perjuicio o afectación en la participación de que sea objeto o cualquiera que sea el beneficio como en el caso de los estudiantes.

4.7.3 Confidencialidad:

La información presentada en esta tesis ha sido elaborada bajo consultas de diferentes autores, libros virtuales que representan la seguridad de la información plasmada.

4.7.4 Confiabilidad:

La información presentada en este trabajo de investigación, está elaborada con absoluta confiabilidad, presentando bibliografías y consultas de autores que nos

garantizan la fiabilidad que tiene la investigación, para el buen funcionamiento de los resultados.

4.7.5 Respeto a la persona humana:

El presente trabajo de investigación se ha elaborado respetando la dignidad de la persona humana, sin dañar susceptibilidades, pensando en la mejora y mayores conocimientos con el avance de la tecnología.

4.7.6 Responsabilidad Social:

Esta investigación contribuye activa y voluntaria al mejoramiento de los conocimientos del futuro administrador que, al dirigir una organización, este debe ser responsable con sus colaboradores y esforzarse en desarrollar su talento humano que es el que finalmente hace posible que la organización fructifique. Es importante comprender que el mismo espíritu debe aplicarse tanto para proveedores y clientes.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados:

5.1.1 Resultado de las encuestas referente a los representantes de las MYPES, rubro panadería, del Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, Distrito de Villa María del Triunfo, 2018.

Tabla 1

Edad de los representantes de las MYPES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20- 35 AÑOS	1	12,5	12,5	12,5
	36- 45 AÑOS	4	50,0	50,0	62,5
	46- 60 AÑOS	3	37,5	37,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

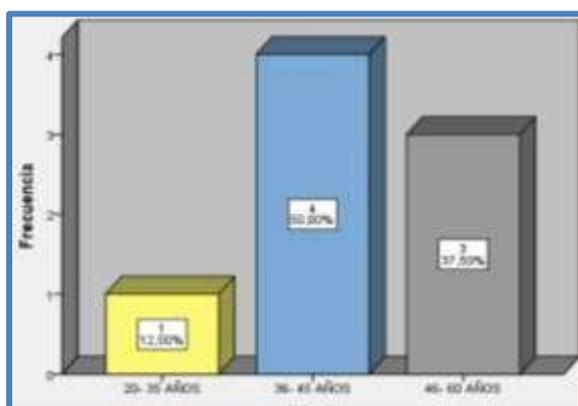
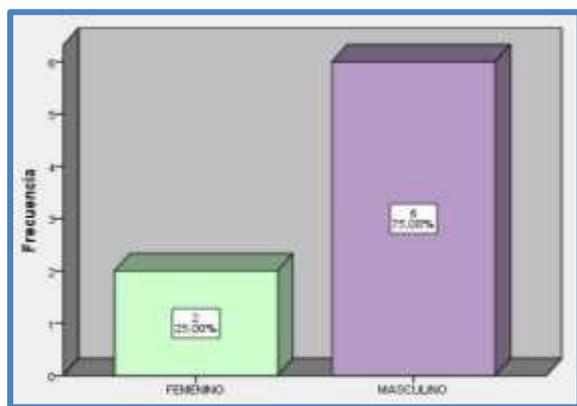


Figura 1. Muestra relacionada a la edad de los representantes de las MYPES

Interpretación de la tabla 1: representa que el 50% de los encuestados tiene entre 36 a 45 años de edad, el 37.50% tiene entre 46 a 60 años y el 12.50% tiene de 20 a 35 años.

Tabla 2

Sexo de los representantes de las MYPES



		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	FEMENINO	2	25,0	25,0	25,0
	MASCULINO	6	75,0	75,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

Figura 2. Muestra relacionada al sexo de los representantes de las MYPES

Interpretación de la tabla 2: representa que el 75% de los encuestados son de sexo masculino y el 25% de sexo femenino.

Tabla 3

Nivel de instrucción de los representantes de las MYPES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SECUNDARIA	2	25,0	25,0	25,0
	SUPERIOR TECNICA	3	37,5	37,5	62,5

SUPERIOR UNIVERSITARIA	3	37,5	37,5	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de Datos

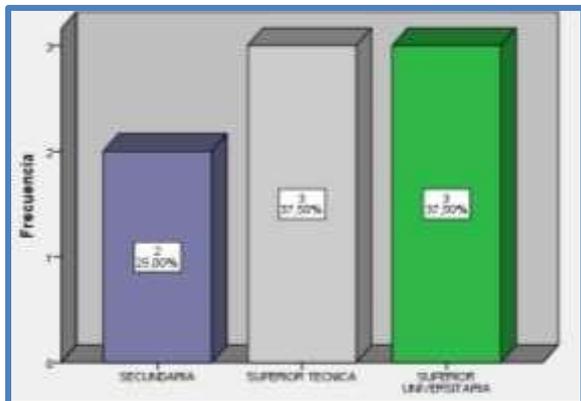


Figura 3. Muestra relacionada al nivel de instrucción de los representantes

Interpretación de la tabla 3: representa que el 37.50% de los encuestados tienen un nivel de instrucción superior técnica, el otro 37.50% superior universitario, y el 25% tiene el nivel secundario.

Tabla 4

Cargo dentro de la MYPE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	GERENTE	2	25,0	25,0	25,0
	PROPIETARIO	6	75,0	75,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

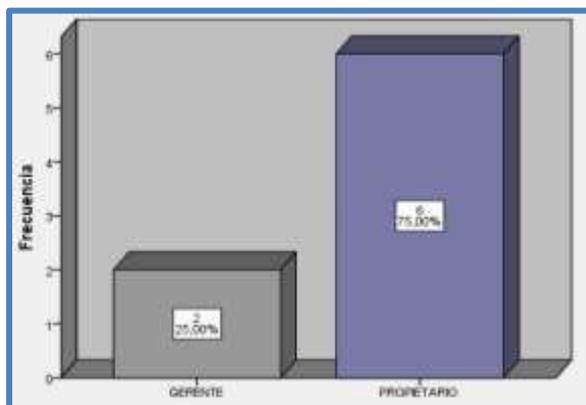


Figura 4. Muestra relacionada al cargo dentro de las MYPES

Interpretación de la tabla 4: representa que el 75% de los encuestados son propietarios de las MYPES, y el 25% son gerentes.

Tabla 5

Tiempo desempeña su cargo en la MYPE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0 A 4 AÑOS	2	25,0	25,0	25,0
	5 A 8 AÑOS	4	50,0	50,0	75,0
	9 A MAS AÑOS	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

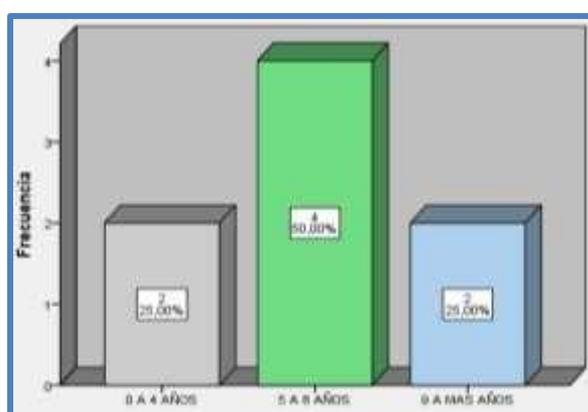


Figura 5. Muestra relacionada al

tiempo de desempeño en la MYPES

Interpretación de la tabla 5: nos muestra que el 50% de los encuestados desempeña su puesto en la empresa de 5 a 8 años, el 25% de 0 a 4 años, y el otro 25% tiene de 9 a más años.

5.1.2 Resultado de las encuestas referente a las características de las MYPES, rubro panadería, del Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, Distrito de Villa María del Triunfo, 2018

Tabla 6

Tiempo de la empresa en el rubro de panadería

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0 a 4 años	1	12,5	12,5	12,5

5 a 8 años	4	50,0	50,0	62,5
9 a más años	3	37,5	37,5	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

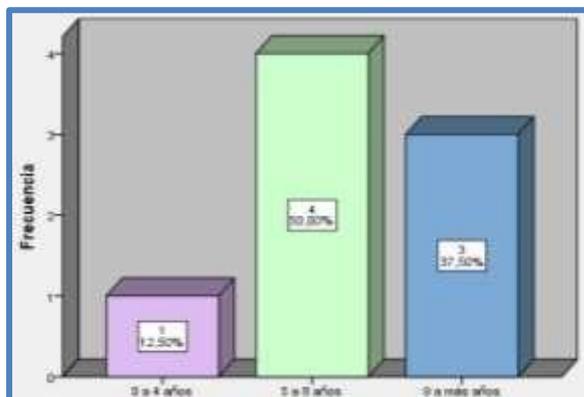


Figura 6. Muestra relacionada al tiempo de la empresa en el rubro

Interpretación de la tabla 6: muestra que el 50% de los encuestados lleva de 5 a 8 años en el rubro de panadería, el 37.50% tiene de 9 a más años, y el 12.50% tiene de 0 a 4 años en el rubro.

Tabla 7

Número de trabajadores

				Porcentaje	Porcentaje
		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	1 a 6 trabajadores	5	62,5	62,5	62,5
	7 a 11 trabajadores	3	37,5	37,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

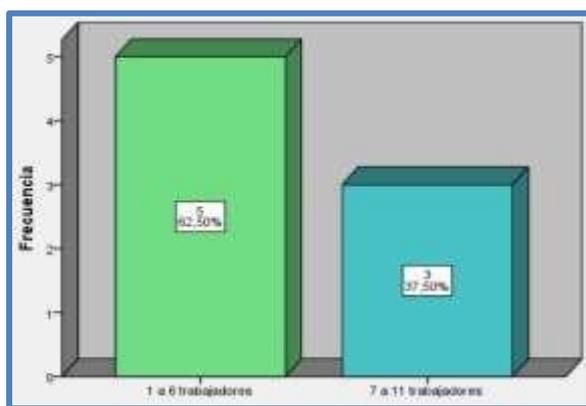


Figura 7. Muestra relacionada al número de trabajadores en la MYPE

Interpretación de la tabla 7: representa que el 62.50% de las MYPES, tiene entre 1 a 6 trabajadores y el 37.50% tiene entre 7 a 11 trabajadores.

Tabla 8

Los trabajadores de su empresa son

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Familiares	1	12,5	12,5	12,5
	Particulares	5	62,5	62,5	75,0
	Familiares y Particulares	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

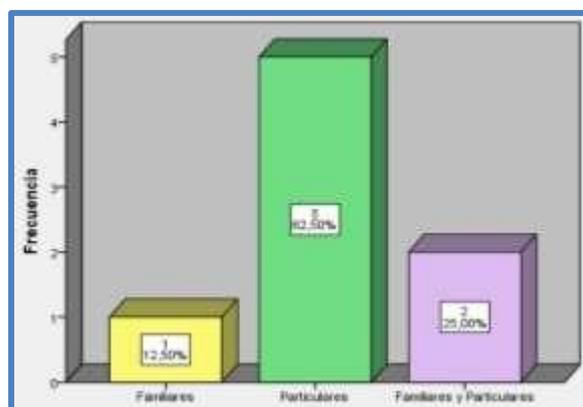


Figura 8. Muestra relacionada al tipo de amistad con los trabajadores

Interpretación de la tabla 8: representa que el 62.50% de sus empleados son particulares, el 25% son entre familiares y particulares, el 12.50% son familiares

Tabla 9

Objetivo de su empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Generar más ventas	4	50,0	50,0	50,0
	Crecimiento personal	2	25,0	25,0	75,0
	Ingresos diversos	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

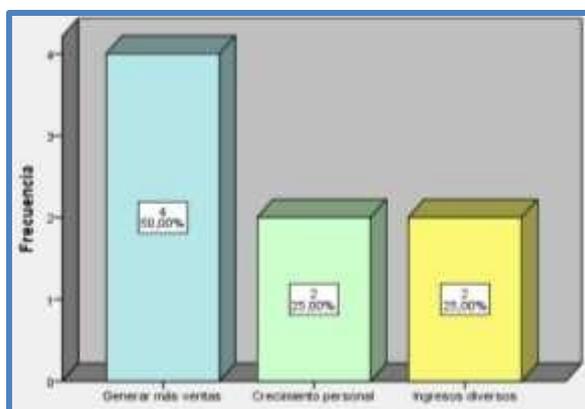


Figura 9. Muestra relacionada a los objetivos de la empresa

Interpretación de la tabla 9: representa que el 50% de los encuestados tiene como objetivo generar más ventas, el 25% crecimiento personal, y el otro 25% por ingresos diversos.

Tabla 10

Empresa se encuentra constituida como:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Persona natural	6	75,0	75,0	75,0
	E.I.R.L.	1	12,5	12,5	87,5
	S.R,L	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

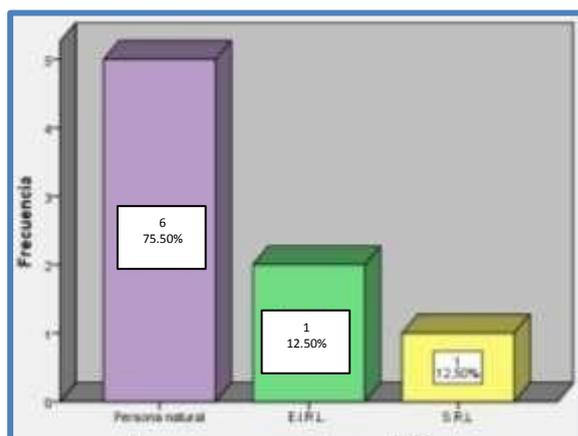


Figura 10. Muestra relacionada al tipo de MYPE

Interpretación de la tabla 10: nos muestra que el 75.00% de los encuestados están registrados como persona natural, el 12.50% como EIRL, y el 12.50% como SRL.

5.1.3 Resultado de las encuestas referente a la gestión de calidad de las MYPES, rubro panadería, del Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, Distrito de Villa María del Triunfo, 2018

Tabla 11

Toma en cuenta el tema de gestión de calidad en su empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	3	37,5	37,5	37,5
	Algunas veces	2	25,0	25,0	62,5
	Casi siempre	2	25,0	25,0	87,5
	Siempre	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

Fuente: Base de datos

tema

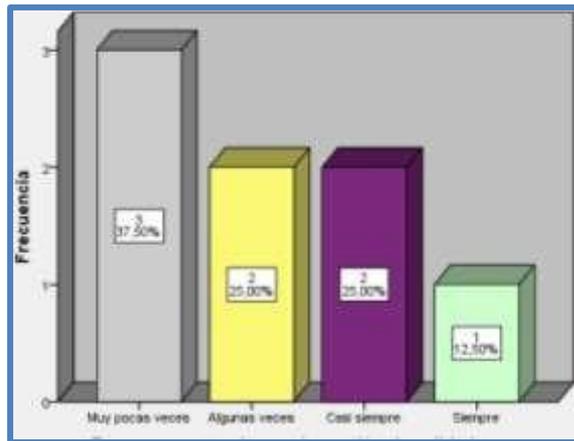


Figura 11. Muestra relacionada al de gestión de calidad

Interpretación de la tabla 11: representa que el 37.50% muy pocas veces toma en cuenta el tema de gestión de calidad, el 25% algunas veces, otro 25% casi siempre y el 12.50 siempre.

Tabla 12

Tiene en cuenta los objetivos de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	1	12,5	12,5	12,5
	Algunas veces	2	25,0	25,0	37,5
	Casi siempre	1	12,5	12,5	50,0
	Siempre	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

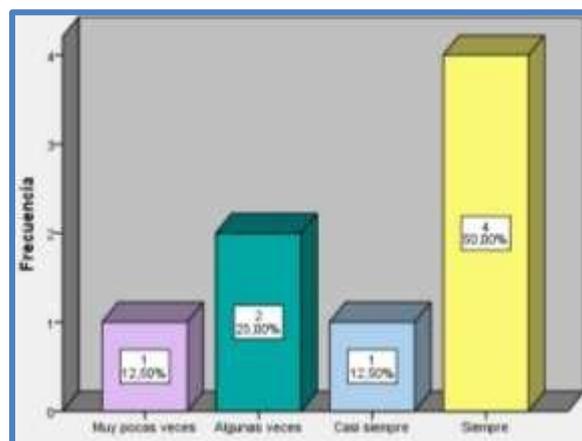


Figura 12. Muestra relacionada a los objetivos de la empresa.

Interpretación de la tabla 12: podemos verificar que el 50% de los encuestados siempre tiene en cuenta los objetivos de la empresa, el 25% algunas veces, el 12.50% casi siempre, y el otro 12.50 muy pocas veces.

Tabla 13

Innovación en sus productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	1	12,5	12,5	12,5
	Algunas veces	4	50,0	50,0	62,5
	Casi siempre	3	37,5	37,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

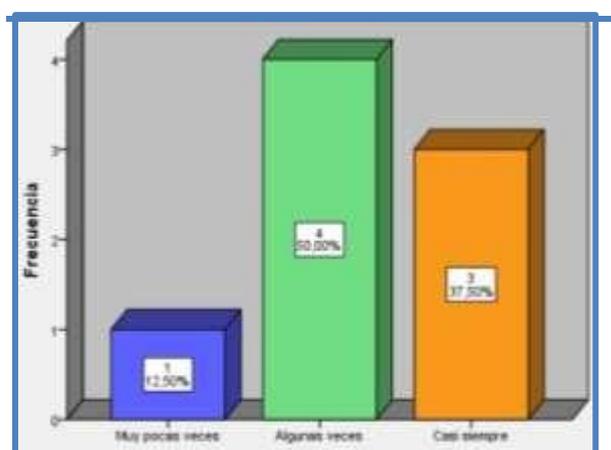


Figura 13. Muestra relacionada a la innovación en los productos

Interpretación de la tabla 13: representa que el 50% de los encuestados manifiesta que algunas veces realiza algún tipo de innovación a sus productos, el 37.50% casi siempre y el 12.50% muy pocas veces.

Tabla 14

Los productos innovadores generan demanda entre sus clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	1	12,5	12,5	12,5
	Algunas veces	3	37,5	37,5	50,0
	Casi siempre	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

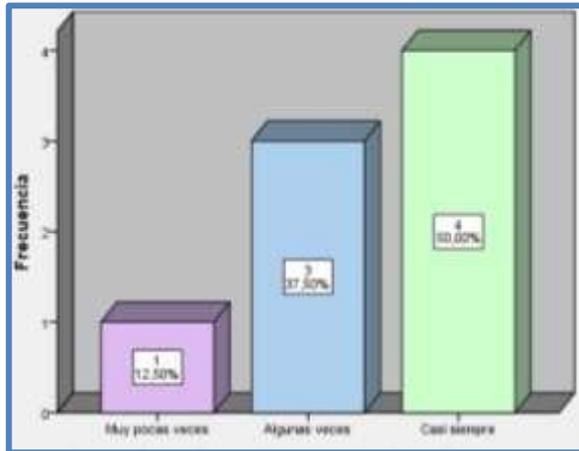


Figura 14: Muestra relacionada a la demanda de los productos innovadores

Interpretación de la tabla 14: muestra que el 50% de los encuestados casi siempre sus productos innovadores generan demanda, el 37.50% algunas veces y el 12.50% muy pocas veces.

Tabla 15

Ambiente cuenta con equipos de tecnología

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	2	25,0	25,0	25,0
	Casi siempre	4	50,0	50,0	75,0
	Siempre	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

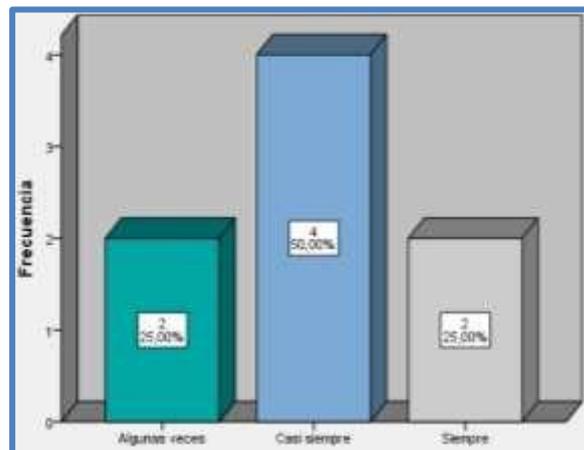


Figura 15. Muestra relacionada a equipos tecnológicos

Interpretación de la tabla 15: representa que el 50% de los encuestados casi siempre cuenta con equipos de tecnología, el 25% algunas veces y el 25% siempre cuenta con equipos de tecnología.

Tabla 16

El proceso de producción cuenta con supervisión especialista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	2	25,0	25,0	25,0
	Algunas veces	2	25,0	25,0	50,0
	Casi siempre	3	37,5	37,5	87,5
	Siempre	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

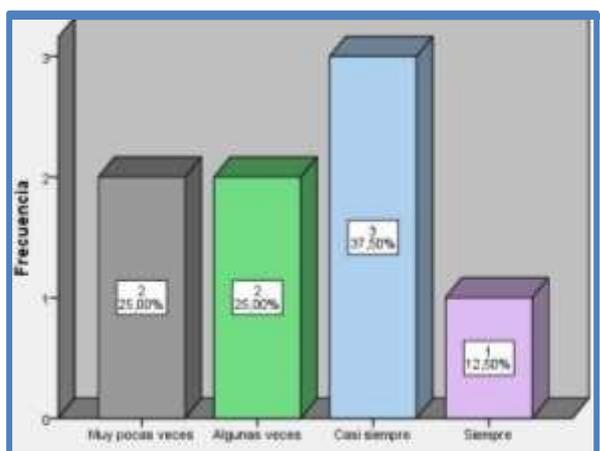


Figura 16. Muestra relacionada al proceso de producción

Interpretación de la tabla 16: representa el 37.50% de los encuestados manifiesta que casi siempre cuenta con supervisión para el proceso de producción, el 25% algunas veces, el 25% muy pocas veces y el 12.50% siempre.

Tabla 17

Personal capacitado en verificar la calidad del proceso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	4	50,0	50,0	50,0
	Casi siempre	3	37,5	37,5	87,5
	Siempre	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

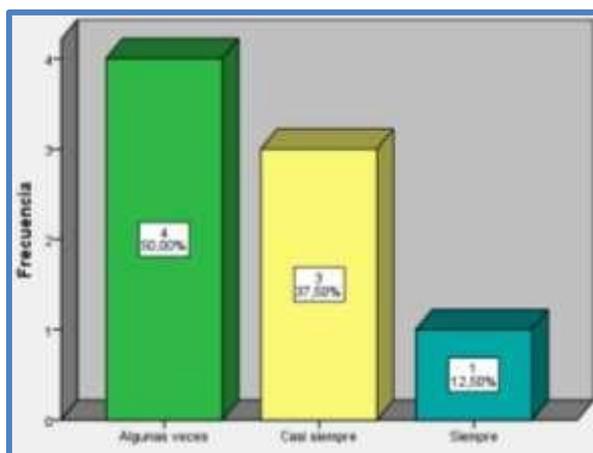


Figura 17. Muestra relacionada al

personal para verificar el proceso de calidad

Interpretación de la tabla 17: representa que el 50% de los encuestados algunas veces cuenta con personal capacitado para verificar la calidad del proceso, el 37.50% casi siempre y el 12.50% siempre.

Tabla 18:

Colaboradores se encuentran capacitados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	1	12,5	12,5	12,5
	Algunas veces	3	37,5	37,5	50,0
	Casi siempre	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

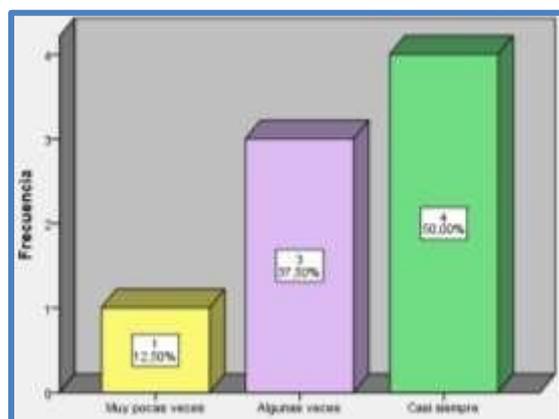


Figura 18. Muestra relacionada a la capacitación de sus colaboradores

Interpretación de la tabla 18: nos muestra que el 50% casi siempre cuenta con colaboradores capacitados, el 37.50% algunas veces y el 12.5% muy pocas veces.

5.1.4 Resultado de las encuestas referente a los beneficios de la gestión de calidad de las MYPES, rubro panadería, del Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui, Distrito de Villa María del Triunfo, 2018

Tabla 19

Empleo de materia prima de calidad en sus procesos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	5	62,5	62,5	62,5
	Siempre	3	37,5	37,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

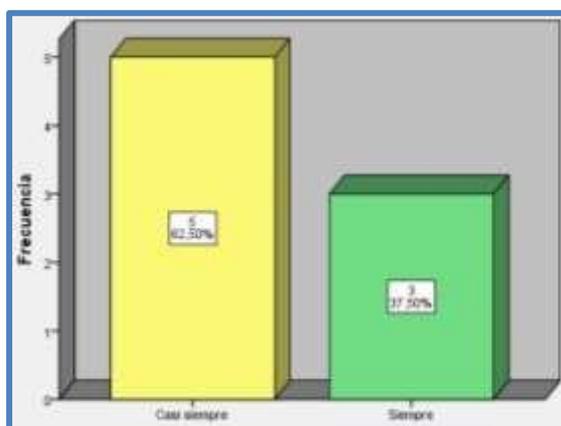


Figura 19. Muestra relacionada al empleo de materia prima de calidad

Interpretación de la tabla 19: representa que el 62.50% casi siempre emplea materia prima de calidad y el 37.50% siempre.

Tabla 20

Seguimiento para medir la calidad en sus productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	1	12,5	12,5	12,5
	Algunas veces	3	37,5	37,5	50,0
	Casi siempre	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

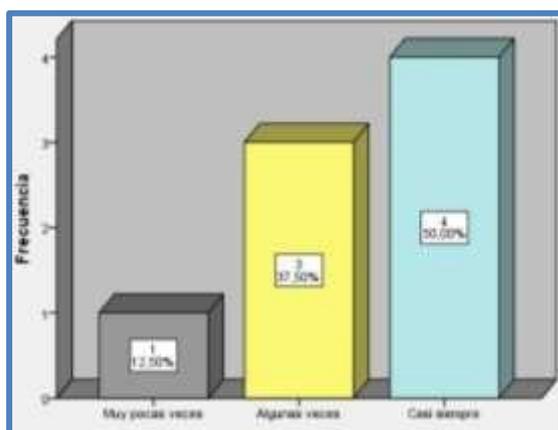


Figura 20. Muestra relacionada al seguimiento para medir la calidad

Interpretación de la tabla 20: representa que el 50% de los encuestados casi siempre realiza algún seguimiento para medir el control de calidad, el 37.50% algunas veces y el 12.50% muy pocas veces.

Tabla 21

Incentivos económicos a sus colaboradores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	2	25,0	25,0	25,0
	Casi siempre	2	25,0	25,0	50,0
	Siempre	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

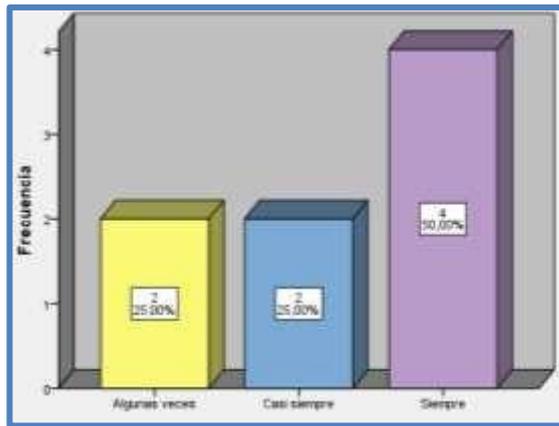


Figura 21. Muestra relacionada al otorgamiento de incentivos

Interpretación de la tabla 21: representa que el 50% de los encuestados siempre otorga incentivos económicos a sus empleados, el 25% algunas veces y el 25% casi siempre.

Tabla 22

Evalúa si sus clientes están satisfechos con sus productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	1	12,5	12,5	12,5
	Algunas veces	1	12,5	12,5	25,0
	Casi siempre	2	25,0	25,0	50,0
	Siempre	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

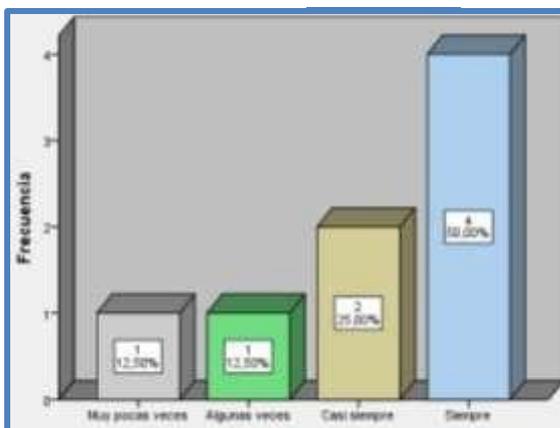


Figura 22. Muestra relacionada a medir la satisfacción de los clientes

Interpretación de la tabla 22: representa que el 50% de los encuestados siempre evalúa la satisfacción de los clientes respecto a los productos, el 25% casi siempre, el 12.50% muy pocas veces y el 12.50% algunas veces.

Tabla 23

Empleo de medios de comunicación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	1	12,5	12,5	12,5
	Algunas veces	2	25,0	25,0	37,5
	Casi siempre	3	37,5	37,5	75,0
	Siempre	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

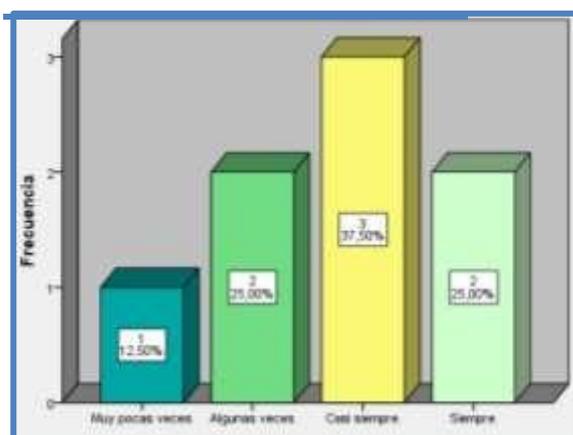


Figura 23. Muestra relacionada al empleo de medios de comunicación

Interpretación de la tabla 23: representa que el 37.50% casi siempre emplea medios de comunicación para promocionar sus productos, el 25% algunas veces, el 25% siempre y el 12.50% muy pocas veces.

Tabla 24

Realiza y/o apoya eventos para llegar a su público objetivo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	1	12,5	12,5	12,5
	Algunas veces	1	12,5	12,5	25,0
	Casi siempre	4	50,0	50,0	75,0
	Siempre	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

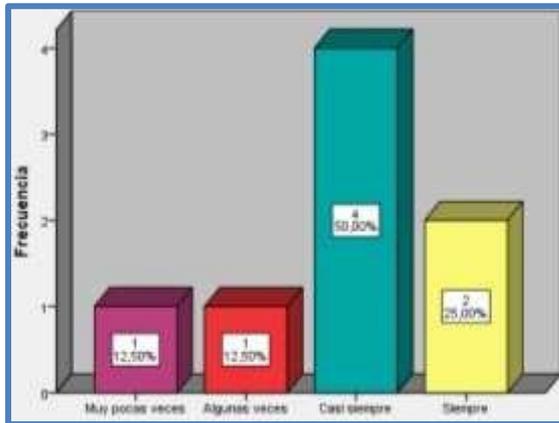


Figura 24. Muestra relacionada a apoyar eventos para público objetivo

Interpretación de la tabla 24: representa que el 50% de los encuestados casi siempre apoya eventos para hacer conocer sus productos, el 25% siempre, el 12.50% muy pocas veces y el 12.5% algunas veces.

Tabla 25

Realiza descuentos a sus clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	2	25,0	25,0	25,0
	Casi siempre	2	25,0	25,0	50,0
	Siempre	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

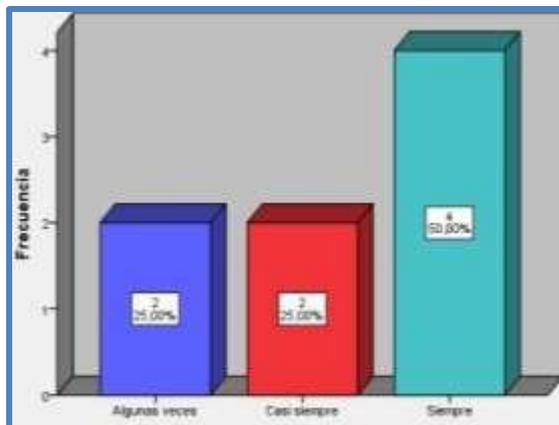


Figura 25. Muestra relacionada a los descuentos a los clientes

Interpretación de la tabla 25: representa que el 50% de los encuestados siempre realiza descuentos a sus clientes permanentes, el 25% algunas veces y el 25% casi siempre.

Tabla 26.

Considera necesario algún tipo de regalo a sus clientes frecuentes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	12,5	12,5	12,5
	Casi siempre	2	25,0	25,0	37,5
	Siempre	5	62,5	62,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

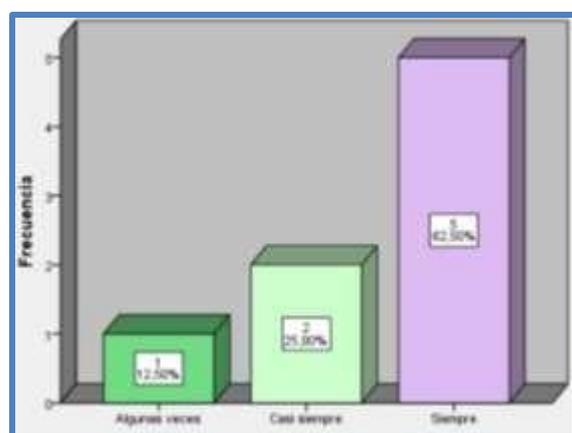


Figura 26. Muestra relacionada a obsequios a los clientes

Interpretación de la tabla 26: representa que el 62.50% siempre considera necesario algún tipo de obsequio a sus clientes, el 25% casi siempre, el 12.50% algunas veces.

5.2 Análisis de los resultados:

5.2.1 Referente a los representantes de las MYPES:

Los resultados nos muestran que el 50% de los encuestados tienen de 36 a 45 años y el 75% son de sexo masculino, esta información coincide con el estudio realizado por Solsol (2017), en el cual determina que los representantes de las MYPES del sector comercio, rubro panadería en la Provincia de Leoncio Prado, tienen entre 36 a 50 años y son de género masculino. El 37% tiene instrucción superior técnica y el 37% instrucción superior universitaria, el 75% son propietarios los que dirigen la MYPE y el 50% tienen entre 5 a 8 años desempeñando el cargo.

5.2.2 Referente a las características de las MYPES:

Los resultados nos muestran que el 50% de los encuestados tienen de 5 a 8 años en el rubro de la producción de panes, el 62.5% tiene entre 1 a 6 trabajadores en su empresa, el 62.5% de sus empleados son particulares, el 50% tiene como objetivo generar más ventas y el 75.0% se encuentran registrados como persona natural.

5.2.3 Referente a la gestión de calidad:

El 37.5% de los encuestados muy pocas veces toma en cuenta el tema de gestión de calidad en sus negocios, el 50% de los encuestados siempre tiene en cuenta los objetivos trazados por la empresa, el 50% manifiesta que algunas veces realiza algún tipo de innovación a sus productos, el 50% de los encuestados manifiesta que casi siempre sus productos innovadores generan

demanda, el 50% casi siempre cuenta con equipos de alta tecnología, el 37.5% manifiesta que casi siempre cuenta con supervisión técnica para verificar el proceso de producción, el 50% algunas veces cuenta con personal capacitado en verificar la calidad del proceso y el 50% casi siempre cuenta con sus empleados capacitados.

5.2.4 Referente a los beneficios de la gestión de calidad:

El 62.5% de los encuestados casi siempre emplea materia prima de calidad en la elaboración de sus productos, el 50% casi siempre realiza algún seguimiento para medir el control de la calidad, el 50% siempre otorga incentivos económicos a sus empleados, el 50% siempre evalúa la satisfacción a sus clientes, el 37.5% emplea medios de comunicación para promocionar sus productos, el 50% casi siempre apoya eventos para hacer conocer sus productos, el 50% realiza descuentos a sus clientes permanentes y el 62.5% siempre considera necesario algún tipo de obsequio a sus clientes.

VI. CONCLUSIONES

Se pudo apreciar las siguientes conclusiones:

- Del total de los encuestados la edad de los propietarios y/o gerentes es entre 36 a 45 años y son de sexo masculino, tienen instrucción superior, podemos decir que son personas con experiencia por encontrarse de 5 a 8 años desempeñando su cargo dentro de la MYPE.
- La mayoría de los encuestados tiene entre 5 a 8 años en el rubro de la panificación, teniendo objetivos claros y definidos y encontrarse registrados formalmente.
- Los encuestados de las MYPES del sector producción – rubro panaderías, no toman en cuenta el tema de gestión de calidad en sus negocios; sin embargo, siempre tienen en cuenta los objetivos de la empresa y la innovación de sus productos ya que estos generan demanda en sus consumidores, además cuenta con equipos de tecnología para el proceso de producción, así como personal capacitado para verificar la calidad del proceso.
- Los encuestados en su mayoría emplean materia prima de calidad para la elaboración de sus productos, realizan seguimiento con la finalidad de medir el control de la calidad, podemos apreciar que motiva a sus empleados con incentivos económicos, asimismo evalúa la satisfacción al cliente y motiva a estos con descuentos, promociones y regalos a fin de fidelizar su empresa.

Aspectos complementarios:

- Capacitar al personal e implementar sistemas de gestión de calidad, no solo del proceso productivo, sino de la atención al público, con la finalidad de brindar un mejor desempeño y tomar decisiones acertadas para el buen funcionamiento de la MYPE.
- Crear conciencia que la calidad es una inversión que se debe realizar a largo plazo y poder permanecer en el mercado mañana.
- Empleo de medios de comunicación masivos, como las redes sociales para poder promocionar sus productos y llegar a más consumidores.

Referencias

- Aguilar, H. M. F., & Sánchez, S. L. A. (2009). *Investigación sobre ISO 9001*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Bass, B. (1985) & Burns, C. (1978) Gutiérrez, O. (1999)
http://www.eumed.net/libros-gratis/2011d/1042/estilos_liderazgo
- Benavides, C. & Quintana, C. *Gestión del conocimiento y calidad total*. Madrid. España ES: Ediciones Díaz de Santos. Tomado de: <http://www.ebrary.com>
- Benavides, J (2011). Tesis: *Gestión, Liderazgo y valores en la Administración de la Unidad Educativa “San Juan de Bucay” del Cantón General Antonio Elizalde (Bucay), durante periodo 2010-2011*. Magister. Universidad Técnica Particular de Loja
- Cabanillas Plaza, L. (2018). Tesis: *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercial, rubro panadería, Distrito de Satipo, año 2017*. Bachiller. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Perú. <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Cuatrecasas, L. (2000); *Gestión de la calidad total*. Sunny Isles Beach. Florida- EEUU: Ediciones Díaz de Santos. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Chicana Gómez, L (2017). Tesis: “*Gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Migraciones, Lima 2016*”. Maestría. Universidad César Vallejo. Perú. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/8937>
- Dávila Dávila, M (2017). Tesis: “*Gestión de calidad para incrementar la rentabilidad en la empresa GM Fiori Industrial SRL, 2017*”. Universidad Norbert Wiener. Perú <http://repositorio.uwiener.edu.pe/>
- De la Parra, E. (1997). *Guía Práctica para lograr calidad en el servicio*. Ediciones Fiscales ISEF. México, tomado de <http://www.amazon.com>

- Estrada Suazo, P (2016). Tesis: “*Propuesta de mejora de la calidad en base a la Norma ISO 9001: 2008 en una panadería*”, 2016. Ingeniero. Universidad Agraria de La Molina. Perú. Tomado de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/UNALM/2572>
- Espasa Calpe, (2008). Biblioteca Nacional de España, recuperado de: <http://www.bne.es/>
- España, Asociación Española para la calidad, tomado de: <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/malcolm-baldrige>
- España, Editorial Sevilla Siglo XXI, S.A, 2009 recuperado de: <http://www.editorial.us.es/>
- Fontalvo, H. T. J., & Vergara, S. J. C. (2010). *La gestión de la calidad en los servicios. ISO 9001: 2008*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>
- Garbin, M & Invrea, G. (1979). *Técnicas gráficas de control de calidad*, recuperado de: www.uam.es/cs/
- Garzón Rodríguez, C. (2017). Tesis: *Planificación del sistema gestión de calidad ISO 9001: 2015 para GRAVIDA S.A.S*. Ingeniero. Universidad Católica de Colombia. Colombia. Recuperado de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15155/1/>
- Maxwell, J. (2005). *Los líderes carismáticos*. Recuperado de: www.emprendedoresNews.com
- Martínez, O & Pineda, C & Turcios, V. (2017). Tesis: *Diseño de un modelo de gestión para fortalecer la calidad en la pequeña y mediana empresa (PYMES) en la búsqueda de la excelencia*. Ingeniero. Universidad de El Salvador. El Salvador. Recuperado de <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/12995/1/Diseño>
- Murrieta Sanancima, J. (2017). Tesis: *Caracterización de la gestión de calidad y la cultura organizacional en las MYPE rubro panaderías en San José de SISA (El Dorado – San Martín), año 2017*. Bachiller. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Perú. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Narváez Ruiz, L. (2016). Tesis: *Diseño de un sistema de gestión de calidad (SGC) con la Norma ISO 9001:2015 para el área de tecnologías de la información de la Universidad Politécnica Salesiana*. Ingeniero. Universidad Politécnica Salesiana. Ecuador.

Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12043/1/UPS-CT005864.pdf>

Normas Legales (02 de Julio del 2013) *Diario Oficial El Peruano* recuperado de <https://www.elperuano.com.pe>

Perú, Asociación de Emprendedores del Perú- 2015. Recuperado de www.asep.pe

Perú, Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE). Recuperado de www.cofide.com.pe

Perú, Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Latino. Recuperado de: www.latino.edu.pe

Perú, Ministerio de la Producción. 2015. Recuperado de: www.produce.gob.pe

Perú, Municipalidad de Villa María del Triunfo. Recuperado de: www.munivmt.gob.pe

Perú, Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe>

Pola, A. (1988), *Gestión de la calidad*. Barcelona, ES: Marcombo. España. Recuperado de <http://www.ebrary.com>

Ramírez & Vanegas, (2009): *Gestión de costos en las PYMES: problemática y alternativas de solución*. CO: Universidad Libre. Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://catalogo.cecar.edu.co/cgi-bin/koha>

Solsol Nieto, J. (2017). Tesis: *Caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las MYPES del sector comercio- rubro panaderías en la Provincia de Leoncio Prado, 2017*. Bachiller. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Perú. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>

Ugaz, A. (2007). *Libro Panes del Perú*. Universidad de San Martín de Porras. Lima, Perú. Recuperado de <http://www.salondellibro.usmp.edu.pe/>

ANEXOS

Anexo N° 01

Dirección de las Mypes de Estudio

N°	Nombre de la MYPE	Dirección	N° RUC	Tipo de MYPE
01	Panadería- Pastelería- Bodega “Alex’s”	Av. José Carlos Mariátegui N° 300	RUC: 10089525417	Persona Natural
02	Panadería- Pastelería- Bodega “Ashlyn’s”	Av. José Carlos Mariátegui N° 921	RUC: 10074891271	Persona Natural
03	Panadería y Pastelería “Córdova”	Av. José Carlos Mariátegui N° 1012	RUC: 20477757449	Sociedad de Responsabilidad Limitada
04	Bodega Panadería “Yanet”	Av. José Carlos Mariátegui N° 1814	RUC: 10283165863	Persona Natural
05	Panadería Pastelería Bodega “La Estación”	Av. 30 de Agosto Mz F lote 16	RUC: 10410058591	Persona Natural
06	Postres en Panificadora “Biscuit”	Calle Los Sauces N° 194	RUC: 20601149860	Empresa Industrial de Responsabilidad Limitada
07	Panadería- Bodega “San Carlos”	Av. Progreso N° 115	RUC: 10089697099	Persona Natural
08	Panadería Pastelería “El Baguetino”	Calle San Martín N° 363	RUC: 10452370145	Persona Natural

Fuente de Información:

- <http://www.sunat.gob.pe>
- <http://munivmt.gob.pe/portal>

Anexo N° 02



Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas rubro panadería, de la Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui de la cuadra 2 a la 20, del Distrito de Villa María del Triunfo, 2018.

La información que usted proporciona será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

ENCUESTADOR: Castillo Zapata Marleny **FECHA:**

INSTRUCCIONES: a continuación, le presentamos 26 preguntas
Agradeceré que su respuesta a las preguntas sea veraz y transparente, esto nos permitirá un a conocer la realidad de las micro y pequeñas empresas.

Marcar con un aspa (x) en el recuadro.

I. GENERALIDADES

1.1 Referente a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas

1. Edad

- a) 20 - 35 años
- b) 36 - 45 años
- c) 46 - 60 años

2. Sexo

- a) Femenino
- b) Masculino

3. Nivel de Instrucción

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Superior Técnica
- d) Superior Universitaria

4. Cargo dentro de la MYPE

- a) Gerente
- b) Propietario

5. Cuanto tiempo desempeña su cargo en la empresa

- a) 0 a 4 años
- b) 5 a 8 años
- c) 9 a más años

1.2 Referente a las características de las micro y pequeñas empresas

6. Cuanto tiempo tiene la empresa en el rubro de panadería

- a) 0 a 4 años
- b) 5 a 8 años
- c) 9 a más años

7. Totalidad de trabajadores

- a) 1 a 6 trabajadores
- b) 7 a 11 trabajadores
- c) 12 a más trabajadores

8. Los trabajadores de su empresa son:

- a) Familiares
- b) Particulares
- c) Familiares y Particulares

9.Cuál es el objetivo de su empresa

- a) Generar más ventas
- b) Crecimiento personal
- c) Ingresos diversos

10. Su empresa se encuentra constituida como:

- a) Persona Natural
- b) Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)
- c) Sociedad comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)
- d) Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)
- e) Sociedad Anónima (S.A.)

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

N°	Items	Alternativa				
V1: Gestión de Calidad						
D1: Técnicas de gestión de calidad						
1.	Toma en cuenta el tema de gestión de calidad en su empresa	1	2	3	4	5
2.	Tiene en cuenta los objetivos de la empresa	1	2	3	4	5
D2: Innovación						
3.	Realiza algún tipo de innovación en sus productos	1	2	3	4	5
4.	Los productos innovadores generan demanda entre sus clientes	1	2	3	4	5
D3: Tecnología						
5.	Su ambiente cuenta con equipos de tecnología	1	2	3	4	5
6.	El proceso de producción cuenta con supervisión especialista	1	2	3	4	5
D:4 Capacitación						
7.	Cuenta con personal capacitado en verificar la calidad del proceso	1	2	3	4	5
8.	Sus colaboradores se encuentran capacitados	1	2	3	4	5
V2: Beneficios						
D5: Materia Prima						
9.	Empleo de materia prima de calidad en sus productos	1	2	3	4	5
10.	Realiza algún seguimiento para medir la calidad en sus productos	1	2	3	4	5
D6: Motivación						
11.	Otorga incentivos económicos a sus colaboradores	1	2	3	4	5
12.	Evalúa si sus clientes están satisfechos con sus productos	1	2	3	4	5
D7: Publicidad						
13.	Emplea medios de comunicación para que conozcan su empresa	1	2	3	4	5
14.	Realiza y/o apoya eventos para llegar a su público objetivo	1	2	3	4	5
D8: Promoción						
15.	Realiza descuentos a sus clientes	1	2	3	4	5
16.	Considera necesario algún tipo de regalo a sus clientes frecuentes	1	2	3	4	5

Villa María del Triunfo, Enero del 2019

Gracias por su colaboración