



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 MICRO Y PEQUEÑA
EMPRESA, DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO VENTA
DE ROPA PARA DAMAS, AV. SAENZ PEÑA DESDE LA
CUADRA 5 A LA 8, DISTRITO DEL CALLAO,
DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2016**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTORA:

JHEMMAREL DANAE VEGA AGUILUZ

ASESOR:

Mgtr. SIMON POMA ANCCASI

LIMA – PERÚ

2018

Título

La Gestión de Calidad y su Influencia en los Beneficios de las Micro y Pequeñas Empresas, del Sector Comercio-Rubro Venta de Ropa para Damas, av. Sáenz Peña desde la Cuadra 5 a la 8, Distrito del Callao, Departamento de Lima, Periodo 2016

HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

Presidenta

Mgtr. Vite Ibarra, José Orestes

Miembro

Lic. Espinosa Otoya, Víctor Hugo

Miembro

Mgtr. Simón Poma Anccasi

Asesor

AGRADECIMIENTO:

Agradecer plenamente a la universidad por el buen ejemplo brindado en estos años de estudio y a su plana docente por las horas de educación brindadas.

Agradecer también a mis padres por su buen ejemplo ya que gracias a ellos y su coraje puedo lograr mis objetivos de vida y obtener un grado más para un futuro favorable en el ámbito profesional.

DEDICATORIA:

Este proyecto se la dedico plenamente a mis padres Martha y Francisco ya que gracias a ellos pude lograr objetivos profesionales, gracias a su perseverancia y coraje constante llegué a cumplir otra meta de vida.

A mi hermana Helen y mi Tía Shirley por su apoyo constante ya que sin su noble labor no hubiese podido seguir mi carrera profesional, aquella perseverancia y ayuda emocional sirvieron de soporte para lograr esta meta tan anhelada.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de Calidad y su Influencia en los Beneficios de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio–rubro venta de ropa para damas de la av. Sáenz Peña desde la cuadra 5 a la 8 del Distrito del Callao, debido a la problemática actual que mantiene el país en relación al conocimiento de la aplicación correcta de la gestión de calidad y el logro de sus beneficios de las Micro y pequeñas empresas del Distrito del Callao dentro del periodo 2016, el enunciado del problema nos indica la siguiente pregunta, la gestión de calidad influye en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa para damas de la Av. Sáenz Peña desde la cdra. 5 a la 8, teniendo como objetivos claves lo siguientes, Determinar las características de una gestión de calidad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de ropa para damas, Determinar los beneficios que se logra con la aplicación de una gestión de calidad en las Mypes del sector comercio rubro venta de ropa para damas, Determinar si la Gestión de calidad influye en los beneficios de las Mypes del sector comercio rubro venta de ropa para damas. La investigación fue no experimental, transversal, cuantitativa, descriptiva, para la respectiva recopilación de información se eligió una muestra de 20 Micro y pequeñas empresas de una población de 20 Mypes, a los cuales se les aplico un cuestionario de 17 preguntas cerradas. Obteniéndose la siguiente información: El 98% de Mypes dentro del rubro de venta de ropa en el Distrito del Callao entiende sobre la gestión de la calidad, todas se encuentran formalizadas, logrando ventajas, tales como la obtención de créditos y el aumento de sus ventas, por la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente. Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de Mypes encuestadas del rubro Comercio venta de ropa para damas del Distrito del Callao, tienen conocimiento de la gestión de la calidad y a la vez formalizadas y son competitivas.

Palabras claves: Gestión de la calidad, Influencia, Beneficios y Mypes.

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the main characteristics of Quality Management and its Influence on the Benefits of the Mypes of the commerce-selling sector of clothing for ladies of the District of Callao, due to the current problem that keeps the country in in relation to the knowledge of the correct application of quality management and the achievement of its benefits in the Mypes of the District of Callao within the period 2016, the statement of the problem indicates whether quality management influences the benefits of the Mypes of the commerce-sale sector selling women's clothing from Av. Sáenz Peña from the cdra. 5 to 8, with the following key objectives, Determine the characteristics of a quality management in the Mypes of the commerce sector heading of clothing for women, Determine the benefits that are achieved with the application of a quality management in the Mypes of the trade sector selling clothes for women, Determine if Quality Management influences the benefits of the Mypes of the trade sector selling clothes for women. The research was non-experimental, transversal, quantitative, descriptive, for the collection of the information, a sample of 20 Mypes from a population of 20 Mypes was chosen in a targeted manner, to which a questionnaire of 17 closed questions was applied, applying the technique Survey Obtaining the following results: 98% of Mypes within the item of clothing sales in the District of Callao understands about quality management, all are formalized, achieving advantages, such as obtaining credits and increasing sales , for the quality, the price of its products and customer service. Finally, the conclusions are: The majority of Mypes surveyed in the trade of clothing sales for ladies of the District of Callao, have knowledge of quality management and at the same time formalized and are competitive.

Keywords: Quality management, Influence, Benefits and Mypes.

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	1
2. Hoja de firma del jurado y asesor.....	3
3. Hoja de agradecimiento.....	4
4. Hoja de Dedicatoria.....	5
5. Resumen y abstract.....	6
6. Contenido.....	8
7. Índice de tablas.....	9
8. Índice de Figuras.....	10
I. Introducción.....	11
II. Revisión de literatura.....	19
2.1 Antecedentes.....	19
2.2 Bases Teóricas.....	45
2.3 Marco Conceptual.....	68
III. Hipótesis.....	73
IV. Metodología.....	74
4.1 Diseño de la investigación.....	74
4.2 Población y Muestra.....	76
4.3 Defini. y Operacionalización de Variables.....	78
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	79
4.5 Plan de Análisis.....	80
4.6 Matriz de Consistencia.....	82
4.7 Principios Éticos.....	83
V. Resultados.....	85
5.1 Resultados.....	85
5.2 Contrastación de Hipótesis.....	102
5.3 Análisis de resultados.....	108
VI. Conclusiones.....	115
VII. Recomendaciones.....	117
Referencias bibliográficas.....	119
Anexos.....	122
Anexo 01 Instrumento de recolección de datos.....	122
Anexo 02 Directorio de MYPES.....	125

Índice de tablas

Tablas.	Pág.
Tabla 01- Operacionalización de la Variable Gestión de la calidad.	78
Tabla 02- Operacionalización de la Variable Gestión de la calidad Beneficios....	78
Tabla 03- Matriz de consistencia.....	82
Tabla 04- Edad del encuestado.....	85
Tabla 05- Genero.....	86
Tabla 06- Estado civil.....	87
Tabla 07- Nivel Educativo.....	88
Tabla 08- Ocupación dentro de la Mype.....	89
Tabla 09- Cuántos años tiene usted de permanencia en la Mype.....	90
Tabla 10- Tipo de la empresa.....	91
Tabla 11- Considera usted que su empresa es formal.....	92
Tabla 12- Tipo de colaborador que trabajan en la empresa.....	93
Tabla 13- El rubro de venta de venta de ropa es rentable para una Mype.....	94
Tabla 14- Cuántos años tiene la empresa de permanencia en la actividad.....	95
Tabla 15- Cuál es la finalidad por la que se creó la empresa.....	96
Tabla 16- Desea expandir su negocio.....	97
Tabla 17- Sabe usted que es la gestión de la calidad.....	98
Tabla 18- Aplicando la gestión de la Calidad ayudara a mejorar su rentabilidad.....	99
Tabla 19- Oriente o capacite en lo referente a técnicas de buena gestión de calidad.....	100
Tabla 20- Sabrá usted de algún beneficio que se le ofrecen a las Mypes.....	101
Tabla 21- interpretación del coeficiente de correlación de Spearman según Bisquerra.....	102
Tabla 22- Significancia y correlación entre la gestión de calidad y los beneficios de las MYPE-	103
Tabla 23- Significancia y correlación entre la planificación de calidad y los beneficios de las MYPE-	104
Tabla 24- Significancia y correlación entre las características del control de Calidad y la variable beneficios de las MYPE.....	105
Tabla 25- Significancia y correlación entre la dimensión mejora de la calidad y la variable beneficios de las MYPE.....	107

Índice de figuras

Figuras.	Pág.
Figura. N° 01: Edad del encuestado.....	85
Figura. N° 02: Género.....	86
Figura. N° 03: Estado civil.....	87
Figura. N° 04: Nivel Educativo.....	88
Figura. N° 05: Ocupación dentro de la Mype.....	89
Figura. N° 06: Cuántos años tiene usted de permanencia en la Mype.....	90
Figura. N° 07: Tipo de la empresa.....	91
Figura. N° 08: Considera usted que su empresa es formal.....	92
Figura. N° 09: Tipo de colaborador que trabajan en la empresa.....	93
Figura. N° 10: El rubro de venta de venta de ropa es rentable para una Mype.....	94
Figura. N° 11: Cuántos años tiene la empresa de permanencia en la actividad.....	95
Figura. N° 12: Cuál es la finalidad por la que se creó la empresa.....	96
Figura. N° 13: Desea expandir su negocio.....	97
Figura. N° 14: Sabe usted que es la gestión de la calidad.....	98
Figura. N° 15: Aplicando la gestión de la Calidad ayudara a mejorar su rentabilidad.....	99
Figura. N° 16: Oriente o capacite en lo referente a técnicas de buena gestión de calidad.....	100
Figura. N° 17: Sabrá usted de algún beneficio que se le ofrecen a las Mypes.....	101

I.-INTRODUCCION

Las Mypes en el Perú tienen una gran importancia debido que es un instrumento generador de empleo la cual apoya a la comunidad a crecer y desarrollarse con amplitud, a la vez ayuda que tanto su comunidad como el mismo país crezca como unidad debido a que disminuye el porcentaje de pobreza dentro del Perú, las Mypes se deben de reconocer como entes impulsores de empleabilidad ya que forman en nuestro país una gran parte de empresas minoristas, aquí encontramos algunas definiciones más referentes a las Mypes el cual nos menciona el índice y su volumen tanto la evolución que ha tenido dentro de estos años.

Las Mypes, en el país, han adquirido en el tiempo en nuestro país; una mayor importancia; debido a que de los 3 millones 229 millones 197 empresas; señaladas por Fernando Villaran (2008); 3 millones 217 mil 479 o 99.64% son Mypes; la cuales absorben el 62% de la PEA Nacional estimada para el mismo año. (Centty, 2011, p.7)

En este caso nos manifiestan y revelan que las Mypes son una fuente de empleo y generado de dinero por lo cual se debe de estudiar a fondo para lograr corregir los errores y orientarlas a la buena aplicación de la gestión de la calidad, debido a que no se conoce en su totalidad los beneficios que esta traería al negocio de cada empresario, generando pérdidas en el negocio o informalidad que a futuro lleva a que el país no crezca según los estándares que mantienen actualmente el gobierno Peruano.

Mencionar y resaltar que las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) juegan un rol muy importante dentro del país ya que son fuentes económicamente rentables dentro de una

comunidad y con frutos satisfactorios para un país, pero en la actualidad se observa que dichas Mypes pasan por procesos diversos para constituirse de los cuales algunas de ellas no logran solventarse por mucho tiempo, además de ello tenemos que resaltar que el 60% de Mypes investigadas aplican la gestión de la calidad en sus procesos pero de forma paulatina no permitiendo que se desarrollen en su totalidad.

Para entrar a detallar el significado de calidad según el libro de Pola, Maseda, Ángel. (1988) afirma. “El significado histórico de la palabra calidades el de aptitud o adecuación al uso” (p.09).

Esto quiere decir que en cada Mypes debe de existir un conocimiento básico de gestión de calidad ya que con ello lograrán que puedan fortalecerse y seguir con el buen desempeño ya sea con ellos mismos o con sus capital humano.

A su vez se quiere llegar a que las Mypes puedan conocer aquellos beneficios que pueda traerles el conocer la gestión de la calidad pero no de modo global si no aquel concepto directo de gestión de calidad, algunas personas confunden mucho los procesos o la idea de la gestión de la calidad.

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. En definitiva, diremos que tendrá que ser acorde con las necesidades del cliente o usuario. Para

algunos la relación entre la calidad de un producto o servicio y el precio que el cliente debe pagar no queda suficientemente contemplada en las expresiones anteriores y prefieren definir la calidad como lo hace Peter F. Drucker, dejando así en claro la relación calidad/precio, que será, en definitiva, el aspecto diferencial en el que se basará el cliente a la hora de adquirir un producto o un servicio. (Pola, Maseda, Ángel, 1988, p. 09 y 10).

Conforme a lo expuesto declaro que conocer, mantener y aplicar una gestión de calidad en las Mypes ayudara mucho a la rentabilidad de la misma.

Allegándome al inicio y aclarando algunas dificultades adicionales de las Mypes puedo señalar que muchas Mypes tienden a equivocarse en lo que respecta el financiamiento y mantenimiento de esta.

La Pyme puede equivocarse menos, pues no dispone de fondos suficientes para soportar el fracaso, Un alto porcentaje del altísimo índice de mortandad de las Pymes se debe a la patología congénita de No realizar la inversión adecuada en la planificación estratégica necesaria para su funcionamiento. (Regalado, Hernández, Rafael. Las MIPYMES en Latinoamérica, B - EUMED, 2007).

Explayándome dentro del campo del dinero también podemos definir que toda empresa pequeña y sin experiencia caso de las Mypes son de mucha recurrencia cometer errores ejemplo de ello es el fracaso debido al mal uso de sus recursos o por una mala planificación del negocio, ante ello es usual que padezcan de información ocasionando que la nueva empresa fracase, esto dependerá mucho del gobierno ya que sabe que existe un índice de fracaso que conlleva a un problema.

Esto se podría evitar si hubiera más empeño en resaltar y capacitar a las unidades nuevas a las pequeñas y micro empresas con el fin de verlas crecer lo cual no solo ayuda al dueño sino a todos.

Después de haber indagado y buscado información puedo resaltar el alce que ha tenido el crecimiento impactante de las Mypes en la provincia del Callao la cual es el punto exacto en el que implementaremos la investigación que en este presente trabajo se hablara, según indagaciones en la provincia del Callao se ha venido incrementando al 50% la constitución de nuevos negocios relacionado al sector Mypes en distintos rubros pero lo más resaltante es que en su mayoría estas son no imparten no imparten una gestión de la calidad adecuado malformando el concepto con ideas básicas de lo que engloba la gestión de la calidad en sí, los cuales al corto o largo plazo les traen inconvenientes por falta de información, dentro del Callao existen programas que ayudan a la comunidad a desarrollar con éxito sus nuevos proyectos pero no son demasiado difundidas o ignoradas por la población conllevando nuevamente a cometer errores dentro del distrito, otro aspecto encontrado es que las municipalidades no son tolerantes con los comerciantes provocando en muchas oportunidades agravios y violencia, por lo cual se debería de inculcar una nueva cultura a la población con el fin de detallarles que son importantes para la comunidad debido a que su gran numero genera empleabilidad y forma nuevos centros los cuales ayudara a crecer económicamente, con más oportunidad la comunidad llega a satisfacer sus necesidades.

Ahora ingresando más a fondo en la investigación planeada, mi persona escogió el sector comercial dentro del rubro venta de ropas dirigido a damas ya que indago que

en el Callao este negocio es muy rentable sabiendo que la población de mujeres es mayor en un porcentaje y adicional a ello el rubro ventas es un sector muy camaleónico debido a que puede adaptarse a las disposiciones y exigencias de los clientes, es decir que su quiebre es muy improbable pero no imposible ya que debido que es un sector ventas este puede cambiar según temporadas o acoplarse a nuevas tendencias y cambios drásticos en el transcurso de los tiempos, después de lo visto y probado en dicho sector de la localidad la cual indague e investigo resalto la gran empatía e las personas por resaltar y resurgir pero lamentablemente ellos no encuentran el punto exacto para lograr llegar a su meta en totalidad, esto se debe en un cierto punto a la falta de experiencia en el ámbito del negocio saber y ejecutar siempre debe de ir a la mano con conocimientos y estrategias.

Oportunidades en administración de ventas. Trabajar en ventas ofrece una oportunidad inigualable para el individuo común, ya que puede llegar a puestos de mayor relevancia; dicho sea de paso, seis de cada 10 directores generales provienen del área comercial de la empresa, pues son los únicos en toda la empresa que conocen de estrategias y del logro de objetivos para crecer. Una empresa sólo crece con ventas, no con organigramas, ni con organizaciones, ni con ahorros en gastos. Ser hombre de ventas permite tener la libertad que su posición le otorga para poder salir de la empresa, tiene mucho tiempo en campo para lograr o tener más propuestas o iniciativas que le permiten una mayor retribución económica, más que cualquier otra carrera dentro de la empresa. En suma, los que más ganan hasta hoy son los ejecutivos de ventas, ¿por qué? La actividad de ventas es, sin lugar a dudas, la función más importante de la empresa. Hay un dicho que afirma que tú puedes tener lo mejor en producción, lo mejor en finanzas, lo mejor en recursos humanos, pero si lo que produces no lo vendes

todo lo anterior no sirve de nada. Por tanto, es muy razonable que el aspecto más trascendente de un negocio sean las ventas y en consecuencia esto proporciona las mayores oportunidades de crecimiento. (Torres, Morales, Virgilio, 2014, p 03)

Según lo expuesto el rubro de ventas en un mercado de grandes oportunidades porque se puede ejercer globalmente ya que suelen salir nuevas oportunidades en dicho rubro. Pero para ello necesitamos la ayuda del gobierno con el fin de que este lance más programas que ayuden a capacitar a aquellas personas que no tiene conocimiento amplio ni universitario referente al rubro de ventas o la administración.

Puedo adicionar que en este aspecto sería recomendable la ayuda inminente de su gobierno en este caso el regional debido a que estas personas necesitan ser capacitadas con el fin de que puedan mejorar su estabilidad económica y emocional ya que estos empleos son para ellos fuente de ingreso en sus hogares, necesitamos que las autoridades presten más atención a su comunidad más a estos pequeños empresarios que tratan día a día mejorar su económica, orientar y capacitar a la población sería el primer punto para mejorar los aspectos negativos que vinculan la informalidad y así lograr que la población generadora de rentabilidad y empleabilidad curse un camino de compromiso y rumbo a la formalización.

Asimismo la investigación servirá para el mejor aprendizaje de los estudiantes en su totalidad.

Es por todo lo descrito que se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la influencia de la Gestión de la calidad en los beneficios de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa para damas de la Av. Sáenz Peña desde la cdra. 5 a la 8, periodo 2016?

Teniendo como problemática saber si la gestión de calidad influye en los beneficios de las Mypes del Sector comercio Rubro venta de ropa para damas en el distrito del Callao, por lo cual justifico la investigación por lo siguiente:

Justifico la investigación ya que la presente servirá para conocer y permitir tener más información sobre las Mypes y desarrollarlas dándoles oportunidades, orientándolas y ayudándolas a que se impongan como tal para que pueda seguir creciendo dentro de su rubro.

Se justifica también porque permitirá obtener aspectos teóricos de la gestión de calidad que se aplican en las Mypes para su crecimiento y desarrollo, generando puestos de trabajo que beneficiara a la sociedad

Se justifica ya que permitirá a los dueños y contribuyentes dentro de las empresas aplicar la gestión de calidad de la mejor manera con el fin de lograr una mejor competitividad y el éxito dentro de los mercados actuales y nuevos.

La investigación fue no experimental, transversal, cuantitativa, descriptiva, para el recojo de información el cual fue dirigida a una muestra de 20 Mypes de una población de 20 Mypes, a los cuales se les aplicó un cuestionario de 17 preguntas cerradas, aplicando la técnica de encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: El 98% de Mypes dentro del rubro de venta de ropa en el Distrito del Callao entiende sobre la gestión de la calidad, todas se encuentran formalizadas, logrando ventajas, tales como la obtención de créditos y el aumento de sus ventas, por la calidad, el precio de sus

productos y la atención al cliente. Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de Mypes encuestadas del rubro Comercio venta de ropa para damas del Distrito del Callao, tienen conocimiento de la gestión de la calidad y a la vez formalizadas y son competitivas.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Internacionales

Garcés (2013), con su proyecto de investigación titulado “Propuesta Para Mejorar La Comercialización Interna De La Empresa De Confecciones “Katy” – Línea De Ropa Casual Para Mujer, Ubicada En Atuntaqui”, el cual llego a las siguientes conclusiones. La Empresa de Confecciones “Katy”, debido a que estos dos años ha registrado pérdidas, necesita incrementar su comercialización interna, para aumentar sus utilidades y el empleo en Atuntaqui. Así como también para mejorar la calidad de vida para sus habitantes. Para lo cual se efectuó: 1. Un análisis del sistema actual de comercialización. 2. Se identificó y priorizó los principales problemas de comercialización y 3. Se elaboró un plan de acción para mejorar la eficiencia y eficacia del sistema de comercialización que consta de los siguientes puntos: 1. Investigación del mercado 2. Planificación de los productos 3. Estrategia y Posicionamiento 4. Fijación de precios 5. Publicidad 6. Promoción de Ventas 7. Distribución. Creándose de esta manera, estrategias para cada problema de comercialización. PROPUESTA/ COMERCIALIZACIÓN/ INTERNA/ EMPRESA/ CONFECCIONES.

La competencia es bastante fuerte en el sector donde está ubicada la empresa, lo que conlleva al decremento de las ventas y baja en las utilidades de la empresa. La falta de poder adquisitivo, por el desempleo y crisis económica, tiene como efecto la disminución de las ventas y por ende de las utilidades. No se han identificado los problemas de comercialización, por lo cual no es posible corregirlos a tiempo, lo que

puede generar el decremento de las ventas e inclusive generar pérdidas. No existe un Plan de Acción respecto a la comercialización, lo que conlleva a la baja de las ventas o recesión, que puede llevar a grandes pérdidas. No existe un Presupuesto de Ventas, al no haber exigencia de cumplir metas semanales, mensuales, anuales, no habrá incremento en las ventas. No hay un control de costos por sub-líneas y por prenda, por lo que se desconoce cual línea o que clase de prenda es la que tiene mayor o menor acogida en el mercado, para producir más o para producir menos y así la empresa no estaría sobre “stockeada”, en el caso de prendas que no se puedan vender y hayan pasado de moda y se conviertan en “huesos” y por ende en pérdidas. Así como también, al tener este control se puede definir las prendas que tienen mayor acogida para fabricar más y obtener mayores utilidades. La empresa no ha alcanzado suficiente efectividad en las ventas, situación por la que no le ha permitido tener mayor rentabilidad. La empresa no cuenta con una página Web en donde pueda dar a conocer las prendas que comercializa, lo que le ocasiona menos posibilidades de penetrar en el mercado nacional e internacional. La empresa no tiene objetivos claros respecto a sus ventas, en las que aplique políticas adecuadas con proyección de crecimiento. No se ha realizado campañas de marketing para difundir la comercialización de prendas, lo que no le ha permitido tener mayor expansión de su mercado. No se ha segmentado el mercado objetivo de ventas a provincias, enfocándolo de acuerdo al número de mujeres que habitan en las diferentes provincias del Ecuador. AREA ADMINISTRATIVA. No todo el personal está debidamente calificado, lo que incide en que no se puede aprovechar al cien por ciento su trabajo. La empresa no cuenta con un Plan Estratégico, por lo que no tiene claro su misión, visión, objetivos o al menos nada por escrito, lo que no le permite formular planes a futuros, ni definir estrategias

para aminorar las debilidades y riesgos y aprovechar de sus fortalezas y oportunidades en su debido momento. KATY-SPORT, no cuenta con un Manual de Funciones, por lo que no le permite definir con claridad las funciones de cada empleado y aprovechar con eficiencia los recursos humanos. AREA FINANCIERA. La empresa no cuenta con Estados Financieros, al momento se está levantando la información que aún no está completa, lo que no le permite tomar decisiones a tiempo, con respecto a su financiación, como para solicitar créditos en las instituciones financieras públicas que ofrecen tasas a menor interés. La empresa necesita ampliar sus instalaciones para incrementar sus locales de ventas como para mejorar los espacios físicos y demás áreas como Producción Administrativa, Ventas, Contabilidad, etc. No se cuenta con un sistema eficiente de control de costos por línea y prenda, lo que puede llevar a tener errores en la producción de las prendas y por ende baja en las ventas. No se cuenta con un control de ingresos y egresos, lo que no permite que la empresa pueda organizar sus pagos semanales, quincenales, mensuales a sus proveedores, en una forma ordenada, acorde a los cobros a sus clientes.

Arbeláez y Hoyos (2017) con su proyecto de investigación titulado “Sistema De Gestión De La Calidad Para La Empresa De Venta De Ropa Liz Styles”, el cual detalla en su resumen lo siguiente, Durante el transcurrir del desarrollo de la actividad económica de la Empresa Liz Styles, se ha identificado la necesidad de corregir y diseñar nuevos procesos mediante la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad, construido a la medida de las necesidades, haciendo énfasis en aquellos aspectos que en el momento se identifican como sujetos de mejora y que brinden las herramientas para obtener mejores resultados en los indicadores de servicio,

financieros y a la optimización de los procesos, definiendo un adecuado control de la documentación y de registros, acorde a la situación actual. Es fundamental la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad que brinde las herramientas necesarias para aumentar el nivel de competitividad, permanecer vigentes, en constante crecimiento, y se convierta en una herramienta para identificar nuevas oportunidades comerciales para los productos, así como aquellas situaciones sujetas de ser previstas y corregidas en tiempos adecuados. La construcción del Sistema de Gestión de Calidad permitirá evaluar la totalidad de aspectos de la Empresa Liz Styles y como están impactando a los clientes, se convertirá en un elemento diferenciador que le agregará valor a la Empresa y se tendrá la posibilidad de integrar el recurso humano y revisar hasta qué punto se encuentran alineados con los objetivos propuestos. MARCO TEÓRICO Día a día el ser humano está expuesto a tomar decisiones en un entorno lleno de cambios e incertidumbres. Lo que ayer fue cierto hoy hace parte del pasado. La globalización, la aparición de las TIC'S, la apertura de mercados, el avance tecnológico, entre otros factores están destruyendo las barreras entre naciones. Estas circunstancias hacen necesaria una nueva visión de negocios, las empresas deben centrar su atención en los clientes, la calidad de los productos y de los servicios ofrecidos, lo que brinda una verdadera ventaja competitiva. En este contexto la competencia es cada vez más intensa y agresiva, por esta razón, las organizaciones se ven en la tarea de ser innovadoras para mantenerse en el mercado. Además de lo expresado con anterioridad, es notorio que cada vez son más las exigencias que los clientes hacen a las empresas en el entorno actual. Por esto, se hace necesario utilizar herramientas que permitan fortalecer las organizaciones haciéndolas más competitivas, adaptables a los continuos cambios y atractivas para los usuarios

del servicio. Por tal motivo, el Sistema de Gestión de Calidad (SGC) como afirma Nava Carbellido: “Se utiliza como un medio para aumentar la satisfacción de los clientes y mejorar la imagen ante ellos” Es importante saber que el SGC busca integrar e interrelacionar todos los agentes y procesos de la compañía, con el fin de establecer directrices que faciliten la planificación y organización de la empresa, teniendo en cuenta como pilar fundamental la satisfacción de los clientes. El SGC tiene sus raíces en el concepto de pensamiento sistémico, que es según Peter Senge lo siguiente:” Es la quinta disciplina ya que integra a las demás fusionándolas en un cuerpo coherente de teoría y práctica. Les impide ser recursos separados o una última moda. Sin una orientación sistémica, no hay motivación para examinar cómo se interrelacionan las disciplinas, el pensamiento sistémico recuerda continuamente que el todo puede superar la suma de las partes”. La definición de este autor aplicada a la organización constata la importancia de verla como un conjunto, un sistema de actividades que interrelacionadas entre sí llevan a un objetivo común buscado por el Sistema de Gestión de Calidad. Los gerentes de estas empresas con nueva visión deben tener una excelente capacidad de liderazgo, dirigir el talento humano de tal manera que se genere una cultura de calidad en la organización, logrando así romper paradigmas en donde el cliente y los principios del SGC no son los pilares fundamentales de la compañía. Como dice Humberto Serna Gómez, en su libro Gerencia Estratégica: “Un gerente que promueve la calidad y luego transige con la mala calidad, que incita a la comunicación abierta y luego organiza reuniones secretas, que solicita sinceridad y luego la castiga, crea una cultura de caos sin consistencia ni solidez” . Es vital, el papel del líder en la implementación de la cultura de calidad en la empresa, ya que en la mayoría de las ocasiones del ejemplo aprenden los seres humanos. Es importante que los gerentes

tengan en cuenta que el ciclo de mejoramiento continuo, es un principio básico que facilita planear, (establecer las actividades básicas del proceso, necesarias para obtener el resultado esperado), hacer (ejecutar el plan estratégico desarrollado), verificar (controlar si se está produciendo mejora) y actuar (tomar acciones correctivas) con el fin de detectar que procedimientos están fallando y decidir qué medidas tomar para corregir dichas falencias.

A su vez llego a las siguiente conclusiones, La Boutique Liz Styles no cuenta con una estructura organizativa que facilite la del imitación de funciones, en aras de establecer tareas y actividades definidas a cada colaborador.

La Boutique Liz Styles no tiene definidos los procesos y procedimientos requeridos de acuerdo al producto que ofrecen, con el fin de organizar y estructurar las tareas específicas por cada producto y servicio prestado.

La Boutique Liz Styles no ha diseñado un sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua en los productos vendidos y en la prestación del servicio, con el fin de lograr la satisfacción del cliente.

No se cuenta en la actualidad con indicadores de gestión idóneos que le faciliten la medición de logros de acuerdo a las metas establecidas.

No existe un sistema de gestión de calidad que le ayude a la Boutique Liz Styles a desarrollar estrategias encaminadas a ocupar un puesto importante en el mercado al cual ha decidido incursionar.

Andaluz (2017) con su proyecto de investigación titulado “Sistema De Gestión De Calidad Para La Satisfacción De Los Clientes De La Asociación De Productores Del

Jean En La Ciudad De Pelileo”, el cual detalla en su resumen lo siguiente: La Asociación de Productores del Jean Pelileo está conformada por varias empresas. Ofrece prendas para damas, caballeros, niños y ropa de trabajo. Son aproximadamente 40 años de la industria desde que un grupo de personas visionarias se idearon en la producción y comercialización principalmente de los pantalones jean como actividad principal. Por tal motivo el presente proyecto de investigación se basa en realizar un amplio análisis del entorno interno y externo de la asociación, con la finalidad de que tenga una base sólida en la caracterización de procesos que posteriormente pueda implementar, que permita mejorar los mismos y lograr la satisfacción de los clientes. Los datos obtenidos a través de la investigación de campo aplicada a los clientes de la asociación, demuestran que es importante corregir aspectos relevantes en la secuencia de procesos, determinación de actividades y selección de materiales que no permite mejorar y superar las expectativas de los clientes, como parte esencial para lograr la satisfacción del cliente y lograr su fidelización. Con la propuesta resultante en la investigación se determina utilizar herramientas como matriz de análisis FODA, instructivos de procesos y matriz de riesgos que permitan mejorar y fortalecer procesos, el involucramiento y compromiso de las partes intervinientes en todos los procesos orientado principalmente en incrementar el nivel de satisfacción de los clientes, destacando varias estrategias fundamentales para el cambio en la presentación he imagen que trasmite cada empresa ganando así garantía y confiabilidad en los productos que ofertan como asociación, descubriendo todos los beneficios que un sistema le puede ofrecer. Palabras Claves: Sistema De Gestión De Calidad, Satisfacción De Los Clientes, Manual De Calidad, Norma Iso 9001:2015, Asociación De Productores Del Jean De La Ciudad De Pelileo.

A su vez llego a las siguiente conclusiones, en la aplicación del Sistema de Gestión de Calidad en la Asociación demuestra ser un medio esencial principalmente direccionado a mejorar la satisfacción de los clientes potenciales, reformar los procesos productivos y mejorar la calidad de los productos.

Por medio del diagnóstico situacional se pudo determinar que la Asociación de Productores de Jean de la ciudad de Pelileo, en la mayor parte de los integrantes de la Asociación no poseen la categorización e instructivo de los procesos para la verificación del cumplimiento de responsabilidades, base primordial para la correcta aplicación del Sistema de Gestión de Calidad.

Se comprueba que la mayoría de clientes de la Asociación que consumen los productos se sienten satisfechos con sus compras ya sea por el producto, precio o atención al cliente, sin descartar que existe un considerable número de clientes que no están satisfechos, lo que revela que existe algún tipo de error en el proceso de la venta o inconformidad con los productos, por lo que es necesario la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad.

El diseño del manual del Sistema de Gestión de Calidad cerciorará que, los procesos que se desarrollan internamente son de forma secuencial y coordinada. Por lo que se establece ciertos puntos que se adaptan a los requerimientos de la Asociación.

El compromiso del directorio de la Asociación dependerá el buen desempeño de este sistema, así como el compromiso de las empresas intervinientes en cada una de las áreas en tomar acción, lo que permitirá una mejora continua, reduciendo costos, tiempos de producción y brindando el servicio postventa.

Al implementar el Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2015, la Asociación debe determinar y controlar cada proceso y persona interviniente de modo que pueda tener productos de excelente calidad, además con la implementación podrá integrarse de manera más competitiva en el sector textil para afrontar el mercado cambiante, requiriendo productos de mayor valor agregado.

Con la aplicación de las encuestas, se detectó como debilidad significativa el desconocimiento sobre las Normas ISO y la no utilización de un Sistema de Gestión de Calidad por parte de los socios y del personal, motivo suficiente por el cual no permite desempeñar y verificar la realización efectiva de los procesos y logre la completa satisfacción de los clientes.

Las encuestas también establecen que la atención que brindan a los clientes de forma ágil y oportuna, indica que el personal sabe realizar su trabajo de manera responsable, confiable y cordial, siendo un factor importante al tratarse de este círculo de negocio.

La orientación de la Asociación es lograr incrementar la satisfacción de los clientes con un enfoque claro hacia la calidad de todos sus productos y procesos.

Nacional

Gutiérrez (2016) en su investigación titulada “Caracterización De La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio, Rubro – Venta Minorista De Ropa Para Damas Del Centro Comercial Galerías Alfa, Chimbote, 2013”, el cual detalla en su resumen lo siguiente, tuvo por objetivo determinar si las MYPES del sector – comercio, rubro venta de ropa para damas de la ciudad de Chimbote aplican la gestión de calidad, en el año 2013. La investigación fue tipo

descriptivo y de diseño no experimental/ transversal, se trabajó con una muestra de 14 MYPES, a la cual se aplicó un cuestionario estructurado de 17 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: Representante legal y MYPES: El 35.7% tienen edad entre 40 a 50 años de edad, el 64.3% son del sexo femenino, el 64.3% tienen una instrucción secundaria, el 50% tienen conocimientos de administración de empresas, el 100% de las MYPES están formalizadas, el 57.1% tienen una antigüedad de 8 años a más. Gestión de calidad: El 57.1% no tiene conocimientos sobre gestión de calidad, el 57.1% no cuenta con un manual de gestión de calidad en la MYPE, el 71.4% si identifica los procesos para dar un buen servicio al cliente. Concluyendo: La mayoría de los representantes tienen edad entre 40 a 50 años de edad, son del sexo femenino, con instrucción secundaria, cuentan con conocimientos de administración de empresas, todas las MYPES están formalizadas, la gran mayoría tiene una antigüedad de 8 años a más, no tienen conocimientos sobre gestión de calidad, no cuentan con un manual de gestión de calidad en las MYPES y la gran mayoría si identifica los procesos para dar un buen servicio al cliente. Palabras claves: Perfil del Representante Legal, MYPES, Gestión de Calidad, a su vez llego a las siguientes conclusiones: Referente a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas.

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

Referentes a las micros y pequeñas empresas

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

Referentes a la variable gestión de calidad

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

Becerra (2016) en su investigación titulada “La Gestión De Calidad Con Un Enfoque En El Financiamiento Y Su Influencia En El Nivel De Ventas De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio- Rubro Venta De Ropa Para Niños Del Centro Comercial Los Ferroles, Chimbote, Año 2016”, el cual detalla en su resumen lo siguiente, la investigación tuvo como objetivo general, Determinar la influencia de la gestión de calidad bajo el enfoque del financiamiento en el nivel de ventas de las micro y pequeñas empresas del Centro comercial los Ferroles rubro venta de ropa para niños, Chimbote año 2016. La investigación fue cuantitativa descriptiva y experimental, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 26 micro y pequeñas empresas del referido centro comercial , a quienes se les aplicó un cuestionario de 34 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta podemos determinar que hay un nivel de inversión muy alto 84.6%, regular 11.5% y bajo 3%, lo que se infiere que la Mype hace una buena inversión del financiamiento obtenido, los resultados baja o regulares es por motivo de tener una cartera crediticia limitada. De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta podemos determinar que en la investigación, el nivel de gestión crediticia, es muy alto en un 65.4%, alto 23.1% y regular 11.5%, lo que indica que hacen una buena gestión crediticia del financiamiento. De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta podemos determinar que en la investigación hay un nivel de financiamiento muy alto 69.2%, con un nivel alto y regular de 15.4% y 15,4% respectivamente lo que se infiere que los microempresarios tienen alta necesidad de financiamiento para el desarrollo y cumplimiento de las actividades. De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta podemos determinar que en la investigación sobre la rentabilidad nos indica un nivel muy alto del 61.5% y alto 38.5%, por lo que se considera que el financiamiento está generando rentabilidad traduciéndose en una mejora de gestión de calidad de las Mype. De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta podemos determinar que en la investigación sobre desarrollo empresarial nos indica un nivel muy alto del 65.4%, alto 34.6% por lo que se considera que el financiamiento constituye aumentar el nivel de desarrollo y mejora la gestión de calidad de la Mype. vi De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta podemos determinar que la investigación sobre el nivel de crecimiento empresarial, nos indica un nivel muy alto 53.8%, alto 42.3% y muy bajo 3.8%, por lo que se considera que con el nivel obtenido ha logrado la capitalización del negocio y aumentar el patrimonio de la Mype. De acuerdo a los

resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta podemos determinar que en la investigación hay un nivel de ventas muy alto 53.8 %, alto 42.3% y regular 3.8% lo que se infiere que la Mype tiene un adecuado nivel de ventas, que permite lograr una gestión de calidad de la Mype. Las conclusiones son las siguientes: Existe una alta correlación entre el financiamiento y el nivel de ventas, esta conclusión, esta validado en pruebas de la Chi cuadrado de Pearson obteniendo un 0.017. Este indicador es menor al nivel de significación del 5%, lo que se infiere que se debemos rechazar la hipótesis nula (H0) y aceptar la hipótesis alternativa (H1) (tabla No. 9).La conclusión anterior se corrobora, en el nivel de tabulación cruzada, entre el nivel de financiamiento y el nivel de ventas, dicha tabulación cruzada alcanza un nivel alto del 69.2% y 53.8% respectivamente.(tabla No. 8).El nivel de inversión alcanza un nivel muy alto del 84.6% por lo que infiere que las microempresas tienen facilidades crediticias y han logrado obtener ganancias con los prestamos obtenidos. Existe una aceptable gestión crediticia, donde los microempresarios, tienen conocimiento de la importancia, del cumplimiento de sus obligaciones, evidenciando con un nivel muy alto de un 65.4%. La gestión de calidad se evidencia en un mayor nivel de desarrollo y crecimiento de la Mype; esta afirmación es corroborada con los resultados de la investigación: un nivel muy alto del 65.4% y 53.8% respectivamente. De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta podemos determinar que los microempresarios tienen alta necesidad de financiamiento para el desarrollo y cumplimiento de las actividades, mejorando la gestión de calidad, niveles de ventas y esto se traduce en altos niveles de rentabilidad. Palabras clave: gestión de calidad, financiamiento, ventas.

A su vez llego a las siguientes conclusiones, existe una alta correlación entre el financiamiento y el nivel de ventas, esta conclusión, esta validado en pruebas de la Chi cuadrado de Pearson obteniendo un 0.017. Este indicador es menor al nivel de significación del 5%, lo que se infiere que debemos rechazar la hipótesis nula (H0) y aceptar la hipótesis alternativa (H1) (tabla No. 9)

La conclusión anterior se corrobora, en el nivel de tabulación cruzada, entre el nivel de financiamiento y el nivel de ventas, dicha tabulación cruzada alcanza un nivel alto del 69.2% y 53.8% respectivamente.(tabla No. 8) - El nivel de inversión alcanza un nivel muy alto del 84.6% por lo que infiere que las microempresas tienen facilidades crediticias y han logrado obtener ganancias con los prestamos obtenidos.

Existe una aceptable gestión crediticia de los microempresarios, evidenciándose con un nivel muy alto 65.4%, por lo que se deduce que los microempresarios reconocen la importancia del cumplimiento de sus obligaciones en forma puntual. - La gestión de calidad se evidencia en un mayor nivel de desarrollo y crecimiento de la Mype; esta afirmación es corroborada con los resultados de la investigación: un nivel muy alto del 65.4% y 53.8% respectivamente.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta podemos determinar que los microempresarios tienen alta necesidad de financiamiento para el desarrollo y cumplimiento de las actividades, mejorando la gestión de calidad, niveles de ventas y esto se traduce en altos niveles de rentabilidad.

Panduro (2017) en su investigación titulada “Caracterización De La Gestión De Calidad Y La Formalización De Las Mypes Del Sector Comercio - Rubro Venta De

Ropas Para Damas En El Distrito De Juanjui - 2017”, el cual detalla en su resumen lo siguiente, este proyecto de investigación de tesis, titulado “caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las MYPES del sector comercio – rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjuí, 2017”, tiene como objetivo general dar a conocer las características de la gestión de calidad y formalización en las MYPES del sector comercio rubro ventas de ropas para damas del distrito de Juanjuí, 2017. La metodología utilizada en esta investigación corresponde a un estudio cuantitativo, de nivel descriptivo cuyo diseño es no experimental, descriptivo simple. La población de estudio estuvo conformada por 10 MYPES dedicadas al sector comercio rubro en estudio; a quienes se aplicó un cuestionario para medir el grado de aplicación de los indicadores de la gestión de calidad. Para el análisis de los datos, se utilizó el programa Microsoft Excel versión 2016, y la estadística descriptiva con medidas porcentuales y gráfico. De acuerdo a los resultados obtenidos se observa que en las dimensiones atención al cliente y gestión de recursos. Nunca se aplican las ideas de gestión de calidad y formalización; sin embargo en las dimensiones, toma de decisiones, liderazgo, participación de personal, gestión de procesos, mejora continua y relación con los proveedores algunas veces o siempre se aplica los indicadores de gestión de calidad y formalización. Palabras claves: Gestión de calidad, y Formalización de las MYPES.

A su vez llego a las siguientes conclusiones, el cual llego a las siguientes conclusiones: Las edades de los representantes legales son de personas jóvenes, la relación que tienen en las tomas de decisiones son acertadas ya que están en la edad de 20 a 35 años de edad. En el género, se observa que es el sexo femenino son la gran mayoría quienes dirigen las empresas en este rubro. El grado de estudios en su gran mayoría es de

educación secundaria, ya que en este rubro no necesitan tener grados superiores. Con respecto a la gestión de calidad se demuestra que en su gran mayoría están de acuerdo con la necesidad del cliente de los tres documentos de gestión, escogieron el plan estratégico, en la implementación de la empresa en su gran mayoría no son implementadas, en cuanto a la evaluación de satisfacción un gran numero dijeron que sí. En su gran mayoría de los encuestados son empresas formales. En cuanto a la formalización si están formalizados es porque contribuye a la expansión de sus ventas y por ende aumenta los costos laborales.

Locales

Araujo (2016) en Su Investigación Titulada “Caracterización De La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio Rubro – Venta Minorista De Ropa Para Damas Del Centro Comercial Barranca, Del Distrito De Barranca, 2016”, el cual detalla en su resumen lo siguiente, la presente investigación, tuvo por objetivo determinar si las las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro – venta minorista de ropa para damas del Centro Comercial Barranca aplican la gestión de calidad, en el año 2016. La investigación fue tipo descriptivo y de diseño no experimental/ transversal, se trabajó con una muestra de 10 MYPES, a la cual se aplicó un cuestionario estructurado de 17 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: Representante legal y MYPES: El 50% tienen edad entre 40 a 50 años de edad, el 70% son del sexo femenino, el 60% tienen una instrucción secundaria, el 60% tienen conocimientos de administración de empresas, el 100% de las MYPES están formalizadas, el 40% tienen una antigüedad de 4 a 5 años a más. Gestión de calidad: El 70% tiene conocimientos sobre gestión de calidad, el

80% no cuenta con un manual de gestión de calidad en la MYPE, el 90% si identifica los procesos para dar un buen servicio al cliente. Concluyendo: La mayoría de los representantes tienen edad entre 40 a 50 años de edad, son del sexo femenino, con instrucción secundaria, cuentan con conocimientos de administración de empresas, todas las MYPES están formalizadas, la gran mayoría tiene una antigüedad de 4 a 5 años, la mayoría no tiene conocimientos sobre gestión de calidad, no cuentan con un manual de gestión de calidad en las MYPES y la gran mayoría identifica los procesos para dar un buen servicio al cliente. Palabras claves: Perfil del representante legal, MYPES, Gestión de Calidad la cual llevo a las siguientes conclusiones: Referente a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas

A su vez llevo a las siguientes conclusiones, en el presente estudio se concluye que el 50% de las micro y pequeñas empresas están representadas por personas adultas entre 40 a 50 años, son mujeres y han culminado sus estudios secundarios.

Referentes a las micros y pequeñas empresas

En el presente estudio se concluye que de la totalidad de micro y pequeñas empresas encuestadas el 60% tiene conocimiento de administración de empresas, pero el total de las micros y pequeñas empresas son formales, la mayoría tienen 8 años de antigüedad en el mercado, no cuentan con equipos de alta tecnología, sus instalaciones no son visualmente atractivas, no realizan publicidad y de los que realizan si son visualmente atractivas.

Referentes a la variable gestión de calidad

En el presente estudio se concluye que de la totalidad de micros y pequeñas empresas encuestadas la mayoría desconoce de la nueva ley, tienen conocimiento sobre gestión

de calidad. Pero si buscan dar soluciones a los problemas de su micro y pequeña empresa, la totalidad de la micro y pequeña empresa si brinda un buen trato al cliente, de las mismas la gran mayoría no cuenta con un manual de calidad, así como también prioriza en resolver las necesidades del cliente e identificar procesos para dar un buen servicio.

Rioja (2019) en su investigación titulada “La Gestión De Calidad Y Su Influencia En Los Beneficios De Las Mypes, Del Sector Comercio – Rubro Venta De Ropa Para Varones, Galeria 5 Continentes, Av. Abancay N°1109, Lima 2018”, el cual detalla en su resumen lo siguiente, Mi investigación tuvo como objetivo general describir las principales características de la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPES del sector comercio – rubro venta de ropa para varones, Galería 5 continentes, Av. Abancay N°1109, Lima 2018. El estudio fue descriptivo y no experimental, se aplicó una encuesta de 26 preguntas cerradas a una muestra de 30 MYPES. Los resultados son: Sobre la gestión de la calidad: 60% de las MYPES están de acuerdo que sus productos no presentan fallas, cumplen con las especificaciones y tienen una duración aceptable, 100% de sus productos cumplen con la duración ofrecida, 83.33% cumplen con las especificaciones del producto, 100% está totalmente de acuerdo en el trato hacia el cliente es amable, satisfacen sus gustos, el costo del producto es accesible y 70% es indiferente sobre la garantía del producto. 56.7% está de acuerdo que su producto es de calidad. Sobre los beneficios de las MYPES: 100% está totalmente de acuerdo que el nivel de la calidad de su producto, reducción de costos, participación e integración del personal, nivel de satisfacción del cliente, mejoramiento de la imagen de la empresa, competitividad y sostenibilidad obtendrán

como beneficio de la aplicación de los principios de gestión de calidad. Por lo que se concluye existe una relación significativa entre la gestión de calidad y los beneficios de las MYPES. Palabras claves: Gestión de Calidad, Influencia en los Beneficios, MYPES.

A su vez llego a las siguientes conclusiones, la cual llego a las siguientes conclusiones: Sobre las características de los empresarios, la mayoría de los empresarios tienen entre 31 a 40 años de edad, son casados y son de género masculino. La mayoría de los empresarios tiene nivel de instrucción secundaria y la totalidad es dueño de su empresa.

Sobre las características de las MYPES , La mayoría de las empresas de este estudio tienen entre 6 a 10 años de experiencia en el mercado. La totalidad de las MYPES tienen entre 1 a 3 trabajadores y son formales.

Sobre las características de la gestión de calidad de las MYPES, la mayoría de las empresas está de acuerdo en que sus productos no presentan fallas y cumplen con las especificaciones y está totalmente de acuerdo, en que sus productos cumplen con la duración esperada.

La mayoría de las empresas está totalmente de acuerdo en que sus productos cumplen con la función para la cual fueron elaborados.

La totalidad de las empresas está totalmente de acuerdo en que cuenta con un trato amable hacia sus clientes y cuenta con un costo del producto aceptable.

La mayoría de las empresas está ni de acuerdo ni en desacuerdo en que su producto cumple con la garantía.

La totalidad de las empresas está totalmente de acuerdo que satisfacen los gustos del cliente y la mayoría está de acuerdo en que sus productos son de calidad. 63 Sobre los beneficios de las micro y pequeñas empresas

La totalidad de las MYPES están totalmente de acuerdo que mejorarán la calidad de sus productos y la mayoría disminuirán los rechazos como beneficio de la aplicación de los principios de gestión de calidad.

La totalidad de las MYPES están totalmente de acuerdo que reducirán los costos con la mejora de procesos y están totalmente de acuerdo que obtendrán mayor participación e integración de los trabajadores como beneficio de la aplicación de los principios de gestión de calidad.

La totalidad de las MYPES están totalmente de acuerdo que sus clientes estarán satisfechos y mejorarán su imagen como beneficio de la aplicación de los principios de gestión de calidad.

La totalidad de las MYPES están totalmente de acuerdo que mejorarán su competitividad y podrán supervivir en el mercado como beneficio de la aplicación de los principios de gestión de calidad.

Cruzado (2013), en su proyecto de investigación titulado “Propuesta De Modelo De Gestión De Mantenimiento Enfocado En La Gestión Por Procesos Para La Mejora De La Productividad Y La Competitividad En Una Asociatividad De Mypes Del Sector Textil”, el cual llegó a las siguientes conclusiones: En la actualidad, se vive una etapa de dinamismo en la economía mundial, las empresas buscan el cambio constantemente, pues las necesidades de las personas así lo requieren.

En este contexto de alta competitividad, son las empresas pequeñas las llamadas a dirigir el desarrollo y prosperidad de los países, más aún cuando por efecto de la globalización se han abierto las puertas al intercambio de productos entre naciones de distintos continentes.

Es por ello, que las empresas pequeñas viven actualmente una encrucijada, pues tienen una oportunidad inmejorable para aprovechar los nuevos mercados existentes, sin embargo la competencia que deben enfrentar es algo a lo que posiblemente aún no están preparados para hacerle frente.

En el Perú, las pequeñas empresas se encuentran atravesando este hecho, y es que la gran explosión en la formación de micro y pequeñas empresas (Mypes) y la competencia en el mercado han obligado casi inconcientemente a estas empresas a la búsqueda de nuevos mercados o nuevas opciones. La importancia de las Mypes en el Perú es innegable, tanto por su volumen en el mercado como por su capacidad de generación de empleo. En el Perú, las Mypes conforman el 99,3% del total de empresas existentes en el país, la mayoría de ellas ubicadas en el departamento de Lima. Las Mypes aportan casi 47% del PBI del país y son las mayores generadoras de empleo en la economía y la tendencia es que seguirán creciendo.

Las Mypes, en la actualidad, son un grupo importante en la economía del país, pues representan el 42,1% del total de PBI; sin embargo, la mayor contribución de las Mypes en el país se produce en la generación de empleo, cuya tasa representa el 59,6% de la población económicamente activa (PEA). Las Mypes del sector textil, actualmente, representan el 19,8% del total de este tipo de empresas, y son precisamente las Mypes de este sector las que tienen una mayor opción para exportar

sus productos, pues la actividad textil es la actividad manufacturera con mayor índice de ventas al exterior. Sin embargo, existen barreras que nacen desde la misma formación de las Mypes como unidades de negocio, tales como la informalidad, la limitada capacidad de producción, la limitada disponibilidad de recursos, etc. Estas barreras dificultan el desarrollo de estas empresas, pues una baja productividad y una baja competitividad se traducen en una baja rentabilidad, motivo por el cual muchas de estas empresas tienen un ciclo de vida muy corto y mucho menos logran ser parte de la actividad exportadora. Por tanto, resulta válida la idea de formar agrupaciones o sociedades conformadas por este tipo de empresas para potenciar sus actividades productivas en conjunto, a través del empleo de modelos de gestión por procesos. Dichos modelos generarán en la asociación una mejor capacidad de gestión, así como una articulación en sus actividades y procesos, de esa manera podrán mejorar su productividad y competitividad dentro del mercado local en un corto plazo y que producto de una madurez en un mediano o largo plazo puedan exportar para atender la demanda extranjera y competir en el mercado internacional.

El 21,4% de las Mypes Manufactureras se dedican exclusivamente a la producción y comercialización de textiles. El mejor representante de este sector es la zona empresarial de Gamarra, pues tiene la concentración de al menos el 80% de las Mypes textiles del país con alrededor de 17 000 locales destinados a la confección y comercialización de textiles, y constituye una fuente de empleo para más de 45 mil personas. Por tal motivo, el desarrollo de este sector resulta de gran importancia por los beneficios socio económicos que ofrecen al país. Es así que el análisis de la presente tesis se enfoca en la actividad de este conglomerado productor y comercial, su realidad y sus características.

Las Mypes tienen dificultades para su desarrollo entre ellas, se encuentran la escases de capacidades operativas, las limitadas capacidades gerenciales, los problemas de acceso a la información, la desarticulación empresarial, el uso inadecuado de tecnología, la dificultad de acceso al financiamiento pero el aspecto más perjudicial de este tipo de empresas es la informalidad. En la actualidad, el 42% de las Mypes del país presenta esta condición de informalidad y es el generador de aspectos negativos dentro de la empresa como la falta de compromiso entre los trabajadores, esto lleva a que la empresa tenga una baja productividad. La baja productividad lleva a una baja competitividad en el sector, y la baja competitividad en el sector se traduce en una baja rentabilidad y esto acelera el final del ciclo de vida de este tipo de empresas.

La asociatividad es una estrategia empresarial que le permite a las Mypes mejorar ciertos aspectos dentro de su organización como la reducción de costos, acceso a capacitación, mejora de la calidad del producto, mejores márgenes de ganancias y mayor volumen de producción. La suma de los factores anteriormente mencionados es un incremento en la productividad y en consecuencia una mejora en la competitividad. Por tanto, el desarrollo de la asociatividad como estrategia empresarial en el entorno de las Mypes puede propiciar mejoras significativas en las condiciones de este tipo de empresas y con ello vencer las dificultades propias del sector. De esta manera, se produciría el paso de Mypes a Pymes y la oportunidad en el largo plazo de ser competitivos en el mercado extranjero.

La gestión de mantenimiento es importante dentro de un proceso productivo pues permite el flujo continuo de las operaciones y previene dentro de su alcance los fallos y el cese del funcionamiento de los equipos utilizados. En este caso, la gestión de

mantenimiento enfocado Mypes del sector textil, se traduce como el aseguramiento de las máquinas que intervienen en los procesos para la elaboración de prendas textiles, tales como el diseño, el corte, el estampado, la confección, el remallado o el bordado, el acabado y el planchado. Este aseguramiento de los equipos genera un incremento en la productividad de las Mypes, pues reduce los costos de reprocesos o de maniobras correctivas de emergencia, además evita las pérdidas de producción debido a las fallas.

En el análisis de la situación actual de las Mypes del Sector textil, específicamente en el conglomerado comercial de Gamarra, a través de una encuesta realizada a 40 empresas, se evidenció que el mercado objetivo de su producción habitual se dirige para el departamento de Lima y Provincias en un 54,28%, y que el público objetivo son las damas con 57,62%. Además, cuentan con un promedio de 3 a 4 trabajadores por empresa, el ingreso promedio es de S/. 8 238.00 mensuales por empresa, un 20,07% expresa que no considera que exista algún impedimento para el surgimiento o desarrollo de las Mypes de su sector (textil) y en un 27,88% consideran que la mayor dificultad para dar paso al inicio de las actividad exportadora de sus productos es el acceso al financiamiento. Con respecto al 20,07% de empresas que considera que no hay impedimentos para el desarrollo de las Mypes textiles, se puede decir que son empresas que se sienten cómodas trabajando como lo han venido haciendo hasta la fecha, en su mayoría son empresas familiares y presentan reacciones de rechazo hacia el cambio. Con respecto al 27,88% que considera que la mayor dificultad para exportar se debe a la falta de acceso al financiamiento es por el poco respaldo que reciben de las entidades financieras y también por la falta de información para acceder a otros mecanismos de financiamiento como fondos de cooperación, entre otros. Esto nos indica que el Modelo de Gestión Financiera deberá tener un rol participativo dentro

del desarrollo de las Mypes de este sector. En el análisis del área de mantenimiento de las Mypes del sector textil, de las encuestas realizadas a 40 empresas, se evidenció que las cuatro máquinas más representativas de estas empresas son la remalladora, la recta, la recubridora y la bordadora con una participación general del 80,72%. Además, la antigüedad de las máquinas en promedio es de 4 a 5 años, el 92% de las empresas afirma realizar labores de mantenimiento en sus equipos o máquinas, de este porcentaje el 67,57% de las empresas asegura que realizan un mantenimiento periódico a sus máquinas y con respecto a la frecuencia con la que es llevado a cabo el mantenimiento, un 35,14% de las Mypes encuestadas afirma que se realiza de manera anual. Un 68% de las empresas encuestadas indica que el encargado de realizar las labores de mantenimiento es un técnico especializado de la zona, un 43% de las empresas afirma haber tenido paradas de producción por ausencia de mantenimiento y un 55% de las Mypes textiles encuestadas indica que a la fecha no ha tenido la necesidad de renovar sus equipos. Con respecto al 35,14% de empresas que indican que el mantenimiento de sus máquinas se realiza de manera anual, habría que considerar que es mucho tiempo sin realizar labores preventivas, pues si bien es cierto, las máquinas de este tipo tienen un tiempo de vida útil largo, los recambios de piezas deben realizarse de manera mensual, es por ello también que el 43% de estas empresas sufren de paradas de producción, pues no realizan una revisión continua. Con respecto al 55% de Mypes que indican que a la fecha no han renovado sus máquinas es porque la mayoría de estas tienen un tiempo de vida largo y porque se pueden reparar si se consiguen los repuestos adecuados, situación que es más factible para estas empresas que desechar la máquina y adquirir una nueva.

El modelo de gestión de mantenimiento tiene como fin específico propiciar un programa de mantenimiento para que dé soporte al proceso productivo realizado por las empresas que conforman la asociación. El modelo está basado en un programa de mantenimiento preventivo programado, sostenido por la metodología del Mantenimiento Centrado en la Confiabilidad (RCM). Esta metodología permite establecer las actividades de mantenimiento necesarias en base a las funciones que realizan las máquinas, así como de los resultados que se esperan obtener a través del funcionamiento de las mismas. Las actividades son identificadas a través de la herramienta AMFEC (Análisis de Modo de Fallas, Efectos y Criticidad), la cual se enfoca en los estados de falla, en los efectos producidos y en los períodos de tiempo en el cual se presentan, en este caso de las cuatro máquinas principales que son la remalladora, la bordadora, la recta y la recubridora. Por tanto, esta herramienta es idónea para las Mypes, en este caso del sector textil, pues no representa mayor dificultad en cuanto a cálculos, únicamente se necesita analizar las funciones de los equipos en base a los requerimientos de producción y las ocurrencias de los desperfectos. Es así que a través del uso de la herramienta AMFEC se planificó el programa de mantenimiento preventivo para las empresas que operen con cualquiera de las máquinas anteriormente mencionadas, con un período de realización semanal para las actividades rutinarias y un período de tres meses para el desmontaje y recambio de piezas principales. El presente modelo de mantenimiento preventivo es velado por la Directiva de la asociación y su ejecución ha sido asignado a un equipo de personas con mayor experiencia dentro del grupo de empresas que conforman la asociación.

Este grupo de personas llevará a cabo el programa de mantenimiento, y al final de cada proceso deberá reportar a través de la documentación correspondiente al Modelo de Calidad, quien será el encargado de brindar la retroalimentación sobre la realización de los procesos.

El presente modelo de mantenimiento tiene como objetivos principales el aseguramiento de los niveles de producción, maximizar la disponibilidad de las máquinas, reducir la existencia de repuestos, maximizar los trabajos programados, garantizar la seguridad y maximizar la productividad de los trabajadores.

2.2 Bases teóricas

Gestión de Calidad

Según el libro Técnicas para la Gestión de la Calidad del autor de Pedro Grima Cintas nos dice que hablar de Gestión de Calidad es hablar de Juran el cual detalla esta idea de un manejo correcto en la administración de una empresa aplicando claramente una Gestión de Calidad. “Juran afirma, en un esfuerzo de síntesis, que cualquier actividad de gestión consiste en tres procesos interrelacionados: Planificación, Control y Mejora” (Técnicas para la Gestión de la Calidad, 1995, p.10).

Ante lo expuesto por Juran deseo dar mi punto de vista referente a lo que es una gestión y calidad en partes genéricas, tomando en cuenta las referencias ubicadas en el libro Introducción a la Gestión de la Calidad del año 2007:

La gestión, es una acción la cual recopilándola con otros aspectos nos ayudara a resolver procesos o metas pactadas dentro de la organización, adicionar que en toda

empresa debemos aplicar la gestión desde los procesos más simples hasta los más complejos debido a que estos ayudaran a la toma de decisiones según sean los inconvenientes.

La Calidad, por otro lado la calidad se sobre entiende a los procesos que entregamos a los clientes tanto servicios como productos los cuales deben de superar las expectativas brindándoles desde un inicio una excelencia en el producto o servicio.

Características de la Gestión de la Calidad

Siguiendo con los temas relacionados a la Gestión de la Calidad, deseo anexas algunos puntos basado en sus características, dentro del libro “Gestión integral de la Calidad” de Lluís Cuatrecasas y Jesús Gonzales (2017) afirman:

A continuación exponemos algunos aspectos relacionados con la gestiono de la calidad, que deben establecerse como características del sistema de calidad, pautas de actuación u objetivos que alcanzar:

1. Establecimiento de la calidad y su nivel

Ante todo, el nivel de calidad y los requerimientos del producto o servicio los establece y define el cliente. El que decide si el producto o servicio es adecuado y verifica si el cumplimiento de las características satisface sus necesidades es el propio cliente. Por tanto, la empresa ha de captar su confianza ofreciéndole la calidad que desea. Se debe tratar de comprender y determinar los criterios y valoraciones que tiene el cliente, saber escucharle en todo momento y actuar en consecuencia.

2. información, educación y motivación

No se puede exigir una implicación activa de todos los recursos humanos sin una adecuada información y formación sobre los conceptos de calidad, los objetivos que persigue la empresa, las mejoras que se obtienen y, sobre todo, la forma práctica y efectiva de cómo aplicar las ideas de calidad. La información llevan asociado otro concepto importante: la motivación.

3. El liderazgo activo de la dirección

La aportación de la dirección es fundamental en la implantación efectiva de la calidad. La gestión de la calidad debe contar con todo el apoyo y liderazgo de la alta dirección y esta, a su vez, debe implicarse practicando con el ejemplo en la consecución de los objetivos de la calidad de forma activa y constante. En el marco de este liderazgo es aconsejable un estilo de gestión participativa que promueva un consenso en la toma de decisiones, con la implicación de todos los participantes.

4. Ventaja competitiva

La calidad constituye un factor básico para obtener ventajas competitivas. La empresa debe adoptar una estrategia que persiga la calidad en todos sus productos, procesos y servicios, que la diferencie del resto de la competencia y le permita afrontar los nuevos retos desde una posición de privilegio.

5. Implementación de todos los recursos humano

Para aplicar una gestión estratégica basada en la calidad es necesario que toda la organización, comenzando desde la alta dirección y terminando por el último operario, esté involucrada y participe del proyecto común. Por este motivo, los recursos humanos representan un papel esencial en el desarrollo y obtención de los objetivos de calidad. Será imposible llevar a cabo tales objetivos de calidad marcados si no existe una clara

motivación de todos los estamentos que forman la organización de la empresa, con entusiasmo y con la convicción plena de que es la mejor forma para satisfacer plenamente a todos los clientes y alcanzar el grado de excelencia.

6. Los proveedores

El papel que desempeñan los proveedores resulta fundamental para que la aplicación de la calidad llegue a realizarse de forma efectiva. Los proveedores constituyen el primer eslabón de la cadena y sobre ellos habrá que actuar para obtener la calidad desde el origen. Debe existir un compromiso de calidad para que los objetivos sean comunes. La calidad de nuestros productos no depende exclusivamente de nuestra organización, sino que vendrá supeditada al nivel que presente la misma en los suministros de los proveedores.

7. Ética de la calidad

Existen una serie de preceptos o actitudes positivas que constituyen la ética de la calidad, algunos de los cuales se enumeran a continuación:

Hacerlo bien desde el principio: es el camino más rápido, efectivo y económico para lograr la calidad.

Prevenir la aparición de los fallos. Se han de analizar las causas de los defectos antes de que lleguen a producirse, con lo que disminuyen los costes y esfuerzos para tratar de solucionarlos.

Apreciar y resaltar el aspecto positivo y educativo que aportan los defectos como forma de aprender y avanzar. Hay que evitar buscar culpables y dedicarse a hablar la forma de que no vuelvan a ocurrir tales defectos.

Ante los errores repetitivos, resulta más efectiva una información adecuada y objetiva que una amonestación o crítica.

La calidad persigue la satisfacción plena de los consumidores. Un exceso de calidad sobre el nivel requerido puede no ser apreciado y resultar costoso.

La calidad debe implicar un clima de sensibilidad y preocupación en la empresa por el entorno social y medioambiental.

Importancia de la Gestión de la Calidad.

Una buena gestión se basa entonces en un buen sistema de objetivos. Sin objetivos es imposible planificar, organizar o controlar adecuadamente. A menudo los objetivos se establecen mal, suelen confundirse con políticas o con buenas intenciones. (Pola, Maseda, Ángel. Gestión de la calidad, Marcombo, 1988).

Según se detalló en el libro Gestión de la Calidad, manifiesta que la importancia de aplicar una gestión correcta dentro de las Mypes ayudara en una mejora en el sistema de proceso de la empresa ya que al aplicar la gestión estaremos monitoreando toda la empresa desde la producción hasta el capital humano finalizando con la satisfacción del cliente, mantener una gestión de calidad activa dentro de las empresas es fundamental por la gran importancia de este al aplicarlo en diversas actividades.

Normas ISO 9001

Según el artículo “Sistema de Gestión de Calidad en base a las normas ISO 9001” emitido en diciembre del 2008 mencionan los siguientes principios como importantes para la aplicación de una buena gestión de la calidad:

Enfoque al Cliente: Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas del cliente.

Liderazgo, hacen referencia al propósito y orientación que pueden establecer los líderes dentro de sus unidades de negocio u organizaciones. Se debe de mantener un lugar en el cual el personal se sienta identificado y pueda desarrollarse con la institución logrando estabilidad.

Participación del Personal, se refiere que dentro de cada empresa el personal es esencial debido a su mano de obra y al manejo de este dentro de la empresa.

Enfoque basado en procesos, hacen referencia a que para que exista un resultado estable se debe de interrelacionar los recursos y procesos.

Enfoque de sistema para la gestión, nos indican que para aplicar este factor se debe de seguir tres pasos, identificar, entender y gestionar aquel proceso con el fin de obtener resultados hacia la empresa.

Mejora continua, como su nombre lo dice aplicar una mejora constante dentro de las instituciones verificando que todo se cumpla según el plan inicial.

Enfoque basado en hechos para la toma de decisión, se desarrollaran según los datos e información que se obtengan dentro del proceso.

Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor, nos explican en este punto que mantener una relación estable y eficaz con el proveedor es esencial ya que nos proporcionara suministros los cuales son de suma importancia para la empresa, ambos deberemos de mantener una relación estable y cordial para aumentar el valor a lo planteado.

Para aclarar estos principios deseo detallar que utilizar una gestión de calidad en las empresas es un factor muy beneficioso en la venta de nuestros servicios o productos, esto debido a que mantendremos un estándar y un propósito y así lograr los objetivos de la empresa.

La filosofía de Deming

Considerado unos de los pioneros en la administración y gestión detallare algunas características de la filosofía de Deming a la cual también se describirá el ciclo de este, en el libro *Introducción a la Gestión de la Calidad* (2007) afirma: “los métodos estadísticos proporcionan el único método de análisis que sirve de guía para entender los fallos y reducirlos” (p.31). A lo cual puedo definir que según Deming la parte estadística era indispensable para ejecutar proyectos y conocer los resultados antes de que se den, aplicando los métodos estadísticos podría definir los veneficios o problemas que podrían encontrarse en la ejecución de procesos dentro de la empresa.

Ciclo de Deming

Siguiendo con las definiciones y estilos de E. Deming del libro *Introducción a la Gestión de Calidad*, se detalla el ciclo de Deming como factor de solución de problemas.

Planificar (Plan): Significa individualizar el problema, recoger datos, estudiar las relaciones causa-efecto y ver las hipótesis de solución.

Realizar (Do): Consiste en llevar a cabo lo establecido en el plan.

Controlar (Check): Compara el plan inicial con los resultados obtenidos.

Actuar (Act): Actuar para corregir los problemas encontrados, prever posibles problemas futuros y establecer las condiciones que permitan mantener el proceso de forma estable e iniciar un nuevo proceso de mejora.

Juran y la Trilogía de la Calidad

Joseph Juran jugó junto a Deming un papel destacado en las enseñanzas de la mejora de la calidad de la industria japonesa durante los años 50. Estuvo desde un principio orientado a la gestión, centrándose con posterioridad en la planificación e la calidad. En 1951 publica *Quality Control Handbook*, uno de los manuales de calidad más completos que existen. (*Introducción a la Gestión de Calidad*, 2007, p.36)

La Trilogía de Juran (trilogía de calidad)

Según el libro *Introducción a la Gestión de la Calidad* del año 2007 afirma: Una de sus principales aportaciones es la denominada trilogía de calidad, en la que indica la relación existente entre planificación, control y mejora de la calidad. Para Juran la calidad no surge de forma accidental sino que debe ser planificada.

1. la planificación de la calidad consiste en acercarse al cliente actual y al potencial, e investigar sus necesidades, que son cambiantes.
2. El control de la calidad es un complemento indispensable de la planificación, actuando como un sistema de retroalimentación.
3. La mejora de la calidad trata de realizar los cambios oportunos para que se alcancen niveles de calidad más elevados que en periodos anteriores.

La Mycro y Pequeña Empresa

Iniciando con la descripción y definición de la comunidad Mype deseo detallar lo estipulado en sus leyes una de ellas nos indica el siguiente.

La presente Ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria. (Ley 28015, 2003)

Entonces dentro de nuestro país mantenemos leyes que ayudan a mejorar el ámbito de las Mypes ofreciendo oportunidades para aquellas personas que lo requieran generando orden al momento de crearse una Mype en nuestro país, a la vez existe otra ley que ayuda a la comunidad de Micro y Pequeña Empresa como por ejemplo la Ley 30056 (2013), la cual establece la modificaciones de otras leyes para ayudar en su crecimiento y desarrollo empresarial.

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.(Ley 28015, 2003)

A su vez mantenemos que las Mypes son entes que se constituyen de Pequeñas y Micros empresas las cuales pueden desarrollarse en diversos rubros siempre y cuando cumplan con algunas características las cuales se detallan en los artículos de la Ley 28015, por lo cual se requiere el pleno conocimiento de los empresarios con el fin de una buena constitución de empresas.

Según el **artículo 03 de la Ley 28015** emitida en el año 2003, las Mypes deben de reunir con ciertas características para proclamarse dentro del rango de Micro o Pequeña Empresa, estas caracterices se deben de desarrollar conforme a lo siguiente. Ley 28015 (2003) afirma. “El número total de trabajadores, la microempresa abarca de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive, la pequeña empresa abarca de uno (1) hasta cincuenta (50) trabajadores inclusive” (p.02).

A su vez nos mencionan que los niveles de venta anuales para dichas empresas también deben de cumplir con ciertos estándares. Ley 28015 (2003) afirma: “Niveles de ventas anuales, la microempresa: hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias – UIT, la pequeña empresa: a partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias – UIT” (p.02).

“Las entidades públicas y privadas uniformizan sus criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector”(p.02).

Por lo cual dichas personas naturales o jurídicas que deseen incursionar en la creación de las Mypes deben de tener en cuenta y muy claro que las características para la constitución de estas entidades deben de cumplir con estos estándares ya que su incumplimiento gestionaría una sanción por parte de las entidades supervisoras.

Siguiendo con los artículos de la Ley 28015 resalto el artículo 05 el cual es muy importante ya que nos menciona las pautas sobre el lineamiento estratégico del estado en referencia de las MYPE. Ley 28015 (2003) afirma: “Promueve y desarrolla programas e instrumentos que estimulen la creación, el desarrollo y la competitividad de las MYPE, en el corto y largo plazo y que favorezcan la sostenibilidad económica, financiera y social de los actores involucrados” (p. 02).

A su vez nos mencionan que el gobierno nos puede ayudar en otros aspectos tales como estos.

Promueve y facilita la consolidación de la actividad y tejido empresarial, a través de la articulación inter e intrasectorial, regional y de las relaciones entre unidades productivas de distintos tamaños, fomentando al mismo tiempo la asociatividad de las MYPE y la integración en cadenas productivas y distributivas y líneas de actividad con ventajas distintivas para la generación de empleo y desarrollo socio económico. (Ley 28015, 2003, p.02)

También se puede encontrar estos puntos en la Ley que ayudan a la mejora de las Mypes por parte del estado:

Busca la eficiencia de la intervención pública, a través de la especialización por actividad económica y de la coordinación y concertación interinstitucional, difunde la información y datos estadísticos con que cuenta el Estado y que gestionada de manera pública o privada representa un elemento de promoción, competitividad y conocimiento de la realidad de las MYPE, Prioriza el uso de los recursos destinados para la promoción, financiamiento y formalización de las MYPE organizadas en consorcios, conglomerados o asociaciones, propicia el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen o laboran en las MYPE, a las oportunidades que ofrecen los programas de servicios de promoción, formalización y desarrollo, promueve la participación de los actores locales representativos de la correspondiente actividad productiva de las MYPE, en la implementación de políticas e instrumentos, buscando la convergencia de instrumentos y acciones en los espacios regionales y locales o en las cadenas productivas y distributivas,

promueve la asociatividad y agremiación empresarial, como estrategia de fortalecimiento de las MYPE. (Ley 28015, p. 03)

Según lo mencionado en el artículo 28 de la Ley 28015 nos indica que el estado ofrece financiamiento a aquellas personas que deseen incursionar en las Mypes con el fin de apoyar al pequeño empresario,

Acceso al financiamiento El Estado promueve el acceso de las MYPE al mercado financiero y al mercado de capitales, fomentando la expansión, solidez y descentralización de dichos mercados. El Estado promueve el fortalecimiento de las instituciones de microfinanzas supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguros. (Ley 28015, 2003, p.09)

También nos indica en la presente Ley lo siguiente. “Asimismo, facilita el acercamiento entre las entidades que no se encuentran reguladas y que puedan proveer servicios financieros a las MYPE y la entidad reguladora, a fin de propender a su incorporación al sistema financiero” (Ley 28015, 2003, p.09). Por lo cual es de mucha ayuda el saber y aplicar de manera correcta los estándares que presenta dicha ley.

Importancia:

Es relevante saber que las Micro y Pequeñas empresas son generadoras de empleabilidad por lo cual ayudan al desarrollo constante de un país levantando la económica, según referencias se tiene de conocimiento que las Micro y Pequeñas

empresas forma un 80% del eje económico la cual proporciona cerca del 45% del PBI dentro del país.

Concluyendo la importancia de las Mypes refleja en el crecimiento y desarrollo de la actividad económica de nuestro país por lo cual invertir en ellas y desarrollarse como crear programas de apoyo servirían mucho para seguir progresando en nuestra economía, si se aplica y se desarrolla de manera correcta lo que generaremos es reducir en un porcentaje la pobreza causa que genera problemática en nuestro país por tener un índice elevado de pobreza, es así que unas de las causales e importancia para constituir una Mype seria por lo siguiente:

- Generadoras de empleabilidad constante y vigente.
- Reducción de pobreza en lugares lejanos del país.
- Incrementa y alienta el espíritu empresarial y orilla a imitación por otras personas.
- Fuentes primordiales del desarrollo en el sector privado.

Por consiguiente las Mypes deben de ser reconocidas como factores indiscutibles de crecimiento económico ya que son fuentes generadoras de empleo y crecimiento, según Bernardo Sánchez Barraza docente de la facultad de ciencias contables de la universidad Mayor de San Marcos menciona este aspecto muy importante y estadístico de las MYPES.

En la actualidad las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país. Según el

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 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 a continuación revisaremos la problemática de estas empresas desde una perspectiva crítica y analítica, finalizando con una propuesta tributaria específicamente para este sector, enmarcada en nuestra realidad nacional. (Bernardo Sánchez Barraza, Las Mypes en Perú. Su importancia y Propuesta Tributaria, 2014, p. 127)

Por lo cual y siguiendo con la idea de Contador Colegiado Bernardo Sánchez Barraza, deseo detallar este punto adicional en el cual nos explica otro factor que imparte la creación de una Mype.

Es indudable que las MYPES abarcan varios aspectos importantes de la economía de nuestro país, entre los más importantes cabe mencionar su contribución a la generación de empleo, que si bien es cierto muchas veces no lo genera en condiciones adecuadas de realización personal, contribuye de forma creciente en aliviar el alto índice de desempleo que sufre nuestro país. (Bernardo Sánchez Barraza, Las Mypes en Perú. Su importancia y Propuesta Tributaria, 2014, p. 128)

Según el artículo titulado “Sistema de Gestión de Calidad en Base a las Normas ISO 9001 indica que existen beneficios por aplicar un buen sistema de gestión de calidad en sus siglas SGC el cual detallo:

¿Qué beneficios tiene trabajar con un SGC?

- Mejora continua de la calidad de los productos y servicios que ofrece.
- Atención amable y oportuna a sus usuarios.
- Transparencia en el desarrollo de procesos.
- Asegurar el cumplimiento de sus objetivos, en apego a leyes y normas vigentes.
- Reconocimiento de la importancia de sus procesos e interacciones.
- Integración del trabajo, en armonía y enfocado a procesos.
- Adquisición de insumos acorde con las necesidades.
- Delimitación de funciones del personal.
- Mejores niveles de satisfacción y opinión del cliente.
- Aumento de la productividad y eficiencia.
- Reducción de costos.
- Mejor comunicación, moral y satisfacción en el trabajo.
- Una ventaja competitiva, y un aumento en las oportunidades de ventas.

Venta de Ropas para Damas

Definición

Ventas es la ciencia que se encarga del intercambio entre un bien y/o servicio por un equivalente previamente pactado de una unidad monetaria, con el fin de

repercutir, por un lado, en el desarrollo y plusvalía de una organización y nación y, por otro, en la satisfacción de los requerimientos y necesidades del comprador. (Estrategias de Ventas y Negociación, 2003, p.33)

Tipos

Según el libro estrategias de ventas y negocios del año 2003 indica que existen tipos de ventas las cuales se dividen en dos y son señaladas a continuación.

Venta repetitiva, en este tipo de venta el cliente ha estado involucrado con anterioridad a un proceso de información y resultados, que le permite conocer el producto o servicio, sus funciones, prestaciones, características, beneficios, y de esa manera lo relaciona con las necesidades que tiene y toman la decisión de compra basada en una experiencia y nueva necesidad. (Estrategias de Ventas y Negociación, 2003, p.36)

Venta de negociación, en este tipo de venta, debido al desconocimiento que tiene el cliente o usuario sobre el producto o servicio, se requiere ayuda, apoyar, asesorar y asistir al cliente, durante el proceso de la venta para demostrar (en teoría) que el producto o servicio cubren la necesidad o requerimiento y así llegar a la decisión de compra. (Estrategias de Ventas y Negociación, 2003, p.36)

Características

Según el libro más ventas emitido en el año 2009 en España, indica que en toda institución se debe de tener una caracterización de retribución de venta a lo cual mencionan algunos puntos importantes a considerar dentro de cada proceso de venta.

- El sistema de retribución debe de ser claro, que todo el mundo, que todos los vendedores lo entiendan.
- No solamente claro, sino que debe de ser sencillo y simple en su mecánica y aplicación.
- Debe tener una periodicidad determinada que se recomienda que sea no muy larga y lo más inmediata. A nadie le gusta posponer las recompensas, cuando el premio lo tenemos muy lejano no es motivador, por lo tanto, se recomienda una periodicidad de pago mensual para todo el tema de incentivos.
- Un sistema de retribución flexible y adaptable en alguna medida a cada zona o vendedor. Los sistemas deben tener en cuenta las particularidades de una zona, o de los clientes que lleva un vendedor.
- Controlables, es decir, que el vendedor lo pueda gestionar. No hay nada que desmotiva más que el hecho de que se pongas objetivos y sistemas de pago que estén relacionados, o impliquen acciones o acontecimientos que estén fuera del control y del trabajo del vendedor.
- Justos, equitativos. Como deseo se debe buscar tratar de conseguir este nivel, sabiendo de antemano que será difícil ser totalmente justos.

- Pago puntual, rapidez en su pago para que esa rapidez sea un elemento de motivación y no de pie a rumores y comentarios. Por otro lado, ya hemos advertido sobre la conveniencia de la inmediatez de las recompensas.
- Constes bajos de aplicación del pago y que sea fácil de administras el sistema de remuneraciones.
- Proporcionales y progresivos, es decir, que a medida que se requiere más esfuerzo se pueda obtener más recompensa.
- Objetivos en su aplicación, es decir, que no se planteen dudas en como calcularlos, en su mecánica, etc.

Importancia

Ventas es uno de los pilares fundamentales de toda empresa, al fin y al cabo, es la parte que de forma permanente está en contacto con los clientes, y no olvidemos que esto (los clientes) son el principal activo de la empresa. Sí, son el principal activo de la empresa aunque no figuen en su balance, es por esto que muchos vendedores no creemos demasiado en la contabilidad. (mas venta, 2009, p.27)

Las ventas son factores primordiales de toda empresa ya que sin ingresos la empresa no podría subsistir, ante ello conocer las técnicas y métodos que implican gestionar una buena venta es de suma importancia, enfocándome al rubro de venta de ropa de damas ubicado en el distrito del Callao puedo sostener que por más que las personas no mantengan conocimiento técnico profesional sobre estas técnicas de venta ellos fomentan por experiencia tradicional el manejo de ventas a lo cual por instinto los lleva a una buena tanda de ventas por mes.

Clasificación

En este punto se ubicó la clasificación de las ventas, obteniendo el siguiente resultado.

Venta pasiva, en este tipo de venta el cliente es el que da inicio al proceso de compra. Nótese que no decimos venta, ya que en verdad no hay una acción de ventas. (Estrategias de Ventas y Negociación, 2003, p.34)

Por ejemplo, en esta clasificación aparecen los receptores de pedidos, los tomadores de órdenes y, muy a menudo, los visitadores de muestras; todo ellos solo se limitan a exponer lo que venden y dejan que los clientes tomen la iniciativa. (Estrategias de Ventas y Negociación, 2003, p.34)

Pues bien se define como la acción de mostrar los productos para que el cliente sea el que decida si lo necesita para saciar una necesidad, mencionan que no se aplica una venta más bien es una muestra del producto sin presiones al cliente.

Venta activa, en este tipo de ventas el cliente forma parte importante del enfoque de proceso, y hacia él se canalizan todos los recursos y esfuerzos. Tanto la empresa como los vendedores han tomado la iniciativa buscando la satisfacción del clientes y, obviamente, sus recompras. (Estrategias de Ventas y Negociación, p.35)

En este punto mencionan que la venta activa es la acción de hacer creer al cliente que el producto en venta es una necesidad que requiere, esta técnica es de suma importancia

en relación al rubro que se redacta esta tesis ya que aplicar una venta ya sea activa o pasiva ayudara en el manejo y mejora en los procesos de gestión, saber del tema de venta es primordial en estos tiempos y más aún si el rubro de venta de ropa para damas es uno de los más cotizados en la actualidad por su índice de ventas y su rango de adaptación a los cambios.

Como bien lo indique en mi proyecto a ejecutar estoy investigando el sector comercio relacionado a la venta de ropa para dama, dentro de sus puntos fuertes de este sector es que en la localidad el comercio y venta es muy fluido ya que la población femenina es mayor, estas Mypes tienen mucha demanda debido a que los productos comerciales son una necesidad ante la sociedad, su competencia sería la mercancía traída del extranjero como la ropa china la cual por tener un precio cómodamente bajo atrae más la atención de la clientela ya ganada pero la calidad del producto no es tan buena que digamos a comparación de la mercancía que exhiben y venden los comerciantes nacionales.

Las Mypes como ya antes había mencionado es una fuente generosa de dinero la cual otorga empleo a su misa comunidad y ponerla a competir con las marcas extranjeras con precios bajos es algo deshonesto a mi parecer.

El gobierno debe de invertir más hacia aquellas Mypes que tratan día a día de salir adelante con mucho esfuerzo tratando de salir a flote, debemos de apoyar mejor y orientar a aquellas Mypes que van a traer al mismo país un incremento, desarrollo y capacidades que se busca desde mucho tiempo atrás. Adicional a ello el estado también debería otorgar programas las cuales permita a sus Mypes informales orillarse a la

formalización ya que con ello se lograría un incremento en la tributación y parte contable del mismo país.

Proceso de cierre de ventas

Nos dicen que el proceso de cierre de venta antes visto como cierre de oro es ahora una prioridad que no se deja para el final de la pre venta, según el libro las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones nos detalla lo siguiente.

También, es necesario planificar una entrada que atraiga la atención del cliente, las preguntas que mantendrán su interés, los aspectos que despertarán su deseo, las respuestas a posibles preguntas u objeciones y la forma en la que se puede efectuar el cierre induciendo a la acción de comprar. (Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones, de Allan Reid, Editorial Diana, p. 137 al 139 y del 221 al 228)

Finalmente, el cierre de venta ya no es una tarea que se deja al final de la presentación, es decir que el famoso cerrar con broche de oro pasó a la historia. Hoy en día, el cierre debe efectuarse ni bien exista un indicio de compra por parte del cliente, y eso puede suceder inclusive al principio de la presentación. (Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones, de Allan Reid, Editorial Diana, p. 137 al 139 y del 221 al 228)

Venta de ropa en el Perú

Competencia:

Los productos textiles chinos han ingresado al mercado peruano con precios reducidos inclusive hasta la mitad del precio de venta de un producto peruano. Como consecuencia la unión de empresarios textiles de Gamarra, no puede defenderse, debido a que sus costos de producción no les permiten llegar al precio de venta de los productos chinos. Por lo tanto, los chinos se convierten en líderes en costo y se apoderan del mercado. (Claudio Gonzales, Análisis De Estrategias Competitivas En Sectores Industriales Del Perú, 2003, p. 03).

Según lo detallado en el artículo de Claudio Gonzales, análisis de estrategias competitivas en sectores industriales del Perú, detallo que en una población tan numerosa que tiene el país no mantener una competencia no es cosa de otro mundo, dentro del país mantenemos diversidades de telas por lo cual mantener a flote un rubro como lo es la confección, transformación y por último la venta del producto es algo normal, pues bien también hablar de una competencia directa y el cual ha chocado demasiado con el mecanismo que actualmente utilizan los Microcomerciantes, la cual me refiero a las empresas textiles chinas, estas han causado una gran pérdida en el mercado textil ya que sus productos son de precios bajos pero de una calidad muy escasa, mantener una mejor estrategia dentro de las Mypes con una aplicación correcta de la gestión de calidad ayudara a revertir este índice y mejorar los ingresos.

2.3 Marco Conceptual

Sobre Gestión de Calidad

Como nos indican en el texto Gestión de la calidad de Marcombo si sobrepasamos las expectativas y características bajo los ojos de nuestros clientes habremos ofrecido la calidad que ellos desean, ahora debemos de reconocer que la calidad no solo debe de difundirse hacia el cliente sino también tenemos un cliente interno que es nuestro mismo trabajador él es un factor fundamental dentro de la organización ya que directamente o indirectamente venderá el producto que brinda la empresa.

La calidad es un objetivo prioritario. El máximo responsable de la empresa debe ser el primero en creer en la calidad y transmitir decididamente su convicción a todos los colaboradores (Pola, Maseda, Ángel. Gestión de la calidad, Marcombo, 1988).

Aplicación de Gestión de Calidad

Aplicar la gestión de calidad dentro de la organización se debe de considerar una meta diaria en la vida de la empresa no solo por la alta gerencia o la administración sino también en nuestros trabajadores ya que sin el apoyo mutuo de los ellos no se podrá completar la gestión de la calidad, omitamos que la gestión de la calidad sea confundida con normar o políticas la gestión de la calidad sobrepasa estas características de la misma empresa la gestión son acciones que ayudaran a que la misma organización sea mejor cada día y mejore sus procesos de cualquier tipo que tengamos.

Ahora no debemos de olvidar que para aplicar nuevos procesos como la gestión de la calidad se debe de tener un proyecto a corto plazo y utilizar estrategias que ayuden a mejorar los procesos.

“Estrategia puede ser definida como la determinación de las condiciones básicas del logro y objetivo de una empresa y la adopción de cursos de acción y la aseguración de recursos necesarios para obtener esos logros” (Hyman, 1987, p28).

La micro y pequeña empresa y su definición:

La micro y pequeña empresa se describe como entidades que mantengan un rango de características y estantales según Ley 28015 creada en el año 2003 con el fin de que las personas naturales o jurídicas puedan guiarse de esta con el fin de aplicar una buena constitución, no omitir que dichas MYPES son unidades económicas que tienen como objetivo desarrollarse en estrictos aspectos tales como actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o servicios.

Los cuatro pilares de la Calidad Total

Los pilares de la calidad total nos explican que existen principios que ayudan a mejorar la calidad dentro de la empresa los cuales están dentro las siguientes definiciones, ajustarse a los requerimientos del consumidor, eliminación total de los despilfarros, mejora continua, participación total. (Gestión integral de la Calidad, 2017)

Costes de la Calidad

Los costes de la calidad son los derivados de la consecución del nivel de calidad asumido. Surgen a raíz de la implantación de la calidad. Se clasifican en costes de evaluación y en costes de prevención. Son por lo general costes previsibles y controlables y dependen en gran medida del grado de inversión en calidad que la empresa esta dispuesta a llevar a cabo. (Gestión integral de la Calidad, 2017)

Las siete herramientas básicas de la calidad

Para aplicar las diferentes técnicas en la gestión de calidad nos especifican en el libro Gestión integral de la calidad del año 2017 que existen herramientas básicas para aplicar la gestión en las empresas:

Diagrama de Pareto, diagrama de causa-efecto o de Ishikawa, histograma, grafico de control, diagrama de correlación o dispersión, hoja de recogida de datos, estratificación de datos. (Gestión integral de la Calidad, 2017)

Diagrama de Causa-Efecto

El diagrama de Ishikawa analiza de una forma organizada y sistemática los problemas, sus causas, y las causas de estas causas, cuyo resultado en lo que afecta a la calidad se denominara efecto. Existen dos aspectos básicos que definen esta técnica: ordena y profundiza. (Gestión integral de la Calidad, 2017)

Premio Deming

La Unión Japonesa de científicos e ingenieros (JUSE) estableció en 1951 el premio Japones de calidad, bautizándolo con el nombre de Premio Deming, en honor a W. E. Deming, este premio pionero fue decisivo para la implantación en Japón de la cultura de calidad, no solo por las ventajas que reportaba a los ganadores del mismo, sino por el estímulo que suponía para las organizaciones que optaban a él y por ser sus criterios empleados como modelo para muchas empresas niponas.

Principios para vender

Toda profesión cuenta con una filosofía y principios que ayudan a que se cumplan los objetivos de la misma. Las ventas como tal, también cuentan con principios o sugerencias para hacer fructificar los resultados y que indudablemente ofrecen mayor satisfacción a su ejecutante. Siempre espere lo mejor, sea astuto, escuche antes de hablar y piense antes de actuar, sea concreto, cuando quiera corregir, cambie lo que hacen, no lo que son (Estrategias de ventas y negocios, 2003, p.100)

Aspectos éticos de la venta

Cada vez es más importante la ética en los negocios, las empresas con sus “códigos de conducta”, o “credos”, o con sus actuaciones en el área de la responsabilidad social corporativa, tratan de presentarse en el mercado (clientes, consumidores, proveedores, accionistas, grupos de interés) de una forma que sea aceptable para este, y además, pretenden dar a sus empleados guías de actuación para precisamente alcanzar los compromisos éticos deseados por la empresa. (mas ventas, 2009, p.363)

III. HIPÓTESIS

Hipótesis General

La gestión de calidad influye significativamente en los beneficios de las Mypes, del sector comercio-rubro venta de ropa para damas, av. Sáenz Peña desde la cuadra 5 a la 8, distrito del callao, departamento de lima, periodo 2016.

Identificación de variables

De la hipótesis general

Variable Independiente: La Gestión de Calidad

Variable dependiente: Beneficios

Hipótesis Específicas

Sobre las características de la gestión de la calidad se menciona que influyen en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro-venta de ropa para damas en el distrito del Callao en especial de la av. Sáenz Peña desde la Cdra. 5 a la 8.

Los beneficios logrados influyen en la Gestión de la Calidad de las Mypes del sector comercio rubro venta de ropa para damas en el distrito del Callao en especial de la av. Sáenz Peña desde la Cdra. 5 a la 8.

La Gestión de calidad influye en los beneficios hacia las Mypes del sector comercio rubro venta de ropa para damas en el distrito del Callao en especial de la av. Sáenz Peña desde la Cdra. 5 a la 8.

IV METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Se desarrolló el presente trabajo de investigación utilizando un diseño No experimental – transversal- Cuantitativa - Descriptivo.

No experimental

Se define como no experimental porque no habrá manipulación en las variables con el fin de observar el estado de las variables en un contexto natural para concluir en su análisis o investigación.

Diseños no experimentales: se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en contexto natural, para posteriormente analizarlos. (Definiciones De Los Enfoques Cuantitativo Y Cualitativo, Sus Similitudes Y Diferencias, p. 11).

Transversal

Se define como investigación transversal porque se recolectaron datos en un solo momento y en un tiempo determinado

Transeccionales o transversales: recolectan datos en un solo momento, un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e

interrelación en un momento dado. (Definiciones De Los Enfoques Cuantitativo Y Cualitativo, Sus Similitudes Y Diferencias, p. 11).

Cuantitativo

Fue cuantitativo porque la recolección de datos se fundamentó en el uso de procedimiento e instrumento de medición.

El Enfoque Cuantitativo es secuencial y probatorio. Parte de una idea que va acotándose y una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolló un plan para probarlas (diseño), luego se miden las variables y se realizan conclusiones. (Definiciones De Los Enfoques Cuantitativo Y Cualitativo, Sus Similitudes Y Diferencias, p. 01).

Descriptivo

Fue descriptivo porque consistió en definir situaciones, contextos y eventos con el fin de acoplarlo en la investigación.

Hernández et al. (2003), citando a Danke, afirman que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupo comunidades o cualquier otro fenómeno que es sometido a un análisis” (p. 117).

Descriptivos: indagan la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. (Definiciones De Los Enfoques Cuantitativo Y Cualitativo, Sus Similitudes Y Diferencias, p. 11).

4.2 Población y Muestra

Población

La Población de la investigación estuvo conformada por todas las micro y pequeñas empresas dentro del distrito del Callao en especial dentro de la av. Sáenz Peña de la cuadra 5 a la 8, las cuales deben estar formalizadas (contar con RUC y licencia de funcionamiento de la municipalidad) y sus clientes tanto internos como externos, las que deben cumplir con el perfil contemplado en la metodología propuesta, la población propuesta equivale a 20 Mypes dentro del distrito del Callao.

En Conclusión la población se refiere a la totalidad de las Mypes que se incluyeron en esta investigación con el fin de encontrar respuestas a las incógnitas presentadas en el presente proyecto.

De hecho, constituye la base de lo que se ha denominado a veces como Demoscopía, al indicar precisamente la atención a la sociedad y a los conjuntos sociales, entendidos como “poblaciones”, esto es, como agregados simples de individuos. (Metodologías de Investigación Social, Manuel Canales Ceron, 2006)

Muestra

Para efectos de la investigación se consideró el 100% de la población, tomando una muestra de 20 Mypes dentro del distrito del Callao, en especial dentro de la Av. Saenz Peña desde la cuadra 5 a la 8.

Por lo tanto la muestra es aquella parte de la población que se buscó investigar, con el fin de resolver preguntas y hallar soluciones a futuro, en este caso la muestra de mi tesis equivale al 100% de la población que se llegó a investigar.

En términos formales significa que una muestra es representativa si la distribución de frecuencias de las variables es análoga en la población y en la muestra (Kish, 1972)

4.3 Definición y Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de la Variable Gestión de calidad.

VARIABLE		DEFINICIÓN OPERACIONAL			MEDICIÓN
		DIMENSIÓN		INDICADORES	
<i>Denominación</i>	<i>Definición Conceptual</i>	<i>Denominación</i>	<i>Definición</i>	<i>Denominación</i>	
Gestión de Calidad	Cualquier actividad de gestión consiste en tres procesos interrelacionados: Planificación, Control y Mejora. (Juran, 1990)	Planificación de Calidad	Determinar objetivos previos a lograr.	¿Sabe usted que es la Gestión de Calidad?	Nominal
		Control de Calidad	Verificar el cumplimiento de los Objetivos planteados.	¿Cree usted que aplicando la gestión de calidad ayudara a mejorar su rentabilidad dentro de la Mype?	Nominal
		Mejora de Calidad	Encontrar posibles mejoras dentro del proceso o correcciones.	Desea que se le capacite en lo referente a las tecnicas de buena gestión de calidad?	Nominal

Tabla 2. Operacionalización de la Variable Beneficios.

VARIABLE		DEFINICIÓN OPERACIONAL			MEDICIÓN
		DIMENSIÓN		INDICADORES	
<i>Denominación</i>	<i>Definición Conceptual</i>	⁷⁵ <i>Denominación</i>	<i>Definición</i>	<i>Denominación</i>	
Beneficios	Según la organización de normas internacionales más conocida como ISO en sus siglas en ingles nos explican que una gestión de calidad es de suma importancia para las organizaciones ante ello estas normas desarrollaron un estándar para seguir de ejemplo en las empresas y estas puedan aplicarlas obteniendo resultados favorables y beneficios. (Sistema de Gestión de Calidad en base a las normas ISO 9001, 2015)	Enfoque al Cliente.	Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas del cliente.	¿Sabrá usted de algún beneficio que se le ofrezcan a las Mypes si aplican un SGS?	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento fue un cuestionario de 17 preguntas:

- 13 preguntas respecto a las características de la empresa
- 3 preguntas respecto a la gestión de la calidad.
- 1 pregunta respecto a los beneficios de las empresas Mypes.

Una técnica de recolección de datos son aquellas características que se utilizan en el proceso de recopilar los datos en los entrevistados para una futura investigación. (Métodos De Recolección De Datos Para Una Investigación, 2014)

Los instrumentos son aquellas herramientas que se utilizan en la recolección de datos. (Métodos De Recolección De Datos Para Una Investigación, 2014)

Para la recolección de datos primarios en una investigación científica se procede básicamente por observación, por encuestas o entrevistas a los sujetos de estudio y por experimentación. (Métodos De Recolección De Datos Para Una Investigación, 2014)

4.5 Plan De Análisis

Se procede a aplicar la metodología propuesta en condiciones fácticas e interactuando con los representantes de las micro y pequeñas empresas para lograr la información.

A su vez para desarrollar la investigación prevista se procedió a realizar el método de la encuesta a las 20 galerías encuestadas del centro “Polvos Chalacos” de los cuales se encuentran a 20 Mypes con las que llegamos a trabajar el presente proyecto, a la vez aplicamos 17 preguntas de las cuales tienen característica de consultas tanto de su empresa como de la importancia de la gestión de la calidad y aquellos beneficios que pueden contribuir si se aplica de manera correcta.

Herramientas utilizadas:

En el presente trabajo se utilizó las herramientas tecnológicas consideradas como Excel o procesador de datos

4.6 Matriz de Consistencia

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTO, TÉCNICA Y PROCEDIMIENTO
<p>¿Cómo influye la gestión de calidad en los beneficios de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa para damas de la av. Sáenz Peña desde la cdra. 5 a la 8, periodo 2016?</p>	<p>Objetivo General: Determinar la influencia de la gestión de la calidad en los beneficios de las Mypes de la av. Sáenz Peña desde la Cdra. 5 a la 8 del Distrito del Callao en el año 2016.</p>	<p>La Gestión de Calidad influye significativamente en los beneficios de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa para damas, av. Sáenz Peña desde la cuadra 5 a la 8, distrito del callao, departamento de lima, periodo 2016.</p>	<p>Variable 1: Gestión de Calidad</p> <p>Variable 2: Beneficios.</p>	<p>Población: 20 Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta del Sector Comercio Rubro venta de ropa para Damas dentro del Callao en la Av. Sáenz Peña desde la Cdra. 5 a la 8.</p>	<p>Diseño: <u>No experimental</u>, Porque no se manipularon variables.</p> <p>Transversal, Porque la investigación está centrada en analizar cuál es el nivel o estado de las variables en el año 2016.</p> <p>Descriptivo, Porque consiste en definir situaciones, contextos y eventos.</p> <p>Cuantitativo, Porque la recolección de datos se fundamentó en el uso de procedimiento e instrumento de medición.</p>	<p>Técnicas: Encuesta</p>
	<p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> •Determinar las características de la gestión de calidad en las Mypes de la av. Sáenz Peña desde la Cdra. 5 a la 8 del Distrito del Callao en el año 2016. •Determinar los beneficios que se logra con la aplicación de una gestión de calidad en las Mypes de la av. Sáenz Peña desde la Cdra. 5 a la 8 del Distrito del Callao en el año 2016. •Determinar si la Gestión de calidad influye en los beneficios de las Mypes de la av. Sáenz Peña desde la Cdra. 5 a la 8 del Distrito del Callao en el año 2016. 			<p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Procedimiento: Uso del programa Excel, Word y SPSS</p>		

4.7 Principios Éticos

La presente investigación fue dirigida hacia las Micros y Pequeñas empresas de las galerías “Polvos Chalacos” con cuidado, atino, sinceridad y dedicación bajo los estándares que aplica realizar una investigación como esta, los principios a utilizarse están basados en el código de ética emitido por la universidad Uladech, en el año 2016, los cuales menciono a continuación:

Protección a las personas.

El presente principio implica en las buenas costumbres, valores y normas que un investigador debe de aplicar dentro del proceso de recolección de datos ya que deberá de cuidar la integridad de la persona a la cual se busca que contribuya en la investigación.

Beneficencia y no Maleficencia

El principio imparte en el hecho del cuidado de la persona utilizando estas características, no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia.

Implica que el investigador deberá de utilizar practicas efectivas y justas con el fin de no malversar los hechos dentro del proceso de recolección de datos, se debe de cuidar el estado del investigado con el fin de obtener resultados favorables dentro de la investigación.

Integridad Científica.

Imparte en el hecho que el investigador deberá de ser integro en los hechos u ocurrencias dentro del proceso de investigación, el investigador deberá de utilizar la deontología con el fin de no causar daños dentro de los protocolos en el ámbito científico.

Consentimiento informado y expreso.

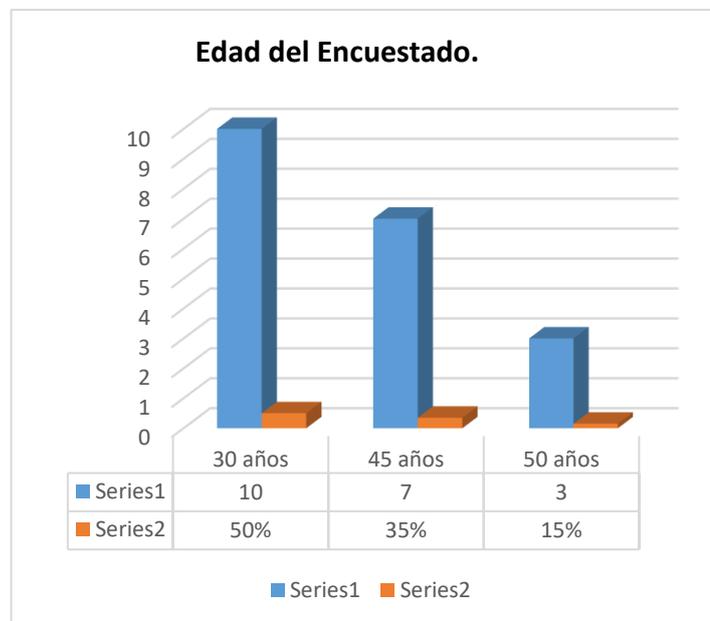
En este punto mencionan que en todo proceso de investigación uno debe de tener el pleno consentimiento de las personas a investigar como aquellas autorizaciones de las personas involucradas, este principio es fundamental para no dañar la integridad de la población o de aquellas autoridades responsables del lugar de la muestra, toda investigación debe de ser informada con anterioridad para no causar daños al investigado o confusiones al iniciar el proceso de recolección de datos.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados.

Tabla 04.- Edad del Encuestado.

Cantidad de Comerciantes	Edades	Porcentaje
10	30	50%
7	45	35%
3	50	15%
Total		100%

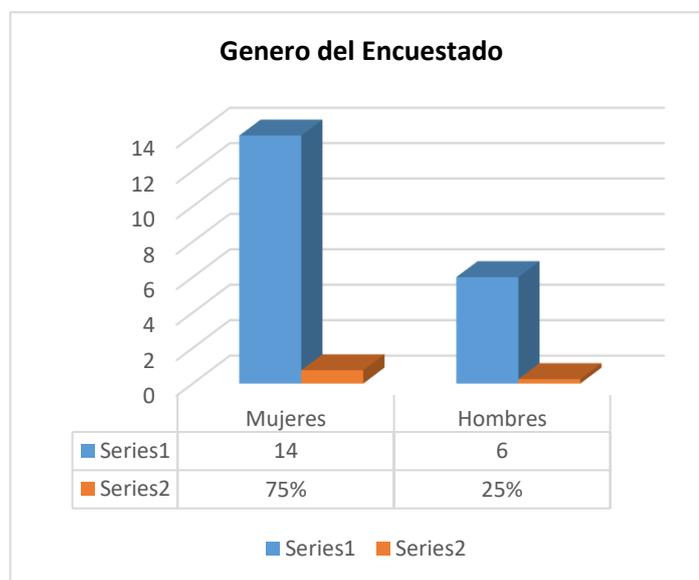


Fuente: Figura 01 de Cuestionario propio

Interpretación: En la tabla N° 04 hacen mención que los comerciantes varían en sus edades comenzando con un alto porcentaje en los que mantienen una edad de 30 años otorgándoles el 50%, en segundo lugar y con un 35% tenemos a las personas con la edad de 45 años y por último tenemos a las personas con la edad 50 años conformado por el 15% de los comerciantes.

Tabla 05.- Genero del Encuestado.

Genero	Porcentaje
Mujeres	75%
Hombres	25%
Total	100%

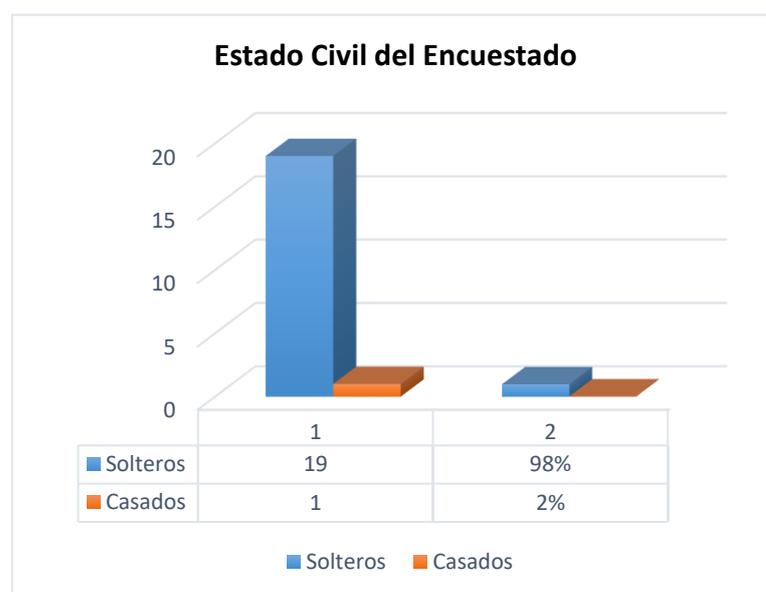


Fuente: Figura 02 de Cuestionario propio

Interpretación: En la tabla N° 05 hacen referencia al género de los comerciantes tenemos un porcentaje elevado a favor de las mujeres con un 75% y hacia los hombres con un 25%.

Tabla 06.- Estado Civil del Encuestado.

Estado Civil	Porcentaje
Solteros	98%
Casados	2%
Total	100%

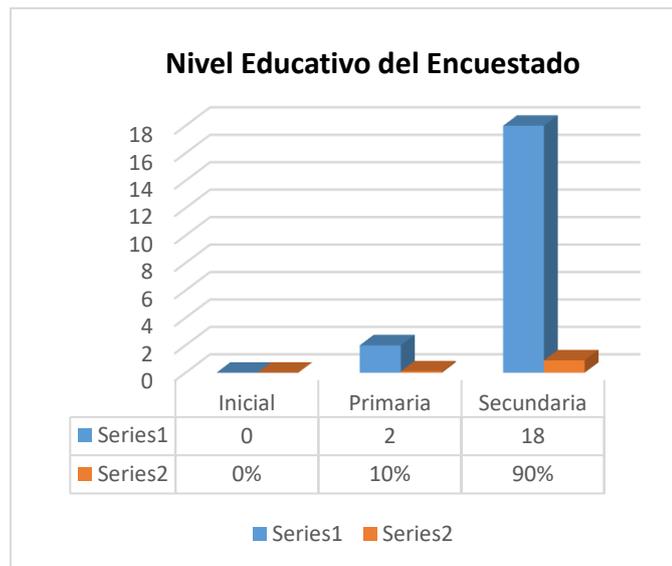


Fuente: Figura 03 de Cuestionario propio

Interpretación: En la tabla N° 06 hacen mención al estado civil de los comerciantes lo cual nos arrojó un mayor porcentaje a favor del estado soltero con un 98% y el estado civil de casados obtuvo el porcentaje del 2%.

Tabla 07.- Nivel Educativo del Encuestado:

Nivel Educativo	Porcentaje
Primaria Completa	10%
Secundaria Completa	90%
Total	100%

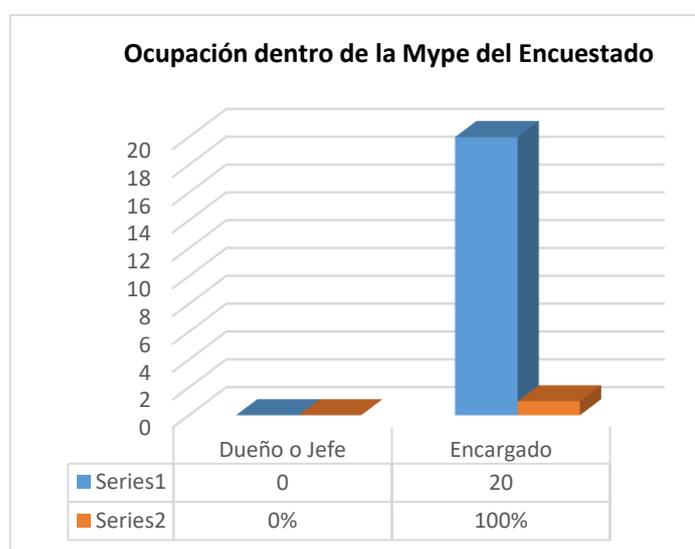


Fuente: Figura 04 de Cuestionario propio

Interpretación: En la tabla N° 07 hacen mención al nivel educativo que mantienen los comerciantes en lo cual nos arrojó este porcentaje, con un 90% tenemos a las personas con secundaria completa y con el 10% teníamos a las personas con primaria completa.

Tabla 08.- Ocupación dentro de la Mype del Encuestado.

Condición Actual de Propiedad de la Mype	Porcentaje
Dueño o Jefe	0%
Encargado	100%
Total	100%

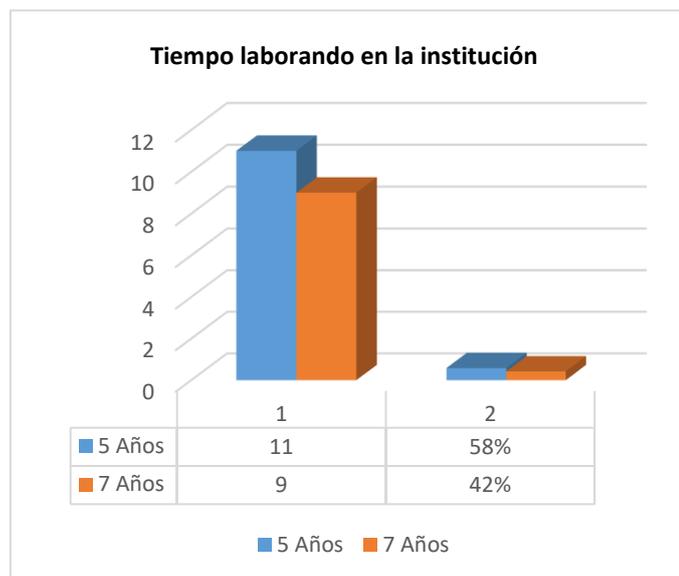


Fuente: Figura 05 de Cuestionario propio

Interpretación: En la tabla N° 08 hacen mención a la condición actual dentro de la Mype del comerciante arrojándonos este resultado estadístico, con un 100% todos se mantenían en condición de encargados.

Tabla 09.- Tiempo laborando en la institución.

Cantidad de Mypes	Años de vigencia	Porcentaje
11	5	58%
9	7	42%
Total		100%

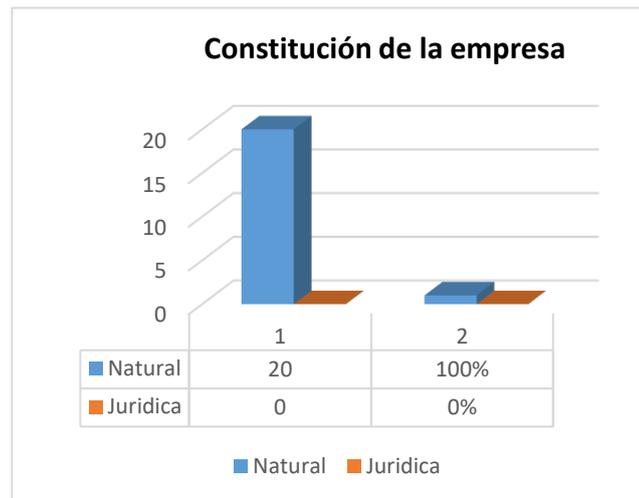


Fuente: Figura 06 de Cuestionario propio

Interpretación: En la tabla N° 09 hacen mención a los años de vigencia de las 20 Mypes encuestadas a lo cual nos arrojó este resultado, con un 58% de las Mypes tiene 5 años de vigencia y con el 42% mantienen 7 años de creación.

Tabla 10.- Constitución de la empresa.

Cantidad de Mypes	Estado	Porcentaje
20	natural	100%
0	jurídica	0%
Total		100%

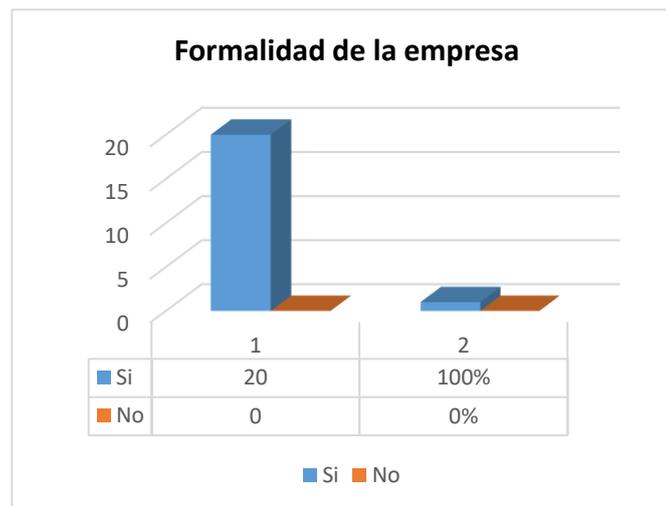


Fuente: Figura 07 de Cuestionario propio

Interpretación: En la tabla N° 10 hacen mención a la condición de la empresa y su estado obteniendo los siguientes resultados, con un 100% nos mencionaron que todas las Mypes estaban constituidas como personal natural.

Tabla 11.- Formalidad de la empresa.

Cantidad de Mypes	formalidad	Porcentaje
20	Si es formal	100%
0	No es formal	0%
Total		100%

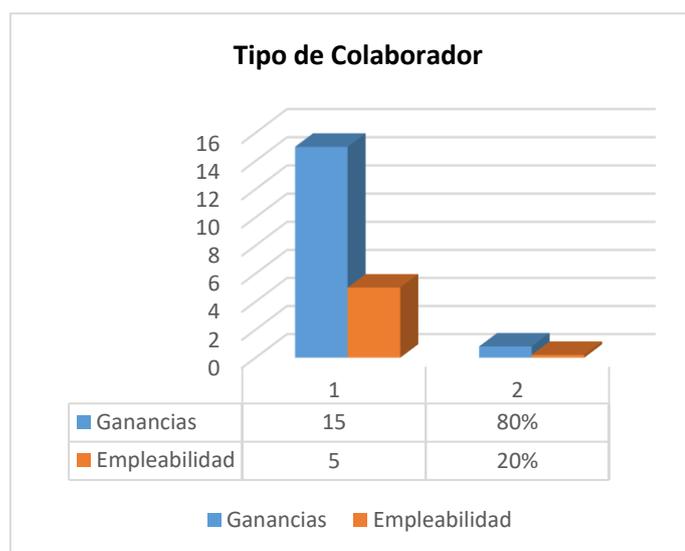


Fuente: Figura 08 de Cuestionario propio.

Interpretación: En la tabla N° 11 hacen referencia sobre la formalidad de las Mypes en lo cual obtuvimos esta respuesta, con un 100% de las empresas las cuales indicaron que eran formales.

Tabla 12.- Tipo de Colaborador.

Cantidad de Mypes	posición	Porcentaje
0	eventual	0%
20	permanente	100%
Total		100%

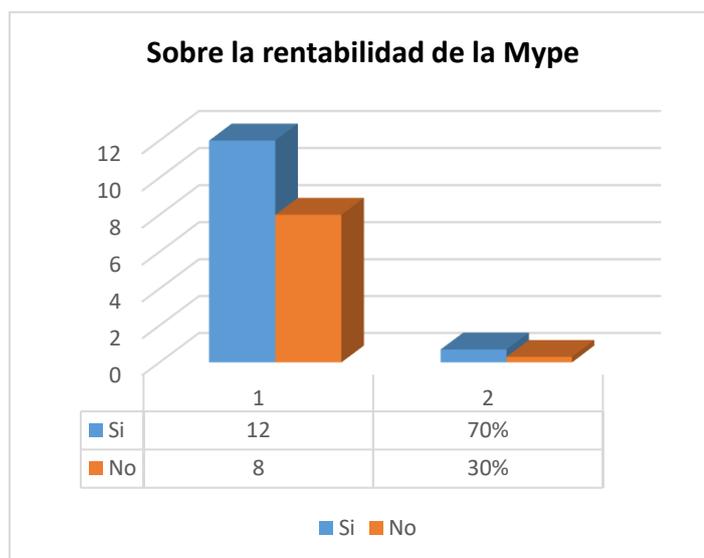


Fuente: Figura 09 de Cuestionario propio

Interpretación: En la tabla N° 12 hacen mención referente a la condición laboral del comerciante obteniendo este resultado, con un 100% la condición permanecía como permanentes.

Tabla 13.- Sobre la rentabilidad de la Mype

Cantidad de Mypes	rentabilidad	Porcentaje
12	Si es rentable	70%
8	No es rentable	30%
Total		100%

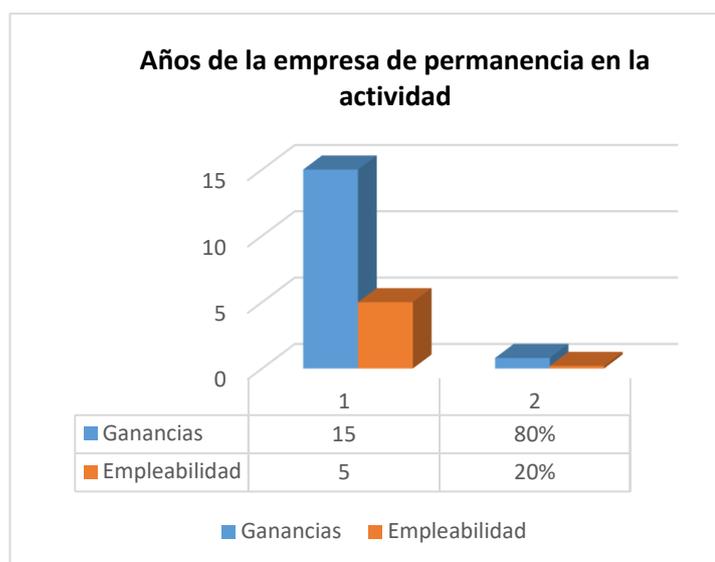


Fuente: Figura 10 de Cuestionario propio

Interpretación: En la tabla N° 13 hacen referencia a la rentabilidad de sus Mypes en el rubro de venta de ropa por lo cual obtuvimos estos resultados, con un 70% hacen mención que sus negocios si son rentables y con el 30% indican que no son rentables.

Tabla 14.- Años de la empresa de permanencia en la actividad

Cantidad de Mypes	permanencia	Porcentaje
15	7 años	80%
5	5 años	20%
Total		100%

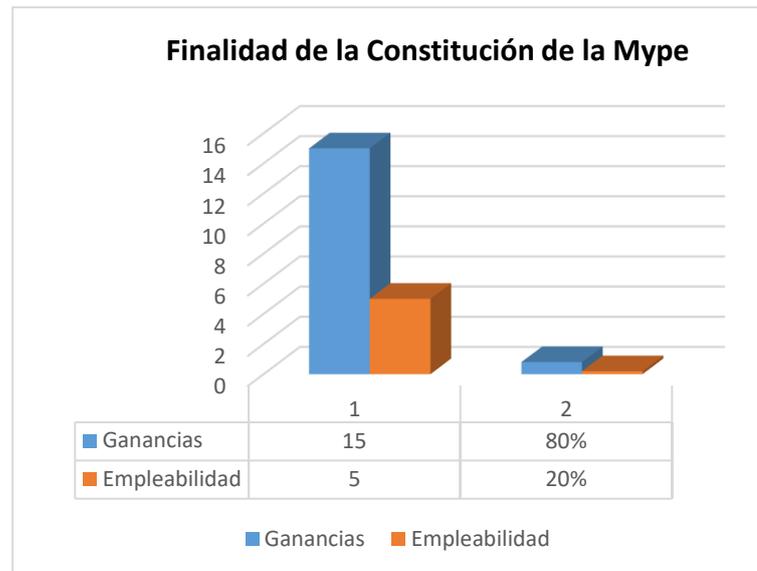


Fuente: Figura 11 de Cuestionario propio

Interpretación: En la tabla N° 14 se obtuvo el siguiente resultado referente a la consulta sobre la permanencia de su constitución en la cual se obtuvo la siguiente respuesta, con un 80% 15 Mypes indicaron que tienen 7 años de permanencia en la actividad y con el 20% 5 Mypes indicaron que llevan 5 años de permanencia en la actividad.

Tabla 15.- Finalidad de la Constitución de la Mype

Cantidad de Mypes	Constitución	Porcentaje
15	Tener ganancias	80%
5	Otorgar Empleabilidad	20%
Total		100%

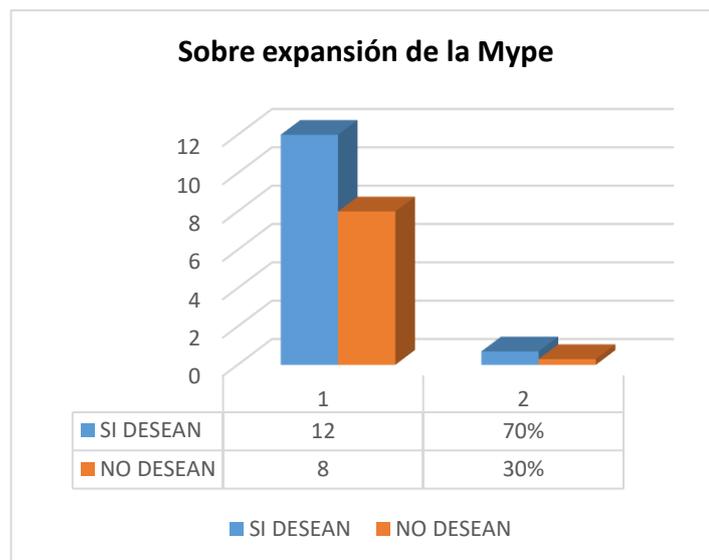


Fuente: Figura 12 de Cuestionario propio.

Interpretación: En la tabla N° 15 hacen referencia a la finalidad de la constitución de la empresa a lo cual nos mencionan el 80% de Mypes que su constitución se debe a la obtención de ganancias y el 20% nos indicaron que la constitución de su empresa era para generar empleabilidad.

Tabla 16.- Sobre expansión de la Mype.

Cantidad de Mypes	Expansión	Porcentaje
12	Si desean	70%
8	No desean	30%
Total		100%

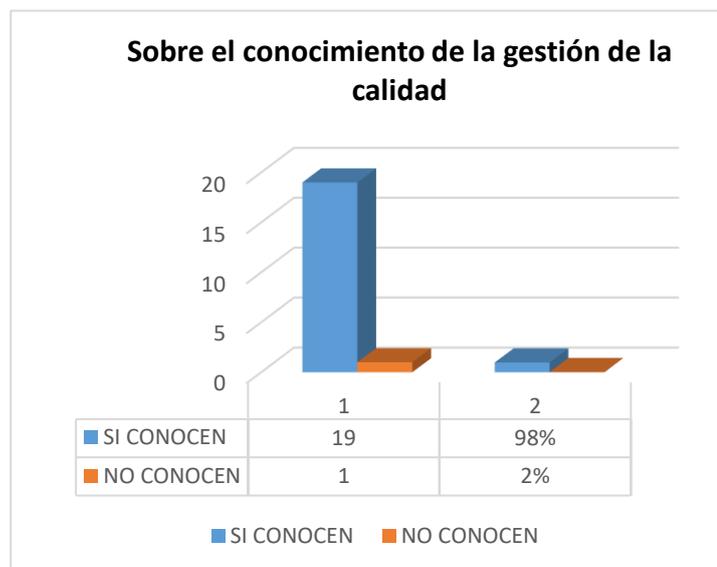


Fuente: Figura 13 de Cuestionario propio.

Interpretación: En la tabla N° 16 hacen mención a la expansión de su negocio en lo cual el 70% indico que si desea expandir su negocio y el otro 30% mención que no.

Tabla 17.- Sobre el conocimiento de la gestión de la calidad

Cantidad de Mypes	Conocimiento	Porcentaje
19	Si	98%
1	No	2%
Total		100%

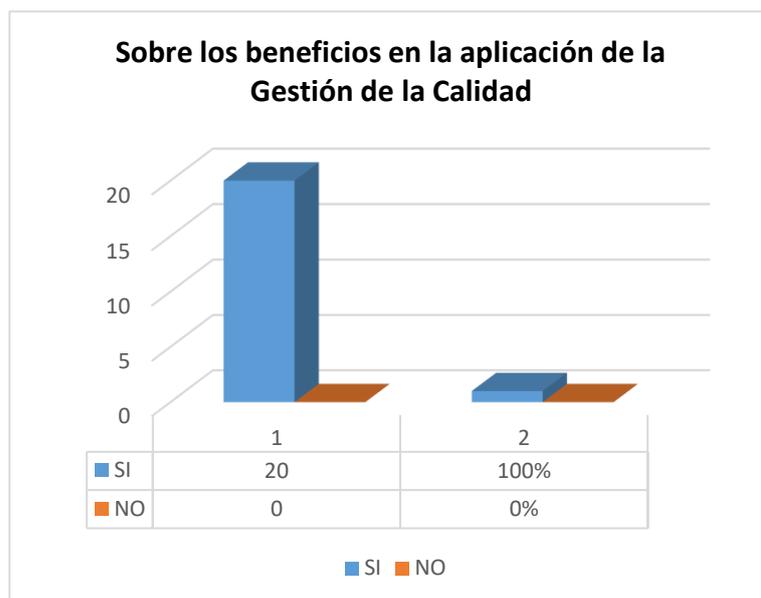


Fuente: Figura 14 de Cuestionario propio.

Interpretación: En la tabla N° 17 hacen mención al conocimiento del comerciante respecto a la gestión de la calidad obteniendo la respuesta del 98% de los comerciantes en los cuales mencionan que si saben sobre la gestión de la calidad y el otro 2% indican que no.

Tabla 18.- Sobre los beneficios en la aplicación de la Gestión de la Calidad

Cantidad de Mypes	Conocimiento	Porcentaje
20	Si cree	100%
0	No cree	0%
Total		100%

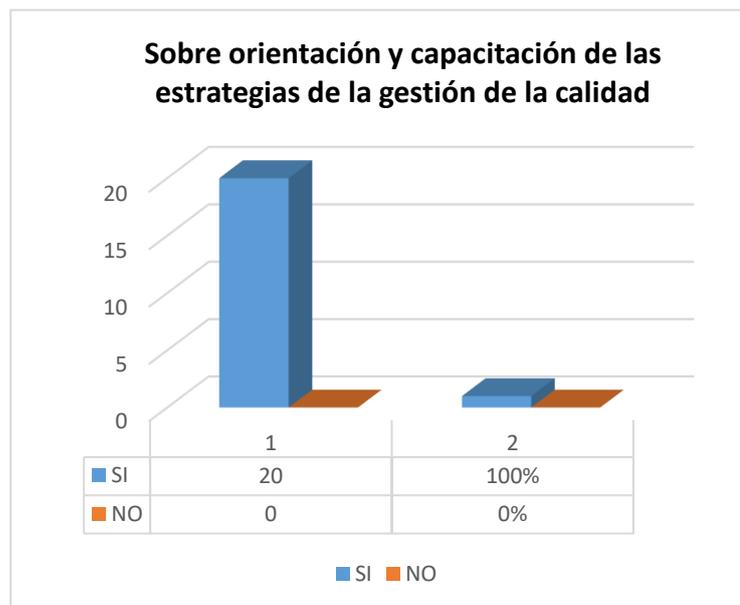


Fuente: Figura 15 de Cuestionario propio

Interpretación: En la tabla N° 18 hacen mencionó a que la aplicación de la gestión de la calidad ayudara a mejorar su comercio en lo cual nos mencionaron lo siguiente, con un 100% nos afirmaron que sí.

Tabla 19.- Sobre orientación y capacitación de las estrategias de la gestión de la calidad

Cantidad de Mypes	Conocimiento	Porcentaje
20	Si desea	100%
0	No desea	0%
Total		100%

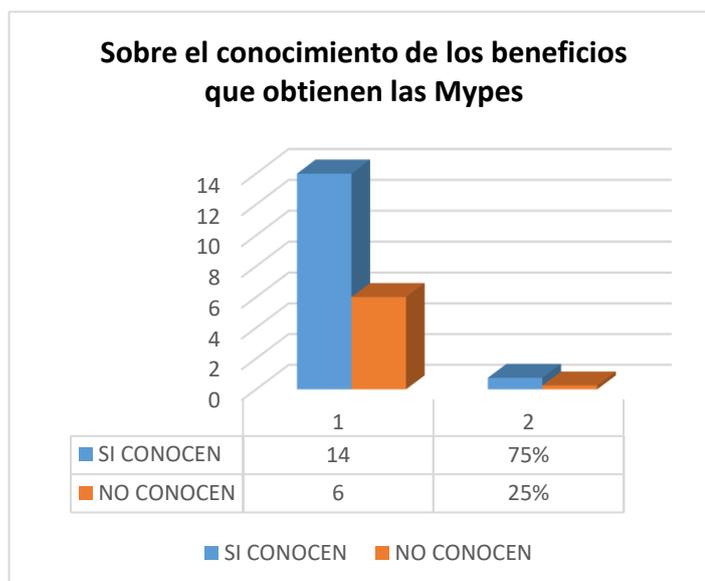


Fuente: Figura 16 de Cuestionario propio

Interpretación: En la tabla N° 19 hacen referencia a la respuesta sobre si desean conocer más sobre estrategias de gestión de la calidad, en lo cual mencionan lo siguiente, con un 100% indicaron que sí.

Tabla 20.- Sobre el conocimiento de los beneficios que obtienen las Mypes

Cantidad de Mypes	Beneficio	Porcentaje
14	Si conocen	75%
6	No conocen	25%
Total		100%



Fuente: Figura 17 de Cuestionario propio

Interpretación: En la tabla N° 20 hacen referencia al conocimiento sobre los beneficios que tienen las Mypes si se aplicara un SGC en lo cual el comerciante nos respondió que si conoce de los beneficios con un 75% de afirmación y con el 25% nos indicaron que no saben los beneficios.

5.2 Contrastación de Hipótesis

Para poder aplicar la prueba de Rho de Spearman se requiere una tabla de comparación denominada coeficiente de correlación de Spearman.

Tabla N° 21: *Tabla de interpretación del coeficiente de correlación de Spearman según Bisquerra*

Valores	Interpretación
De -0,91 a -1	Correlación muy alta
De -0,71 a -0,90	Correlación alta
De -0,41 a -0,70	Correlación moderada
De -0,21 a -0,40	Correlación baja
De 0 a -0,20	Correlación prácticamente nula
De 0 a 0,20	Correlación prácticamente nula
De 0,21 a 0,40	Correlación baja
De 0,41 a 0,70	Correlación moderada
De 0,71 a 0,90	Correlación alta
De 0,91 a 1	Correlación muy alta

Fuente. Bisquerra (2009)

Hipótesis general

Existe una influencia significativa entre la Gestión de Calidad y los beneficios de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa para damas, Av. Sáenz Peña desde la cuadra 5 a la 8 distrito del Callao, departamento de Lima, periodo 2016.

Identificación de variables: De la hipótesis general

Variable independiente: Gestión de calidad

Variable dependiente: Beneficios

Tabla 22: *Significancia y correlación entre la gestión de calidad y los beneficios de las MYPE*

			Gestión de Calidad	de Beneficios
Rho de Spearman	Gestión de Calidad	Coefficiente correlación	de 1,000	,799**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	20	20
	Beneficios	Coefficiente correlación	de ,799**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	20	20

***. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).*

Fuente: Auto elaborado

Interpretación

Referente a los resultados que se obtuvieron de la ejecución de la prueba de Rho de Spearman para encontrar la relación entre las variables gestión de calidad y beneficios de las MYPE, se obtuvo el valor de $p = 0.001$, este es menor que $\alpha = 0.05$ por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna del investigador. Por lo que se afirma que existe relación significativa entre las variables gestión de calidad y beneficios de las MYPE del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Av. Sáenz Peña desde la cuadra 5 a la 8 distrito del Callao, departamento de Lima, periodo

2016. Del mismo modo, el valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman fue igual a 0,799, cuya interpretación según Bisquerra la correlación es alta.

Tabla 23: Significancia y correlación entre la planificación de calidad y los beneficios de las MYPE

Correlaciones

		PLANIFICACION DE LA CALIDAD	BENEFICIOS
Rho de Spearman	PLANIFICACION DE LA CALIDAD		
	Coeficiente de correlación	1,000	,688**
	Sig. (bilateral)	.	,001
	N	20	20
	BENEFICIOS		
	Coeficiente de correlación	,688**	1,000
Sig. (bilateral)	,001	.	
N	20	20	

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

De los resultados obtenidos de la aplicación de la prueba de Rho de Spearman para encontrar la relación entre las variables planificación de calidad y beneficios de las MYPE, se obtuvo el valor de $p= 0.001$, este es menor que $\alpha= 0.05$ por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna del investigador. Por lo que se afirma que existe relación significativa entre las variables gestión de calidad y beneficios de las MYPE del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Av. Sáenz Peña desde la cuadra 5 a la 8 distrito del Callao, departamento de Lima, periodo 2016. Del mismo modo, el valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman, fue igual a 0,688, cuya interpretación según Bisquerra la correlación es moderada

Hipótesis específica

1. Hipótesis mediante la Dimensión de Planificación de Calidad:

Ho No existe relación significativa entre las variables de planificación de calidad y beneficios de las MYPE del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Av. Sáenz Peña desde la cuadra 5 a la 8 distrito del Callao, departamento de Lima, periodo 2016.

Ha Existe relación significativa entre las variables de planificación de calidad y beneficios de las MYPE del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, Av. Sáenz Peña desde la cuadra 5 a la 8 distrito del Callao, departamento de Lima, periodo 2016.

Tabla 24: Significancia y correlación entre las características del control de Calidad y la variable beneficios de las MYPE

Correlaciones

		CONTROL DE CALIDAD	BENEFICIOS	
Rho de Spearman	CONTROL CALIDAD	DE		
		Coeficiente de correlación	de 1,000	,793**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N	20	20	
	BENEFICIOS	Coeficiente de correlación	de ,793**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
N		20	20	
**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).				

Interpretación

De los resultados obtenidos de la aplicación de la prueba de Rho de Spearman para encontrar la relación entre las Características de la gestión de control de calidad de la variable beneficios de las MYPE, se obtuvo el valor de $p= 0.000$, este es menor que $\alpha= 0.05$ por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna del investigador. Por lo que se afirma que existe relación significativa entre las Características de la gestión de calidad y la variable beneficios de las MYPE del sector comercio-rubro venta de ropa para damas, Av. Sáenz Peña desde la cuadra 5 a la 8 distrito del Callao, departamento de Lima, periodo 2016. Del mismo modo, el valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman fue igual a 0,793, cuya interpretación de acuerdo a la tabla tiene una correlación alta.

2.- Hipótesis mediante la Dimensión de Control de Calidad

Ho No existe relación significativa entre la dimensión de control de calidad y la variable beneficios de las MYPE del sector comercio-rubro venta de ropa para damas, Av. Sáenz Peña desde la cuadra 5 a la 8 distrito del Callao, departamento de Lima, periodo 2016.

Ha Existe relación significativa entre la dimensión de control de calidad y la variable beneficios de las MYPE del sector comercio-rubro venta de ropa para damas, Av. Sáenz Peña desde la cuadra 5 a la 8 distrito del Callao, departamento de Lima, periodo 2016.

Tabla 25: Significancia y correlación entre la dimensión mejora de la calidad y la variable beneficios de las MYPE

Correlaciones

			MEJORA DE LA CALIDAD	BENEFICIO
Rho de Spearman	MEJORA DE LA CALIDAD	Coefficiente de correlación	1,000	,688**
		Sig. (bilateral)	.	,001
	BENEFICIOS	N	20	20
		Coefficiente de correlación	,688**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	20	20

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

De los resultados obtenidos de la aplicación de la prueba de Rho de Spearman para encontrar la relación entre las Dimensión mejora de Calidad y la variable beneficios de las MYPE, se obtuvo el valor de $p= 0.001$, este es menor que $\alpha= 0.05$ por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna del investigador. Por lo que se afirma que existe relación significativa entre la Dimensión mejora de Calidad y la variable beneficios de las MYPE del sector comercio-rubro venta de ropa para damas, Av. Sáenz Peña desde la cuadra 5 a la 8 distrito del Callao, departamento de Lima, periodo 2016. Del mismo modo, el valor del coeficiente de correlación Rho de Sperman fue igual a 0,688, cuya interpretación de acuerdo a la tabla de Rho de Sperman según Bisquerra, dicha correlación moderada.

3.- Hipótesis mediante la Dimensión de mejora de calidad:

Ho No existe relación significativa entre la dimensión de mejora de calidad y la variable beneficios de las MYPE del sector comercio-rubro venta de ropa para damas, Av. Sáenz Peña desde la cuadra 5 a la 8 distrito del Callao, departamento de Lima, periodo 2016.

Ha Existe relación significativa entre la dimensión de mejora de calidad y la variable beneficios de las MYPE del sector comercio-rubro venta de ropa para damas, Av. Sáenz Peña desde la cuadra 5 a la 8 distrito del Callao, departamento de Lima, periodo 2016.

5.3 Análisis de Resultados

1. Acerca de los representantes legales de la empresa:

En el cuadro uno hace mención que los comerciantes varían en sus edades comenzando con un alto porcentaje en los que mantienen una edad de 30 años otorgándoles el 50% (10 personas), en segundo lugar y con un 35% la edad de 45 años (7 personas) y por ultimo tenemos a las personas con la edad de 50 años (3 personas) con un total del 15%.

Según las estadísticas esto refleja que la edad promedio para los comerciantes encuestados equivale a 30 años, más en la investigación de Gutierrez Gomez Yanina Karan del año 2016 menciona que la edad promedio del comerciante equivale a los 40 o 50 años, por lo cual verificamos que las edades no coinciden en ambas investigaciones probablemente por la distancia entre ambas provincias.

En el cuadro dos hacen referencia al género de los comerciantes tenemos un porcentaje elevado a favor de las mujeres con un 75% (15 personas) y hacia los hombres con un 25% (5 personas).

Según las estadísticas mantenemos con un rango más elevado al género femenino, coincidiendo con la investigación de Gutierrez Gomez Yanina Karan del año 2016.

En el cuadro tres hacen mención al estado civil de los comerciantes lo cual nos arrojó un mayor porcentaje a favor del estado soltero con un 98% (19 personas) y el estado civil de casados obtuvo el porcentaje del 2% (1 persona).

Según cuadro estadístico el estado civil de las personas dentro de las Mypes se encuentra en condición de solteras con un rango de 95%, según la investigación de Deysi Rioja Vallejos del año 2019 menciona que el estado civil de sus encuestados varía ya que se encuentran en condición de casados.

En el cuadro cuatro hacen mención al estado profesional del personal dentro de las Mypes, el cual arrojó el siguiente porcentaje, con un 90% (15 personas) mantienen secundaria completa y con el 10% (5 personas) con primaria completa.

Según el cuadro estadístico indica que el estado educativo de dicha población carece de estudios superiores más si mantienen estudios complementarios primordiales los cuales son secundaria completa, aludiendo a la investigación de Policarpo Eugenio Araujo Solis del año 2016 el coincide con el grado de instrucción que mantienen estos comerciantes.

En el cuadro cinco hacen mención a la ocupación actual del personal dentro de la Mype arrojándonos este resultado estadístico, con un 100% (20 personas) eran encargados.

Según cuadro estadístico hace mención sobre la condición del encuestado, arrojando que todos eran encargados más no dueños del negocio.

En el cuadro seis hacen mención a los años de vigencia de las 20 Mypes encuestadas a lo cual nos arrojó este resultado, con un 58% (11 Myps) tiene 5 años de vigencia y con el 42% (9 Mypes) mantienen 7 años de vigencia.

Según el cuadro estadístico refleja que las 20 Mypes encuestadas tienen una variabilidad en años de vigencia las cuales arrojaron que en su mayoría sobrepasando el 50% tienen aproximadamente 5 en la actividad, más en la investigación de Policarpo Eugenio Araujo Solis del año 2016 menciona que la edad de permanencia en la actividad es de 8 años de antigüedad por lo cual entramos en contradicción al encontrar que los años de vigencia varían según localidades desfavorables para la provincia del Callao.

2. Acerca de las Mypes:

En el cuadro siete hacen mención sobre la constitución de las Mypes y su estado obteniendo los siguientes resultados, con un 100% (20 Mypes) nos mencionaron que las empresas estaban constituidas como persona natural.

Por lo cual en el presente cuadro se muestra que todas las empresas fueron constituidas bajo la modalidad de personas naturales.

En el cuadro ocho hacen referencia sobre la formalidad de las Mypes en lo cual obtuvimos esta respuesta, con un 100% (20 Mypes) las empresas indicaron que eran formales.

Según estadística la formalidad en las empresas equivale a un 100% a favor del buen empleo de la formalidad, según la investigación de Policarpo Eugenio Araujo Solis del año 2016 mantiene el mismo rango de formalidad dentro de las Mypes encuestadas.

En el cuadro nueve hacen mención referente a la condición laboral del comerciante obteniendo este resultado, con un 100% (20 Mypes) mantienen condición como permanentes.

Según cuadro estadístico nos mencionan que los empleados eran eventuales como también permanentes, según la investigación de Deysi Rioja Vallejos del año 2019 menciona que todas las Mypes encuestadas eran propietarios.

En el cuadro diez hacen referencia a la rentabilidad de sus Mypes en el rubro de venta de ropa por lo cual obtuvimos estos resultados, con un 70% (12 Mypes) hacen mención que sus negocios si son rentables y con el 30% (8 Mypes) indican que no son rentables.

Según cuadro estadístico refleja que la rentabilidad es favorable en las Mypes encuestadas haciendo un total del 70% de ellas que consideran una oportunidad de crecimiento y rentabilidad.

En el cuadro once se obtuvo el siguiente resultado referente a la consulta sobre la permanencia de su constitución en la cual se obtuvo la siguiente respuesta, con un 80%

(15 Mypes) indicaron se mantienen alrededor de 4 años de permanencia en la actividad y con el 20% (5 Mypes) indicaron que llevan alrededor de 3 años en la actividad.

Según estadística la permanencia en la actividad tiene un mayor porcentaje en 15 Mypes con 4 años de permanencia.

En el cuadro doce hacen referencia a la finalidad de la constitución de la empresa a lo cual nos mencionan el 80% (15 Mypes) indicaron que su constitución se debe a la obtención de ganancias y el 20% (5 Mypes) indicaron que la constitución de su empresa era para generar empleabilidad.

Según estadística sostienen que generar ganancias es más gratificante que atribuir empleabilidad a la comunidad, más en la investigación de Becerra Vasquez Federico del año 2016 menciona que las empresas buscan desarrollo y crecimiento considerando el ámbito personal más que el económico.

En el cuadro trece hacen mención a la expansión de su negocio en lo cual el 70% (12 Mypes) indican que si desea expandir su negocio y el otro 30% (8 Mypes) mencionan que no.

Según estadística la mayoría de comerciantes desean expandir su negocio para aumentar ingresos, según la investigación de Becerra Vasquez Federico del año 2016 menciona que las Mypes requieren financiamiento para el cumplimiento de sus actividades es decir del mismo crecimiento de su empresa, coincidiendo en ambas tesis.

3. Acerca de la Gestión de la Calidad:

En el cuadro catorce hacen mención al conocimiento del encuestado respecto a la gestión de la calidad obteniendo la respuesta del 98% (19 Mypes) de los cuales mencionan que si saben sobre gestión de la calidad y el otro 2% (1 Mype) indica que no mantienen pleno conocimiento.

Según estadística la mayoría de comerciantes reconoce los procesos de la gestión de la calidad y cómo influye en sus negocios, a su vez según la investigación de Policarpo Eugenio Araujo Solis del año 2019 confirma que las Mypes reconocen la variable de gestión mas no saben aplicarla de manera correcta.

En el cuadro quince hacen mención a que la aplicación de la gestión de la calidad ayudara a mejorar la rentabilidad a lo cual nos mencionaron lo siguiente, con un 100% (20 Mypes) nos afirmaron que sí.

Según estadísticas los comerciantes hacen mención en su totalidad que la gestión de la calidad ayudara a mejorar sus negocios y aumentar sus ingresos, a su vez según la investigación de Policarpo Eugenio Araujo Solis del año 2016 confirma que las Mypes encuestadas si saben sobre gestión de calidad y manejan tácticas básicas de la gestión que les ayuda a mejorar su rentabilidad.

En el cuadro diez y seis hacen referencia a la respuesta sobre si desean conocer más sobre estrategias de gestión de la calidad, en lo cual mencionan lo siguiente, con un 100% (20 Mypes) indicaron que sí.

Según estadísticas en su mayoría los comerciantes desean seguir aprendiendo sobre la gestión de la calidad, según la investigación de Deysi Rioja Vallejos del año 2019 menciona que las Mypes encuestadas también desean capacitarse referente a la gestión de calidad.

4. Acerca de los Beneficios de las Empresas:

En el cuadro diez y siete hacen referencia al conocimiento sobre los beneficios que tienen las Mypes en el Peru a lo cual el comerciante nos respondió que si conocen de los beneficios con un total de afirmaciones de 75% (14 Mypes) y con el 25% (6 Mypes) nos indicaron que no conocen sobre los beneficios.

Según estadísticas en su mayoría los comerciantes si conocen los beneficios que implica constituir una Mype, a su vez según la investigación de Policarpo Eugenio Araujo Solis del año 2016 menciona el desconocimiento total de las Mypes encuestadas en referencia a las leyes que conforman el rango de Mype.

VI. CONCLUSIONES

Referente a la siguiente investigación y nuestros objetivos se llegó a las siguientes conclusiones:

Conforme a lo estipulado en el primer objetivo específico puedo concluir que existe un conocimiento sobre las características relacionados a mi tema dentro del sector comercio-rubro venta de ropa para damas en la av. Sáenz Peña del distrito del Callao, se encontró que los dueños y empleados dentro de esta mantienen conocimiento claro de lo que es una gestión de calidad y la importancia en su aplicación correcta.

También se hace referencia al segundo objetivo específico que detallo en mi investigación el cual se encontró como resultado que los beneficios logrados con la aplicación de una gestión de calidad son de utilidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio rubro-venta de ropa para damas en av. Sáenz Peña del distrito del Callao, fue reconocido por los encargados que este es de pleno conocimiento y ayudara en las mejoras de la Mype.

A su vez se defino que los comerciantes reconocen que la Gestión de calidad influye en los beneficios de sus Mypes dentro del sector comercio rubro venta de ropa para damas en el Callao.

Por lo tanto, concluyo lo siguiente: La Gestión de Calidad influye significativamente en los beneficios de las Micros y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro venta

de ropa para damas de la av. Sáenz Peña de la Cdra. 5 a la 8 del distrito del Callao dentro del periodo 2016.

VII. RECOMENDACIONES.

Referente a la Gestión de Calidad en las Mypes:

- Según los objetivos de la investigación, la gestión de calidad dentro de las Mypes investigadas es de conocimiento y aplicación, mas no se está englobando todo lo referente o que conlleva a una gestión de calidad total, por lo cual los beneficios de este son escasos a comparación de una aplicación completa de está, señalando que si las obtenciones de beneficios son buenas más si se aplicara de manera constante una gestión de calidad estos beneficios podrían aumentar.
- También se podría recomendar que la municipalidad Distrital del Callao pueda brindar campañas de asesoramiento gratuito referente a una buena gestión de calidad o cursos online para que con ello se ayude al ciudadano con sus respectivas empresas.

Referente a los Beneficios de las Mypes:

- La recomendación referente a los beneficios obtenidos en relación a una aplicación de calidad se podría señalar que se debe de fomentar los tramites o requisitos de los bancos hacia las Mypes con el fin de uqe estas puedan desarrollar la ampliación de sus Mypes conforme lo desean.
- Otra recomendación hacia los beneficios de las Mypes aplicando una gestión de calidad seria que esta sea monitoreada por un profesional en este caso

otorgado por la Municipalidad con el fin de enseñar y obtener los beneficios con su aplicación correcta, por lo cual detallo que los Micro o Pequeños empresarios necesitan de mucho apoyo por parte de las municipalidad ya que estos son entes que permiten desarrollo constante y aumento de ingresos hacia la misma región, invertir en ellos dinero y tiempo es fundamental ya que la ayuda brindada sería un reintegro hacia la misma sociedad del Distrito del Callao.

Referencias Bibliográficas

- Miguel Udaondo Duarte (1992). Gestión de Calidad.
- Inga. Mariela Torres (2014). Métodos de Recolección de datos ara una investigación.
- Luis María García Bobadilla (2009). +Ventas.
- Eric de la Parra, Maria del Carmen Madero (2003). Estrategias de Ventas y Negociaciones.
- Lluís Cuatrecasas, Jesús González Babón (2017). Gestión Integral de la Calidad.
- Deysi Rioja Vallejos (2019) en su investigación titulada “La Gestión De Calidad Y Su Influencia En Los Beneficios De Las Mypes, Del Sector Comercio – Rubro Venta De Ropa Para Varones, Galeria 5 Continentes, Av. Abancay N°1109, Lima 2018”.
- Ninatanta Rujel Mario Isaac, (2015). En Su Investigación Titulada “Caracterización Del Financiamiento Y La Capacitación En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio-Rubro Venta De Ropa Para Damas, De La Galeria Guizado Del Jr. Gamarra N° 654, Del Distrito De La Victoria, Provincia De Lima, Departamento De Lima, Periodo 2013-2014”
- Claudia Arbeláez Vejarano Y Elizabet Juliana Hoyos Muñoz (2017) Colombia,
Con Su Proyecto De Investigación Titulado “Sistema De Gestión De La Calidad Para La Empresa De Venta De Ropa Liz Styles”.
- Becerra Vasquez Federico Alcibiades, (2016). En Su Investigación Titulada “La Gestión De Calidad Con Un Enfoque En El Financiamiento Y Su Influencia En El Nivel De Ventas De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio- Rubro Venta De Ropa Para Niños Del Centro Comercial Los Ferroles, Chimbote, Año 2016”

- Blanca Luz Panduro Quispe (2017) “Caracterización De La Gestión De Calidad Y La Formalización De Las Mypes Del Sector Comercio - Rubro Venta De Ropas Para Damas En El Distrito De Juanjui - 2017”
- Cristina Joselyn Andaluz Medina (2017) Ecuador, Con Su Proyecto De Investigación Titulado “Sistema De Gestión De Calidad Para La Satisfacción De Los Clientes De La Asociación De Productores Del Jean En La Ciudad De Pelileo”.
- Gutiérrez Gómez Yanina Karen, (2016). En Su Investigación Titulada “Caracterización De La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio, Rubro – Venta Minorista De Ropa Para Damas Del Centro Comercial Galerías Alfa, Chimbote, 2013
- Francisco J. Miranda González, Antonio Chamorro Mera, Sergio Rubio Lacoba (2007) Introducción a la Gestión de la Calidad.
- Martha Yolanda Garcés Aguilar (2013) Titulo: Propuesta Para Mejorar La Comercialización Interna De La Empresa De Confecciones “Katy” – Línea De Ropa Casual Para Mujer, Ubicada En Atuntaqui.
- María Augusta Cajilima (2012) Creación De La Microempresa Look Dedicada A La Venta De Ropa Para Dama En La Ciudad De Cuenca
- Ernesto Lenin Padilla Reyes (2011) Desarrollo De Los Aspectos Metodológicos Para La Implementación De Un Sistema Integrado De Gestión En La Industria Textil Y Confecciones.
- Effio Effio Bertha Andre (2013). “Caracterización De La Capacitación En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio –Rubro Venta De Ropa Para Damas Y Caballeros En El Mercado Modelo, Del Distrito De Chimbote, Año 2013”

- Oscar Antonio Hernández Pilares (2013). Caracterización De La Capacitación En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Del Sector Comercio, Rubro: Venta Minorista De Prendas De Vestir, Mercado Modelo, Distrito De Chimbote, 2013.
- Silva Silva Fiorela Stefany, (2013). “Caracterización De La Capacitación De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio – Rubro Venta De Ropa Para Damas Del Distrito De Chimbote, Año 2013.
- Luz Edith Castro Estrada (2013). “Caracterización De La Capacitación En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio, Rubro Venta Minorista De Ropa De Vestir, Distrito De Casma, 2013”
- Gutiérrez Ramírez Marleni (2019).” La Gestión De Calidad Y Su Influencia En Los Beneficios De Las Mypes Del Sector Comercio – Rubro Venta De Ropa Para Dama, De La Galería Fronteras Unidas De Grau, Jr. Montevideo N° 766, Lima 2018”
- Ley De Promoción Y Formalización De La Micro Y Pequeña Empresa - Ley 28015, 2003.
- Bernardo Sánchez Barraza, Las Mypes En Perú. Su Importancia Y Propuesta Tributaria, 2014.
- Ley De Promoción Y Formalización De La Micro Y Pequeña Empresa - Ley 28015, 2003.
- Juran, Técnicas Para La Gestión De La Calidad, 1995.
- Pola, Maseda, Ángel. Gestión De La Calidad, Marcombo, 1988.
- Libro Sistema De Gestión De Calidad En Base A Las Normas Iso 9001, Autor Lic. Carlo M. Yañez (2008).

Anexos.

Anexo 01 - Cuestionario de Preguntas



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

CUESTIONARIO APLICADO A LOS DUEÑOS, ADMINISTRATIVOS O REPRESENTANTES DE LAS EMPRESAS DE TIENDAS DE VENTA DE ROPA PARA DAMA UBICADO EN EL DISTRITO DEL CALLAO, DEPARTAMENTO DE LIMA.

El presente cuestionario tuvo por finalidad recolectar información de las Mypes del sector comercio rubro venta de ropa para damas ubicado en el distrito del Callao, departamento de Lima, periodo 2016.

Esto servirá para desarrollar el trabajo de investigación determinado:

LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LOS BENEFICIOS DE LAS MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO VENTA DE ROPA PARA DAMAS, AV. SAENZ PEÑA DESDE LA CUADRA 5 A LA 8, DISTRITO DEL CALLAO, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2016.

La información que usted proporcionara será utilizada para fines académicos y de investigación por lo que se le agradece anticipadamente su colaboración.

A. Acerca de los Representantes legales de la empresa:

1. ¿Qué edad tiene actualmente?

- 18 a 30 años
- 31 a 50 años
- 51 años a más

2. Género

- Masculino
- Femenino

3. ¿Qué estado civil mantiene?

- Soltero

- Casado

4. ¿Qué nivel educativo tiene?

- Primaria completa
- Secundaria completa
- Estudios técnicos
- Estudios universitarios

5. ¿Qué ocupación mantiene dentro de la Mype?

- Dueño
- Encargado
- Empleado
- Otro

6. ¿Cuántos años tiene usted laborando en la Mype?

- 0 a 1 año
- 2 a 3 años
- 3 a 5 años
- 5 a 7 años
- Mas de 8 años

B. Acerca de la Mype:

7. ¿Qué tipo de constitución mantiene su Mype?

- Natutal
- Juridica

8. ¿Considera usted que la empresa es formal?

SI

NO

9. ¿Qué tipo de colaborador labora en la Mype?

- Permanente
- Eventual

10. ¿Cuántos años tiene la empresa de permanencia en la actividad?

- 1 a 2 años
- 2 a 3 años
- 3 a 4 años
- 4 a 5 años
- 5 a 6 años
- 6 a mas

11. ¿Cuál es la finalidad por la cual se creo la Mype?

- Otorgar empleabilidad
- Obtener ganancias

12. ¿Cree que el rubo de venta de ropa es rentable?

SI NO

13. ¿Desea expandir su negocio?

SI NO

C. Acerca de la Gestion de Calidad:

14. ¿Sabe usted que es la Gestión de Calidad?

SI NO

15. ¿Cree usted que aplicando la gestion de calidad ayudara a mejorar su rentabilidad dentro de la Mype?

SI NO

16. ¿Desea que se le capacite en lo referente a las tecnicas de buena gestion de calidad?

SI NO

D. Acerca de los Beneficios de la Mype:

17. ¿Sabra usted de algún beneficio que se le ofrezcan a las Mypes?

SI NO

Anexo 02- Directorio de las Mypes en investigación.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“DIRECTORIO DE LAS MYPES EN INVESTIGACIÓN”

Nº	RAZÓN SOCIAL	DIRECCION	TAMAÑO DE LA EMPRESA
01	COMERCIAL DEL CALLAO S.R.LTDA.	AV SAENZ PEÑA SIN ZONA Nro :864 Piso : Kmt : Mz : Lt : -	Microempresa
02	ISSAVE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	AV SAENZ PENA SIN ZONA Nro :614 Piso : Kmt : Mz : Lt : 3ER PISO	Microempresa
03	KILI Y MILI SAC	AV SAENZ PEÑA SIN ZONA Nro :528 Piso : Kmt :	Microempresa
04	GALERIAS UNIDAS S.A.	AV SAENZ PEÑA SIN ZONA Nro :530 Piso : Kmt : Mz : Lt : Int :C152	Microempresa
05	TODO MUJER S.A.C	AV SAENZ PEÑA SIN ZONA Nro :484 Piso : Kmt : Mz : Lt : Int :101	Microempresa
06	ANDREA MULTI S.R.L.	AV SAENZ PEÑA SIN ZONA Nro :664 Piso : Kmt : Mz : Lt : CRUCE CON AV 2 DE MAYO	Microempresa
07	DUTY CIRCLE INGS S.A.C.	JR AREQUIPA NORTE SIN ZONA Nro :328 Piso : Kmt : Mz : Lt : ALTURA CDA. 6 Y 7 DE AV. SAENZ PEÑA	Microempresa
08	MUNDO MUJER S.A.	JR BERNARDO MONTEAGUDO SIN ZONA Nro :518 Piso : Kmt : Mz : Lt : ALT.CDRA 4 Y 5 AV. SAENZ PEÑA	Microempresa
09	HANDELZOLL S.A.C.	AV SAENZ PEÑA SIN ZONA Nro :784 Piso : Kmt : Mz : Lt : Int :506	Microempresa
10	GALERIAS MORAL EIRL	MARCO POLO SIN ZONA Nro :142 Piso : Kmt : Mz : Lt : CRUCE SAENZ PEÑA DRA 8 CON AV 2 DE MAYO	Microempresa
11	COMERCIAL VILCA 41 E.I.R.L.	AV SAENZ PEÑA SIN ZONA Nro :834 Piso : Kmt : Mz : Lt : Int :33 VICOT CC CHIM PUM CALLAO	Microempresa
12	D & F EIRL	JR COLON SIN ZONA Nro :666 Piso : Kmt : Mz : Lt : FRENTE A MERCADO SAENZ PEÑA	Microempresa

13	BLACK HAMMER SAC	AV SAENZ PEÑA SIN ZONA Nro :892 Piso : Kmt : Mz : Lt :	Microempresa
14	B & R MODA S.A.C.	AV SAENZ PEÑA SIN ZONA Nro :584 Piso : Kmt : Mz : Lt : Int :101	Microempresa
15	JEAN WANG S.A.C.	AV SAENZ PEÑA SIN ZONA Nro :700 Piso : Kmt : Mz : Lt :	Microempresa
16	MARIA CONCHIN E.I.R.L.	AV SAENZ PEÑA SIN ZONA Nro :899 Piso : Kmt : Mz : Lt : AV SAENZ PEÑA 899 BAJOS-1 CDRA EDELNOR	Microempresa
17	J & F MENDOZA S.A.C.	SAENZ PEÑA SIN ZONA Nro :324 Piso : Kmt : Mz : Lt :	Microempresa
18	GEAN PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	JR FRANCISCO PIZARRO SIN ZONA Nro :165 Piso : Kmt : Mz : Lt : ALT. CDRA 8 SAENZ PEÑA	Microempresa
19	HUELLA S.R.L.	AV SAENZ PEÑA SIN ZONA Nro :837 Piso : Kmt : Mz : Lt :	Microempresa
20	HORUS E.I.R.L.	AV SAENZ PEÑA SIN ZONA Nro :674 Piso : Kmt : Mz : Lt : PI2	Microempresa

Fuente: Registros SUNAT