



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 PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO VENTAS DE ROPA
JEANS PARA DAMA, DE LA GALERÍA HORIZONTE
DEL CENTRO COMERCIAL GAMARRA, DISTRITO DE
LA VICTORIA, DEPARTAMENTO DE LIMA AÑO 2018**

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

AUTORA

JINES YALLICO, LEONOR RUSSY

ORCID: 0000-0002-3879-1675

ASESOR

Mgtr. OLIVERA GUILLEN, EDWIN

ORCID: 0001-7042-9791

LIMA – PERU

2019

1. Título de investigación

“La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de lima año 2018”

2. Equipo de trabajo

AUTORA

Jinés Yallico, Leonor Russy

ORCID: 0000-0002-3879-1675

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Chimbote, Perú

ASESOR

Mgtr. Olivera Guillen, Edwin

ORCID: 0001-7042-9791

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Mgtr. Meza de los Santos, Juan Pablo

ORCID: 0000-0001-8852-1342

Lic. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

3. Hoja de firma del jurado y asesor

.....
Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa
Presidente

.....
Mgtr. Meza de los Santos, Juan Pablo
Miembro del jurado

.....
Lic. Espinosa Otoya, Víctor Hugo
Miembro del jurado

.....
Mgtr. Olivera Guillen, Edwin
Asesor

4. Hoja de agradecimiento

El presente proyecto de investigación le dedico a Dios por guiarme por el buen camino, darme fuerza para seguir adelante, solucionar los problemas que se presentaron durante el desarrollo y poder culminar mi carrera profesional con éxito.

A mi familia, mis padres porque gracias a ellos soy quien soy por sus enseñanzas, consejos y haberme inculcado principios y valores, a mis hermanas que me brindan su apoyo incondicional de una y otra manera me incentivan a seguir adelante, luchar por mis sueños y de manera en especial a mi hija Nathay que es mi motor y motivo para seguir luchando por mis metas.

5. Resumen y abstract

Resumen

El objetivo de esta investigación es determinar la influencia de la gestión de la calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas en el sector empresarial: las ventas de ropa de jeans para mujeres, el centro comercial Galería Gamarra, el distrito de La Victoria, departamento de Lima año 2018, presentando una descripción El tipo de diseño correlacional no experimental, en la medida en que se describieron las variables de estudio de la gestión de la calidad y los beneficios de las micro y pequeñas empresas, consistía en 20 micro y pequeñas empresas encontradas en el distrito de Victoria en el centro comercial Gamarra, en la galería Horizonte. , la encuesta se utilizó como técnica, y los instrumentos fueron los cuestionarios, ya que se desarrolló una serie de ítems en relación con las variables. que la gestión de la calidad de las micro y pequeñas empresas es del 65%, debido a la falta de parámetros. Por otro lado, existe un nivel promedio de beneficios para las micro y pequeñas empresas del sector comercial, del 80% que lleva a la Conclusión de que existe una relación entre las variables de gestión de calidad y los beneficios. En micro y pequeñas empresas, esto se debe al hecho de que, mediante un análisis estadístico como el de Pearson, obtenemos un valor de p inferior a 0,05, lo que permite aceptar la hipótesis de búsqueda.

Palabras claves, gestión de calidad, beneficios de las micro y pequeñas empresas

Abstract

The objective of this research is to determine the influence of quality management on the benefits of micro and small companies in the business sector: sales of women's jeans clothing, the Gamarra Gallery shopping center, La Victoria district, department of Lima year 2018, presenting a description of the type of non-experimental correlational design, insofar as it describes the study variables of quality management and the benefits of micro and small companies, consists of 20 micro and small companies found in the Victoria district in the Gamarra shopping center, in the Horizonte gallery. , the survey was carried out as a technique, and the instruments were the questionnaires, since a series of articles were found in relation to the variables. that the quality management of micro and small companies is 65%, due to the lack of parameters. On the other hand, there is an average level of benefits for micro and small companies in the commercial sector, of 80%, which leads to the conclusion that there is a relationship between quality management variables and benefits. In micro and small companies, this is due to the fact that, through a statistical analysis such as Pearson's, we obtain a p value of less than 0.05, which allows us to accept the search hypothesis.

Keywords, quality management, benefits of micro and small companies.

6. Contenido

1. Título de investigación	ii
4. Hoja de agradecimiento	v
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras	ix
I. Introducción.....	13
II. Revisión de literatura.....	16
III. Hipótesis.....	33
IV. Metodología.....	34
4.1. Diseño de investigación	34
4.2. Población y muestra.....	34
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	35
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
4.5. Plan de análisis.....	39
4.6. Matriz de consistencia	40
4.7. Principios éticos	42
V. Resultados.....	43
5.1. Resultados.....	43
5.2. Análisis de resultados	84
VI. Conclusiones.....	86
Referencias bibliográficas	88
Anexos.....	90
Anexo 1: Instrumento de recolección de datos.....	91

7. Índice de tablas y figuras

Índice de tablas

Tabla 1 Se tiene correctamente establecido las metas a desarrollar.	45
Tabla 2 La empresa tiene objetivos correctamente establecidos	46
Tabla 3 Se tiene programado las actividades a desarrollar dentro de la empresa.....	47
Tabla 4 Se tiene establecido políticas de ventas dentro de la empresa.....	48
Tabla 5 La empresa programa diariamente el proceso de venta.....	49
Tabla 6 El personal es amable en el proceso de venta.....	50
Tabla 7 Los colaboradores dan solución inmediata a los problemas mencionados.....	51
Tabla 8 Durante la atención el colaborador es empático con lo que está buscando.	52
Tabla 9 Se hace un seguimiento de las actividades de venta de los colaboradores	53
Tabla 10 Considera que el personal está en la capacidad de tomar decisiones	54
Tabla 11 La empresa evalúa constantemente los procesos de venta	55
Tabla 12 El personal siempre busca mejorar constantemente en los procesos de atención.	56
Tabla 13 En la empresa se cuenta con dirección por parte el propietario para el cumplimiento de las metas.....	57
Tabla 14 Estoy motivado desarrollando mis actividades de venta	58
Tabla 15 La empresa constantemente está mejorando su infraestructura y equipos	59
Tabla 16 La empresa ha mejorado la calidad de atención.	60
Tabla 17 La calidad de los productos ha mejorado sustancialmente	61
Tabla 18 Los precios de venta son desacuerdo al mercado competitivo.	62
Tabla 19 La empresa posee un control de costos	63
Tabla 20 La empresa distribuye en grandes volúmenes diariamente	64
Tabla 21 Los costes son sumamente menores a las ventas.....	65
Tabla 22 Las ventas se han incrementado en comparación a periodos anteriores.....	66
Tabla 23 La empresa ha tenido un mayor margen de utilidad.....	67
Tabla 24 Los volúmenes de venta mensualmente van creciendo.	68
Tabla 25 La empresa constantemente evalúa sus niveles de ganancia	69
Tabla 26 Los colaboradores cuentan con todos los beneficios de ley	70
Tabla 27 Se ha mejorado los procesos y la infraestructura de la empresa.....	71
Tabla 28 La gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas.....	73

Tabla 29 Planificar.....	74
Tabla 30 Hacer.....	75
Tabla 31 Verificar.....	75
Tabla 32 Actuar	76
Tabla 33 Beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio.....	78
Tabla 34 Estabilización y mejora de la calidad	79
Tabla 35 Mejora de la productividad / Reducción de los costes	80
Tabla 36 Incremento de las ventas.....	80
Tabla 37 Incremento de los beneficios	81
Tabla 38 Correlación de Pearson.....	83

Índice de figuras

Figura 1 Se tiene correctamente establecido las metas a desarrollar.	46
Figura 2 La empresa tiene objetivos correctamente establecidos.....	47
Figura 3 Se tiene programado las actividades a desarrollar dentro de la empresa	48
Figura 4 Se tiene establecido políticas de ventas dentro de la empresa.....	49
Figura 5 La empresa programa diariamente el proceso de venta	50
Figura 6 El personal es amable en el proceso de venta	51
Figura 7 Los colaboradores dan solución inmediata a los problemas mencionados	52
Figura 8 Durante la atención el colaborador es empático con lo que está buscando.....	53
Figura 9 Se hace un seguimiento de las actividades de venta de los colaboradores.....	54
Figura 10 Considera que el personal está en la capacidad de tomar decisiones	55
Figura 11 La empresa evalúa constantemente los procesos de venta	56
Figura 12 El personal siempre busca mejorar constantemente en los procesos de atención	57
Figura 13 En la empresa se cuenta con dirección por parte el propietario para el cumplimiento de las metas	58
Figura 14 Estoy motivado desarrollando mis actividades de venta.....	59
Figura 15 La empresa constantemente está mejorando su infraestructura y equipos	60
Figura 16 La empresa ha mejorado la calidad de atención.....	61
Figura 17 La calidad de los productos ha mejorado sustancialmente.....	62
Figura 18 Los precios de venta son desacuerdo al mercado competitivo.....	63
Figura 19 La empresa posee un control de costos	64
Figura 20 La empresa distribuye en grandes volúmenes diariamente	65
Figura 21 Los costes son sumamente menores a las ventas	66
Figura 22 Las ventas se han incrementado en comparación a periodos anteriores.	67
Figura 23 La empresa ha tenido un mayor margen de utilidad.	68
Figura 24 Los volúmenes de venta mensualmente van creciendo.....	69
Figura 25 La empresa constantemente evalúa sus niveles de ganancia.....	70
Figura 26 Los colaboradores cuentan con todos los benéficos de ley	71
Figura 27 Se ha mejorado los procesos y la infraestructura de la empresa	72
Figura 28 La gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas.....	73
Figura 29 Elementos tangibles	74
Figura 30 Fiabilidad.....	75

Figura 31 Capacidad de respuesta	76
Figura 32 Seguridad	77
Figura 33 Beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio	78
Figura 34 Estabilización y mejora de la calidad.....	79
Figura 35 Estabilización y mejora de la calidad.....	80
Figura 36 Incremento de las ventas	81
Figura 37 Incremento de los beneficios.....	82

I. Introducción

A nivel mundial las personas, empresas y demás componentes organizacionales buscan la calidad, este representa una necesidad, al igual que un elemento clave para la competitividad de las mismas, han entendido que, para mantenerse en el mercado, la gestión de calidad representa un papel necesario, estas se vienen preparando para lograr alcanzar, no solo el servicio de excelencia sino también el producto logrando de esta manera que los clientes estén satisfechos. Es así que se tienen numerosas normas para conseguirlos, basándose en la innovación e infraestructura “ISO 9001 de Gestión de la Calidad”, esta se trata de la herramienta de gestión de la calidad más extendida en el mundo. (Organización de las Naciones Unidas, 2019)

Es importante recalcar que las empresas no solo buscan ser rentables sino además lograr satisfacer las necesidades que existe dentro del mercado, esto a su vez representa una oportunidad para ampliar el mercado en todo su contexto.

Las mypes en el Perú constituyen el 98,6% de las unidades empresariales, brindándole espacio de desarrollo a millones de trabajadores peruanos que contribuyen al desarrollo de la economía, mediante su dinamización, por otro lado, el 96,5% de las empresas que existen pertenecen al sector de las mypes, aportan aproximadamente el 40% del PBI (Producto Bruto Interno). (Asociación de Emprendedores del Perú, 2019), sin embargo, a pesar de su participación tan significativa presentan problemas relacionados a su calidad, no solo, a nivel de calidad sino también en sus componentes infraestructurales, productos, etc.

Para estas organizaciones resulta difícil cumplir con ese requisito mínimo e intentar homologar la evolución obtenida por las grandes en su práctica de la administración de la calidad, por las limitaciones financieras y tecnológicas, esto no permite alcanzar los beneficios respectivos a comparación de las demás. Si bien, no logran alcanzar todos los parámetros necesarios para el desarrollo de calidad en su conjunto, el sector comercio ha tenido un crecimiento notable en los últimos años, lo que conlleva a la necesidad del desarrollo de investigación.

De acuerdo a la realidad observado el desarrollo de la investigación hace un análisis de la realidad que se desarrolla en el sector comercio, específicamente en el rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, donde se ha visualizado que existe un sinnúmero de problemas asociados a la gestión de calidad, desde el concepto de atención hasta la distribución, aspectos tangibles y demás factores, es así que se cree que afecta en la obtención de beneficios, esto debido a que en muchas oportunidades los márgenes de ganancia, y participación no han variado a través de los años a pesar de su aumento de consumo, es así que es necesario desarrollar el estudio.

En el estudio se ha consignado el planteamiento del problema general, el mismo que tiene por ¿Cuál es la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de Lima año 20108?, en la búsqueda de solución del mismo se plantea como objetivo determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de Lima año 20108, en ese sentido para la solución del mismo se ha planteado elementos específicos como: conocer los elementos tangibles y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, identificar la capacidad de respuesta y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, evaluar la fiabilidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, evaluar la seguridad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, finalmente, identificar la empatía y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, estos componentes han permitido el desarrollo sistemático del estudio respectivamente.

La investigación se justifica de acuerdo al estudio de la gestión de calidad y como estos permiten alcanzar beneficios en micro y pequeñas empresas del sector comercio, permitiendo de esta maneta solucionar los problemas planteados inicialmente. Desde el aspecto práctico permitió obtener información del sector, y como estos vienen desarrollando actividades de gestión para la mejora sustancial de la organización y obtener más beneficios.

Por otro la investigación sirve como base para estudios próximos, permitiendo plasmar información fidedigna, en los gráficos, tablas y figuras que se plantean de acuerdo a la muestra objeto de estudio.

En relación al estudio se considera los objetivos siguientes, general, determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficiarios en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de Lima año 2018, de igual manera como específicos se tiene tienen, conocer la gestión de la calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de Lima año 2018, finalmente identificar los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio -rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de Lima año 2018.

II. Revisión de literatura

2.1. Marco teórico y conceptual

2.1.1. Antecedentes

Internacional

Centurión, R. Z. (2015) en su tesis de maestría “*Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la Provincia de Santa*”, el presente estudio cuantitativo de diseño no experimental describe las principales características de la gestión de calidad, la formalización, el financiamiento, la competitividad, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas. Para ello se utilizó un muestreo no probabilístico intencional, se extrajo una muestra de 160 Mypes; con las cuales se determinó sus principales características y las de sus representantes. En 13 Mypes se establecieron las características de la gestión de calidad; en 49 Mypes, las características de la formalización; en 50 Mypes, las características de competitividad; en 97 Mypes, las características del financiamiento; en 100 Mypes, las características de la capacitación y en 11 Mypes las características de rentabilidad. Se utilizó como instrumento un cuestionario estructurado aplicado a los representantes de las Mypes mediante la técnica de la encuesta y se llegó a las siguientes conclusiones: las Mypes en la provincia del Santa en su mayoría son dirigidas por personas adultas de sexo femenino, con instrucción secundaria y superior técnica, y están en el mercado por más de 4 años. Son formales y fueron creadas para obtener ganancia. La formalización les proporciona ventajas como aumento de sus ventas y obtención de créditos, ayudándoles a posesionarse en el mercado. En la competitividad, la mayoría de las Mypes no cuenta con un plan estratégico, conoce a sus competidores y percibe que es competitivo. En el financiamiento, las Mypes han solicitado créditos más de una vez a terceras personas a una tasa de más del 20% anual, invirtiéndolo en compra de activos y capital de trabajo. En la capacitación, las Mypes consideran que esta es una inversión; por ello, han capacitado a su personal más de una vez en atención al cliente. En la rentabilidad, se percibe que las Mypes son rentables, han mejorado su infraestructura. Respecto de la gestión de calidad, a pesar de que tienen dificultades

del personal con poca iniciativa y no se adapta al cambio y la aplicación de una adecuada gestión de calidad, han mejorado el rendimiento del negocio.

Quintero, M. (2014) en su tesis de posgrado “*Sistema de gestión de calidad en las Pymes colombianas*” tuvo como objetivo describir el Sistema de gestión de calidad en las Pymes colombianas, con una metodología descriptiva. Las MIPYMES Micro, Pequeñas y Medianas Empresas abarcan un 70% de la economía en Colombia y son las causantes del incremento de empleos en la nación, es por ello que surge la necesidad de brindarles herramientas las cuales les permitan mejorar no solo sus volúmenes de ventas, sino también la calidad de los productos o servicios ofrecidos para mantenerse en el mercado con un grado mayor de competitividad, para esto se les ofrece la adopción del sistema de gestión de calidad en las organizaciones que consiste en una estructura operacional de trabajo, bien documentada e integrada a los procedimientos técnicos y de administración, en aras de encontrar no solo los puntos críticos de la organización o los famosos cuellos de botella, sino a su vez diseñar los medios de control facilitadores del mejoramiento continuo, junto con la competitividad y la calidad inmersa dentro de todos los procesos de la compañía.

Zúñiga, X. L. (2015) en su tesis de maestría “*La gestión de calidad y su influencia en la competitividad alcanzada por las Pymes del Cantón Milagro*” tuvo como objetivo establecer la influencia de la gestión de calidad en la competitividad alcanzada por las PYMES del cantón Milagro, período 2012 – 2013, donde la investigación busca conocer la forma en que las PYMES del cantón Milagro Gestionan la Calidad y como ello influyó en la Competitividad que obtuvieron en el período 2012-2013. Para lograr detallar los factores que las aquejan, los objetivos planteados en el estudio hacen referencia a establecer el tipo de gestión de calidad que se efectúa en ellas, por lo que se debió analizar aspectos como: estructura organizacional, logística de sus operaciones, cultura organizacional y satisfacción de los clientes; así, se podría plantear un panorama sobre administración de la información, costes, eficiencia del talento humano, nivel de ventas y por ende competitividad. La investigación fue de tipo descriptiva, correlacional y cuantitativa o mixta; además, se utilizaron métodos teóricos como el inductivo, deductivo, sintético, analítico, histórico y como métodos empíricos a la encuesta y la entrevista. Aplicados los instrumentos de recolección de datos (cuestionario y guía

de preguntas estructurada) se procesó la información y se probó la hipótesis; estableciendo con mayor seguridad que la gestión de calidad en los pequeños y medianos negocios está afectando a su competitividad, de ahí que se planteara como medida el Diseño de un Manual de Calidad para mejorar la Competitividad de las PYMES del cantón Milagro, de esta manera se busca formalizar la política y normativa de estos negocios para operativamente mantener procedimientos bien definidos que promuevan los logros de los objetivos de calidad empresarial.

Mosquera, W. E. (2014), en su estudio “*Análisis de calidad en las pequeñas y medianas empresas de Bogotá D.C., Colombia*” indica que este artículo, tiene como objetivo mostrar el impacto que ha tenido la implementación de sistemas de gestión de calidad y ambiental en las PyMEs como resultado de un estudio exploratorio realizado en Bogotá (Colombia). El desempeño de estas organizaciones, impactan en buena parte en el cumplimiento de objetivos macroeconómicos y en el desempeño económico que fomentan el bienestar de la sociedad. La implementación de sistemas de gestión ayuda a las organizaciones a desarrollar procesos eficientes y ordenados de tal manera que faciliten sus actividades productivas y operativas. Finalmente, se observaron que las PyMEs no conocen la manera de medir la productividad en la empresa. Por otra parte, se observó que no se alinean los beneficios de un sistema de gestión implementado con los resultados financieros y de ingresos por ventas.

Nacional

Castagnola, A. (2016), en su tesis de pregrado “*La gestión de calidad y su influencia en los beneficios sociales de las micro y pequeñas empresas en el distrito de Supe Puerto 2016*”, planteo como objetivo determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios sociales de las micro y pequeñas empresas en el distrito de Supe Puerto 2016, con una metodología descriptiva, fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño No experimental/ transversal, de una muestra de 10 Mypes, se aplicó un cuestionario estructurado de 10 preguntas con los siguientes resultados: Cabe resaltar que de los 10 mypes encuestadas el 50% tienen edades que superan los 41 años., que el género que más predomina es el masculino con un 70%., el 50% cuenta con estudios universitario concluidos y el 44% de los representantes de las mypes cuentan con la carrera de administración la cual les servirá tener una mejor

visión y proyección de sus negocios. En tanto el 50% de las mypes se dedica al rubro de producción el 70% de los representantes de las mypes tienen como objetivo principal de su empresa maximizar ganancias. También se vio que: el 60% de los representantes de las mypes si conoce algunas técnicas para elevar su productividad de su empresa y que el 80% de los representantes de las mypes logra la efectividad en sus labores encomendadas. El 80% de los representantes de las mypes está conforme con la distribución de utilidades en su empresa y el 90% de los representantes de las mype está satisfecho con los ingresos que recauda su empresa y el 10% no está satisfecho.

Gomero, N.A. (2015), en su investigación “*Concentración de las mypes y su impacto en el crecimiento económico*”, como es natural, las empresas buscan rentabilizar sus operaciones; para ello, buscan espacios económicos que las conlleve asegurar mercado, reducir costos, realizar reconversión tecnológica, medios que los conducirá a potenciar su competitividad y asegurar su sostenibilidad. Basado en este criterio es que las MYPES muestran su preferencia de localización en las zonas metropolitanas, especialmente la región Lima y Callao, que agrupa en promedio el 51.0% de las micro y pequeñas empresas formales en contraste con la franja económica de la sierra, que agrupa al 21.4% de este tipo de organizaciones, cifra que se agrava cuando se aprecia la cantidad de empresas de la selva en donde se concentra solo el 6.2% del conglomerado empresarial. Estos resultados se van a reflejar en la calidad de vida de la población, el cual fue uno de los objetivos de la investigación, en donde se evidencia una relación estrecha entre los resultados económicos, producto del accionar de las empresas y los indicadores de calidad de vida. Bajo este criterio se establece que, donde exista menor cantidad de empresas, como son las micro y pequeñas empresas, mayor será la probabilidad de caer en desequilibrios sociales. Finalmente, las micro y pequeñas empresas, cualquiera sea su localización, están dedicadas mayormente al comercio y servicios, actividades que no generan mayores efectos multiplicadores en la economía.

Silva, M.D. (2016), en su estudio titulado “*Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz, año 2016*”, tuvo como objetivo general describir

las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz, año 2016. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptivo-cuantitativa y un diseño no experimental (transaccional o transversal). Para la determinación de la muestra, se identificó una muestra censal de 16 gerentes debido a que la población fue relativamente pequeña; de lo cual se obtuvo un resultado predominante que es: El 31,25% de gerentes encuestados del rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique), afirman que la gran mayoría de gerentes solo a veces efectúan pruebas de conocimiento. Situación que podría generar conflictos al no tomar importancia y desconocimiento de los beneficios que le va traer. Como principal conclusión se obtuvo que al no tener mayor preocupación en cuanto a las pruebas de conocimiento y no seguir con un proceso de selección de personal adecuado, puede ocasionar a contratar a un personal inadecuado e idóneo para la empresa. Finalmente se concluye que en las boutiques del distrito de Huaraz no cuentan con una buena selección de personal para la buena atención de los clientes por consiguiente existen grupos de clientes insatisfechos con la atención que brindan, por ello algunos optan por retirarse del establecimiento sin adquirir prenda alguna.

Local

Rioja, D. (2019) en su tesis de pregrado "*La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las mypes, del sector comercio – rubro venta de ropa para varones, galería 5 continentes, Av. Abancay N°1109, Lima 2018*", 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.

Ichpas, M. Y. y Ñope, I. O. (2018) en su tesis de pregrado “*Análisis de los factores que limitaron el crecimiento económico y su calidad en las micro y pequeñas empresas de confecciones de prenda de vestir en San Juan de Lurigancho en los últimos 5 años*”, tiene como objetivo analizar los factores que limitaron el crecimiento económico de las micro y pequeñas empresas (Mypes) de confecciones de prendas de vestir en San Juan de Lurigancho en los últimos 5 años, de tal manera que la investigación permita a los empresarios y todos sus stakeholders a adoptar medidas que le ayuden a enfrentar la situación actual del sector. En el primer capítulo, se presenta el marco teórico con los conceptos, las normas y la información de los especialistas dentro del mercado, lo que ha permitido entender mejor la industria textil y de confecciones, brindado información relevante respecto a los factores que limitaron el crecimiento económico de las Mypes de confecciones. Llegando a concluir que se pudo validar la hipótesis planteada, comprobando que la falta de conocimiento en innovación permanente es un factor que ha limitado el crecimiento de las Mypes de confecciones de prendas de vestir de San Juan de Lurigancho (SJL) en los últimos cinco años.

Gonzales, J. (2014), en su estudio “*Gestión empresarial de calidad y competitividad en las mypes del sector textil en el marco de la ley n° 28015 en el distrito de la victoria - año 2013*”, el objetivo general del presente trabajo de investigación fue conocer cómo influye la Ley N° 28015 en la gestión y competitividad de las Mypes del sector textil en el distrito de La Victoria, teniendo en cuenta que el punto crítico de este tipo de empresas es que no realizan una adecuada gestión empresarial, ya que sus actividades las realizan muchas veces de manera empírica. El diseño de la investigación fue de tipo no experimental, de carácter descriptivo, cuyo diseño

metodológico es el transeccional, considerado como una investigación aplicada, debido a los alcances prácticos, aplicativos, sustentados por normas e instrumentos técnicos de recopilación de información, donde se ha considerado los aportes e investigaciones de diferentes personalidades que han facilitado la asimilación del tema investigado. La población estuvo conformada por 240 empresas del sector textil del distrito de La Victoria, con un tamaño de muestra que asciende a 50 personas entre hombres y mujeres empresarios. Los resultados del trabajo de campo mostraron que gran parte de estas empresas no tienen conocimiento acerca de la Ley N° 28015, lo que hace que su gestión sea deficiente y no les permita ser competitivos, afrontar las situaciones que podrían presentarse en cuanto a exportaciones y uso de financiamiento; tampoco cuentan con conocimiento acerca de la asociatividad empresarial, aspectos que se deben corregir a fin de contar con una buena gestión que beneficie a la empresa en todos sus campos de acción. Llegando a concluir que la mayoría de las empresas no cuenta con una apropiada política empresarial, imposibilitando acceder a un financiamiento a través de las diversas entidades financieras.

2.1.2. Bases teóricas de la investigación

1. Gestión de calidad

1.1. Conceptos

“El término se refiere a la habilidad para el desarrollo de acciones de administración o gestión, entendida como un trámite necesario para conseguir algo o resolver un asunto de carácter administrativo es por ello es la realización de un trámite para el logro de los objetos planteados”. (Mancillas, 2016, p.45)

“Actividad profesional inclinada a disponer los objetivos y medios de su realización, precisar la organización de sistemas, elaborar la estrategia del desarrollo”. (Remetería, 2012, p.66)

Stoner y Freeman, (2014) definen la calidad como “la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla como igual,

mejor o peor que las restantes de su especie. La definición de calidad que ofrece la Norma ISO 9000:2000, según el Centro de Comercio internacional”.

1.2. Características

Dentro de las principales características son la personalización del 100% a las necesidades de cada uno de sus clientes, la actividad, mediante el diseño de nuevos procesos, indicadores y otros, además gestiona y controla los procesos definido por cada una de las actividades, seguidamente garantiza el cumplimiento de los requisitos de los clientes, aumenta la relación y control de proveedores y el seguimiento y medición de los procesos, por otro lado permite la integración con otros sistemas, de igual manera permite la certificación y reconocimiento por parte las instituciones. (Cruz, López y Ruíz, 2016).

1.3. Importancia

La gestión de calidad resulta importante para el desarrollo sistemático de las actividades dentro de la organización, comprendiendo cada uno de los elementos que permiten el desarrollo del mismo, de igual manera busca desde todos los enfoques el beneficio mutuo entre el cliente y la empresa, siendo partícipes de la economía de un determinado segmento. (Valenzuela, 2012)

1.4. Gestión de calidad, ISSO 9001.

“Las normas de sistema de gestión ISO, proporcionan un modelo a seguir para establecer y operar un sistema de gestión, modelo que es construido en consenso internacional, obteniendo como ventaja la experiencia mundial de gestión y las buenas prácticas”

“Se define el sistema de gestión de la calidad como el conjunto de elementos de una organización que están interrelacionados o que interactúan para establecer políticas, objetivos, y procesos de calidad para alcanzar dichos objetivos de calidad”, enmarcado en siete principios fundamentales: 1) el enfoque al cliente, 2) el liderazgo, 3) el compromiso de las personas, 4) el enfoque en procesos, 5) la mejora, 6) la toma de decisiones basada en la evidencia, y 7) la gestión de las relaciones” (Cruz, López y Ruíz, 2016).

1.5. Técnicas de gestión de calidad

1.5.1. El círculo de Deming

El Ciclo PDCA (o círculo de Deming), es la sistemática más usada para implantar un sistema de mejora continua cuyo principal objetivo es la autoevaluación, destacando los puntos fuertes que hay que tratar de mantener y las áreas de mejora en las que se deberá actuar (Deming, 1989)

1.5.2. Triangulo de Juran

“La Trilogía de la Calidad explicada por Juran nos dice que cualquier organización que emprenda un viaje en la gestión de la calidad tendrá que tener tres procesos en marcha, que son: planeación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad”, para ello se tiene los elementos como planeación de la calidad, control de calidad y mejora de calidad respectivamente. (Juran, 1990)

1.5.3. Triangulo del servicio de Carlson

“El triángulo de servicio al cliente es la relación que se produce entre el cliente y el personal de línea frontal, entendiéndose por este último las personas que prestan el servicio en relación directa e inmediata con el cliente” (Carlson, 1977)

1.5.4. Principios de calidad de Ishikawa

“La defensa del conocimiento y propósito de los sistemas de calidad como parte integrante de la filosofía de trabajo de una organización, así como la consideración de que las empresas las forman sus trabajadores implica la necesidad de que la formación se encuentra muy vinculada a cualquier proceso de implementación de un Sistema de Gestión en cualquier empresa. Los procesos los mantienen y mejoran las personas, los objetivos y actuaciones las “empujan” las personas y la calidad es “defendida” por las personas. La necesidad de que el personal de una entidad esté formado (y sea partícipe activo) de la calidad de su organización es principio básico”

1.5.5. Calidad según Crosby

En las empresas donde no se contempla la calidad los desperdicios y esfuerzos de más pueden llegar del 20% al 40% de la producción, para ello planteo 14 pasos como el compromiso con la dirección, equipos de mejora de calidad, medición de nivel de calidad, evaluación del costo de calidad, conciencia, sistema de acciones correctivas, establecimiento de comités de programa, supervisión, establecer el día cero defectos, fijar metas, remover las causas de errores, dar conocimiento, formar consejos y efectuar la repetición o retroalimentación.

1.6. Componentes de la gestión de calidad

Para la evaluación del estudio se considera la teoría de (Camison, Cruz, y Gonzales, 2006), es así que se presenta las dimensiones descritas a continuación:

Elementos tangibles, en los que se puede considera al aspecto de las instalaciones y equipos, al mantenimiento y el estado de modernidad en el que se encuentran, la apariencia de las personas y materiales.

Fiabilidad, es la capacidad con la que cuenta una persona para cumplir con los objetivos y compromisos que adquieren en un periodo de tiempo determinado.

Capacidad de respuesta, es la capacidad con la que se puede contar la cual permita brindar un servicio de calidad y rapidez a los clientes.

Seguridad, es un concepto que abarca diversos criterios, como el de profesionalismo, que considera a las capacidades y actitudes con las que cuenta un profesional para el desarrollo correcto de las actividades y el servicio para el que fue contratado, también es considerada a la cortesía, que es el respeto, amabilidad y atención con la que el cliente es atendido, además, se tiene a la credibilidad, en la que se considera a la capacidad de honestidad de un colaborar al momento de prestar sus servicios, y finalmente, a la seguridad, la cual ayude a reducir los posibles riesgos que puedan existir.

Empatía, es la capacidad que permite comunicarse y comprender al cliente, y sobre todo ser amable frente a diversas situaciones (p.172)

Gestión de calidad

Deming (1920), indica que “la gestión de calidad es una responsabilidad de la dirección, un grado predecible de uniformidad y confiabilidad a bajo costo y adecuado al mercado, se observa un incremento de productividad cuando la variabilidad disminuye”.

Planificar:

“Se traza un plan, o sea reunir los medios, y ordenarlos hacia la consecución de un fin, para encaminar hacia él la acción, reduciendo los riesgos de un avance espontáneo”. Son sus elementos: los objetivos, las acciones a desarrollar, y los recursos que se necesitan. (Deming, 1920)

Hacer:

“Implica la comunicación de los resultados de la planeación a todos los involucrados y la ejecución coordinada de las actividades y el registro de los datos, hace referencias a las acciones de conocer los problemas existentes para luego implementar mejora constante” (Deming, 1920)

Verificar:

“Es una acción que alguien lleva a cabo con la misión de comprobar que algo o alguien son auténticos o que dicen y representan la verdad, mantiene las siguientes acciones, Analizar y desplegar los datos, conjuntamente con la interpretación y archivamiento de las verificaciones. (Deming, 1920)

Actuar:

“Implica la toma de decisiones relacionada con el estado de cosas determinado en la verificación, mantiene las siguientes acciones, incorporar la mejora al proceso; Comunicar la mejora a todos los integrantes de las Mypes”. (Deming, 1920)

2. Venta de ropa para damas

Representa un sector muy demandado, comprende el 15.6% de la actividad económica dentro del país, de los cuales su principal demanda se encuentra segmentada en infancia, adolescencia, juventud y adultez con mayor participación, dentro de ellos sus principales características están enfocadas en el tipo de marketing o servicio que se oferta a fin de estar al nivel de las expectativas de los clientes.

3. Influencia de los beneficios de las micro y pequeñas empresas

De acuerdo a Camison, Cruz, y Gonzales (2006), los beneficios que la gestión de calidad presenta una mejora en las *relaciones de los empleados*, en una mayor productividad, en una mayor *satisfacción de los clientes*, en un incremento en la cuota de mercado y en una *mejora en la rentabilidad*. Además, muchas organizaciones buscan la gestión de calidad con el objetivo de obtener una valoración acerca de la organización, la cual haga posible la identificación de las oportunidades de mejora con las que se cuenta en un determinado tiempo y sus fortalezas que permitan crecer. (p.714)

Muchas de estas investigaciones han llegado a concluir que existe relación positiva y directa entre las variables. Pero, las empresas pueden adquirir muchos beneficios al utilizar un método, el cual va más allá de mejorar los resultados.

4. Los beneficios con los que pueden contar las organizaciones son los siguientes:

- Medir de manera periódica el progreso de la empresa, para de esa forma conseguir una valoración de las mejoras alcanzadas y las fortalezas con las que cuenta la organización, todo esto en cada una de las áreas. Las valoraciones mencionadas son importantes pues realizan en los diferentes sectores y naciones.
- Lograr la obtención de mejoras en el desarrollo de los planes y las estrategias planteadas por la empresa u organización
- Lograr crear un marco conceptual y lenguaje común en la organización, el cual permita mejorar y gestionar la organización de manera adecuada.
- Lograr que la organización y todos los miembros que los conforman asuman y comprendan sus responsabilidades, tomando en cuenta conceptos primordiales de Excelencia.

- Lograr que las operaciones usuales se integren con las iniciativas de mejora dentro de la organización
- Lograr que la organización y sus normas pueda ser comprada con otras organizaciones europeas.
- Captar aspectos positivos rescatables de otras organizaciones, puesto que se muestran las buenas prácticas, las cuales son publicadas (Camison, Cruz, y Gonzales, 2006, p.731)

Por otra parte, se tiene como beneficios lo siguiente: ***Estabilización y mejora de la calidad***, con la ayuda de la implementación de conceptos de dirección, calidad y control las empresas pueden mejorar las actividades diarias que se realizan dentro de ella, y con respecto al establecimiento o lugar, se deben tomar en cuenta métodos de aseguramiento de calidad y métodos que aseguren dicha calidad. Es indispensable que dentro de las organizaciones existe consciencia de calidad, puesto que no solo es necesario cumplir con las expectativas de los clientes, sino también con las políticas y normas establecidas en la empresa u organización, las cuales implementadas, diseñadas, producidas y desarrolladas de una manera cuidadosa. Teniendo como resultado a los siguientes: a. Reducción en las deficiencias de problemas de instalación, servicio y producción, diseño en zonas defectuosas, b. mejorar con respecto a las dimensiones de calidad, seguridad y fiabilidad, las cuales deben cumplir con las necesidades de las personas. Con todo esto se busca satisfacer a los clientes, y en consecuencia mejorar la reputación de la empresa.

Mejorar de la productividad/reducción de los costos: “se produce efectos significativos gracias a las siguientes mejoras, reducción de los problemas en el diseño y desarrollo en la etapa de desarrollo de nuevos productos”.

Incremento de las ventas: Este es el resultado de la mejora de satisfacción de los clientes, con lo que se consigue un sistemático incremento, con la aproximación de la satisfacción de las necesidades gracias al cumplimiento de las necesidades de los clientes, generando desarrollo de nuevos productos, los cuales sean competitivos dentro de un determinado mercado, evitándose así problemas con el stock.

Incremento de los beneficios: En relación a los anteriores aspectos llegan a mejorar los beneficios de los colaboradores, pues se requiere de inversión en el entrenamiento del personal, en la educación, etc.

Diligente implementación de planes directos y organizacionales: en cuanto a esta dimensión es importante que la gestión como tal deba efectuarse considerando minuciosamente los planes de negocio orientados al beneficio mediante el desarrollo de nuevas políticas relacionados al componente histórico de la empresa para su implementación respectiva.

Cumplimiento de las metas del conjunto directivo: mediante el establecimiento de objetivos claros se supera una inadecuada cultura organizacional, deficientes prácticas y sobre todo las complejidades humanas, es en ese sentido que se busca direccionar todos los procedimientos de mejora para la continuidad de la actividad comercial.

Incrementar la motivación para direccionar, mejorar y la promoción de estándares: los resultados que alcance un área, departamento o empresa se tienen que anexar a todo el conglomerado existente, permitiendo de esta manera una mejora sistemática para lograr las metas.

Agrupación del poder y mejoramiento moral: se busca el establecimiento de habilidades de dirección tanto para los jefes inmediatos como para los colaboradores a fin de mejorar las actividades diarias, garantizando la reducción de ausentismo y el mejoramiento de la satisfacción de los clientes por parte el servicio, por otro lado, los grupos estarán claramente definidos.

Sistemas de dirección y de dirección total: comprende todos y cada uno de los sistemas para el mejoramiento de los procedimientos asociados al desarrollo de la empresa, de esta manera se mejorará la eficiencia, eficacia y efectividad respectivamente, es en ese sentido que su implementación ayuda al diagnóstico situacional para su cumplimiento de metas y direccionar el mercado comercial.

Como puede observarse, “todos estos resultados positivos están estrechamente relacionados entre sí, por lo que se produce una reacción en cadena que logra mejorar tanto la satisfacción individual de los empleados como los beneficios globales para la empresa”. (Camison, Cruz, y Gonzales, 2006, p.737)

2.2. Justificación

Conveniencia

Sirve como fuente de información para tomar decisiones dentro de la empresa, esto debido a que los resultados permitieron evidenciar las deficiencias en cuanto a su gestión de calidad, de igual manera estos permitirán conocer e identificar los beneficios que alcanzan.

Relevancia social

El programa beneficia a los empresarios de las mypes del sector venta de ropa Jeans, debido a que ayudará en la mejora del proceso de atención, producción, distribución y otros, siendo los clientes quienes tendrán un mejor servicio por cuanto, el personal, la infraestructura y la atención misma se verá mejorada, esto además implica un incremento de los beneficios para la organización en su conjunto.

Implicancias prácticas

Buscó plantear un análisis de la realidad de la gestión de calidad que se viene desarrollando dentro de las mypes, dando solución de esta manera a los problemas que se han identificado en cada uno de los procesos, tanto de atención como de los mecanismos de control para lograr los beneficios planteados.

Valor teórico

Esto enfatiza el uso de las teorías existentes para el desarrollo del estudio, mediante el cual se efectuó la evaluación, en el caso de gestión de calidad presentada por Deming (1920) y lo que respecta a los beneficios de las micro y pequeñas empresas por parte Camison, Cruz, y Gonzales (2006) respectivamente.

Utilidad metodológica

El resultado del estudio permitirá sostener teóricamente investigaciones a desarrollarse a futuro en el estudio de las variables, por otro lado, también los

instrumentos serán aplicados para evaluaciones dentro de un entorno idéntico a las mypes en estudio, ayudando a una estandarización en la evaluación de la gestión de calidad.

2.3. Formulación del problema

2.3.1. Problema general

¿Cuál es la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de Lima año 2018?

2.3.2. Problemas específicos

¿Cuáles son los elementos tangibles y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio?

¿Cómo está la capacidad de respuesta y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, evaluar la fiabilidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio?

¿Cuál es el nivel de seguridad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio?

¿Cómo está el nivel de empatía y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio?

2.4. Objetivos

2.4.1. Objetivo general

Establecer la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de Lima año 2018

2.4.2. Objetivos específicos

Conocer los elementos tangibles y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio.

Identificar la capacidad de respuesta y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, evaluar la fiabilidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio.

Evaluar la seguridad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio.

Identificar la empatía y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio.

III. Hipótesis

3.1. Hipótesis general

H₁: La gestión de calidad influye positivamente en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de Lima año 2018.

H₀: La gestión de calidad no influye en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de Lima año 2018.

3.2. Hipótesis específicas

H₁: La gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de lima año 2018, es adecuado.

H₁: Existe beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de lima año 2018

IV. Metodología

4.1. Diseño de investigación

De acuerdo a Príncipe (2016), representa un estudio no experimental por cuanto las variables no serán manipuladas para obtener los resultados, por el contrario, se evaluará de acuerdo a la realidad que se desarrolla dentro del objeto de estudio.

Se tuvo un estudio de corte transversal debido a que los datos extraídos se encuentran dentro de una delimitación temporal, es decir solo se considera los datos del 2018 para analizar la muestra y poder obtener los resultados (Príncipe, 2016).

Se presenta un estudio descriptivo por cuanto las variables serán descritas para ar solución a los objetivos planteados, permitiendo de este modo conocer a ciencia cierta como se desenvuelve dentro del segmento tanto la variable calidad como los beneficios de las micro y pequeñas empresas (Príncipe, 2016).

Se presentó un estudio correlacional debido a que el principal objeto de estudio es la determinación de la correlación que existe entre una variable y otra, es decir entre la gestión de calidad y los beneficios en las micro y pequeñas empresas den sector venta de ropa (Príncipe, 2016).

El estudio también es cuantitativo debido que para lograr la contrastación se utilizó un método estadístico, permitiendo así la aceptación de la hipótesis de estudio, además de que tiene una validez interna más significativa (Príncipe, 2016).

4.2. Población y muestra

Población

Estuvo conformada por 20 micro y pequeñas empresas que se encuentran en el distrito de la Victoria en el centro comercial Gamarra, en la galería Horizonte, las cuales son 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 contemplando en la metodología propuesta.

Muestra

La muestra estuvo constituida por el 100% de la población, debido a que es reducida, para ello se tuvo un muestreo no probabilístico, permitiendo de esta manera la aplicabilidad del instrumento, es decir los 20 micro y pequeñas empresas, además siendo esto un método censal donde el acceso a la información pudo ser extraído.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Definición

La gestión de calidad

Deming (1920), indica que “la gestión de calidad es una responsabilidad de la dirección, un grado predecible de uniformidad y confiabilidad a bajo costo y adecuado al mercado, se observa un incremento de productividad cuando la variabilidad disminuye”.

Beneficios de las micro y pequeñas empresas

las empresas mejoran sus operaciones diarias a través de la implantación de los conceptos de calidad y dirección y control del negocio, y del establecimiento de los métodos de control estadístico de la calidad y sistemas de aseguramiento de la calidad. (Camison, Cruz, y Gonzales, 2006, p.731)

Definición y operacionalización de variables

Variable I		Definición operacional			Escala de medición		
		Dimensión		Indicador			
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación			
Gestión de calidad	Deming (1920), indica que “la gestión de calidad es una responsabilidad de la dirección, un grado predecible de uniformidad y confiabilidad a bajo costo y adecuado al mercado, se observa un incremento de productividad cuando la variabilidad disminuye”.	Planificar	Representa el estudio de las metas para cubrir la satisfacción de los clientes mediante un seguimiento de las políticas establecidos al igual que las estrategias para el cumplimiento de los objetivos.	Metas	Likert		
				Objetivos			
				Programas			
				Estrategias			
							Políticas
		Hacer	El desarrollo de todo lo planificado, desde las más mínimas actividades de la organización.	Proceso actividades			
				Organización			
		Verificar	Se tiene que efectuar un seguimiento y medición de los procesos para brindar información acerca de los resultados alcanzados.	Seguimiento			
				Supervisar			
				Evaluaciones			
		Actuar	Permite tomar decisiones para el bienestar de la organización mediante una mejora continua, cuando se presente la oportunidad dentro de entorno.	Mejora continua			
				Liderazgo			
Motivación							
Variable II	Definición conceptual	Dimensiones	Definición	Denominación	Escala de medición		
				Conciencia de la calidad	Likert		

Beneficios de las micro y pequeñas empresas	las empresas mejoran sus operaciones diarias a través de la implantación de los conceptos de calidad y dirección y control del negocio, y del establecimiento de los métodos de control estadístico de la calidad y sistemas de aseguramiento de la calidad. (Camison, Cruz, y Gonzales, 2006, p.731)	Estabilización y mejora de la calidad	con la ayuda de la implementación de conceptos de dirección, calidad y control las empresas pueden mejorar las actividades diarias que se realizan dentro de ella, y con respecto al establecimiento o lugar, se deben tomar en cuenta métodos de aseguramiento de calidad y métodos que aseguren dicha calidad.	Políticas	
		Mejora de la productividad / Reducción de los costes	“Se produce efectos significativos gracias a las siguientes mejoras, reducción de los problemas en el diseño y desarrollo en la etapa de desarrollo de nuevos productos”	Reducción de los problemas en el diseño	
				Desarrollo en la etapa de desarrollo de nuevos productos	
		Incremento de las ventas	Como resultado de una mejora en la satisfacción de los consumidores, se consigue un incremento de las ventas gracias a una sistemática aproximación a la satisfacción de las necesidades de los consumidores y al desarrollo de nuevos productos competitivos que se anticipen a sus potenciales necesidades. También se accede a nuevos clientes o mercados y se evitan	Satisfacción de los consumidores	
				Nuevos productos competitivos	

			problemas relacionados con falta de stock.		
		Incremento de los beneficios	Conjuntamente, los dos anteriores puntos mejoran los beneficios	Promoción de la gestión de calidad	
				Gestión entre el personal	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

En las técnicas de medición se utilizó la encuesta, para evaluar las variables objeto de estudio (Hernández y Fernández, 2014).

Instrumentos

Los instrumentos que se utilizaron en el desarrollo de la investigación fueron los cuestionarios, pues se elaboró una serie de ítems en relación a las variables (Hernández y Fernández, 2014).

4.5. Plan de análisis

Tras la información obtenida, se procedió a la realización de los instrumentos de recolección de datos; para que luego sean incorporados o ingresados al programa computarizado Excel, y con ellos se hicieron los cruces necesarios que consideran las Hipótesis, conjuntamente con el spss (Hernández y Fernández, 2014).

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Diseño de la investigación	Técnica e instrumentos
<p>Problema general ¿Cuál es la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de lima año 2018?</p> <p>Problema específico ¿Cuáles son los elementos tangibles y su influencia en los</p>	<p>General Determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de lima año 2018.</p> <p>Específicos Conocer la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra,</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>H1: La gestión de calidad influye positivamente en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de lima año 2018.</p> <p>H0: La gestión de calidad no influye en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de lima año 2018.</p> <p>Hipótesis específicas</p>	<p>No experimental, descriptivo–correlacional, transversal, cuantitativo</p>	<p>Técnica Encuesta Instrumento Cuestionarios</p>
			Universo y muestra	
			<p>Población Estuvo conformada por 20 micro y pequeñas empresas que se encuentran en el distrito de la Victoria en el centro comercial Gamarra, en la galería Horizonte.</p> <p>Muestra La muestra estuvo constituida por el 100% de la población (20 micro y pequeñas empresas)</p>	
			<p>Variables</p>	

<p>beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio?</p> <p>¿Cómo está la capacidad de respuesta y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, evaluar la fiabilidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio?</p> <p>¿Cuál es el nivel de seguridad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio?</p> <p>¿Cómo está el nivel de empatía y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio?</p>	<p>distrito de la Victoria, departamento de lima año 2018.</p> <p>Identificar los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de lima año 2018.</p>	<p>H1: La gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de lima año 2018, es adecuado.</p> <p>H1: Existe beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de lima año 2018</p>	<p>Gestión de calidad Planificar Hacer Verificar Actuar</p> <p>Beneficios de las micro y pequeñas empresas Estabilización y mejora de la calidad Mejora de la productividad / Reducción de los costes Incremento de las ventas Incremento de los beneficios</p>
---	---	---	---

4.7. Principios éticos

Bajo la institucionalidad que rige como control la universidad, el estudio presenta los siguientes principios éticos, protección a las personas, donde los datos que se extrajeron solo fueron utilizados con fines íntegros del estudio, razón por el cual los datos son altamente custodiados por el investigador, de igual manera se orienta con el fin supremo de presentar beneficencia no solo para los participantes sino además por todos aquellos que puedan tener acceso al estudio para obtener información, finalmente se tiene el criterio de integridad científica donde se orienta a su correcta aplicación para la obtención de datos asertivos.

El autor de la presente investigación asumió el contenido del Decreto Supremo N°017-2015-MINEDU, y respetara las autorías contenidas en todo el trabajo de investigación cumpliendo con las normas establecidas por la Universidad, demostrando responsabilidad en el procesamiento de los datos obtenidos al aplicar los instrumentos de recolección.

V. Resultados

5.1. Resultados

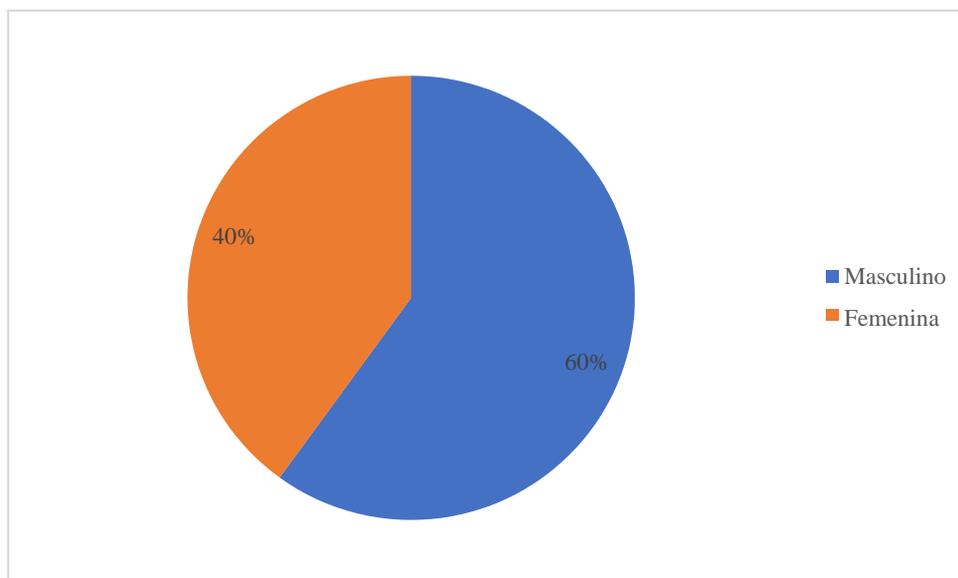
5.1.1. Tablas descriptivas

Datos descriptivos

Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	12	60,0	60,0	60,0
	Femenina	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Género

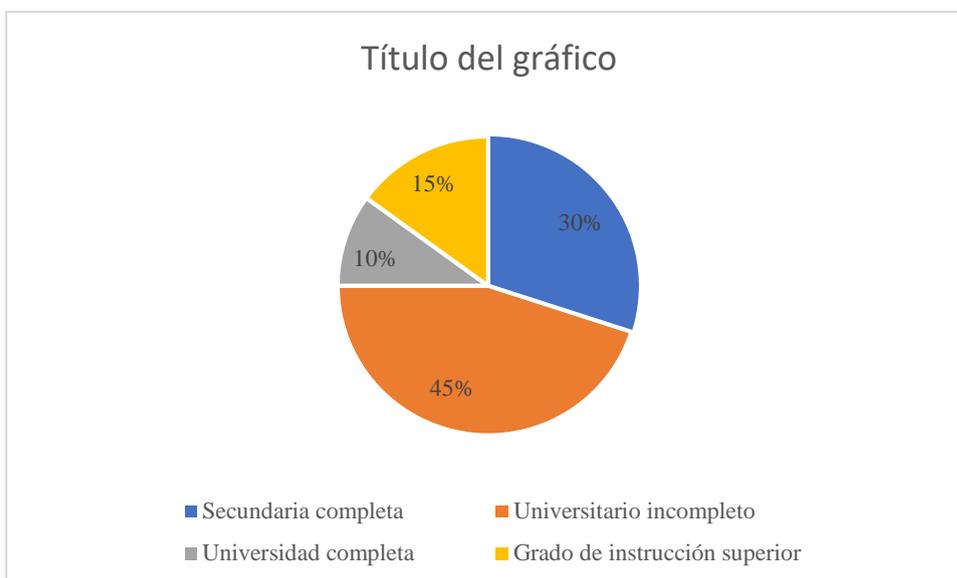
Interpretación: La figura muestra que la figura muestra un 60% de participantes masculinos y el 40% de micro y pequeños comerciantes femeninos

Grado de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Secundaria completa	6	30,0	30,0	30,0
	Universitario incompleto	9	45,0	45,0	75,0

Universidad completa	2	10,0	10,0	85,0
Grado de instrucción superior	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



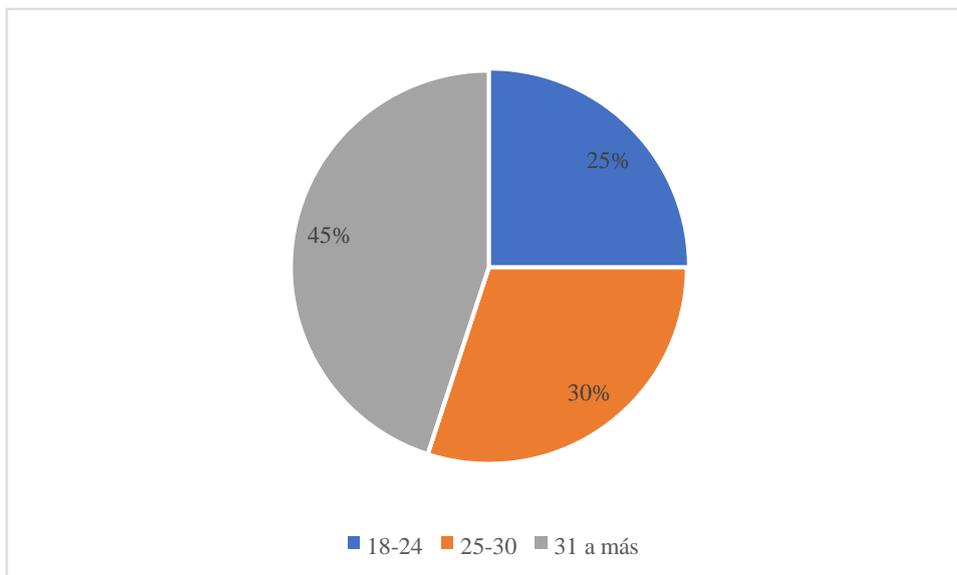
Grado de instrucción

Interpretación: El grado de instrucción más predominantes es de universitarios incompletos con un 45%, el 30% secundaria completa, grado de instrucción superior de 15% y finalmente el 10% de universidad completa respectivamente.

Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18-24	5	25,0	25,0
	25-30	6	30,0	55,0
	31 a más	9	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia



Edad

Interpretación: En las edades se observa que predominantemente están de 31 años a más con el 45% mientras que el 30% están entre los 25-30 años, finalmente los comprendidos entre los 18-24 años son el 25%.

Variable: gestión de calidad

Tabla 1

Se tiene correctamente establecido las metas a desarrollar.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	3	15,0	15,0
	Casi nunca	6	30,0	45,0
	A veces	6	30,0	75,0
	Casi siempre	2	10,0	85,0
	Siempre	3	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

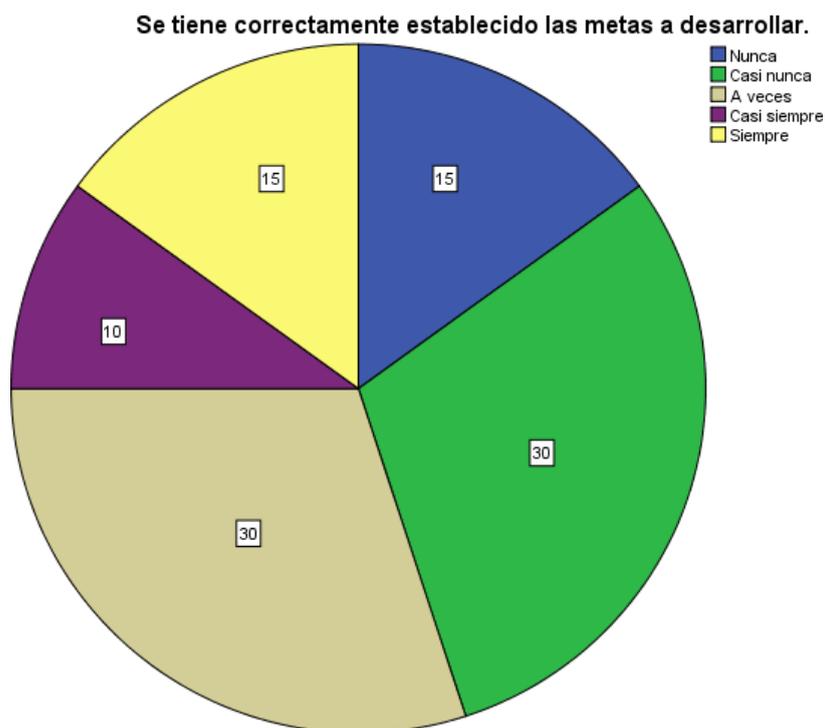


Figura 1 Se tiene correctamente establecido las metas a desarrollar.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla figura se observa las metas a desarrollar casi nunca y a veces son realizados en mayor prevalencia es decir en un 30 y 30%, y casi siempre con solo un 10%.

Tabla 2

La empresa tiene objetivos correctamente establecidos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Nunca	9	45,0	45,0
	Casi nunca	5	25,0	70,0
	A veces	1	5,0	75,0
	Casi siempre	3	15,0	90,0
	Siempre	2	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

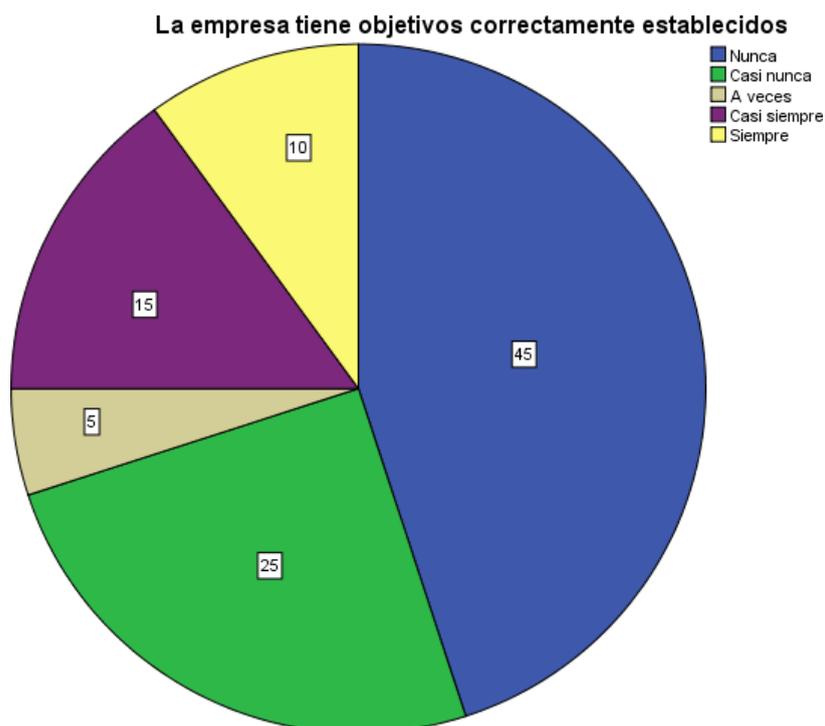


Figura 2 La empresa tiene objetivos correctamente establecidos

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla figura se observa los objetivos nunca están correctamente establecidos en un 45% y a veces es el índice más bajo con un 5% y casi nunca un 25%.

Tabla 3

Se tiene programado las actividades a desarrollar dentro de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	2	10,0	10,0
	Casi nunca	5	25,0	35,0
	A veces	6	30,0	65,0
	Casi siempre	2	10,0	75,0
	Siempre	5	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

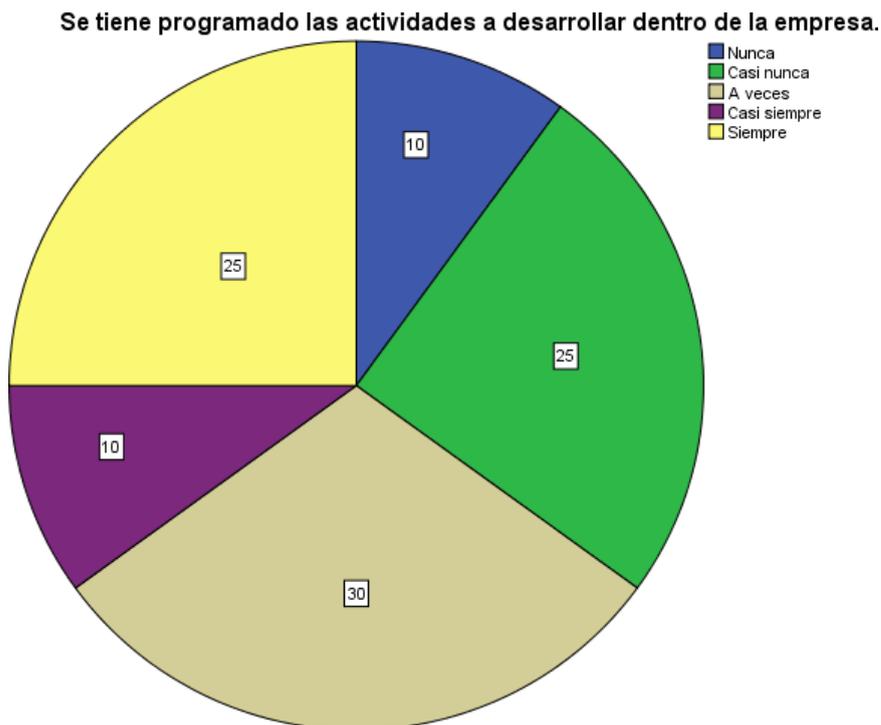


Figura 3 Se tiene programado las actividades a desarrollar dentro de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “se tiene programado las actividades a desarrollar dentro de la empresa”, nunca representa un 10%, casi nunca 25%, a veces un 30%, Casi siempre 10% y siempre 25%.

Tabla 4

Se tiene establecido políticas de ventas dentro de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	2	10,0	10,0
	Casi nunca	5	25,0	35,0
	A veces	4	20,0	55,0
	Casi siempre	5	25,0	80,0
	Siempre	4	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

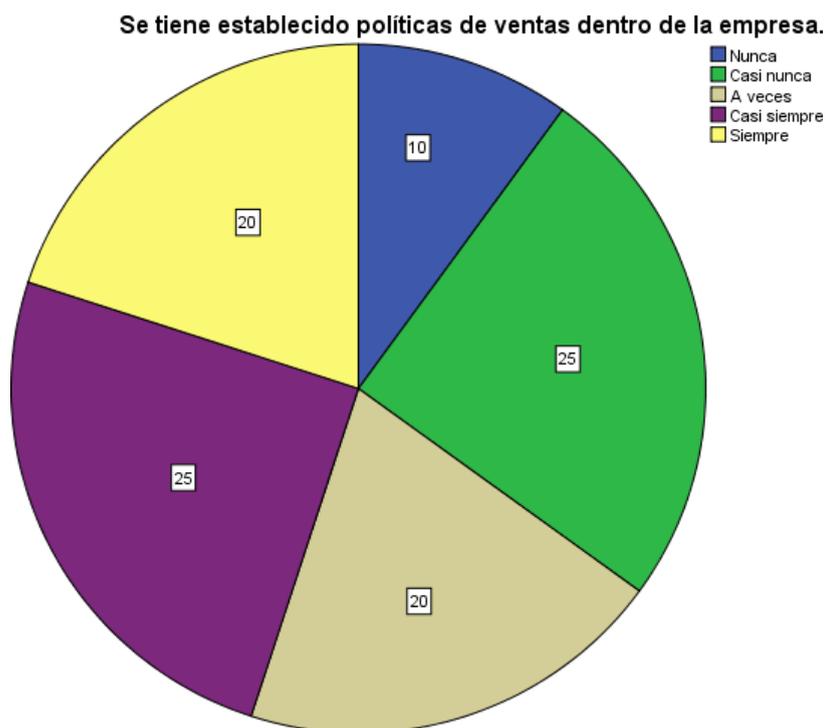


Figura 4 Se tiene establecido políticas de ventas dentro de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “Se tiene establecido políticas de ventas dentro de la empresa”, nunca representa un 10%, casi nunca 25%, a veces un 20%, Casi siempre 25% y siempre 20%.

Tabla 5

La empresa programa diariamente el proceso de venta.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	2	10,0	10,0
	Casi nunca	3	15,0	25,0
	A veces	2	10,0	35,0
	Casi siempre	4	20,0	55,0
	Siempre	9	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

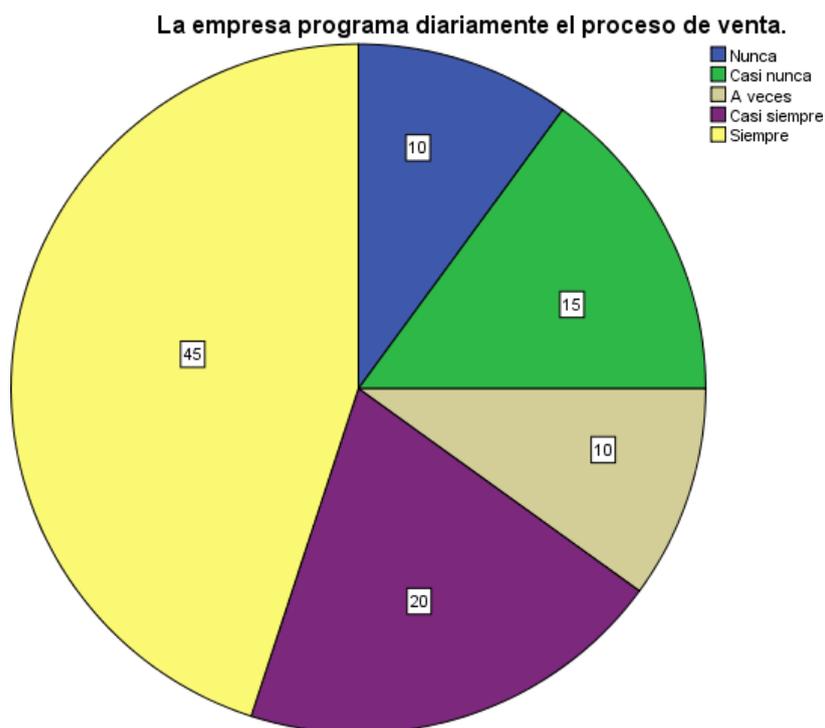


Figura 5 La empresa programa diariamente el proceso de venta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “La empresa programa diariamente el proceso de venta”, nunca representa un 10%, casi nunca 15%, a veces un 10%, Casi siempre 20% y siempre 40%.

Tabla 6

El personal es amable en el proceso de venta.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Nunca	5	25,0	25,0
	Casi nunca	5	25,0	50,0
	A veces	2	10,0	60,0
	Casi siempre	5	25,0	85,0
	Siempre	3	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

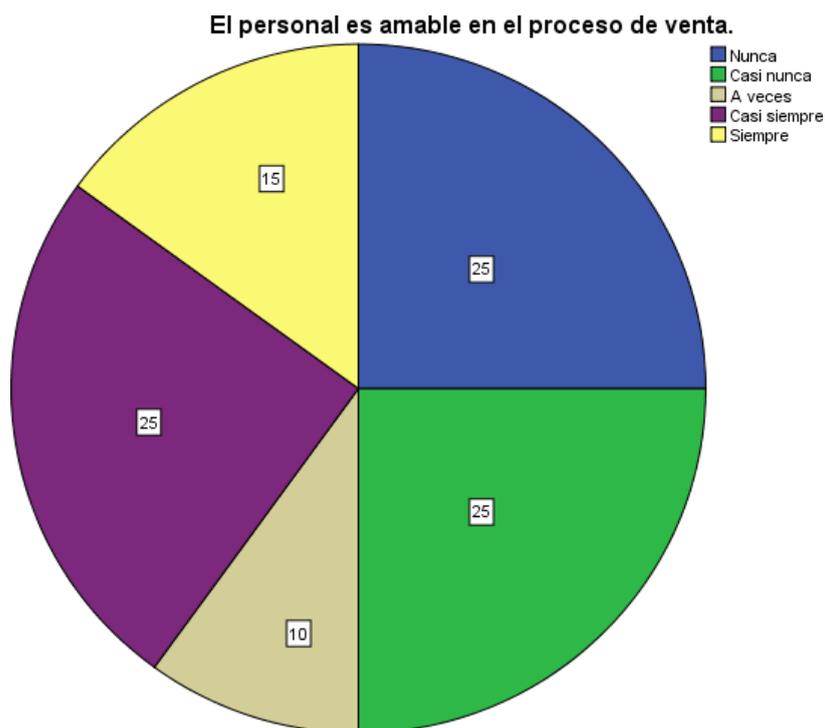


Figura 6 El personal es amable en el proceso de venta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “El personal es amable en el proceso de venta”, nunca representa un 25%, casi nunca 25%, a veces un 10%, Casi siempre 25% y siempre 15%.

Tabla 7

Los colaboradores dan solución inmediata a los problemas mencionados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	7	35,0	35,0	35,0
A veces	7	35,0	35,0	70,0
Válidos Casi siempre	4	20,0	20,0	90,0
Siempre	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

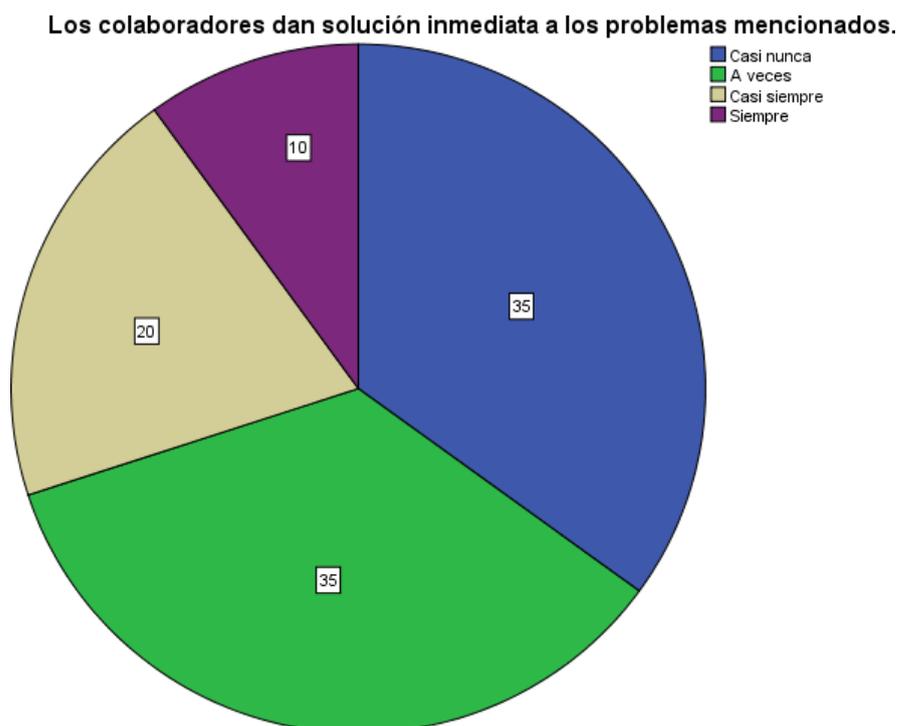


Figura 7 Los colaboradores dan solución inmediata a los problemas mencionados

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “Los colaboradores dan solución inmediata a los problemas mencionados”, casi nunca 35%, a veces un 35%, Casi siempre 20% y siempre 10%.

Tabla 8

Durante la atención el colaborador es empático con lo que está buscando.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Nunca	4	20,0	20,0	20,0
Casi nunca	4	20,0	20,0	40,0
A veces	2	10,0	10,0	50,0
Casi siempre	4	20,0	20,0	70,0
Siempre	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

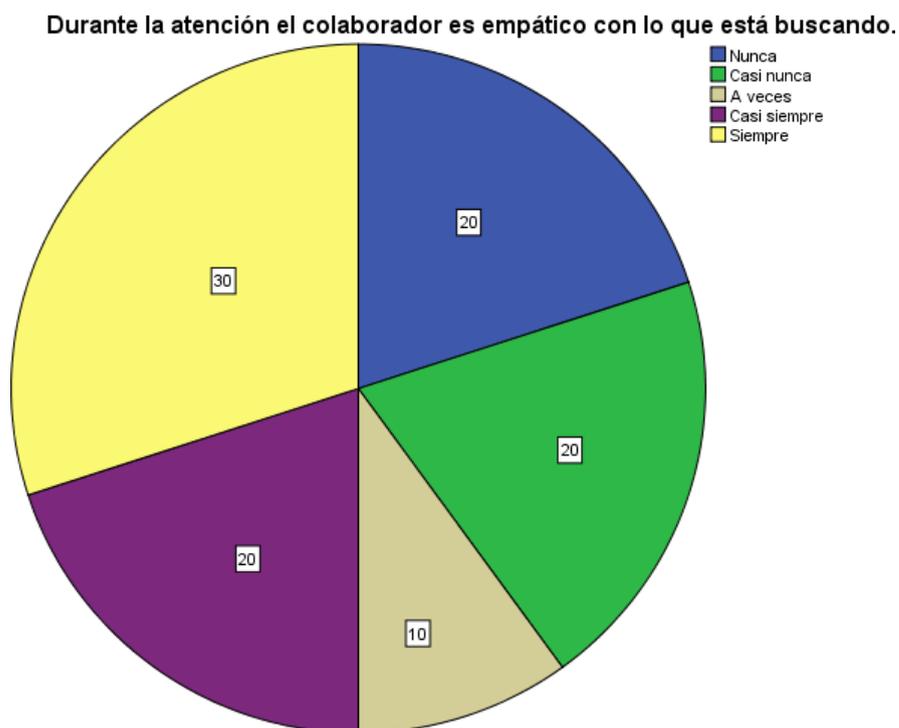


Figura 8 Durante la atención el colaborador es empático con lo que está buscando.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “Durante la atención el colaborador es empático con lo que está buscando”, nunca representa un 20%, casi nunca 20%, a veces un 10%, Casi siempre 20% y siempre 30%.

Tabla 9

Se hace un seguimiento de las actividades de venta de los colaboradores.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	4	20,0	20,0
	Casi nunca	5	25,0	45,0
	A veces	4	20,0	65,0
	Casi siempre	3	15,0	80,0
	Siempre	4	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

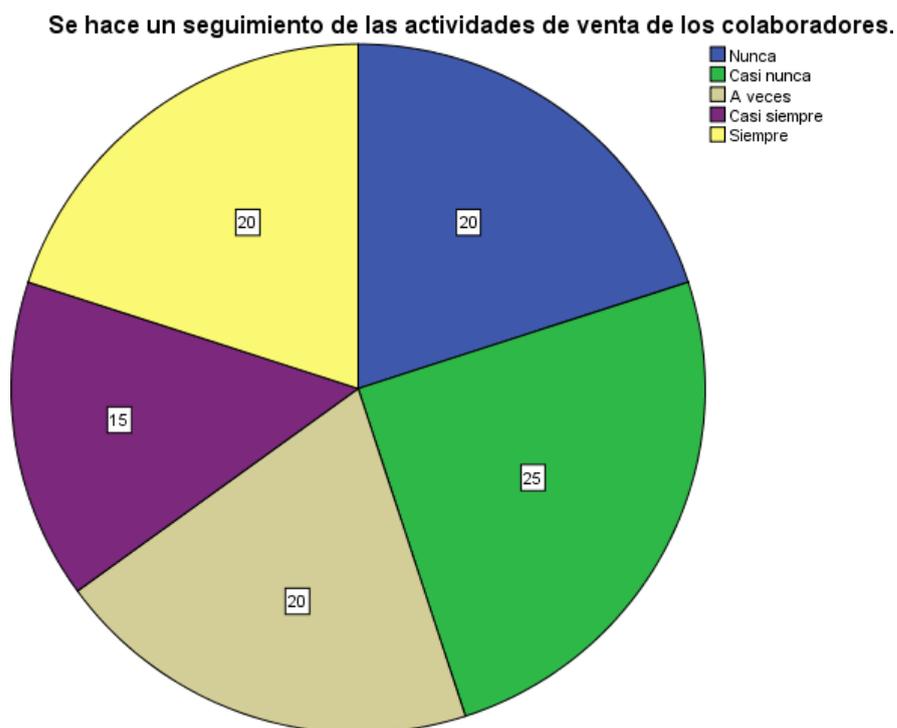


Figura 9 Se hace un seguimiento de las actividades de venta de los colaboradores

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “Se hace un seguimiento de las actividades de venta de los colaboradores”, nunca representa un 20%, casi nunca 25%, a veces un 20%, Casi siempre 15% y siempre 20%.

Tabla 10

Considera que el personal está en la capacidad de tomar decisiones.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	8	40,0	40,0
	Casi nunca	3	15,0	55,0
	A veces	3	15,0	70,0
	Casi siempre	2	10,0	80,0
	Siempre	4	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

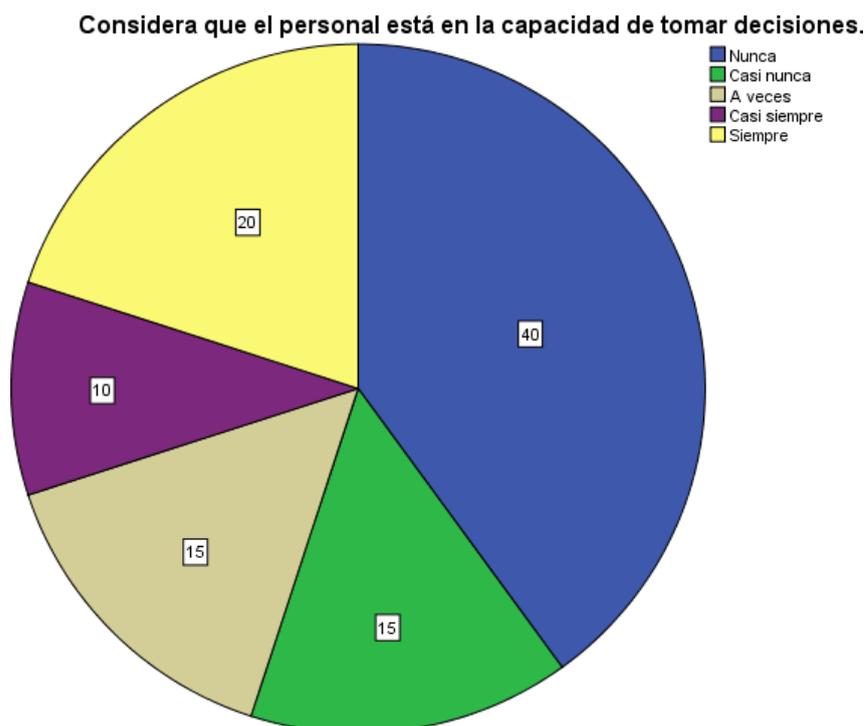


Figura 10 Considera que el personal está en la capacidad de tomar decisiones

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “Considera que el personal está en la capacidad de tomar decisiones”, nunca representa un 40%, casi nunca 15%, a veces un 15%, Casi siempre 10% y siempre 20%.

Tabla 11

La empresa evalúa constantemente los procesos de venta.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	4	20,0	20,0
	Casi nunca	4	20,0	40,0
	A veces	9	45,0	45,0
	Casi siempre	2	10,0	95,0
	Siempre	1	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

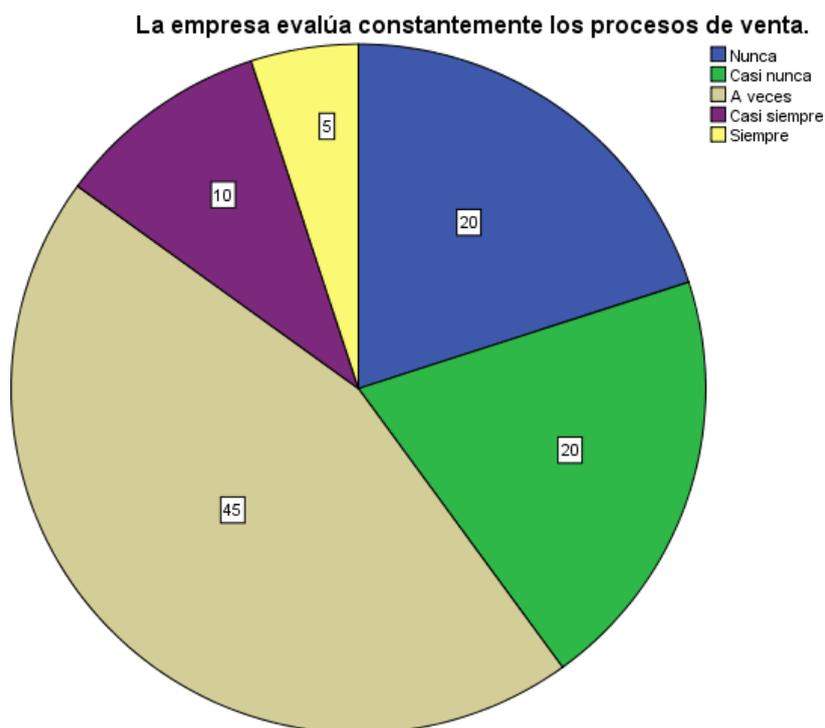


Figura 11 La empresa evalúa constantemente los procesos de venta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “La empresa evalúa constantemente los procesos de venta”, nunca representa un 20%, casi nunca 20%, a veces un 45%, Casi siempre 10% y siempre 5%.

Tabla 12

El personal siempre busca mejorar constantemente en los procesos de atención.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Nunca	1	5,0	5,0	5,0
Casi nunca	5	25,0	25,0	30,0
A veces	2	10,0	10,0	40,0
Casi siempre	5	25,0	25,0	65,0
Siempre	7	35,0	35,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

El personal siempre busca mejorar constantemente en los procesos de atención.

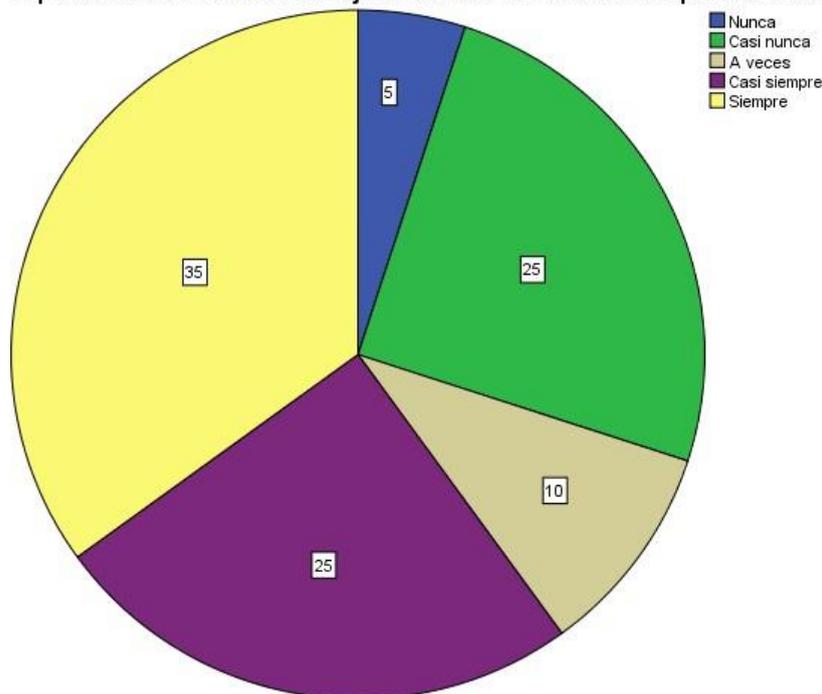


Figura 12 El personal siempre busca mejorar constantemente en los procesos de atención

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “El personal siempre busca mejorar constantemente en los procesos de atención”, nunca representa un 5%, casi nunca 25%, a veces un 10%, Casi siempre 25% y siempre 35%.

Tabla 13

En la empresa se cuenta con dirección por parte el propietario para el cumplimiento de las metas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	8	40,0	40,0
	Casi nunca	3	15,0	55,0
	A veces	3	15,0	70,0
	Casi siempre	2	10,0	80,0
	Siempre	4	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

En la empresa se cuenta con dirección por parte el propietario para el cumplimiento de las metas.

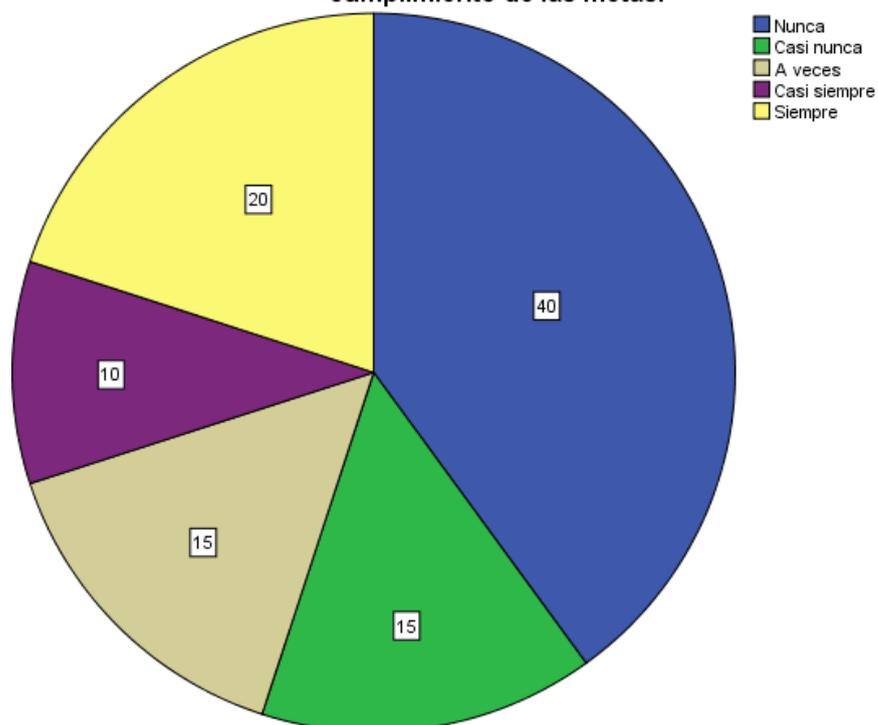


Figura 13 En la empresa se cuenta con dirección por parte el propietario para el cumplimiento de las metas

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “En la empresa se cuenta con dirección por parte el propietario para el cumplimiento de las metas”, nunca representa un 40%, casi nunca 15%, a veces un 15%, Casi siempre 10% y siempre 20%.

Tabla 14

Estoy motivado desarrollando mis actividades de venta.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	20,0	20,0	20,0
Casi nunca	4	20,0	20,0	40,0
A veces	9	45,0	45,0	85,0
Casi siempre	2	10,0	10,0	95,0
Siempre	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

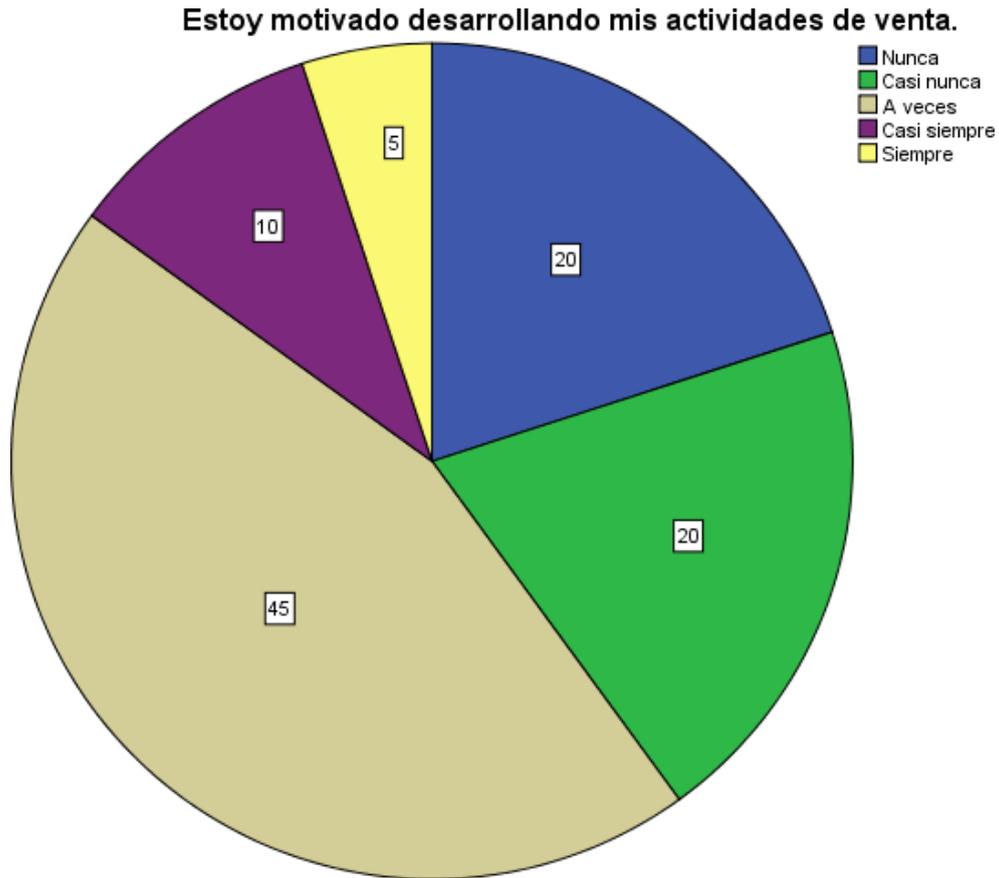


Figura 14 Estoy motivado desarrollando mis actividades de venta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “Estoy motivado desarrollando mis actividades de venta”, nunca representa un 20%, casi nunca 20%, a veces un 45%, Casi siempre 10% y siempre 5%.

Tabla 15

La empresa constantemente está mejorando su infraestructura y equipos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	5,0	5,0	5,0
Casi nunca	5	25,0	25,0	30,0
A veces	2	10,0	10,0	40,0
Casi siempre	5	25,0	25,0	65,0
Siempre	7	35,0	35,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

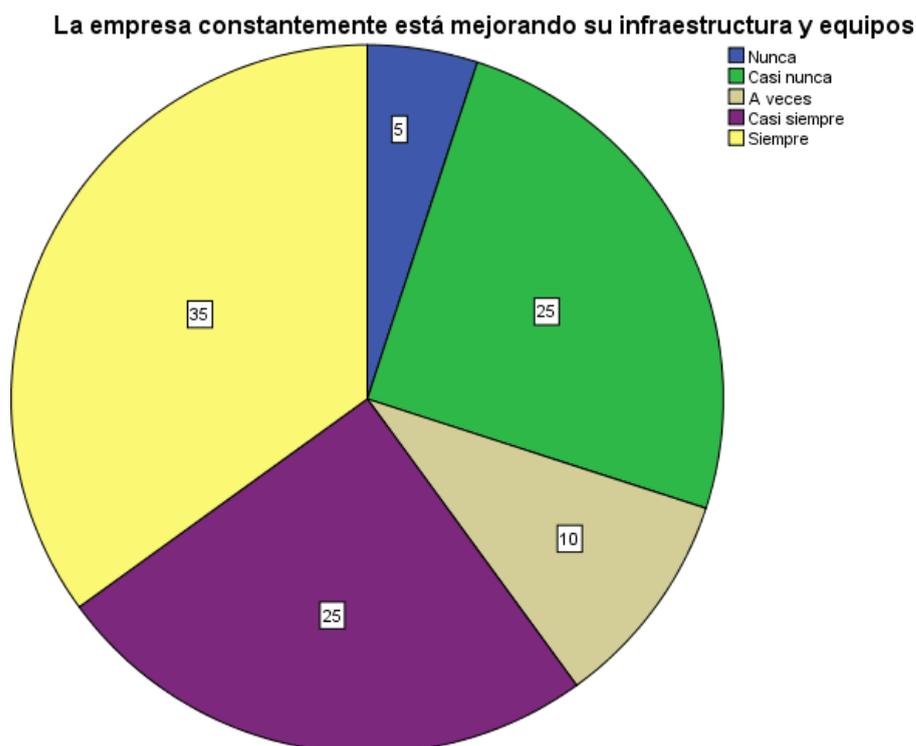


Figura 15 La empresa constantemente está mejorando su infraestructura y equipos

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “La empresa constantemente está mejorando su infraestructura y equipos”, nunca representa un 5%, casi nunca 25%, a veces un 10%, Casi siempre 25% y siempre 35%.

Variable: Beneficios de las micro y pequeñas empresas

Tabla 16

La empresa ha mejorado la calidad de atención.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	2	10,0	10,0
	Casi nunca	2	10,0	20,0
	A veces	6	30,0	30,0
	Casi siempre	1	5,0	5,0
	Siempre	9	45,0	45,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

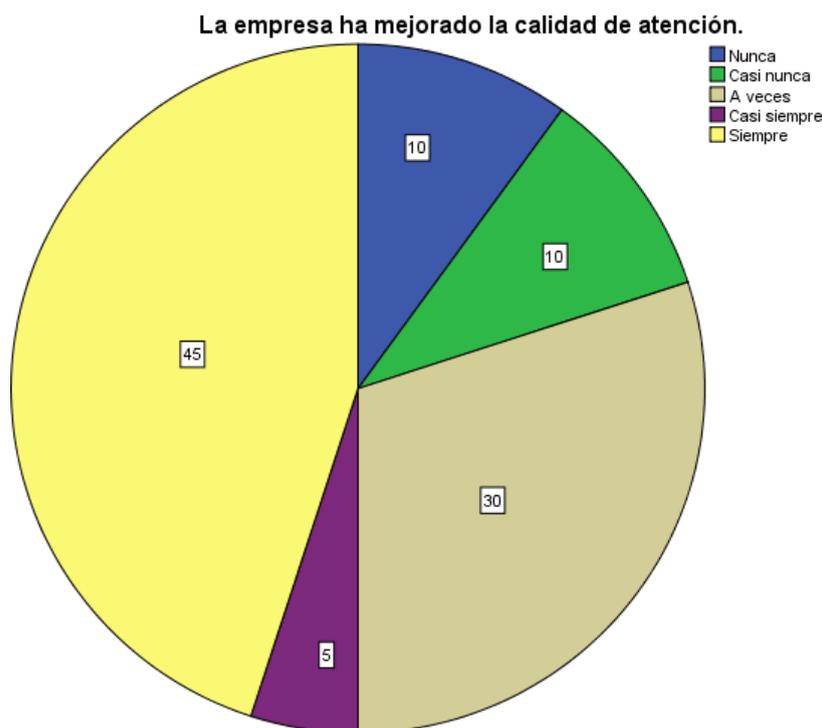


Figura 16 La empresa ha mejorado la calidad de atención.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “La empresa ha mejorado la calidad de atención”, nunca representa un 10%, casi nunca 10%, a veces un 30%, Casi siempre 5% y siempre 45%.

Tabla 17

La calidad de los productos ha mejorado sustancialmente.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	8	40,0	40,0	40,0
Casi nunca	2	10,0	10,0	50,0
A veces	5	25,0	25,0	75,0
Válidos Casi siempre	3	15,0	15,0	90,0
Siempre	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

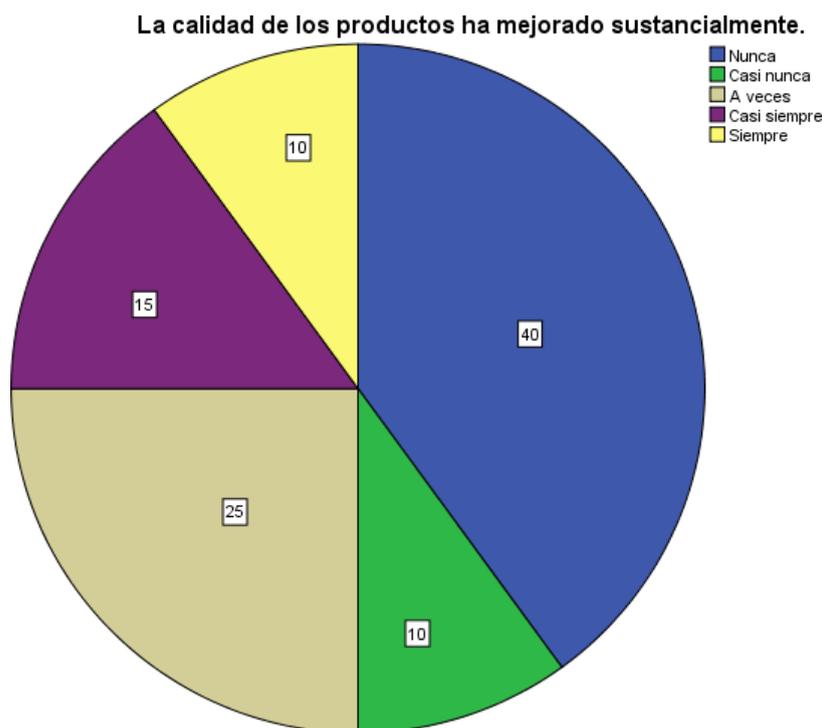


Figura 17 La calidad de los productos ha mejorado sustancialmente.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “La calidad de los productos ha mejorado sustancialmente”, nunca representa un 40%, casi nunca 10%, a veces un 25%, Casi siempre 15% y siempre 10%.

Tabla 18

Los precios de venta son desacuerdo al mercado competitivo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi nunca	3	15,0	15,0	15,0
	A veces	9	45,0	45,0	60,0
	Casi siempre	5	25,0	25,0	85,0
	Siempre	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

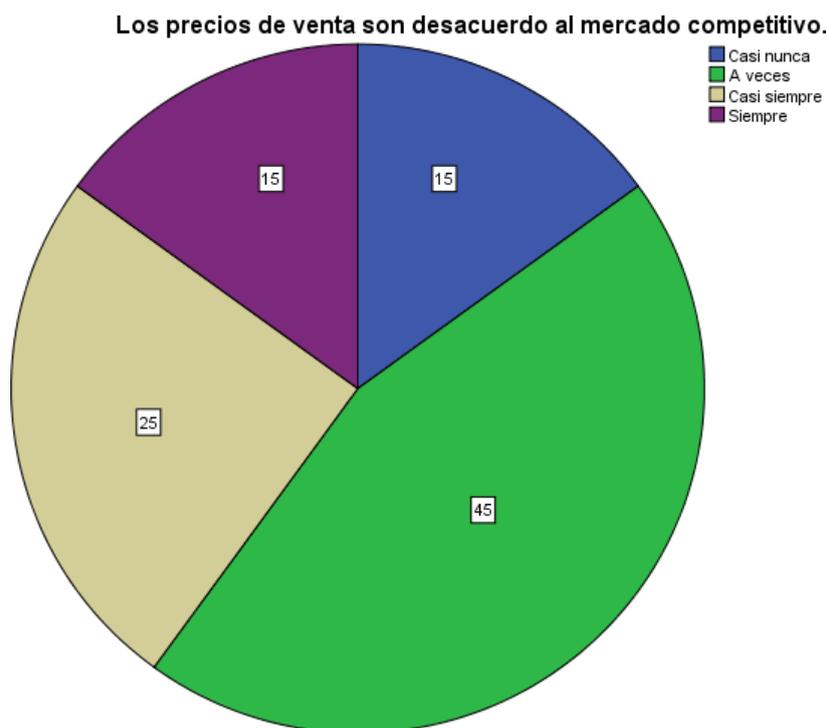


Figura 18 Los precios de venta son desacuerdo al mercado competitivo.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “Los precios de venta son desacuerdo al mercado competitivo”, casi nunca 15%, a veces un 45%, Casi siempre 25% y siempre 15%.

Tabla 19

La empresa posee un control de costos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	3	15,0	15,0	15,0
	Casi nunca	2	10,0	10,0	25,0
	A veces	7	35,0	35,0	60,0
	Casi siempre	5	25,0	25,0	85,0
	Siempre	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

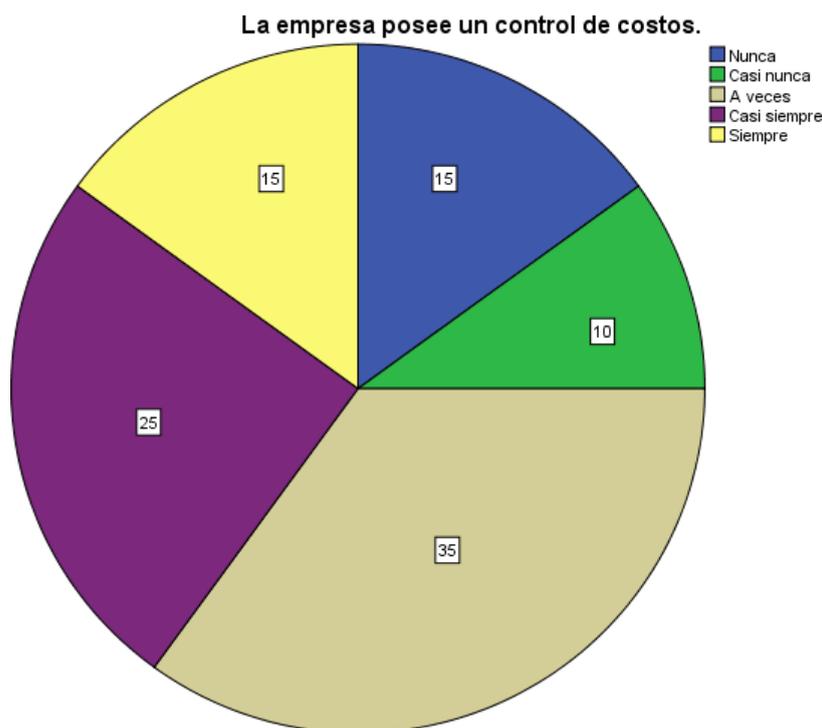


Figura 19 La empresa posee un control de costos.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “La empresa posee un control de costos”, nunca representa un 15%, casi nunca 10%, a veces un 35%, Casi siempre 25% y siempre 15%.

Tabla 20

La empresa distribuye en grandes volúmenes diariamente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi nunca	3	15,0	15,0	15,0
	A veces	2	10,0	10,0	25,0
	Casi siempre	4	20,0	20,0	45,0
	Siempre	11	55,0	55,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

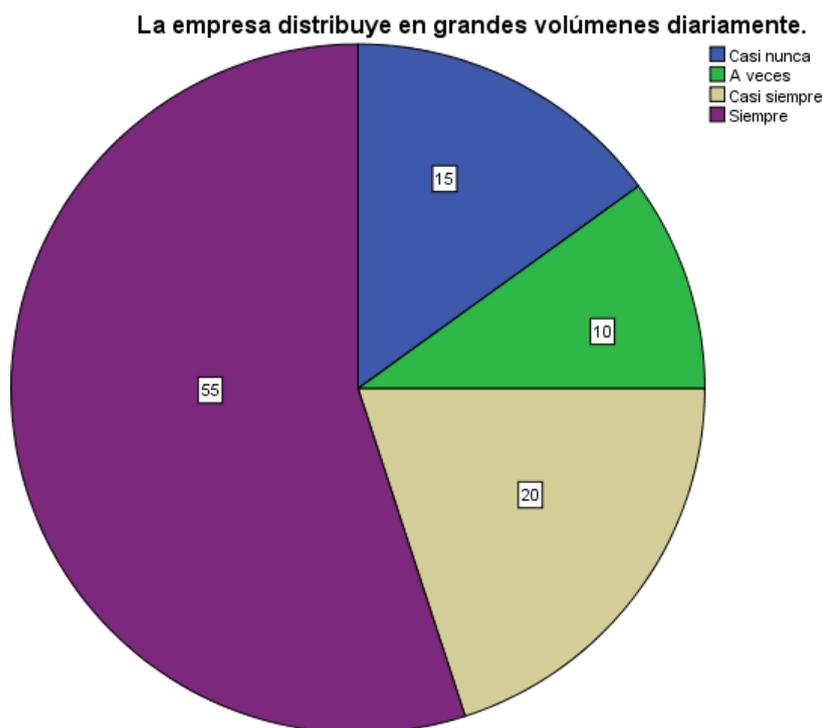


Figura 20 La empresa distribuye en grandes volúmenes diariamente.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “La empresa distribuye en grandes volúmenes diariamente”, casi nunca 15%, a veces un 10%, Casi siempre 20% y siempre 55%.

Tabla 21

Los costes son sumamente menores a las ventas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Nunca	3	15,0	15,0	15,0	
Casi nunca	6	30,0	30,0	45,0	
A veces	2	10,0	10,0	55,0	
Válidos	Casi siempre	6	30,0	30,0	85,0
	Siempre	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Figura 21 Los costes son sumamente menores a las ventas.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “Los costes son sumamente menores a las ventas”, nunca representa un 15%, casi nunca 30%, a veces un 10%, Casi siempre 30% y siempre 15%.

Tabla 22

Las ventas se han incrementado en comparación a periodos anteriores.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	2	10,0	10,0	15,0
	A veces	8	40,0	40,0	55,0
	Casi siempre	4	20,0	20,0	75,0
	Siempre	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

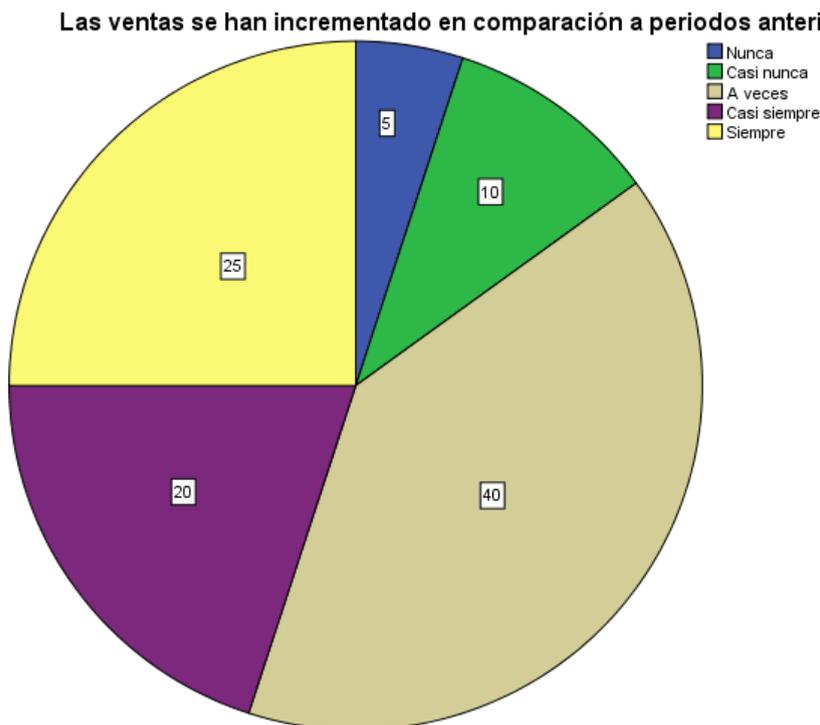


Figura 22 Las ventas se han incrementado en comparación a periodos anteriores.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “Las ventas se han incrementado en comparación a periodos anteriores”, nunca representa un 5%, casi nunca 10%, a veces un 40%, Casi siempre 20% y siempre 25%.

Tabla 23

La empresa ha tenido un mayor margen de utilidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	5	25,0	25,0	25,0
Casi nunca	5	25,0	25,0	50,0
A veces	4	20,0	20,0	70,0
Casi siempre	1	5,0	5,0	75,0
Siempre	5	25,0	25,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

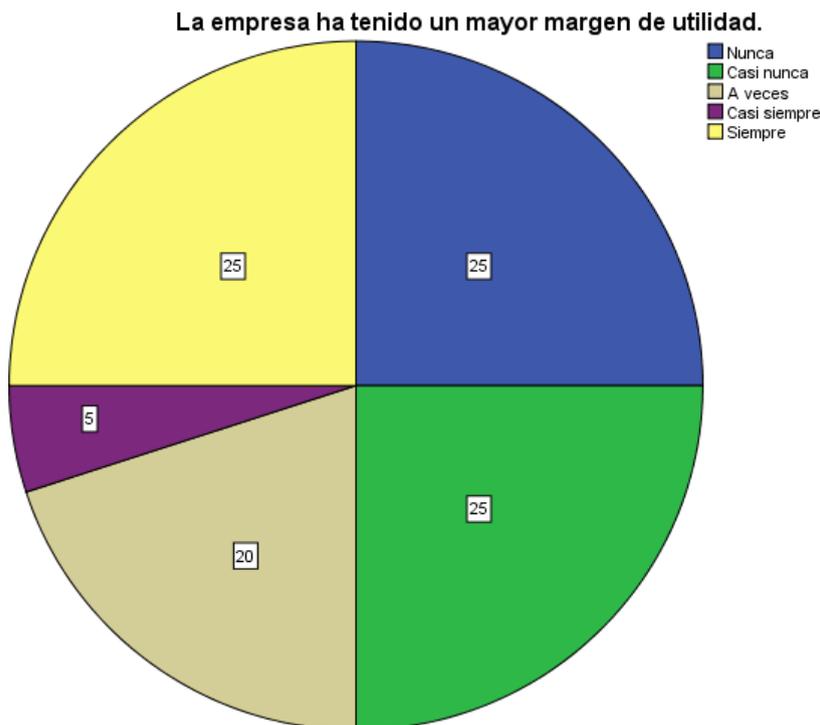


Figura 23 La empresa ha tenido un mayor margen de utilidad.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “La empresa ha tenido un mayor margen de utilidad”, nunca representa un 25%, casi nunca 25%, a veces un 20%, Casi siempre 5% y siempre 25%.

Tabla 24

Los volúmenes de venta mensualmente van creciendo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	10,0	10,0	10,0
Casi nunca	1	5,0	5,0	15,0
A veces	2	10,0	10,0	25,0
Casi siempre	4	20,0	20,0	45,0
Siempre	11	55,0	55,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

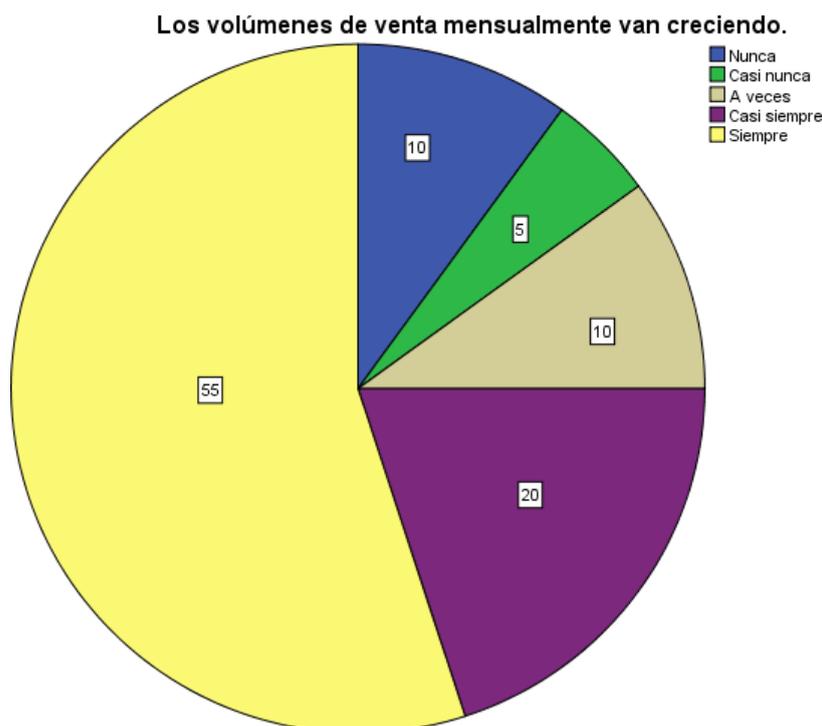


Figura 24 Los volúmenes de venta mensualmente van creciendo.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “Los volúmenes de venta mensualmente van creciendo”, nunca representa un 10%, casi nunca 5%, a veces un 10%, Casi siempre 20% y siempre 25%.

Tabla 25

La empresa constantemente evalúa sus niveles de ganancia.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	2	10,0	10,0
	Casi nunca	1	5,0	15,0
	A veces	5	25,0	40,0
	Casi siempre	7	35,0	75,0
	Siempre	5	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

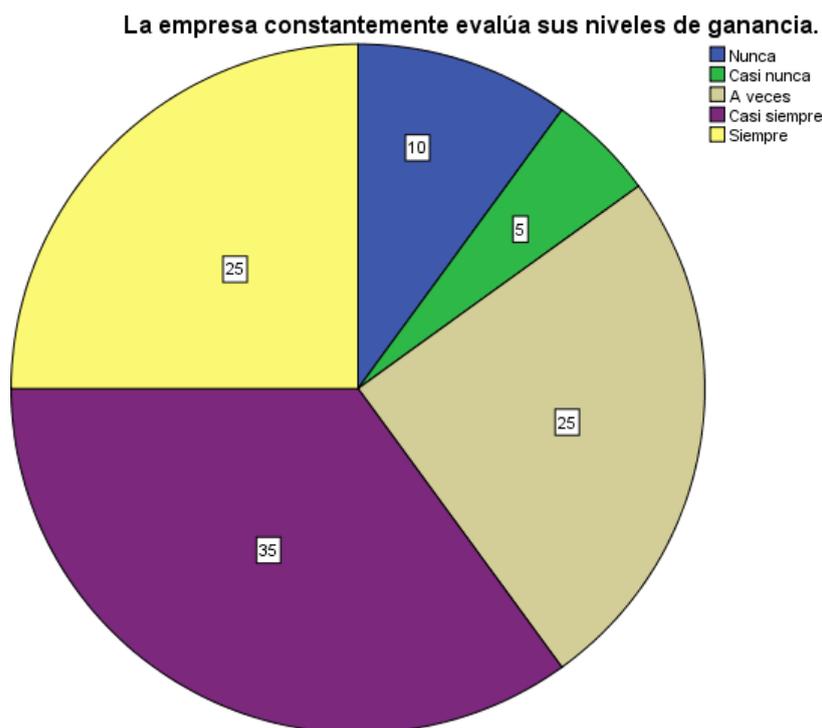


Figura 25 La empresa constantemente evalúa sus niveles de ganancia.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “La empresa constantemente evalúa sus niveles de ganancia”, nunca representa un 10%, casi nunca 5%, a veces un 25%, Casi siempre 35% y siempre 25%.

Tabla 26

Los colaboradores cuentan con todos los benéficos de ley.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Nunca	4	20,0	20,0	20,0	
Casi nunca	3	15,0	15,0	35,0	
A veces	4	20,0	20,0	55,0	
Válidos	Casi siempre	2	10,0	10,0	65,0
	Siempre	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

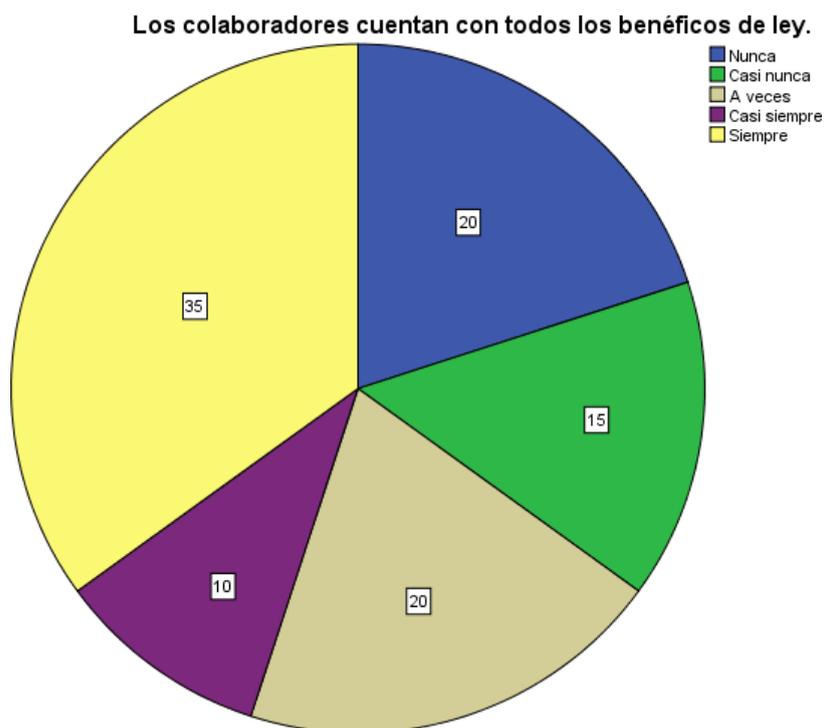


Figura 26 Los colaboradores cuentan con todos los beneficios de ley.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “Los colaboradores cuentan con todos los beneficios de ley”, nunca representa un 20%, casi nunca 15%, a veces un 20%, Casi siempre 10% y siempre 35%.

Tabla 27

Se ha mejorado los procesos y la infraestructura de la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi nunca	2	10,0	10,0	10,0
	A veces	10	50,0	50,0	60,0
	Casi siempre	3	15,0	15,0	75,0
	Siempre	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

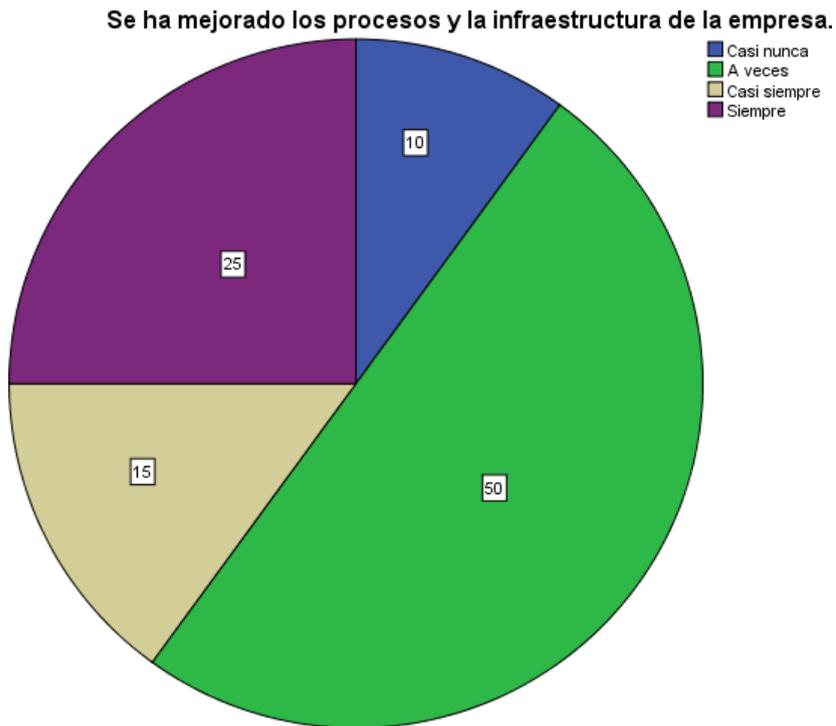


Figura 27 Se ha mejorado los procesos y la infraestructura de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la tabla y figura “Se ha mejorado los procesos y la infraestructura de la empresa”, casi nunca 10%, a veces un 50%, Casi siempre 15% y siempre 25%.

5.1.2. Presentación de objetivos

La gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de Lima año 2018.

Luego de la aplicación del instrumento se ha obtenido como resultado general la presente tabla:

Tabla 28

La gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas

Escala	Frecuencia		%	
Bajo	15	34	5	25%
Medio	35	54	13	65%
Alto	55	75	2	10%
Total			20	100%

Fuente: Elaboración propia

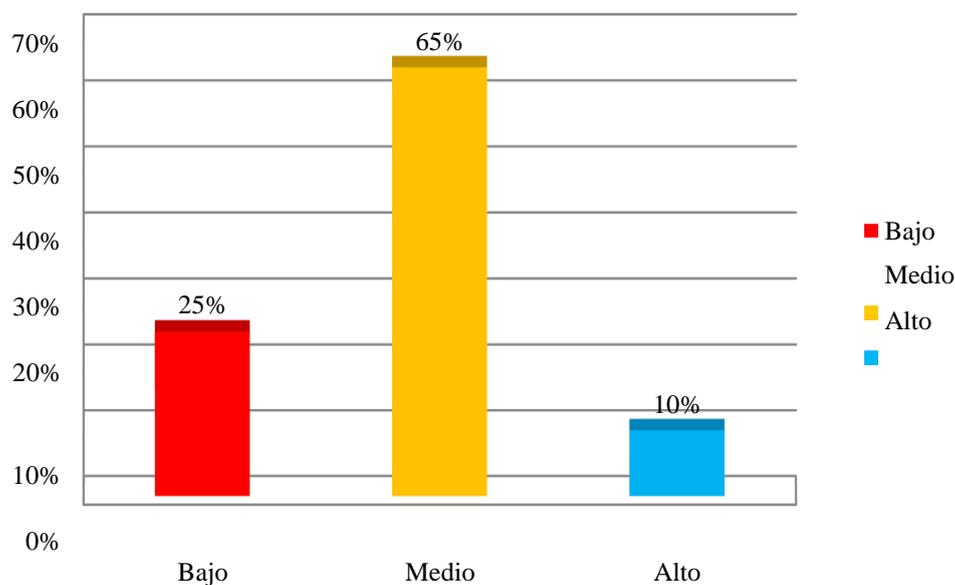


Figura 28 *La gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la aplicación de los instrumentos se ha observado que la gestión de calidad es medio en 65%, esto debido a que en la empresa el ambiente no es el apropiado en cuanto a su iluminación ruido y ventilación, esto debido a que muchos

de los clientes suelen indicar que el espacio no permite desarrollar el proceso de compra apropiadamente, además se observa que la capacidad de respuesta tiene muchas trabas al momento de efectuar una pregunta en cuanto a los productos y sobre todo la falta de empatía lo que no permite un mayor nivel de ventas respectivamente.

Se presenta también de acuerdo a sus dimensiones descritos a continuación:

Tabla 29

Planificar

Escala	Frecuencia	%
Bajo	1	5%
Medio	16	80%
Alto	3	15%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia

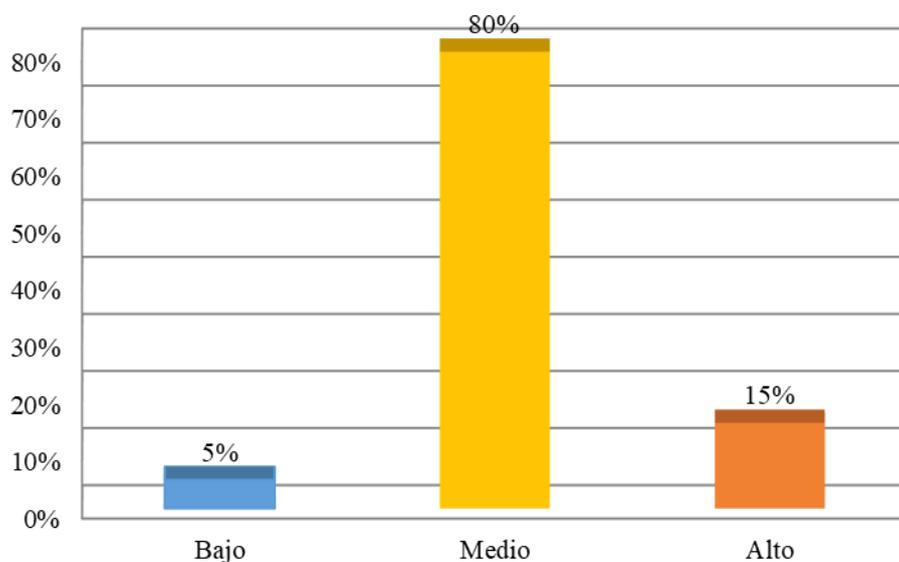


Figura 29 Elementos tangibles

Interpretación

La tabla y figura muestran que “planificar” se encuentran en un nivel medio del 80%, así mismo 15% alto y solo el 5% bajo, lo que no permite tener una gestión de calidad adecuada.

Tabla 30

Hacer

Escala	Frecuencia	%
Bajo	3	15%
Medio	10	50%
Alto	7	35%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia

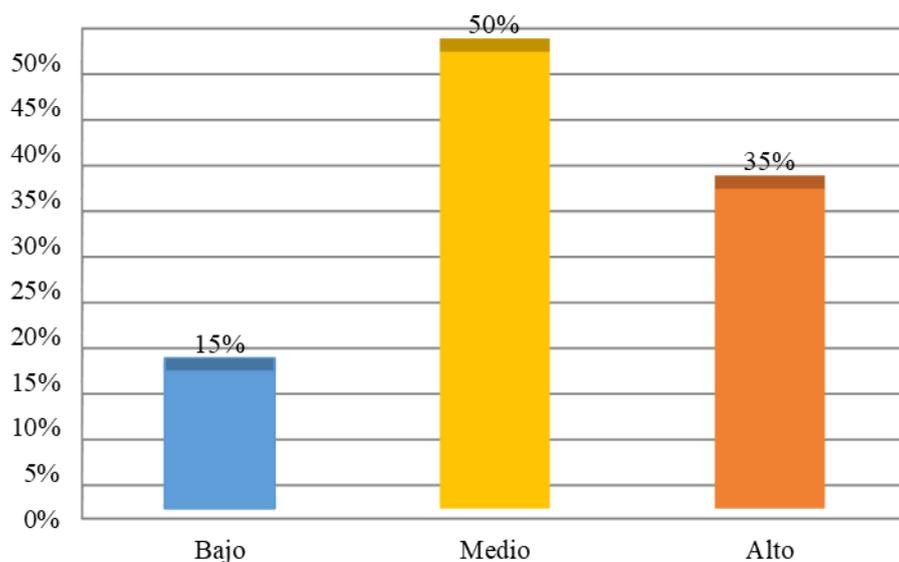


Figura 30 Fiabilidad

Interpretación

La tabla y figura muestran que “hacer” se encuentra en un nivel medio del 50%, así mismo 35% alto y solo el 15% bajo, lo que no permite tener una gestión de calidad adecuada.

Tabla 31

Verificar

Escala	Frecuencia	%
Bajo	5	25%
Medio	7	35%
Alto	8	40%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia

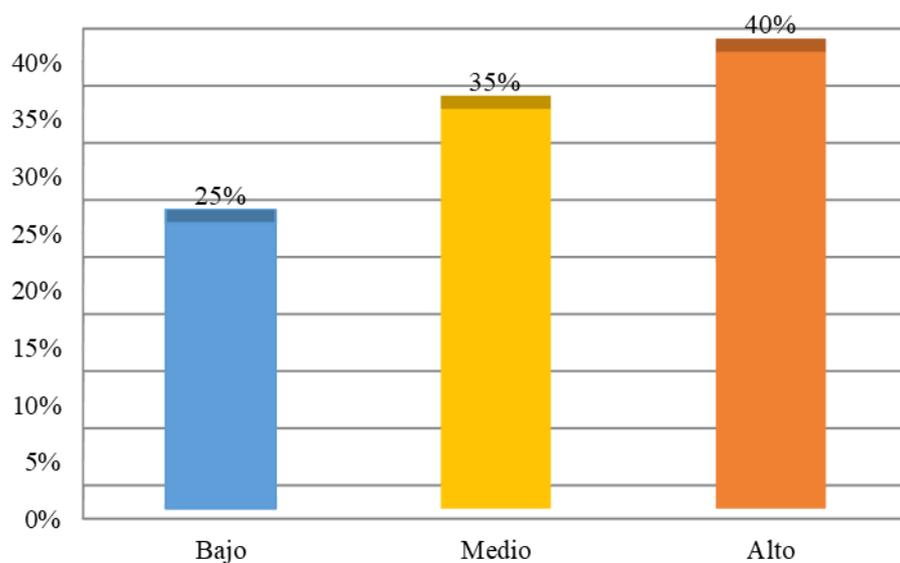


Figura 31 Capacidad de respuesta

Interpretación

La tabla y figura muestran que “verificar” de respuesta se encuentra en un nivel medio del 35%, así mismo 40% alto y solo el 2% bajo, este permite tener una calidad propicia para el desarrollo de las actividades.

Tabla 32

Actuar

Escala	Frecuencia	%
Bajo	0	0%
Medio	12	60%
Alto	8	40%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia

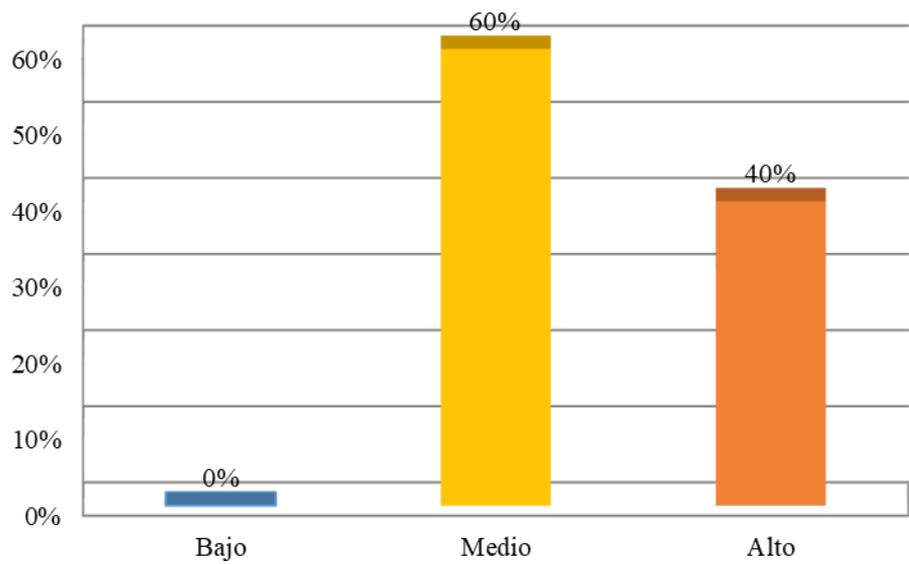


Figura 32 Seguridad

Interpretación

La tabla y figura muestran que “actuar” alcanza un nivel medio del 60%, así mismo 40% alto, permitiendo de esta manera desarrollar las actividades en la organización.

Beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de Lima año 2018

Para el desarrollo del estudio se ha considerado la aplicación del instrumento el mismo que se presentan en las tablas descritas a continuación:

Tabla 33

Beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio

Escala			Frecuencia	%
Bajo	12	27	1	5%
Medio	28	43	16	80%
Alto	44	60	3	15%
Total			20	100%

Fuente: Elaboración propia

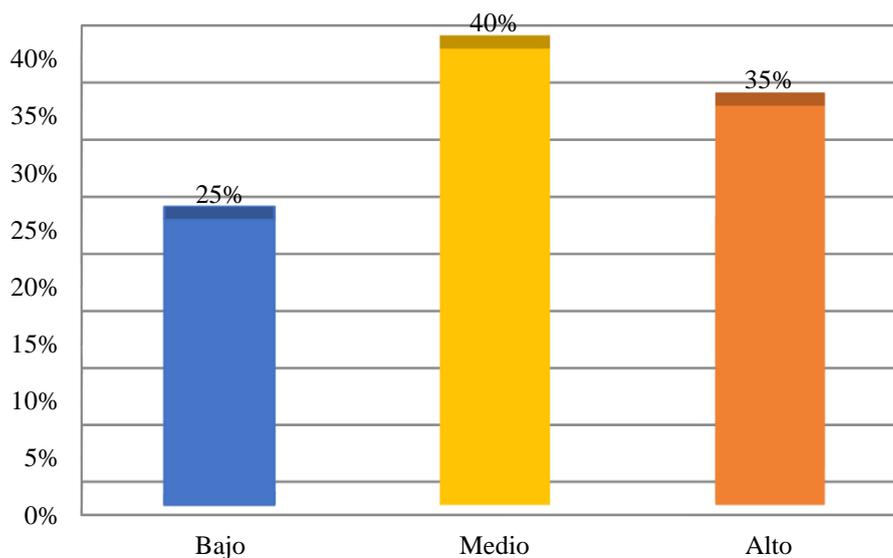


Figura 33 Beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio

Interpretación

El desarrollo de los instrumentos evidencia que se presenta un nivel de 80% de beneficios medios, esto debido a que la ausencia de una alta gestión de calidad no genera niveles de ventas altas de manera mensual, además de no contar con un proceso de análisis de costos, este no permite que se disponga de un margen de utilidad frente a las demás microempresas, por otro lado el 15% de las empresas

consideran que los beneficios son altos en cuanto a la implementación de la gestión de calidad.

Es necesario desarrollar las diferentes dimensiones, descritos a continuación:

Tabla 34

Estabilización y mejora de la calidad

Escala	Frecuencia	%
Bajo	12	60%
Medio	5	25%
Alto	3	15%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia

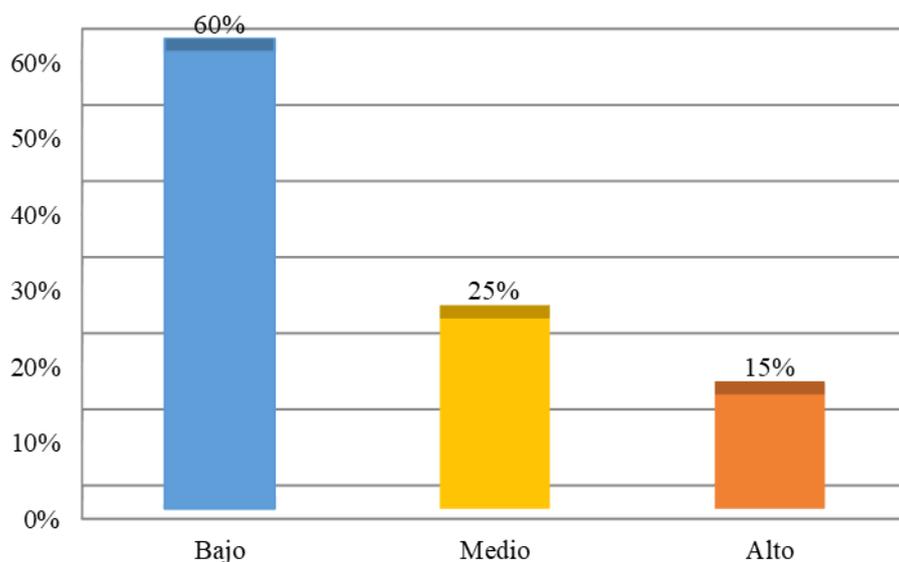


Figura 34 Estabilización y mejora de la calidad

Interpretación

La tabla y figura muestran que la estabilización y mejora de la calidad como beneficio se presentan de manera baja en el 60%, medio en 25% y solo indican que se presentan de manera alta en el 15%.

Tabla 35

Mejora de la productividad / Reducción de los costes

Escala	Frecuencia	%
Bajo	1	5%
Medio	15	75%
Alto	4	20%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia

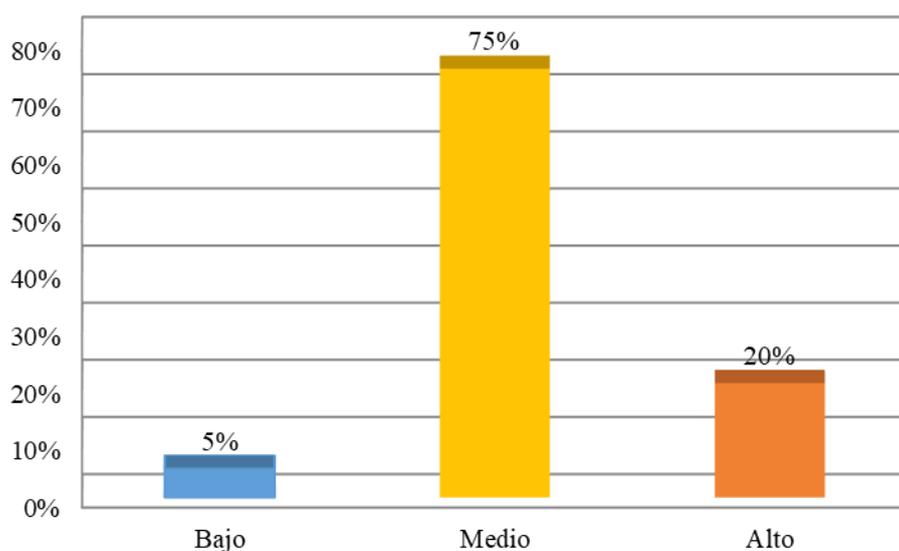


Figura 35 Estabilización y mejora de la calidad

Interpretación

La tabla y figura muestran que la mejora de la productividad / Reducción de los costes de la calidad como beneficio se presentan de manera media en un 75%, mientras que alto en un 20% y solo bajo en 5%.

Tabla 36

Incremento de las ventas

Escala	Frecuencia	%
Bajo	3	15%
Medio	12	60%
Alto	5	25%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia

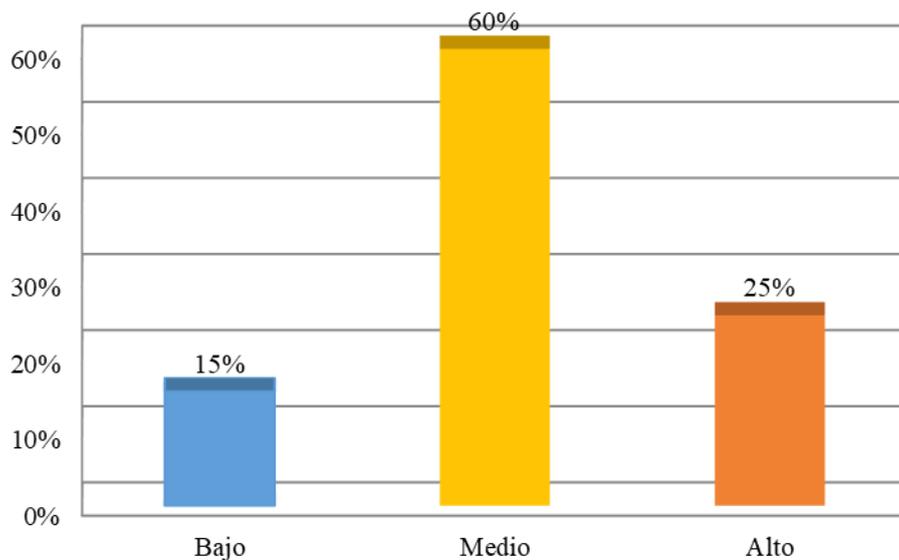


Figura 36 Incremento de las ventas

Interpretación

La tabla y figura muestran que el incremento de las ventas por la calidad como beneficio se presenta de manera media en un 60%, mientras que alto en un 25% y solo bajo en 15%.

Tabla 37

Incremento de los beneficios

Escala	Frecuencia	%
Bajo	5	25%
Medio	8	40%
Alto	7	35%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia

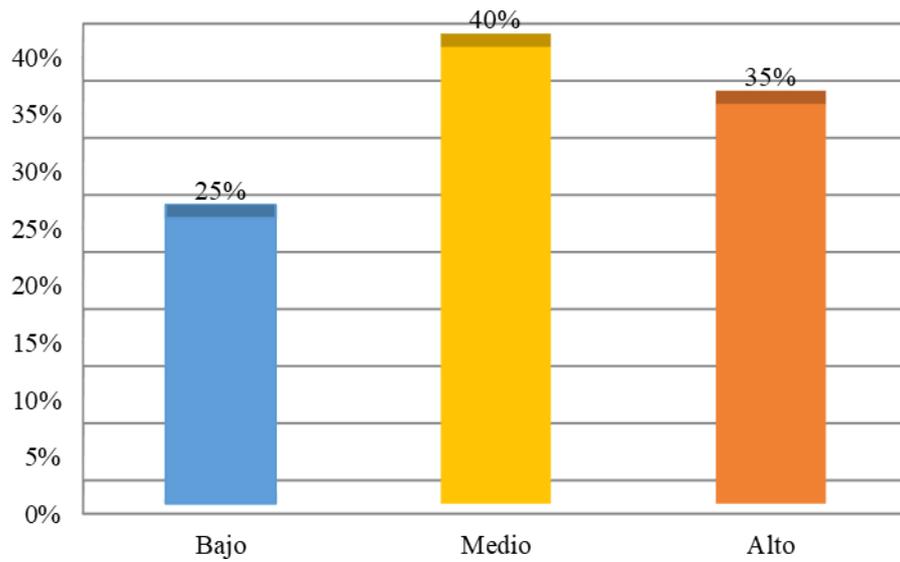


Figura 37 Incremento de los beneficios

Interpretación

La tabla y figura muestran que el incremento de los beneficios por la calidad se presenta de manera media en un 40%, mientras que alto en un 35% y solo bajo en 25%.

Influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de Lima año 2018.

Tabla 38

Correlación de Pearson

		Gestión de calidad	Beneficios de las micro y pequeñas empresas
Gestión de calidad	Correlación de Pearson	1	,879*
	Sig. (bilateral)		,007
	N	20	20
Beneficios de las micro y pequeñas empresas	Correlación de Pearson	,879*	1
	Sig. (bilateral)	,007	
	N	20	20

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

La tabla se evidencia que existe relación de acuerdo a la gestión de calidad y beneficios de las micro y pequeñas empresas esto mediante el índice del valor de p que es menor a 0,05, es decir (,007) además se ha observado un coeficiente de correlación de ,879, permitiendo aceptar la hipótesis “H₁: La gestión de calidad influye positivamente en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de lima año 2018”

5.2. Análisis de resultados

Conocer la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de lima año 2018.

En cuanto a los elementos tangibles se encuentran en un nivel medio del 80%, así mismo 15% alto y solo el 5% bajo, lo que no permite tener una gestión de calidad adecuada, la fiabilidad se encuentra en un nivel medio del 50%, así mismo 35% alto y solo el 15% bajo, lo que no permite tener una gestión de calidad adecuada, la capacidad de respuesta se encuentra en un nivel medio del 35%, así mismo 40% alto y solo el 2% bajo, este permite tener una calidad propicia para el desarrollo de las actividades, la seguridad alcanza un nivel medio del 60%, así mismo 40% alto, permitiendo de esta manera desarrollar las actividades en la organización ,finalmente la empatía se encuentra en un nivel bajo en 54%, mientras que el 30% indica que es medio, solo el 25% infiere que se desarrollan de manera alta, de esta manera la gestión de calidad tiene inconvenientes con su correcto desarrollo, frente a esta realidad, estos resultados guardan relación con el estudio presentado por Rioja (2019), quien también manifiesta que “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”.

Identificar los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de lima año 2018.

La estabilización y mejora de la calidad como beneficio se presentan de manera baja en el 60%, medio en 25% y solo indican que se presentan de manera alta en el 15%, la mejora de la productividad / Reducción de los costes de la calidad como beneficio se presentan de manera media en un 75%, mientras que alto en un 20% y solo bajo en 5%, el incremento de las ventas por la calidad como beneficio se presentan de manera media en un 60%, mientras que alto en un 25% y solo bajo en 15% y el incremento de los beneficios por la calidad se presentan de manera media en un 40%, mientras que alto en un 35% y solo bajo en 25%, estos resultados sin embargo difieren mucho de lo encontrado por Risco (2019), quien indica que dentro de sus

principales mejoras se encuentra “la productividad la mayoría de los empresarios frecuentemente logró disminuir quejas y reclamos asimismo logró frecuentemente mejorar la imagen corporativa de la empresa”, es en ese sentido que se menciona el correcto desarrollo de la gestión de calidad para mejorar el cumplimiento de cada uno de las metas y objetivos que estas se proponga, así mismo de acuerdo a la tabla 12 se ha observado la existencia de relación entre las variables objeto de estudio mediante un análisis estadístico.

Determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de lima año 2018.

De acuerdo al análisis estadístico se observa que existe relación de acuerdo a la gestión de calidad y beneficios de las micro y pequeñas empresas esto mediante el índice del valor de p que es menor a 0,05, es decir ($,007$) además se ha observado un coeficiente de correlación de $,879$, permitiendo aceptar la hipótesis “H1: La gestión de calidad influye positivamente en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de ropa jeans para dama, de la galería Horizonte del Centro Comercial Gamarra, distrito de la Victoria, departamento de lima año 2018” esto a su vez se relaciona con lo encontrado por Silva, M.D. (2016), en su estudio titulado “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz, año 2016”, se concluye que en las boutiques del distrito de Huaraz no cuentan con una buena selección de personal para la buena atención de los clientes por consiguiente existen grupos de clientes insatisfechos con la atención que brindan, por ello algunos optan por retirarse del establecimiento sin adquirir prenda alguna, lo que genera una causalidad de eventos por la mala gestión.

VI. Conclusiones

Conclusiones

Se ha podido observar que existe relación entre las variables objeto de estudio, esto debido a que mediante un análisis estadístico como la correlación de Pearson muestra un p valor “menor a 0.05, permitiendo de esta manera aceptar la Hipótesis de investigación”.

En cuanto a la gestión de calidad esta es medio en un 65%, debido a que no se cuenta con los parámetros adecuados para el desarrollo de la actividad, de igual manera es bajo en un 25%, y solo un 10% alto, el mismo que no permite el desarrollo adecuado de la actividad comercial.

Existe un nivel medio de los beneficios de empresas del sector comercio en un 80%, esto debido a que no se implementan para la mejora en cuanto a la gestión de la empresa, solo el 15% de las micro y pequeñas empresas encuestadas consideran un alto beneficio.

Recomendaciones

Tomar en consideración los resultados del estudio para la toma de decisiones tanto para el beneficio del personal, así como los clientes, siendo estos la razón de ser de la organización, por otro lado, aplicar los instrumentos con mucha frecuencia y retroalimentar las debilidades.

Desarrollar planes de capacitación por parte la gerencia orientados al cumplimiento de ventas, ya sea por línea de productos o de manera mensual, esto conllevando aun incentivo de reconocimiento para que el personal se sienta comprometido a alcanzar las metas.

Se debe desarrollar diferentes estrategias de control de las operaciones, por parte el gerente propietario para plantear los objetivos que genera o se alcanza durante una temporada de trabajo, evaluando los posibles riesgos para su mejora continua.

Referencias bibliográficas

- Asociación de Emprendedores del Perú (2019). *Mypes: por qué son importantes para la economía peruana*. Lima: PQS
- Camison, C., Cruz, S., y Gonzales, T. (2006). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. España: Pearson Educación
- Castagnola, A. (2016). *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios sociales de las micro y pequeñas empresas en el distrito de Supe Puerto 2016*. Huacho: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote
- Centurión, R. Z. (2015). *Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la Provincia de Santa*. España: Crescendo. Institucional
- Crosby, P.B. (1988). *La organización permanece exitosa*. México: McGraw-Hill
- Cruz, F. L., López, A.P., y Ruíz, C. (2016). Sistema de gestión ISO 9001-2015: técnicas y herramientas de ingeniería de calidad para su implementación. *Revista Ingeniería, Investigación y Desarrollo*. 17(1) pp.59-69
- Deming, E. (1920). *Gestión de calidad: reflexiones para implementar un sistema de gestión*. California. Editorial Ensis
- Deming, E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad a la salida de la crisis*. Madrid: Díaz de Santos
- Gomero, N.A. (2015). Concentración de las mypes y su impacto en el crecimiento económico. *Quipukamayoc Revista de la Facultad de Ciencias Contables*. 23 (43). Pp.29-39. Lima-Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos
- Gonzales, J. (2014). *Gestión empresarial de calidad y competitividad en las mypes del sector textil en el marco de la ley n° 28015 en el distrito de la victoria - año 2013*. Universidad de San Martín de Porres. Recopilado de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/11117/gonzales_lj.pdf;jsessionid=505AF3550C4DDAAD20EA168ABBBACD60?sequence=1
- Hernández, R. y Fernández, C. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª ed.) México. McGraw Hill.
- Ichpas, M. Y. y Ñope, I. O. (2018). *Análisis de los factores que limitaron el crecimiento económico y su calidad en las micro y pequeñas empresas de confecciones de*

- prenda de vestir en San Juan de Lurigancho en los últimos 5 años.* Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Juran, J. (1990). *Juran y la planificación de la calidad.* 2ª ed. Madrid: Editorial Díaz de Santos
- Mancillas, F. (2016). *Gestión en las entidades gubernamentales y no gubernamentales.* México: Gb- Comunicación.
- Mosquera, W. E. (2014). Análisis de calidad en las pequeñas y medianas empresas de Bogotá D.C., Colombia. *Revista Oniare.* 2(1). Pp.57-84
- Organización de las Naciones Unidas (2019). *Más de 4.000 normas españolas UNE ayudan a las empresas a conseguir los ODS.* España: Interempresas
- Príncipe, G. (2016). *La investigación científica: Teórica y metodológica.* Perú. Universidad Cesar Vallejo
- Quintero, M. (2014). *Sistema de gestión de calidad en las Pymes colombianas.* Cartagena: Universidad Militar Nueva Granada
- Remetería, A. (2012). *Diccionario de contabilidad: concepto de gestión.* Colombia: Andrade.
- Rioja, D. (2019). *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las mypes, del sector comercio – rubro venta de ropa para varones, galería 5 continentes, Av. Abancay N°1109, Lima 2018”.* Lima: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote
- Robbins, S. P. (2014). *Comportamiento Organizacional: Teoría y Práctica* (5ª ed.) México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
- Silva, M.D. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz, año 2016.* Huaraz: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote
- Valenzuela, I. (2012). La importancia de la implantación de un sistema de gestión de calidad. *La gaceta jurídica de Granada y Jaén.* Recopilado de <http://www.hispacolex.com/wp-content/uploads/documents/pdf/ARTICULO%20IGNACIO%20GACETA%205.pdf>
- Zúñiga, X. L. (2015). *La gestión de calidad y su influencia en la competitividad alcanzada por las Pymes del Cantón Milagro.* Colombia: Universidad Estatal de Milagro

Anexos

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos

Cuestionario de gestión de calidad

El presente cuestionario esta direccionado a la evaluación de la gestión de calidad de las empresas asociados al rubro de venta de Ropa Jeans para damas, siendo necesario que se desarrolle con la sinceridad posible marcando una (X) en el casillero.

LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LOS BENEFICIOS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO VENTAS DE ROPA JEANS PARA DAMA, DE LA GALERÍA HORIZONTE DEL CENTRO COMERCIAL GAMARRA, DISTRITO DE LA VICTORIA, DEPARTAMENTO DE LIMA AÑO 2018

Datos generales

Nombre del representante:

Sexo:.....; Edad: Grado de instrucción:

Nombre del local comercial:

Se solicita marcar con una X en la casilla que crea conveniente de acuerdo a cada uno de los ítems mencionados en el siguiente cuestionario con la finalidad de obtener datos fidedignos, de acuerdo a la siguiente escala:

Escala; Nunca (1); muy pocas veces (2), algunas veces (3), casi siempre (4), Siempre (5)

Ítems	Planificar	Escala de medición				
		1	2	3	4	5
1	La empresa tiene correctamente establecido las metas a desarrollar.					
2	La empresa tiene objetivos correctamente establecidos					
3	La empresa tiene programado las actividades a desarrollar.					
4	Se tiene establecido políticas de ventas dentro de la empresa.					
5	La empresa programa diariamente el proceso de venta.					
	Hacer	1	2	3	4	5
6	El personal es amable en el proceso de venta.					

7	Los colaboradores dan solución inmediata a los problemas mencionados.					
8	Durante la atención el colaborador es empático con lo que está buscando.					
	Verificar					
9	Se hace un seguimiento de las actividades de venta de los colaboradores.					
10	Considera que el personal está en la capacidad de tomar decisiones.	1	2	3	4	5
11	La empresa evalúa constantemente los procesos de venta.					
	Actuar					
12	El personal siempre busca mejorar constantemente en los procesos de atención.					
13	En la empresa se cuenta con dirección por parte el propietario para el cumplimiento de las metas.	1	2	3	4	5
14	Estoy motivado desarrollando mis actividades de venta.					
15	La empresa constantemente está mejorando su infraestructura y equipos					

Cuestionario de beneficios de las micro y pequeñas empresas

El presente cuestionario esta direccionado a la evaluación de los beneficios a las micro y pequeñas empresas, asociados al rubro de venta de Ropa Jeans para damas, siendo necesario que se desarrolle con la sinceridad posible marcando una (X) en el casillero.

Datos generales

Sexo:.....; Edad: Grado de instrucción:

Escala; Nunca (1); Casi nunca (2), a veces (3), casi siempre (4), Siempre (5)

Ítems	Estabilización y mejora de la calidad	Escala de medición				
		1	2	3	4	5
1	La empresa ha mejorado la calidad de atención.					
2	La calidad de los productos ha mejorado sustancialmente.					
3	Los precios de venta son desacuerdo al mercado competitivo.					
	Mejora de la productividad / Reducción de los costes	1	2	3	4	5
4	La empresa posee un control de costos.					
5	La empresa distribuye en grandes volúmenes diariamente.					
6	Los costes son sumamente menores a las ventas.					
	Incremento de las ventas	1	2	3	4	5
7	Las ventas se han incrementado en comparación a periodos anteriores.					
8	La empresa ha tenido un mayor margen de utilidad.					
9	Los volúmenes de venta mensualmente van creciendo.					
	Incremento de los beneficios	1	2	3	4	5
10	La empresa constantemente evalúa sus niveles de ganancia.					
11	Los colaboradores cuentan con todos los benéficos de ley.					
12	Se ha mejorado los procesos y la infraestructura de la empresa.					

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	Clasificacion
<i>Sujeto 1</i>	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	69
<i>Sujeto 2</i>	3	2	3	3	2	3	3	3	5	4	5	3	3	5	4	51
<i>Sujeto 3</i>	1	1	3	1	2	1	3	1	5	1	5	3	1	5	4	37
<i>Sujeto 4</i>	5	5	4	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
<i>Sujeto 5</i>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	73
<i>Sujeto 6</i>	1	1	3	3	5	2	1	1	5	4	4	3	5	5	4	47
<i>Sujeto 7</i>	3	3	3	2	3	1	3	1	5	5	5	4	4	5	5	52
<i>Sujeto 8</i>	5	3	4	4	2	4	4	4	5	4	4	3	2	5	4	57
<i>Sujeto 9</i>	3	2	3	3	5	2	3	2	4	3	2	3	3	4	3	45
<i>Sujeto 10</i>	5	3	3	3	5	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	50
<i>Sujeto 11</i>	5	4	4	4	3	5	4	3	5	4	5	2	2	5	4	59
<i>Sujeto 12</i>	5	4	3	5	5	4	5	2	5	5	2	2	1	5	5	58
<i>Sujeto 13</i>	5	1	4	3	5	2	3	2	3	3	1	3	4	3	3	45
<i>Sujeto 14</i>	4	3	3	3	4	4	5	3	5	3	3	3	3	5	3	54
<i>Sujeto 15</i>	3	1	2	3	5	2	2	1	4	4	1	4	5	4	4	45
<i>Sujeto 16</i>	2	1	2	1	2	2	3	1	3	1	3	3	1	3	3	31
<i>Sujeto 17</i>	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	69
<i>Sujeto 18</i>	3	2	3	3	2	3	3	3	5	4	5	3	3	5	4	51
<i>Sujeto 19</i>	1	1	3	1	2	1	3	1	5	1	5	3	1	5	4	37
<i>Sujeto 20</i>	5	5	4	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69

Gestión de calidad

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	Clasificacion
<i>Sujeto 1</i>	4	2	2	2	5	4	5	1	2	2	5	3	37
<i>Sujeto 2</i>	1	5	5	3	4	1	2	2	4	5	2	5	39
<i>Sujeto 3</i>	2	4	4	4	1	2	2	1	5	1	4	4	34
<i>Sujeto 4</i>	2	1	5	1	2	5	3	1	1	2	5	4	32
<i>Sujeto 5</i>	2	3	5	2	2	1	4	1	3	5	3	5	36
<i>Sujeto 6</i>	2	3	3	3	4	4	2	5	3	5	4	5	43
<i>Sujeto 7</i>	4	2	3	1	2	5	3	5	4	1	2	1	33
<i>Sujeto 8</i>	3	2	5	2	3	5	3	1	5	1	5	1	36
<i>Sujeto 9</i>	4	4	5	5	5	1	2	5	4	3	1	3	42
<i>Sujeto 10</i>	5	4	2	5	3	1	2	3	2	2	1	2	32
<i>Sujeto 11</i>	4	1	1	4	2	4	4	3	2	3	4	2	34
<i>Sujeto 12</i>	1	3	1	5	2	2	4	5	2	3	3	5	36
<i>Sujeto 13</i>	5	4	4	1	1	5	5	4	1	2	5	4	41
<i>Sujeto 14</i>	5	4	5	1	5	5	3	4	3	4	1	2	42
<i>Sujeto 15</i>	4	4	1	1	1	1	3	1	1	4	1	5	27
<i>Sujeto 16</i>	3	4	4	3	2	1	5	2	5	5	4	5	43
<i>Sujeto 17</i>	3	1	2	5	2	2	3	3	1	5	4	5	36
<i>Sujeto 18</i>	1	5	2	5	4	4	5	3	3	2	2	2	38
<i>Sujeto 19</i>	1	2	1	4	4	2	5	4	4	2	3	4	36
<i>Sujeto 20</i>	5	1	5	5	2	4	3	4	4	1	4	3	41

Beneficios de las micro y pequeñas empresas