

---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE  
LAS MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL SECTOR  
COMERCIO-RUBRO BOTICAS EN LA CIUDAD DE  
TINGO MARÍA-PROVINCIA DE LEONCIO PRADO,  
PERIODO 2019.**

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

**AUTOR:**

**RUBEN REMUZGO GUEVARA**

**ASESOR:**

**Mgtr. CARLOS ENALDO REBAZA ALFARO**

**TINGO MARÍA – PERÚ**

**2019**

**JURADO EVALUADOR Y ASESOR DE TESIS**

**Mgtr. MORILLO CAMPOS, YULY YOLANDA**  
**PRESIDENTE**

**MIEMBRO**

**Mtro. CERNA IZAGUIRRE, JULIO CESAR**  
**MIEMBRO**

**Mgtr. REBAZA ALFARO CARLOS ENALDO**  
**ASESOR**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios todo poderoso, por demostrarme su exigencia, brindándome las fuerzas para salir adelante, luego de cada tropiezo.

A mis queridos hijos por su comprensión y aliento permanente.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios, por ser parte de mi vida, quien me dio la oportunidad y las fuerza necesarias para seguir adelante.

A mis adorados hijos por brindarme todo su amor y confianza necesaria para alcanzar mis metas.

A mis maestros por su orientación, aliento y apoyo. Al Mgr. Carlos Enaldo Rebaza Alfaro, que por su apoyo incondicional y desinteresado en el desarrollo de esta investigación.

## **RESUMEN**

La presente investigación, su objetivo general es en, “Describir principales características de la Gestión de Calidad de las micros y pequeñas empresas en el sector comercio-rubro Boticas en la ciudad de Tingo María-provincia de Leoncio Prado, periodo 2019. El tipo de investigación fue cuantitativo, se recolectaron datos, los resultados se analizaron a través de estadísticas utilizando instrumentos de medición, para el recojo de información se escogió en forma dirigida una muestra de 12 Boticas lo cual este cuestionario fue dirigido a cada representante de las MYPES. Resultados obtenidos de cada encuesta al representante legal de las MYPES fue; Se observó que el 100% de la MYPES encuestadas mayormente los representantes son de 26 a 60 años de edad. Y en el género se observó que el 83% de los representantes legales eran femeninos y el 17 % de los que respondieron eran masculinos, el grado de instrucción de cada representante fue el 58% fueron los que estudiaron en la Universidad y el 42% estudiaron en el Instituto. Los documentos de gestión que para mejorar la calidad en la comercialización de su producto, los cuales el 50% de los representantes legales dijeron el plan estratégico, y el 25 % de los representantes legales encuestadas respondieron, era el plan de trabajo y el 25% dijeron la investigación de mercado. También observamos que si evalúa el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto, ya que el 67% de los representantes legales evalúan nivel de satisfacción del cliente

**Palabras Claves:** Gestión, Calidad, MYPES.

## **ABSTRACT**

The present investigation, its overall objective is to, "Describe main features of the " Quality Management of micro and small enterprises in the trade sector-area pharmacies in the city of Tingo María-Leoncio Prado Province, 2018 period. The type of research was quantitative, data were collected, the results were analyzed through statistics using measuring instruments, for the pick up of information was chosen in the form directed a sample of 12 pharmacies which this questionnaire was directed to represent each of the micro- and small enterprises. Results obtained from each survey to the legal representative of the micro- and small enterprises was; it was noted that the 100% of the MYPES surveyed mostly representatives are of 26 to 60 years of age. And in the genre it was noted that 83% of legal representatives were female and 17 % of respondents were male, the degree of instruction on each representative was the 58% were the ones who studied at university and the 42% studied at the Institute. Management documents that in order to improve the quality in the marketing of your product, which 50% of the legal representatives said the strategic plan, and the 25 % of the legal representatives surveyed responded, was the work plan and 25% said the market research. We also note that if you evaluate the level of customer satisfaction in the marketing of your product, because 67% of the legal representatives assess level of customer satisfaction

**Keywords: Management, Quality.**

## CONTENIDO

1.	Título	de	la	
		tesis.....		
		.....		
		.....i		
2.	Equipo de Trabajo.....			ii
3.	Hoja	de	firma	del
			asesor.....	
			.....iii	
4.	Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria (opcional).....			iv
5.	Resumen y Abstract.....			v-vi
6.	Contenido.....			vii
7.	Índice de tablas y figuras.....			viii
	Introducción.....			9
	II. Revisión de literatura.....			13
	III. Hipótesis.....			18
	IV. Metodología.....			19
4.1	Diseño	de	la	
		investigación.....		
		.....19		
4.2	Población y muestra.....			19
4.3.	Definición y operacionalización de variables e indicadores.....			20
4.4	Técnicas	e	instrumentos	de
			recolección	de
			datos.....	21
4.5	Plan de análisis.....			21
4.6	Matriz de consistencia.....			22
4.7	Principios éticos.....			23
V.	Resultados.....			24
5.1	Resultados.....			24
5.2	Análisis de resultados.....			27
VI.	Conclusiones.....			28

Referencias bibliográficas.....	31
Anexos.....	34

## INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### TABLAS:

Tabla N°1: Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro boticas en la provincia de Leoncio Prado, período 2019.....	24
Tabla N° 2: Características de la Gestión de calidad de las Micro y pequeñas empresas, sector comercio – rubro boticas en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2019.....	25

### FIGURAS:

Figura N° 1: Edad del representante legal de la empresa.....	37
Figura N° 2: Género del representante legal de la empresa.....	37
Figura N° 3: Grado de instrucción del representante legal de la empresa.....	38
Figura N° 04. ¿Su producto que comercializa es fabricado mediante procesos estandarizados de producción?.....	38
Figura N° 05. ¿Qué documentos de gestión usa para mejorar la calidad en la comercialización de su producto?.....	39
Figura N° 06. ¿Conoce las normas ISO de certificación a la calidad?.....	39
Figura N° 07. ¿Ha implementado en su empresa servicios pre y posventa con ayuda de las redes sociales?.....	40



Figura N° 08. ¿Cuántas veces al año la empresa capacita al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente?.....40

Figura N° 09. ¿Su empresa actualiza los modelos de los del producto, según los gustos y preferencias del cliente?.....41

Figura N° 10. ¿Evalúa usted el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto?.....41

Figura N° 11. ¿Usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto? .....42

## **I.INTRODUCCIÓN**

En la actualidad las pequeñas y microempresas que están desarrollándose y otros los que ya no dan para más, esto se debe a la falta de un plan de negocio, ausencia de políticas internas, poca capacitación del personal; estas organizaciones tienen estrategias pero son muy pobres a la vez que solo planean para el presente, porque una planificación estratégica consiste en planear a futuro y también vemos que las personas que trabajan no tengan un buen desempeño laboral, falta de motivaciones o falta de un buen líder dentro de la organización.

Expresó que los problemas de las MYPES en el Perú son de muchos aspectos, el gran problema es que inician un negocio y no saben a quién le venden, quieren vender a todo el mundo con poco capital, competir con una gran empresa; sin saber que ese capital se irá diluyendo y que el resultado de esta mala administración es que finalmente estos negocios se convierten en empresas de subsistencia, caracterizado por ingresos que apenas sirven para que se mantenga. (Castro, 2015)

Explica que, estos problemas se acentúan y conducen a una poca productividad, y si estuviéramos correctamente organizados, podríamos triplicar nuestra producción. Para Macías la solución a los problemas de las PYME, parten de "atender, oír, preguntar, capacitar y motivar a nuestra gente". También, las pequeñas empresas deben enfocarse en la planificación y estandarización de sus procedimientos y, finalmente, pero no por ello menos importante, generar información sobre la marcha de la empresa, que permita un mejor control y evaluación de los objetivos trazados. (Macías, 2013)

Las pequeñas y microempresas (PYMES) juega un papel preeminente en el desarrollo social y económico de nuestro país, “en efecto, constituyen más del 98% de todas las empresas existentes en el país, crea empleo alrededor del 75% de la Población

Económicamente Activa (PEA) y genera riqueza en más de 45% del Producto Bruto Interno (PBI). En ese sentido, las pyme se constituyen en la mejor alternativa para hacer frente al desempleo nacional, especialmente en el sector juvenil” . (Boletín empresarial, 2017)

Según Espinoza “anotó que son tres los grandes problemas que las PYME peruanas afrontan en la difícil tarea de generar empleo y riqueza”.

El primero es el difícil acceso a mercados nacionales e internacionales. “Si no hay quien compre sus productos y/o servicios, sencillamente la empresa, cualquiera fuera su tamaño, no puede siquiera subsistir. Si la empresa no vende desaparece inexorablemente. Resulta, por lo tanto, vital poner énfasis en que vender es el objetivo principal de las pyme al cual convergen muchos otros.”

Precisó que esto no significa que no haya mercados para las pyme. “Lo que sucede es que debido a un conjunto de limitaciones y dificultades de carácter estructural, estas unidades productivas están impedidas de acceder a mercados y a conquistar más y mejores clientes”.

El segundo problema “es que los pequeños y microempresarios no tienen dinero en la mano para invertir cada vez más y poder acceder a los mercados nacionales e internacionales”.

Las pyme no tienen capital no porque no haya, sino porque no pueden hacer uso del dinero o de capitales .

“La carencia de políticas gubernamentales promotoras de financiamiento, el alto costo de capital, las restricciones en su otorgamiento principalmente las referidas a las garantías, la falta de una cultura crediticia, constituyen, entre otros, aspectos que repercuten

negativamente en las pequeñas y microempresas, ya que ellas no pueden hacer frente a sus necesidades financieras para propender su desarrollo.”

Finalmente, como tercer problema que afrontan “las pyme está la casi absoluta ausencia de tecnología”. “El especialista sostuvo que en un contexto de globalización, competitividad y del conocimiento que caracteriza a las sociedades actuales, es imposible el desarrollo de las empresas de cualquier tipo y con mayor razón de las pyme si es que la ciencia, tecnología e innovación no están activamente presentes en la vida cotidiana de la empresa”.

Si la empresa no “investiga o no está vinculada a la investigación científica es imposible la creación y aplicación de nuevas tecnologías para su desarrollo; es decir, es imposible la conquista de más y mejores mercados. En ese sentido, las universidades tienen un rol protagónico en la promoción y desarrollo de las pyme en el Perú”. (Espinoza, 2017)

Por lo tanto, se plantea el siguiente enunciado de investigación; ¿Cuáles son las características de gestión de calidad en el sector comercial – Rubro - Boticas, en la provincia de Leoncio Prado, año 2019?

Para dar respuesta al problema del enunciado se planteó lo siguiente; objetivo general, Conocer las características de gestión de calidad en las MYPES, del sector comercial – Rubro Boticas en la provincia de Leoncio Prado, año 2019.

Objetivos específicos; Determinar las características de los representantes de las MYPE en el sector comercial - Rubro Boticas en la provincia de Leoncio Prado, año 2019.

Determinar las características de la gestión de calidad de las MYPE en el Sector comercial - Rubro Boticas en la Provincia de Leoncio Prado, año 2019.

La presente investigación se justifica porque nos permite conocer acerca de la caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en

el sector comercio - rubro “Boticas” y que esto ha sido estudiada en los autores que se realizado en esta investigación. Para así dar a conocer estrategias a las empresas en el sector Boticas, y conozcan sobre de cómo funcionan estas variables en las micro y pequeñas empresas (MYPES), en la Provincia de Leoncio Prado – periodo 2019.

También dentro de estos temas estudiamos sobre la poca eficacia de la capacitación de personal, ausencia de las políticas internas de la institución y el plan de negocios son unos de las dificultades que enfrentan las MYPES por lo que el presente estudio va a permitir a los diferentes instituciones- conocer el comportamiento de estas variables en este sector de micro y pequeñas empresas, rubro Boticas en la provincia de Leoncio Prado – año 2019.

Actualmente en el Perú existen farmacias que no cumplen con cierto lineamiento que son importantes para su negocio, pero su objetivo de ellos es ganar clientes, sin ser reconocidos; también vemos que algunos de estas empresas no dan la atención adecuada a los clientes ya que ellos son el objetivo principal del crecimiento de la organización.

Y finalmente esto les servirá como ayuda a los empresarios, los cuales conocerán sobre la caracterización de formalización y gestión de calidad que a través de estos vemos también algunas estrategias por las que una empresa se pueda guiar y mejoramiento de la producción, para así llevar el desarrollo

## **II.REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **2.1.Antecedentes**

**Alanoca, C(2014)** en su tesis titulada “Caracterización de la gestión de calidad en las exportaciones de las MYPES productoras de aceite de oliva tacneño a la ciudad de Sao Paulo – Brasil, en el distrito de Tacna, periodo 2013-2014”. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en la realización de un estudio de mercado para la exportación de Aceite de Oliva Tacneño a la ciudad de Sao Paulo – Brasil, en el distrito de Tacna, periodo 2013-2014. El tipo de investigación es bibliográfica de análisis sistémico y simultáneo de la literatura disponible, debido a que está basado en el análisis, características y medir rasgos importantes de las variables a estudio: el apalancamiento financiero y la rentabilidad en cuanto a la Población y muestra. En mi caso, no se aplica la encuesta como herramienta, vamos a trabajar con datos secundarios, para obtener estos hemos visitados diferentes páginas Web, del Brasil y del Perú, y también pensamos hacer una entrevista como ya lo mencionamos, a un funcionario de la empresa MONTEFIORI S.A y VALLESUR., ubicada en la ciudad de Tacna y llego a las siguientes conclusiones: Las características de la gestión de calidad en el estudio de mercado identificadas en las MYPES de Tacna a través del estudio bibliográfico son: Primera .-La producción de aceite de oliva de Tacna es de la mejor calidad dentro del territorio nacional, sin embargo las MYPES de Tacna no están integradas por lo que la producción de aceituna es insuficiente para soportar altos niveles de producción ni de exportación actualmente. Segunda.-La competencia en el mercado brasileño es moderada, con tendencia a la aceptación del producto dado la creciente demanda y los hábitos de consumo de productos saludables de la población del mercado objetivo. Tercera.- Existe una demanda creciente del mercado brasileño de aceite de oliva, incrementándose en más del 100% las importaciones de Portugal, Chile y Argentina hacia el mercado brasileño. Cuarta Las MYPES de Tacna productoras de aceite de oliva no cuentan con un posicionamiento en el mercado brasileño dado que no tienen

una marca reconocida de exportación de aceite de oliva por lo que la gestión de calidad en el comercio y en la marca del producto no ha sido desarrollada. Quinta.- El mercado de Brasil es en este momento el importador más importante de Aceite de Oliva Virgen a nivel de sudamericano, y Sao Paulo es uno de sus tres mas grandes consumidores, por lo tanto debería de ser el mercado al que aspiren los productores tacneños, debido a que este aun se encuentra insatisfecho y en franco incremento por la tendencia mostrada. Sexta.- El productor tacneño no está aprovechando los factores favorables con que cuenta para vender su producto en Sao Paulo, tales como cercanía geográfica, tratados bilaterales, tasa arancelaria cero, producto final y reputación de la aceituna tacneña a nivel mundial, demanda insatisfecha entre las mas importantes.

**Rodríguez, A(2015)**, en su tesis titulada “Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001:2008 en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de productos farmacéuticos y artículos de tocador (boticas) del distrito de Huaraz, 2015” Tuvo como objetivo general siguiente objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de Calidad bajo las Normas ISO 9001:2008 en las MYPE del Sector Comercio - Rubro Venta de Productos Farmacéuticos y Artículos de Tocador (Boticas) del Distrito de Huaraz, 2015. En cuanto al tipo de investigación fue descriptivo y de nivel cuantitativo, porque se buscó Describir las principales características de la Gestión de Calidad bajo las Normas ISO 9001:2008 en las MYPE. la población se utilizaron los datos del directorio del registro proporcionados por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT). Asimismo, no se aplicó ninguna muestra porque el tamaño de la población fue pequeño, por lo cual se consideró una muestra censal. Llego a las siguientes conclusiones: Respecto a las principales características de la gestión de calidad se puede apreciar que no se enfoca a las acciones preventivas y correctivas de la mejora continua por la falta de responsabilidad y dedicación en los procesos de documentación de sus actividades. En cuanto al liderazgo, se ha descuidado este aspecto por la falta de confianza por parte de los seguidores, motivo por el cual muy pocas veces se les impulsa en la consecución de las metas propuestas debido a la escasa participación del personal. Con respecto a las características de los gerentes del Rubro: Venta de Productos Farmacéuticos y Artículos de Tocador del Distrito de Huaraz, mayoritariamente son mujeres adultas con estudios superiores no universitarios, quienes manifestaron que no es necesario trabajar con parámetros estandarizados y documentados en sus actividades, por tener limitado presupuesto y no

contar con mayor educación e instrucción de trabajar con procesos. La Gestión de Calidad es muy importante en el ámbito de la aplicación de procesos estandarizados para las empresas de gran envergadura, pero en cuanto a las MYPES se presenta como deficiente porque consideran las empresas pequeñas que no necesitan contar con políticas de gestión bien documentadas.

**Cueva, J ( 2015)**, en su tesis titulada “ Caracterización de gestión de calidad en micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas en el AA.HH. San Luis, distrito Nuevo Chimbote, 2015”. Teniendo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio –rubro venta minorista de alimentos y bebidas en el AA.HH. San Luis, Distrito Nuevo Chimbote 2015. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL- DESCRIPTIVO- CUANTITATIVA. La población estuvo constituida por 15 MYPES del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas en el AA.HH. San Luis, distrito nuevo Chimbote las cuales fueron conformadas en su totalidad por lo tanto es una población finita así para estudiar a la variable se acudió a fuentes de información como son los propietarios y trabajadores de las MYPES. Representando el 100% de la población de estudio. Llego a las siguientes conclusiones: Referente a los representantes de las Micro y pequeñas empresas. Referente a los representantes se llegó a la siguiente conclusión, el cual se concluye que la mayoría de los propietarios y/o representantes legales del micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de alimentos y bebidas del AA. HH. San Luis del Distrito de Nuevo Chimbote, 2015, tienen edad promedio de 39 a 48 años, son de sexo masculino, tienen un grado de instrucción secundario, se desempeñan como dueños, se desempeñan en el cargo de 0 a 5 años. Esto indica que la mayoría de estas Micro y pequeñas empresas están siendo gestionadas por personas adultas que si bien es cierto alguno de ellos no tienen los conocimientos teóricos necesarios para dirigir una empresa pero tienen la experiencia que es la base fundamental que se necesita para poder trabajar en este rubro lo cual se refleja en la forma que ellos administran tanto su talento humano como su capital de trabajo, y su desempeño día a día buscando el máximo rendimiento para diferenciarse en el mercado. Respecto de las características de las Micro y pequeñas empresas. La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta minorista de alimentos y bebidas del AA. HH. San Luis del Distrito de Nuevo Chimbote, 2015, tienen una permanencia en el mercado



de 0-3 años, Tienen de 1- 5 trabajadores, estas micro y pequeñas empresas se crearon para generar ganancias. En su mayoría estas micro y pequeñas empresas tienen poco tiempo en el mercado pero que a pesar de ello vienen demostrando una buena imagen al mercado consumidor para generar ganancias para seguir creciendo como empresa generando oportunidades de trabajo puesto que eso es la razón de ser de toda empresa y debido al aumento de la demanda insatisfecha cuentan con un personal muy eficiente y productivo que están dispuestos y comprometidos en brindar una atención de calidad y así seguir posesionándose en el mercado para captar más clientes y ser más eficientes en cumplir toda las expectativas del cliente. Referente a las características de la variable gestión de calidad. La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de alimentos y bebidas AA, HH San Luis Nuevo Chimbote, si conocen el termino Gestión de calidad, también indican que si aplicarían la calidad dentro de sus negocios esto permitiría a formular estrategias ya sea de ventas o de precios, también nos mencionan la mayoría de los empresarios que la gestión de calidad ayudaría a mejorar el rendimiento de las micro y pequeñas empresas, por otro lado hace mención que si contribuye la gestión de calidad a mejorar el negocio. Esto demuestra que la implementación de la gestión de la calidad si ayudaría a mejorar el rendimiento del negocio.

**Gutierrez, Y (2013)**, la investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro – venta minorista de ropa para damas del centro comercial galerías alfa, Chimbote, 2013”. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro venta minorista de ropa para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental– transversal- descriptivo. población de estudio estuvo conformado por 16 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro – venta minorista de ropa para damas del centro comercial “Galerías Alfa” Chimbote, 2013. Esta información fue obtenida a través de la técnica de observación. Se obtuvo una muestra dirigida de 14 MYPES, las cuales estuvieron dispuestas a brindarnos información para el trabajo de investigación. Representado el 87.5% de las micro y pequeñas empresas. Llego a las siguientes conclusiones: Referente a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas En el presente estudio se concluye que el 35.7% de las micro y pequeñas empresas están representadas por personas adultas entre

40 a 50 años, son mujeres, han culminado sus estudios secundarios y la mitad tienen conocimiento de administración de empresas. Referentes a las micro y pequeñas empresas En el presente estudio se concluye que de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas el total de las micro y pequeñas empresas son formales, la mayoría tienen 8 años a más de antigüedad en el mercado, no cuentan con equipos de alta tecnología, sus instalaciones son visualmente atractivas, la mayoría no realizan publicidad pero de los que realizan si son visualmente atractivas y desconocen de la nueva ley. Referentes a la variable gestión de calidad En el presente estudio se concluye que de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas, la mayoría no tienen conocimiento sobre gestión de calidad. Pero si buscan dar soluciones a los problemas de su micro y pequeña empresa, la totalidad de la micro y pequeña empresa si brinda un buen trato al cliente, de las mismas la gran mayoría no cuenta con un manual de calidad, así como también prioriza en resolver las necesidades del cliente e identificar procesos para dar un buen servicio.

**Luna , K (2013)**, en su tesis titulada “Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013”. Teniendo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de Calidad de las MYPES del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2013. Para la elaboración del presente trabajo se utilizó el diseño no experimental – transversal- descriptivo- cuantitativo Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones. Fue transversal porque el estudio en un espacio de tiempo determinado en el año 2013, donde se tuvo un inicio y un fin. Fue descriptivo porque solo describió las características más relevantes de los representantes, MYPES y la variable en estudio. Fue cuantitativo, porque tuvo una estructura con la cual se pudo medir, ya que se utilizaron instrumentos de evaluación. Población y muestra Población Para determinar la población se realizó mediante la búsqueda en la página del Instituto Nacional de Estadísticas e informática (INEI) con ayuda del Sistema de Información Geográfica Para Emprendedores (SIGE), en donde se ingresó los datos referentes a la Ciudad y el Distrito, posterior a ello se especifica en giro del negocio. Por lo tanto de acuerdo al sector y el rubro que es restaurantes pudimos encontrar que existen 90 restaurantes en Nuevo Chimbote. Muestra: Se trabajó con una muestra dirigida de 23

Mypes, las que aceptaron participar en la investigación. El criterio de selección estuvo en función de la voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes y/o gerentes de las MYPES. Llego a las siguientes conclusiones: La mayoría (60,9%) de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, son de género masculino, la mayoría absoluta (52,2%) tienen la edad entre 18 a 30 años, la mayoría relativa (47,8%) tiene el grado de instrucción universitaria y la mayoría relativa (43,5%) cuenta como administrador 3 años en el rubro. La mayoría absoluta (69,6%) de las micros y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote están formalizadas, la mayoría absoluta (65,2%) se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores, pero en su mayoría absoluta (65,2%) mantienen a sus trabajadores en condición informal. La totalidad de empresarios del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO, pero la mayoría (60,9%) aplican una gestión administrativa lo cual la mayoría absoluta (56,5%) los ha llevado adoptar una técnica de mejora continua, la mayoría absoluta (78,3%) realiza capacitaciones orientadas al servicio del cliente, la mayoría relativa (39,1%) tienen prioridad el precio ante sus proveedores

**Landeo , H( 2014)**, en su título “Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro comercialización de lencería del mercado modelo, Chimbote, 2014. Teniendo como objetivo general : Determinar las características de la Gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro comercialización de lencería, en el mercado Modelo, Chimbote, 2014. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño NO EXPERIMENTAL- TRANSVERSAL- DESCRIPTIVO. En el presente estudio se ha utilizado una población de 10 Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro comercialización de lencería del mercado Modelo, Chimbote, 2014. Llego a las siguientes conclusiones: La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro comercialización de lencería del mercado modelo, Chimbote, 2014. Están representadas por personas adultas entre 30 a 50 años, son de sexo femenino, han culminado sus estudios secundarios y son dirigidos por sus propios dueños y vienen desempeñándose en el cargo de 7 años a más. La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro comercialización de lencería del mercado modelo, Chimbote, 2014, tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro, son formales, se crearon para generar ganancias para las

Micro y pequeñas empresas y cuentan de 1 a 3 trabajadores en su empresa. La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro comercialización de lencería del mercado modelo, Chimbote, 2014, no tienen conocimiento sobre gestión de calidad y no cuentan con un plan estratégico, sin embargo la mayoría enfatiza en diferenciarse mediante sus productos de calidad. Asimismo, la mayoría no conoce a sus competidores en gestión de calidad, no han realizado mejoras de la infraestructura del centro comercial y tienen como indicador de la gestión de calidad la rentabilidad. Por lo tanto las micro y pequeñas empresas dedicadas a la comercialización de lencería, en su mayoría, desconocen cómo deben de implementar y ejecutar el sistema de gestión de calidad en sus negocios.

**Palma , O(2015)**, en su título “Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, en el sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del Santa 2015”. En su objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del Santa 2015. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – Transversal - Descriptivo. Población: La población del estudio estuvo conformada por 25 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro carpintería del distrito de Coishco, provincia de santa 2015. Obtenida mediante sondeo. (Anexo N° 02 Población y Muestra)

- **Muestra:** La muestra fue dirigida a 12 micro y pequeñas empresas, ya que estas fueron las únicas que nos ayudaron y proporcionaron información. Llego a las siguientes conclusiones: Las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro carpintería, del distrito de Coishco se encuentran dirigidas en su totalidad por personas de género masculino y en su mayoría tiene una edad de 50 a más años, los representantes de las micro y pequeñas empresas solo cuentan con un grado de instrucción de secundaria completa y se encuentran administradas por sus propios dueños y en su mayoría tienen desempeñando su cargo entre 10 – 30 años. → Estas micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro carpinterita del distrito de Coishco en su mayoría son informales y fueron formadas con la finalidad de generar ganancias y han desarrollado esta actividad en su mayoría de 11 a más años. → Los representantes de las micro y pequeñas empresas en su totalidad consideran que la gestión de calidad contribuye al crecimiento del negocio, así también viene gestionando sus micro y pequeñas empresas con calidad, pero la mayoría no aplica técnicas modernas utilizando una administración empírica, la

minoría solo utiliza la técnica moderna de la Benchmarking y Empowerment, pero su personal tiene poca iniciativa, es por ello que consideran que la mayoría de su personal no es competitivo, también utilizan el método de la observación para medir el rendimiento de su personal, del mismo modo asegurar que la rotación de personal le impide realizar una buena gestión de calidad, y que la capacitación le ayudaría a realizar una adecuada gestión de calidad.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación**

### **Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa**

LEY N° 28015 (2003), define a la micro y pequeña empresa, como aquella unidad económica, que puede estar constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como finalidad desarrollar cualquier actividad ya sea de transformación, extracción, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

En la ciudad de Tingo María, las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, son constituidas por personas naturales, generalmente suele suceder con empresas que recién se están formalizando, pero dentro en la investigación se observó que también existen restaurantes que se han formalizado con personería jurídica.

Cuando la empresa está constituida por personas naturales, generalmente no utilizan herramientas de gestión, y prefieren trabajar de manera unilateral donde ellos mismos tratan de sacar adelante a su empresa.

En cambio, existe empresas que decidieron asociarse, donde por la misma constitución de la sociedad, tienen al menos un plan de negocio, y su forma de trabajo es estructurado y

ordenado.

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

LEY MYPE N° 30056 (2013), esta ley que se modifica, con el fin de facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, las micro, pequeñas, medianas empresas, deben ubicarse según su categoría, que corresponde según a sus ventas anuales.

En el caso de una Microempresa, las ventas anuales no deben de excederse a más de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

Para una Pequeña empresa, las ventas anuales, tienen que ser superiores a 150 (UIT), y no debe de excederse a más de 1700 (UIT).

En una Mediana empresa, las ventas anuales superiores a 1700 (UIT), y no debe de excederse a más de 2300 (UIT).

Como se puede observar, así sea en el Perú, o en otros países, se clasifican a las empresas según sus ventas anuales, para poder evaluar el crecimiento de la empresa, y al mismo tiempo, se puede medir el nivel de productividad, y cuáles son las características de las MYPES, y conocer las herramientas que utilizan para su desarrollo.

### **Importancia de las MYPES**

En la actualidad las MYPES representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productora del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas.

Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPES brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI) (Vásquez, 2013).

Hoy en la ciudad de Tingo María, se considera que las micro y pequeñas empresas, han generado más puestos de trabajo, por lo que en la mayoría de las MYPES, del sector servicio – rubro restaurantes, poseen de 3 a más trabajadores, disminuyendo así la tasa de desempleo, en la ciudad, y contribuyendo al desarrollo económico.

### **Teoría de Gestión de calidad**

La Gestión de la Calidad se ha “transformado actualmente en la condición necesaria para cualquier habilidad dirigida hacia el éxito competitivo de la empresa. El incremento constante del nivel de la demanda del consumidor, junto a la explosión de competencia proveniente de actuales países con ventajas comparativas en costes y la creciente variedad de productos, desarrollos, sistemas y organizaciones, son algunas de las causas que hacen de la calidad un factor determinante para la competitividad y las existencias de las empresas actuales”. La literatura en este campo, apoyada en una amplia evidencia práctico, concluye que la competitividad empresarial, en un entorno confuso como el actual, exige una orientación preexistente hacia la mejora de la calidad. El fundamento de esta determinación teórica es la presencia de una relación practica entre la Gestión de la Calidad y las soluciones organizativas.

Pese a toda esta atención, o quizás precisamente por la confusión derivada de su notoriedad, existe una importante indecisión sobre el por qué, el para qué y el cómo puede imponerse este nuevo concepto. “Tras esta indecisión laten una serie de errores y mitos, que han lastrado tanto la práctica empresarial como la investigación académica sobre los enfoques de Gestión de la Calidad y su participación a la mejora del desempeño organizativo”. (Camisón, Cruz y Gonzales, 2006)

### **Teoría de Gestión de MYPES**

Las pequeñas empresas, en casi todos los países, constituyen una proporción mayoritaria del tejido empresarial. Por ejemplo, en Perú del total de empresas, el 94,4% son microempresas (1-10 trabajadores) y el 3,9% son pequeñas empresas



(11-50 trabajadores). Es decir, el 98,3% de todas las empresas son pequeñas y estas generan el 88% de los empleos del sector empresarial, el 60% del empleo total y 7.2 millones de puestos de trabajo; esto según el trabajo de Lévano, el año 2005. En Colombia para “el año 2000, cerca del 99% son MYPES y acogen al 81% de los trabajadores. De igual modo, México presenta la misma característica, donde 99% son MYPES que acogen a casi el 60% de los trabajadores. Todas estas son cifras elocuentes que hacen notar claramente el enorme peso que tienen las MYPES dentro del tejido empresarial en el mundo de hoy”. (Cotacallapa, 2010)

### **Teoría de la Calidad**

Calidad “es un concepto tan general que nadie está libre de ese concepto. Negar el concepto del valor de la calidad, es negar la existencia misma del ser humano, llámese, persona, individuo, hombre, mujer, consumidor, proveedor, comprador, vendedor, ejecutivo etc”. “eso es lo más principal de la condición del ser humano; de eso es lo que debe estar orientado todo programa de calidad y así todo lo demás sería una natural y adecuada consecuencia y definitivamente no al revés”. Todo lo demás externo a la persona es simplemente una captación muy personal, por lo tanto, muy compleja, diversa y múltiple. “Es decir, la calidad nos hace iguales en el océano de la diferencia. Pretender que seamos iguales en la diferencia, en lo externo, es no solamente imposible, sino necio y altamente desgastante, para todos y para tod”.

### **¿Calidad dentro de las MYPES?**

En la actualidad existen “desafíos y sobre todo de la competencia en las empresas, lo cual permite enfrentar la alta competencia, tanto nivel nacional como internacional, La buena calidad es una cualidad que debe tener cualquier servicio para obtener un

mayor rendimiento en su funcionamiento y durabilidad, cumpliendo con normas y reglas necesarias para complacer las necesidades del cliente”. La Calidad dentro de una empresa u organización es un factor importante que genera satisfacción a sus clientes, trabajadores y socios, y suministra herramientas prácticas para una gestión total. Hoy en día es conveniente de cumplir con los estándares de calidad para entrar a competir en un mercado cada vez más exigente; para esto se debe buscar la mejoría continua, la satisfacción de los clientes y la estandarización y control de los procesos. También se debe hacer que los distintos departamentos de la empresa hagan de la calidad definiendo los objetivos que le corresponden buscando siempre la satisfacción del cliente y el mejoramiento continuo “Calidad es interpretar las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pague; la calidad puede estar descrito solamente en términos del agente”. “La palabra calidad tiene varios significados. Dos de ellos son los más representados. La calidad se basa en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso ofrecen satisfacción del producto. Calidad consiste en libertad después de las deficiencias”. “De manera somera calidad significa calidad del producto. Más específico, calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de las personas, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc.” “Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya equivocaciones; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar aceptación con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad”.

## **Teoría de la Calidad en la Administración**

Administrar “es el sistema que le permite a la persona verificar sus propias oportunidades de realizar en su existencia todo su ser, eso a través de la calidad”. Así pues, la calidad en la administración es la causa y la administración de la calidad es el efecto. “ Todo lo que la persona haga fuera de sí misma (mente) es una derivación, es a través de ella, pero no es de ella. Un producto ajeno a la persona es una consecuencia y ese producto presenta una condición técnica, que tiene un uso y servicio determinado y especificado”. Sin embargo, un servicio (atención, confianza, apreciación, cooperación, etc.) es una extensión de la persona y expresa una cualidad. Así pues, la condición técnica se debe y se puede dirigir (sistema administrativo de la operación) directamente porque es medible y cuantificable, pero el servicio no se puede medir y cuantificar directamente, sino indirectamente a través de la solución a ese servicio, un índice, es decir un número conceptuado, ese índice se puede sujetar a conceptos tales como: productividad, eficiencia, eficacia, rentabilidad, rendimiento, confiabilidad etc. El índice es siempre es concerniente a una condición determinada, si la condición se modifica el índice también se modifica. Por lo tanto, el índice es simplemente indicativo y no definitivo esto quiere decir que es temporal o permanente como pudiera ser una cualidad técnica.

Un sistema administrativo de la operación total “debe verificar en forma natural a la persona misma, a la gestión o actividad de la persona, a los archivos que la persona en su actividad desarrolla y solicita, a los equipos e instalaciones que el sistema presenta, los recursos necesarios y suficiente para la gestión de la empresa, los

productos base de toda la operación y por último los resultados obtenidos de todo el proceso en el universo de la organización. En lugar del concepto de administración de la calidad total, debe ser desde el punto de vista de la Teoría de la calidad administración de la operación total”. (**Zavala, 2013**)

### **2.3. Marco conceptual**

#### **Definición de las MYPES**

“Es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción o comercialización de bienes o prestación de servicios”.

#### **Definición de Microempresa**

Se define a aquella “cuyo número de trabajadores se encuentra en el intervalo de 1 y menor igual de 10 personas. Con niveles de ventas anuales en un monto máximo de 150 UIT. Se aplicará inclusive a las juntas, asociaciones o agrupaciones de propietarios e inquilinos en el régimen de propiedad horizontal o condominio habitacional, en tanto no cuenten con más de 10 trabajadores”.

#### **Definición de Pequeña Empresa**

Se define a aquella “cuyo número de trabajadores se encuentra en el intervalo de 1 y menor igual de 100 personas. O un total de ventas al año que oscila entre 150 hasta 1,700 UIT. Siendo que estos límites serán reajustados cada dos años por el MEF” .Según mi criterio, las MYPE son unidades de producción de bienes y servicios, con escasa infraestructura física e inversión económica, generalmente de índole familiar que surgen a consecuencia del desempleo, estas brindan trabajo temporal o subempleo y tienen escasa sobrevivencia debido a las condiciones en las que surgen y al alto grado de competencia en el mercado, lo que les impide crecer. “El Estado señala sus características distintivas de acuerdo a ciertos límites ocupacionales y financieros”. (Cárdenas, N - 2010)

## **Definición de Gestión**

En cuanto a la gestión de empresa, “ ésta abarca todas las acciones (ue suelen estar enmarcadas dentro de reglas y procedimientos operativos previamente establecidos que están destinadas a lograr objetivos concretos de la empresa en un tiempo determinado”.

Estas acciones o diligencias suelen ser cuatro: Planeación, Organización, Dirección y Control. Todo ello, para lograr objetivos concretos previamente planteados y con tiempos específicos para cumplirlos, por ejemplo: Conseguir una x cuota de mercado en un plazo de 1 año, lograr un "x" crecimiento en los próximos 6 meses, generar una determinada utilidad durante los siguientes 12 meses, entre otros. **(Thompson. I - 2012).**

## **Definición de Calidad**

En general, podríamos decir que un producto o servicio es de calidad cuando cuenta con insumos de primera, cuenta con un diseño atractivo, cuenta con una buena presentación, es durable en el tiempo, y está acompañado de un buen servicio al cliente, a tal grado que satisface necesidades, gustos y preferencias, y cumple o sobrepasa expectativas en el consumidor.

La calidad total, “también conocida como gestión de la calidad total TQM por sus siglas en inglés, es una filosofía, cultura o estilo de gerencia que involucra a todos los miembros de una organización, los cuales buscan mejorar continuamente la calidad no sólo en los productos, sino también en todos los aspectos de la empresa como, por ejemplo, en los trabajadores (por ejemplo, al estar bien calificados), en los insumos (por ejemplo, al ser de primera), en los procesos (por ejemplo, al evitar desperdicios),

en la atención al cliente (por ejemplo, al brindar una rápida atención”. **(Crece negocios- 2011)**).

### **Definición de Empresa**

Una empresa es “una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos trabajo, tierra y capital”.

La administración de empresas, “por su parte, es una ciencia social que se dedica al estudio de la organización de estas entidades, analizando la forma en que gestionan sus recursos, procesos y los resultados de sus actividades”. **(Pérez. J – 2008)**.

### **Definición de Botica:**

Botica también es “el lugar donde se venden remedios. Incluso en ocasiones se usa el término para nombrar al medicamento en sí mismo”.

### **III. HIPÓTESIS**

En la presente investigación no se planteará la hipótesis, porque la investigación es de tipo descriptivo.



## **IV. METODOLOGÍA**

Es una actividad de la investigación que se refiere a una variedad de métodos, técnicas e instrumentos en relación a postura filosófica y son sustentados por postulados supuestos que alcanzan y manifiestan; el problema en la metodología son los aspectos operativos importantes en el proceso de la investigación. (Cerde, 2000).

### **4.1. Diseño de la investigación**

El nivel de la investigación fue descriptivo, debido a que solo se limitó a describir las principales características de las variables en estudio.

M  $\longrightarrow$  O

Dónde:

M = Muestra conformada por las MYPES encuestadas.

O = Observación de las variables: Formalización y Gestión de calidad.

### **4.2. Población y Muestra.**

#### **Población**

La población está constituida por las 12 MYPES del sector comercialización - rubro Boticas en la ciudad de Tingo María.

#### **Muestra**

Está constituida por 12 MYPES del sector comercialización – rubro Boticas en la ciudad de Tingo María.

### 4.3.Operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Perfil de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPES	Algunas características de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPES.	Edad	<b>Razón:</b> <input type="checkbox"/> Años.
		Estado Civil	<b>Nominal:</b> <input type="checkbox"/> Soltero. <input type="checkbox"/> Casado. <input type="checkbox"/> Conviviente.
		Grado de Instrucción	<b>Nominal:</b> <input type="checkbox"/> Primaria. <input type="checkbox"/> Secundaria. <input type="checkbox"/> Superior no universitario <input type="checkbox"/> Superior universitario.
		Cargo que desempeña en la empresa	<b>Nominal:</b> <input type="checkbox"/> Dueño. <input type="checkbox"/> Administrador <input type="checkbox"/> Representante legal.
Perfil de las MYPES	Algunas características de las MYPES	Años de permanencia en la actividad y el rubro	<b>Razón:</b> <input type="checkbox"/> 1 – 2 años. <input type="checkbox"/> 2 – 3 años. <input type="checkbox"/> 3 – a más años.
		Estructura de la empresa	<b>Nominal:</b> <input type="checkbox"/> Formal. <input type="checkbox"/> Informal.
		Nº de trabajadores en la empresa	<b>Razón:</b> <input type="checkbox"/> De 1 – 5 trabajadores. <input type="checkbox"/> De 6

			a más trabajadores.
Gestión de calidad	Conjunto de atributos, técnicas utilizadas en la Gestión de Calidad de las MYPES del sector comercial en el rubro boticas, de la provincia de Leoncio Prado 2019	Gestión de Calidad de los Recursos Humanos - Gestión de Calidad de los Recursos Materiales.	<b>Nominal:</b> <input type="checkbox"/> Sí. <input type="checkbox"/> No.
		Gestión de calidad de los recursos financieros	<b>Nominal:</b> <input type="checkbox"/> Sí. <input type="checkbox"/> No.
		- Gestión de Calidad de los recursos tecnológicos	<b>Nominal:</b> <input type="checkbox"/> Precio. <input type="checkbox"/> Calidad. <input type="checkbox"/> Atención al cliente. <input type="checkbox"/> Otros.

#### 4.4. Técnicas e Instrumentos

**Técnica:** Se aplicó la técnica de la encuesta a los representantes o los dueños de cada MYPES para así recolectar datos requeridos para la investigación.

**Instrumento:** Se elaboró un cuestionario con 11 preguntas bien estructuras y fáciles de entender y así aplicar a cada representante o propietarios de las boticas en la ciudad de Tingo María.

#### 4.5. Plan de análisis

Se utilizó el programa de Microsoft Excel para cuantificar y elaborar tablas y gráficos estadísticos convenientes de las preguntas realizadas; los resultados fueron analizados teniendo en consideración los antecedentes y las bases teóricas del estudio.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Título de tesis	Enunciado del problema	Objetivos	Tipo y nivel de la investigación	Universo o Población	Variables
Caracterización de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas en el sector comercio- Rubro “Boticas” en la ciudad de Tingo María- provincia de Leoncio Prado, periodo 2019	¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en el sector comercial – Rubro - Boticas, en la provincia de Leoncio Prado, año 2019?	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Conocer las características de la gestión de calidad en las MYPES, del sector comercial – Rubro Boticas en la provincia de Leoncio Prado, año 2019.</p> <p><b>Objetivo Específico</b></p> <p>Determinar las características de los representantes de las MYPE en el sector comercial - Rubro Boticas en la provincia de Leoncio Prado, año 2019.</p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad de las MYPE en el Sector comercial - Rubro Boticas en</p>	<p><b>No experimental:</b></p> <p>La investigación fue no experimental debido a que se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto.</p> <p><b>Descriptiva:</b> La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información.</p>	El universo o población está conformada por los propietarios conductores de 12 MYPES en el sector comercialización rubro boticas de la ciudad de Tingo María.	Gestión de Calidad

		la Provincia de Leoncio Prado, año 2019			
--	--	---	--	--	--

**4.7. Principios éticos**

## IV.RESULTADOS

### 4.1. Resultados

**Tabla 1. Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, sector comercial – rubro boticas de la provincia Leoncio Prado, año 2019.**

<b>Datos generales:</b>	<b>Número de representantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Edad</b>		
18 a 5 años	0	0,0
26 a 60 años	12	100,0
De 61 años a más	0	0,0
Total	12	<b>100,0</b>
<b>Género</b>		
Masculino	2	16,7
Femenino	10	83,3
Total	12	<b>100,0</b>
<b>Grado de instrucción</b>		
Primaria	0	0,0
Secundaria	0	0,0
Instituto	5	41,7
Universitaria	7	58,3
Total	12	<b>100,0</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas sector comercial – rubro Boticas de la provincia de Leoncio Prado, año 2019.*

**Tabla 2. De la Gestión de calidad: MYPES del Sector comercial – rubro Boticas de la provincia de Leoncio Prado, año 2019.**

<b>De la Gestión de Calidad:</b>	<b>Número de MYPES</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Producto que comercializa es fabricado mediante procesos estandarizados de producción.</b>		
Sí	12	100,0
No	0	0,0
Total	12	<b>100,0</b>
<b>Documentos de Gestión</b>		
Plan de trabajo	3	25,0
Plan estratégico	6	50,0
Investigación de mercados	3	25,0
Total	12	<b>100,0</b>
<b>Conoce las normas ISO de certificación a la calidad.</b>		
Sí	5	41,7
No	7	58,3
Total	12	<b>100,0</b>
<b>Ha implementado en su empresa servicio pre y posventa con la ayuda de redes sociales</b>		
Sí	4	33,3
No	8	66,7
Total	12	<b>100,0</b>
<b>Cuántas veces al año la empresa capacita al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente</b>		
2017	8	66,7
2018	4	33,3
Total	12	<b>100,0</b>
<b>Su empresa actualiza los modelos de producto, según los gustos y preferencias del cliente</b>		
Sí	9	75,0
No	3	25,0
Total	12	<b>100,0</b>
<b>Evaluación de satisfacción</b>		

Sí	8	66,7
No	2	16,7
A veces	2	16,7
Total	12	<b>100,0</b>

---

**Uso de TIC**

Sí	6	50,0
No	6	50,0
Total	12	<b>100,0</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas sector comercial – rubro Boticas de la provincia de Leoncio Prado, año 2019.*



## 4.2. Análisis de resultados

**Respecto a los datos generales del encuestado, (ver tabla 01);** se observó que el 100% de la MYPES encuestadas mayormente los representantes son de 26 a 60 años de edad. **(en la tabla 02);** vemos que el género se observó que el 83% de los representantes legales eran femeninos y el 17 % de los que respondieron eran masculinos, **(en la tabla 03);** el grado de instrucción de cada representante fue el 58% fueron los que estudiaron en la Universidad y el 42% estudiaron en el Instituto. Después de algunas encuestas interrogadas a cada representante legal.

**De la Gestión de Calidad (ver tabla 10);** La comercialización de sus productos si es fabricado mediante procesos estandarizados de producción, lo cual e 100% de los representantes legales respondieron que Sí. **(ver tabla 11);** Los documentos de gestión que para mejorar la calidad en la comercialización de su producto, los cuales el 50% de los representantes legales dijeron el plan estratégico, y el 25 % de los representantes legales encuestadas respondieron, era el plan de trabajo y el 25% dijeron la investigación de mercado.

La pregunta del conocimiento de las normas ISO de certificación a la calidad **(ver tabla 12);** los cuales el 58% de los representantes legales dijeron que no conocen las normas y los 42% respondieron que Si conocen las normas ISO. La encuesta realizada sobre servicio pre y posventa con la ayuda de redes sociales **(ver tabla 13);** ya que un 67% de los representantes legales dijeron que no conocen de lo que es los servicios de pre y post venta con la ayuda de redes sociales y los 33% dijeron que si conocen. **(ver tabla 14);** De las veces al año que la empresa capacita al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente; se observó que el 67 % fue el monto

que se ha capacitado en el 2016 y el 33% fue el monto que se ha capacitado en el 2017. En el 2017 se encuestó a la mitad de año ya que los resultados son notorias. **(ver tabla 15)**; Su empresa actualiza los modelos de producto, según los gustos y preferencias del cliente, en esta pregunta, se observó que el 75% de los representantes legales mencionaron que su empresa actualiza los modelos de producto según sus gustos y preferencias de los clientes y los de 25% de los representantes legales no actualizan los modelos de producto, dentro de estas respuestas vemos que en algunas empresas no se ve que actualizan los productos según los gustos, y por tal modo la empresa tiende a tener menos ingresos. **(ver tabla 16)**; En esto también observamos que si evalúa el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto, ya que el 67% de los representantes legales evalúan nivel de satisfacción del cliente, el 17% de los representantes legales evalúan el nivel de satisfacción solo a veces y los 16% de representantes legales dicen que no lo hacen. Y al finalizar vemos la tecnología (TIC) que usa las MYPES; **(ver tabla 17)**; ya que un 50% de los representantes legales que si hacen el uso del TIC y los 50% responden que no hacen uso del TIC. Dentro de este tema de los TIC's, ahora dentro en la actualidad es de mucha importancia porque por medio de las redes y los sistemas, la empresa podría crecer y ser más reconocida, ya que la mayoría de las personas están conectados al internet.

## **V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. Conclusiones**

Dentro de las asesorías recibidas de entidades públicas, no todas los representantes legales de las MYPES tuvieron asesorías, y esto se debe a veces a la falta de interés y a causa de esta los representantes no obtendrían algún conocimiento ya que dentro de las asesorías se presentan temas importantes sobre las ventas u otros. Considerar que la formalización aumenta los costos laborales, en esto se respondió que el 92% de los representantes legales dijeron que SI, ya que la formalización es importante, y esto hace ver que la empresas está bien con las reglas

Dentro de la Gestión de calidad, los resultados se observa que no hay un conocimiento sobre las normas ISO, ya que esto nos explica sobre la certificación de la calidad y los 67% de los representantes legales lo desconocen, y par tal modo necesitaría una explicación sobre este tema a cada uno de ellos. La capacitación del personal para mejorar la calidad en la atención al cliente, hay en algunas empresas no tienen mucha capacitación con sus personales, ya que la capacitación es importante porque nos enseña como tratar a las personas, y ser paciente más que todo.

Dentro de la evaluación del nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto vemos que el 67% de los representantes legales de las MYPES evalúan nivel de satisfacción del cliente, bueno se podría decir que la evaluación es importante porque sabiendo esto veremos que gustos y preferencias que tienen los clientes y así crecer con las ventas y tener ingresos.

La gestión de calidad es muy beneficioso para las empresas, porque cuando se comercializa el producto y al momento que el cliente lo adquieren, siempre algunos clientes son curiosos y verán que el producto es bueno e irán en busca de más.

## **5.2. Recomendaciones**

Luego de la evaluación y conclusión del estudio consideramos prudente plantear las siguientes recomendaciones:

- Realizar constantemente investigaciones de mercado para satisfacer adecuadamente los cambiantes requerimientos del mismo, y recordar la importancia de organizar eficientemente y en su debido tiempo las actividades promocionales.
- Establecer controles y realizar ajustes periódicos en el plan de mercadeo de la empresa, es sin duda alguna imprescindible, recomendamos tomar acciones de marketing relacional y apertura de nuevos mercados, con el fin de lograr el retorno de la inversión. Junto con lo anterior, se deben empezar a implementar las metodologías de mejora continua con el fin de hacer más rentable la operación.

## Referencias Bibliográficas

**Alanoca, C(2014)** en su tesis titulada “Caracterización de la gestión de calidad en las exportaciones de las MYPES productoras de aceite de oliva tacneño a la ciudad de Sao Paulo – Brasil, en el distrito de Tacna, periodo 2013-2014”.

**Camisón, Cruz y Gonzales (2006)**, Teoría de gestión de calidad; [Extraído el 08 de julio del 2017], Disponible en la web: <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>

**Castro (2015)**, explica sobre problemas de las MYPES en el Perú [Extraído el 06 de junio del 2017], Disponible en la web: <http://rpp.pe/lima/actualidad/fallas-comunes-de-las-micro-y-pequeñas-empresas-en-su-intento-de-crecer-noticia-837187>.

**Cotacallapa (2010)**, Teoría de gestión de Mypes; [Extraído el 20 de julio del 2017]: Disponible en la web: [http://www.academia.edu/9554551/Gestion\\_de\\_MYPES](http://www.academia.edu/9554551/Gestion_de_MYPES).

**Cueva, J ( 2015)**, en su tesis titulada “ Caracterización de gestión de calidad en micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas en el AA.HH. San Luis, distrito Nuevo Chimbote, 2015”

**Definición de Botica:** Autores: Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2016. Actualizado:2018. Definición. de: Definición de botica (<https://definicion.de/botica/>).

**Gabriela (2011)**; Definición de la formalización; [Extraído el 25 de julio del 2017]: Disponible en:<http://www.monografias.com/trabajos11/formaliz/formaliz2.shtml>

**Gutierrez, Y (2013)**, la investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro – venta minorista de ropa para damas del centro comercial galerías alfa, Chimbote, 2013”.

**Landeo , H( 2014)**, en su título “Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro comercialización de lencería del mercado modelo, Chimbote, 2014.

**LEY N° 28015, (2003).** *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa* .Recuperado en, <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>

**LEY N° 30056, (2013).** *Y sus modificaciones laborales al régimen especial de las micro y pequeñas empresas.* Recuperado, [http://aempresarial.com/web/revitem/4\\_15478\\_20217.pdf](http://aempresarial.com/web/revitem/4_15478_20217.pdf).

**Luna , K (2013)**, en su tesis titulada “Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013”.

**Palma , O(2015)**, en su título “Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, en el sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del Santa 2015”

**Rodríguez, A(2015)**, en su tesis titulada “Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001:2008 en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de productos farmacéuticos y artículos de tocador (boticas) del distrito de Huaraz, 2015”

**Silipú (2012)**, tipos de formalización; [Extraído el 02 de julio del 2017], Disponible en la web: <http://blogs.peru21.pe/tumismoeres/2012/09/formalizacion-tarea-de-todo-em.html>.

**Sosa (2013)**, concepto de formalización; [Extraído el 18 de junio del 2017]; Disponible en la web: <https://prezi.com/petkqf1taxhp/conceptos-basicos-de-formalizacion/>.

**Teoría de la calidad:** Bitaliana león Ávila 11 de dic 2015  
<https://www.emprendices.co/la-importancia-la-calidad-las-empresas/17/06/18>.

**Thompson (2012)**; Definición de gestión; [Extraído el 22 de julio del 2017]; Disponible en la web: <http://www.gestiondeempresas.com/notas/que-es-gestion-de-empresas.html>

**Vásquez, J. (2013)**. *“Importancia de la MYPES en el Perú”*. Recuperado, en <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

**Zavala (2013)**, teoría de la calidad; [Extraído el 22 de julio del 2017]; Disponible en la web: [www.sld.cu/galerias/doc/sitios/infodir/3.doc](http://www.sld.cu/galerias/doc/sitios/infodir/3.doc)

# **ANEXOS**





UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominada

CARACTERIZACION DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL SECTOR COMERCIO-RUBRO BOTICAS EN LA CIUDAD DE TINGO MARÍA-PROVINCIA DE LEONCIO PRADO, PERIODO 2019

**ENCUESTA**

“La información que usted nos proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración”.

Encuestado

(a): ..... Fecha: ...../...../.....

MYPE encuestada: .....

**A. Datos generales:**

1. Edad del representante legal de la empresa: .....

2. Género del representante legal de la empresa:

a) Masculino b) Femenino

3. Grado de instrucción del representante legal de la empresa:

a) Ninguno

b) Primaria: Completa..... Incompleta.....

c) Secundaria: Completa..... Incompleta.....

d) Superior universitaria: Completa..... Incompleta.....

e) Superior no universitaria: Completa..... Incompleta.....

**B.- De la gestión de la calidad**

4. ¿Su producto que comercializa es fabricado mediante procesos estandarizados de producción?

Sí No

5. ¿Qué documentos de gestión usa para mejorar la calidad en la comercialización de su producto?

a). Plan de trabajo b). Plan estratégico c). Investigación de mercados

6. ¿Conoce las normas ISO de certificación a la calidad?

Sí No

7. ¿Ha implementado en su empresa servicios pre y posventa con ayuda de las redes sociales?

Sí No

8. ¿Cuántas veces al año la empresa capacita al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente?

2017: .....veces 2018: .....veces

9. ¿Su empresa actualiza los modelos de los del producto, según los gustos y preferencias del cliente?

Sí No

10. ¿Evalúa usted el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto?

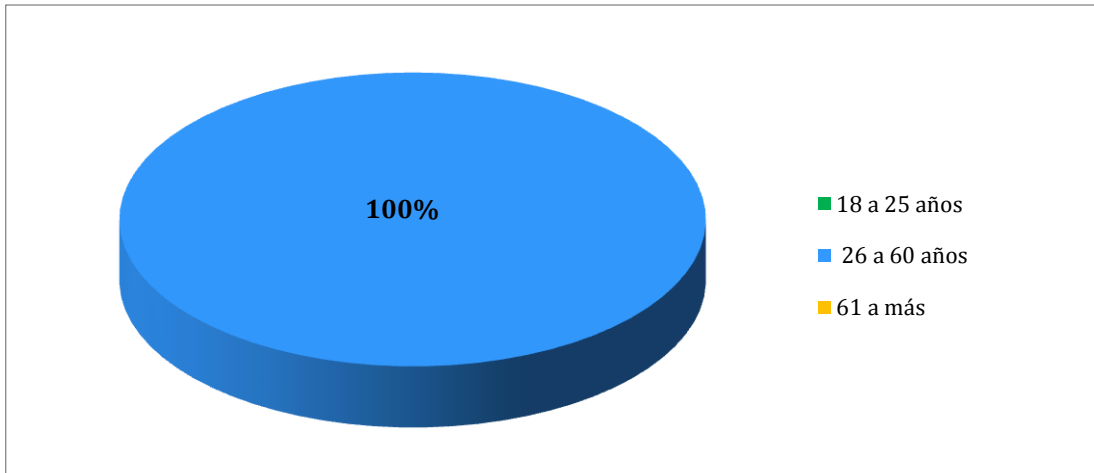
Sí No A veces

11. ¿Usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto?

Sí No

## FIGURAS

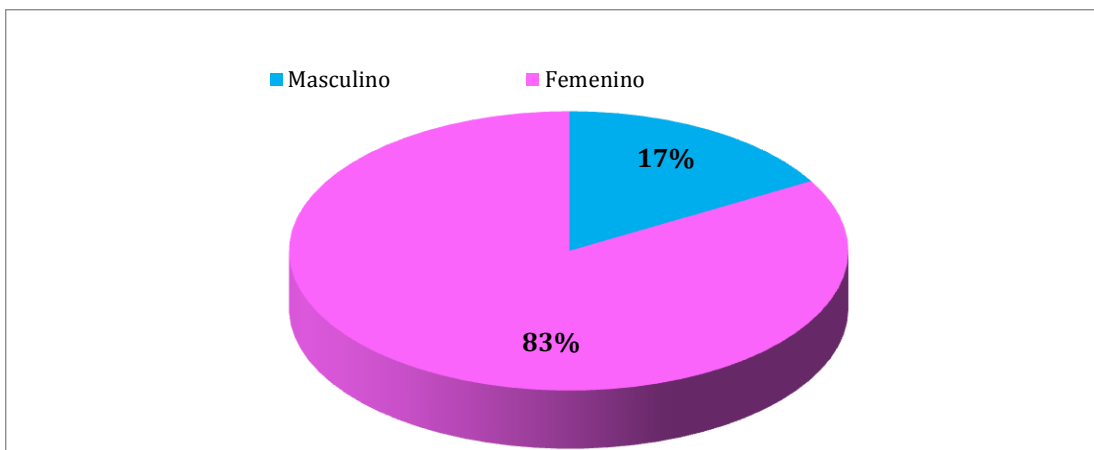
### Datos del Representante:



**Figura 1: Edad de los representantes legales**

Fuente: Tabla 1.

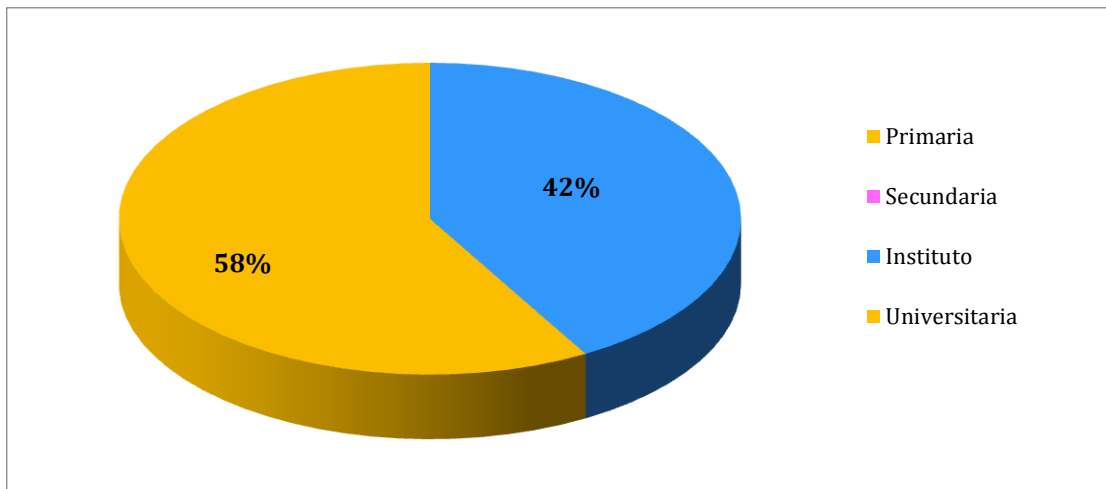
Se observa que el 100% son mayormente personas representantes de las MYPES, los cuales son las personas que son de 26 a 60 años.



**Figura 2: Género de los representantes**

Fuente: Tabla 1.

Se observó que 83% de los representantes legales eran femeninos y el 17 % de los que respondieron eran masculinos.

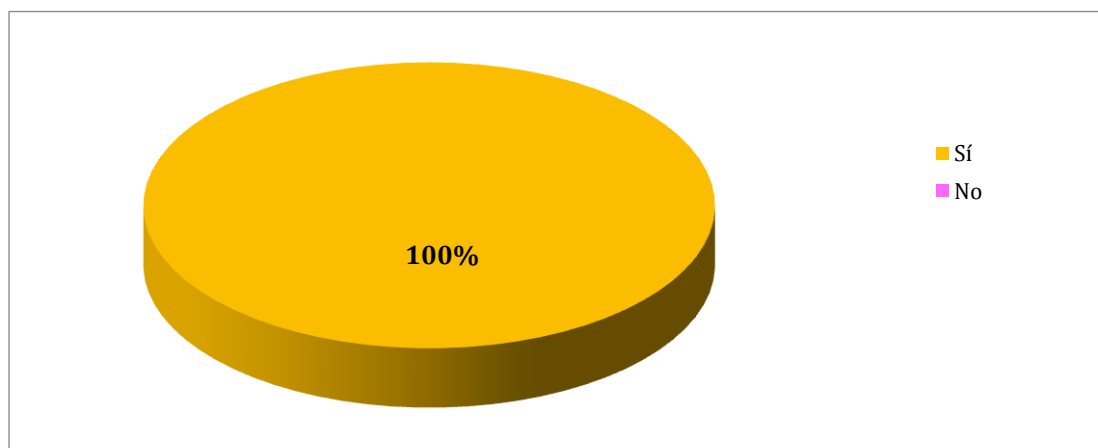


**Figura 3: Nivel de instrucción de los representantes**

Fuente: Tabla 1.

Se observó que el 58% de los representantes encuestados fueron los que estudiaron en la Universidad y el 42% estudiaron en el Instituto.

**Figura 04: ¿Su producto que comercializa es fabricado mediante procesos**

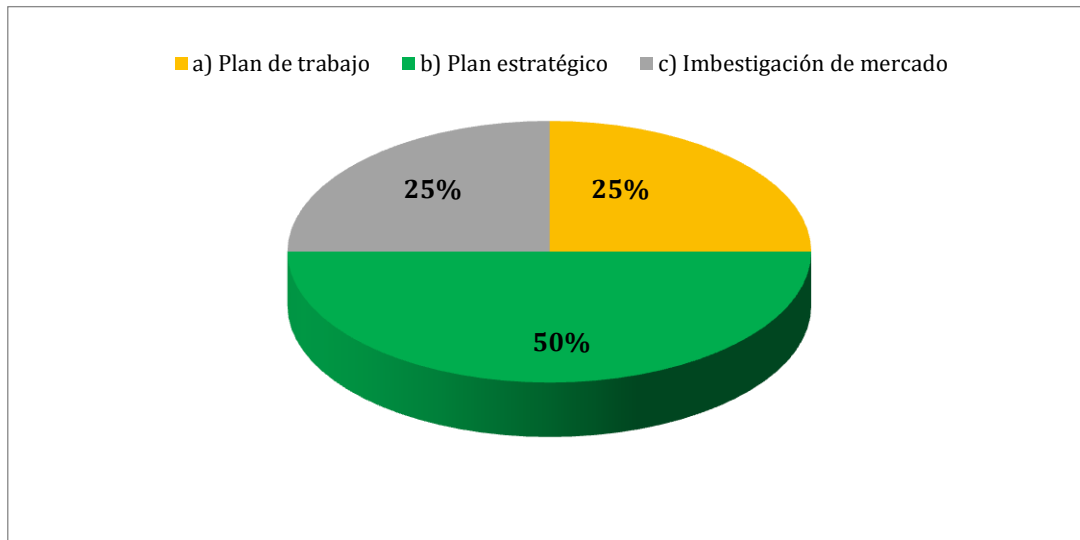


**estandarizados de producción?**

Fuente: Tabla 2.

El 100% de los representantes legales respondieron que Sí.

**Figura 05: ¿Qué documentos de gestión usa para mejorar la calidad en la**

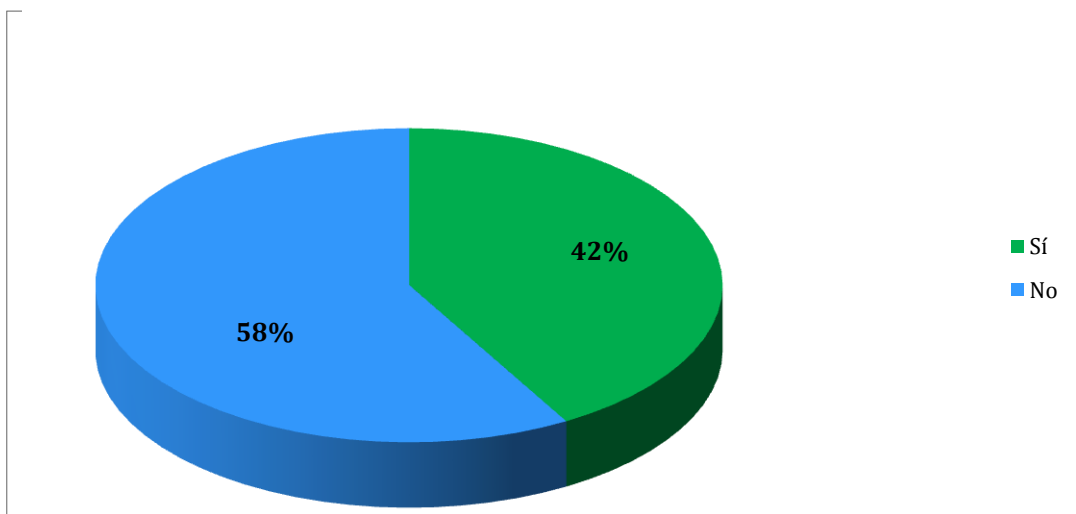


**comercialización de su producto?**

Fuente: Tabla 2.

El 50% de los representantes legales dijeron el plan estratégico, y el 25 % de los representantes legales encuestados respondieron que era el plan de trabajo y el 25% dijeron la investigación de mercado.

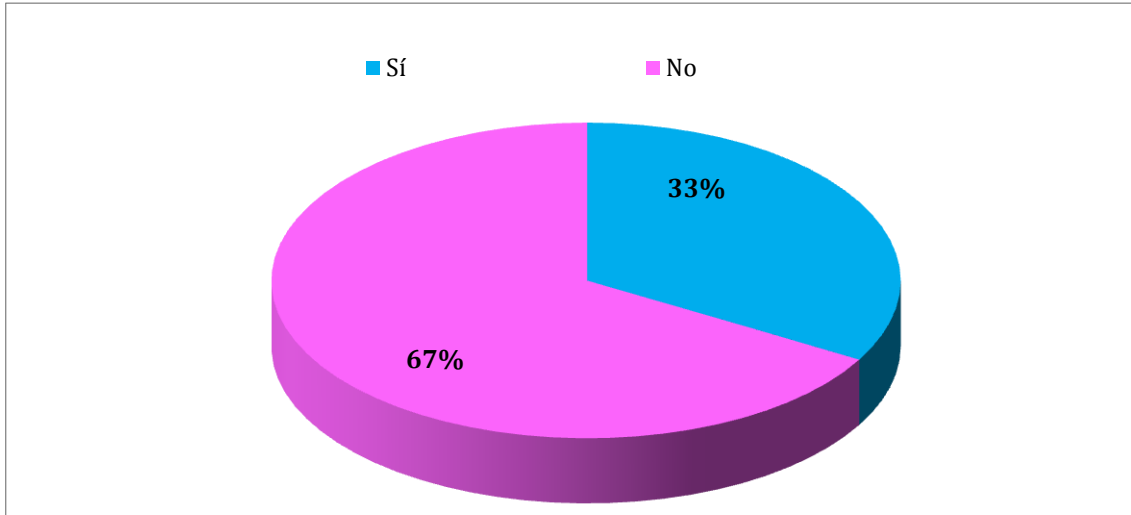
**Figura 06: ¿Ha implementado en su empresa servicios pre y posventa con ayuda de las redes sociales?**



Fuente: Tabla 2.

Se observó que el 58% de los representantes legales dijeron que no conocen las normas y los 42% respondieron que Si conocen las normas ISO.

**Figura 07 ¿Ha implementado en su empresa servicios pre y posventa con ayuda**

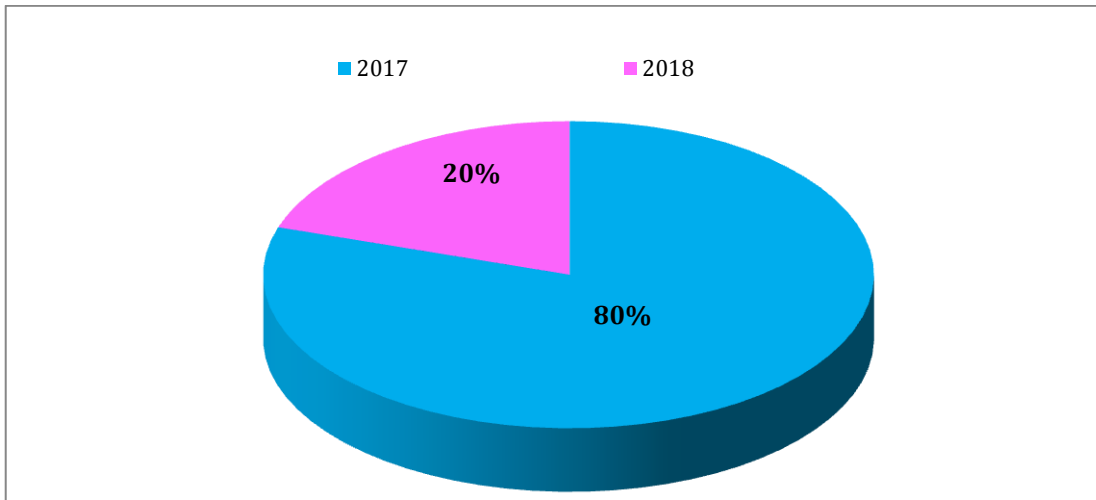


**de las redes sociales?**

Fuente: Tabla 2.

El 67% de los representantes legales dijeron que no conocen de lo que es los servicios de pre y post venta con la ayuda de redes sociales y los 33% dijeron que si conocen.

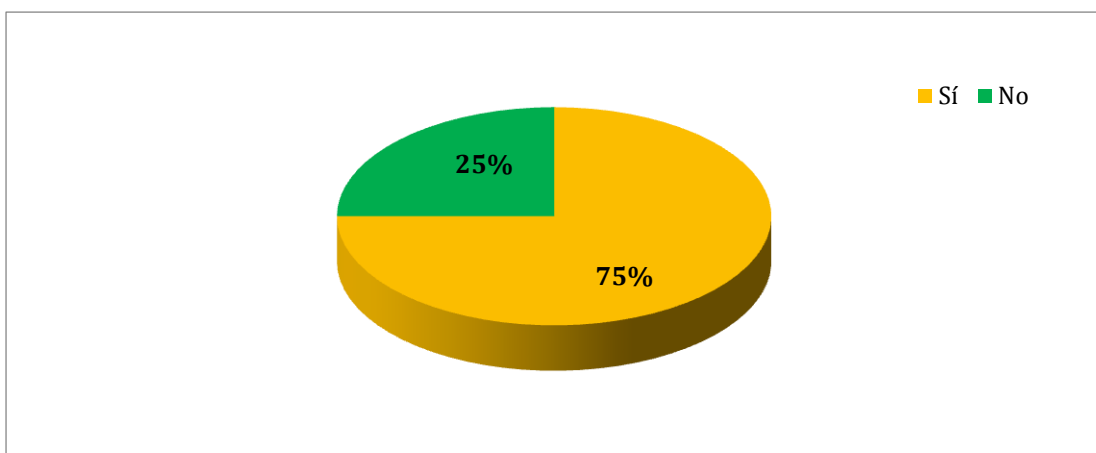
**Figura 08: ¿Cuántas veces al año la empresa capacita al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente?**



Fuente: Tabla 2.

Se observó que el 67 % fue el monto que se ha capacitado en el 2017 y el 33% fue el monto que se ha capacitado en el 2018.

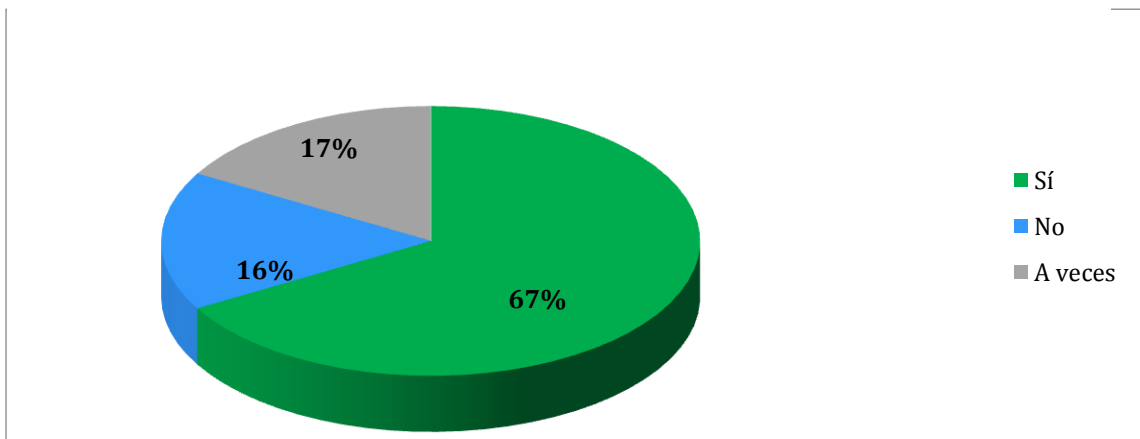
**Figura 09 : . ¿Su empresa actualiza los modelos de los del producto, según los gustos y preferencias del cliente?**



Fuente: Tabla 2.

El 75% de los representantes legales mencionaron que su empresa actualiza los modelos de producto según sus gustos y preferencias de los clientes y los de 25% de los representantes legales no actualizan los modelos de producto.

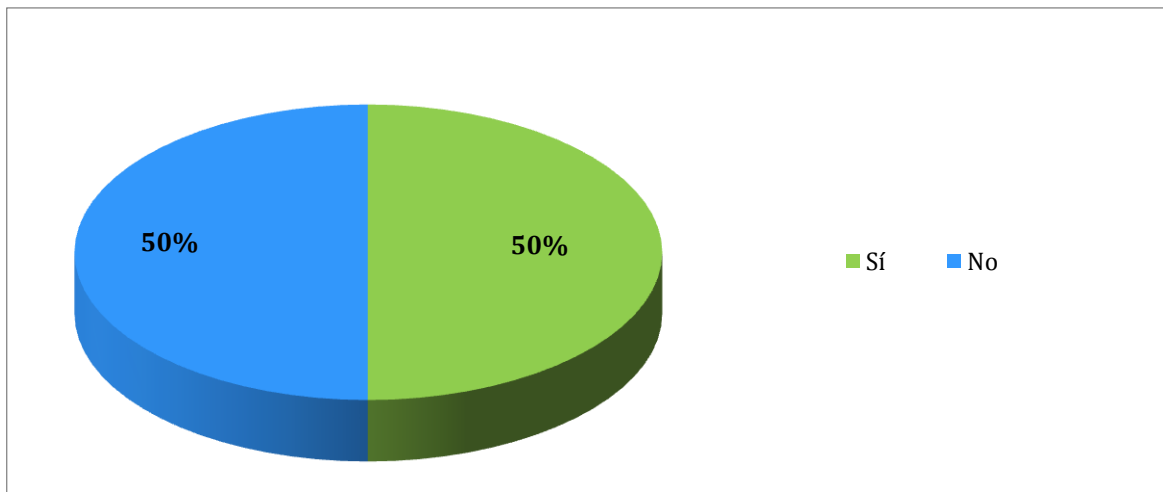
**Figura 10: ¿Evalúa usted el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto?**



Fuente: Tabla 2.

Se observó que el 67% de los representantes legales evalúan nivel de satisfacción del cliente, el 17% evalúan el nivel de satisfacción solo a veces y los 16% de representantes legales dicen que no lo hacen.

**Figura 11. ¿Usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su**



**producto?**

Fuente: Tabla 2.



Se observa que el 50% de los representantes legales que si hacen el uso del TIC y los 50% responden que no hacen uso del TIC.