



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
“GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LOS
BENEFICIOS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL
SECTOR COMERCIO RUBRO – SHOWROOM, DISTRITO DE
BREÑA, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA,
AÑO 2016”**

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

AUTOR

**MACEDO AGÜERO, GABY
ORCID: 0000-0002-3145-5089**

ASESORA

**ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA
ORCID: 0000-0001-6079-2319**

**LIMA – PERÚ
2020**

I. TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

“La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro – showroom, distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016”

II. EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

MACEDO AGÜERO, Gaby

ORCID: 0000-0001-8555-0340

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

Perú

ASESORA

ZENOZAIN CORDERO, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias

Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de

Administración, Lima, Perú

JURADO

MEZA DE LOS SANTOS, Juan Pablo

ORCID: 0000-0001-8852-1342

MORILLO CAMPOS, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

ESPINOSA OTOYA, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

III. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Meza De Los Santos, Juan Pablo

Presidente

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Miembro

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

Miembro

Zenozain Cordero, Carmen Rosa

Asesora

IV. DEDICATORIA

Mi Trabajo de Investigación la dedico con todo mi amor y cariño a mis padres, a mi amado hijo Anthony Valentino y a mi amado esposo Daivi Farfán.

A mis padres, porque son las personas que me han dado el amor y la calidez de la familia a la cual amo; asimismo, porque son los principales cimientos para la construcción de mi vida personal y profesional, inculcándome siempre valores y principios, de esta manera sentaron en mí las bases de responsabilidad y deseos de superación.

A mi hijo, porque desde su llegada aumentó mis deseos de seguir mejorando como persona y mostrarle que todo en la vida es posible, porque es la razón de sentirme tan orgullosa de culminar mi meta.

A mi esposo, por su tiempo, por su amor incondicional, por acompañarme en mis noches de estudio, por motivarme a diario a desarrollar más y más capacidades.

V. RESUMEN

Es necesario conocer la importancia que generan las micro y pequeñas empresas en la dinámica económica del Perú; para ello, la presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la influencia la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro-showroom, distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016. Con este fin, la interrogante de investigación es la siguiente: ¿Cuál es la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro-showroom, en el distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016? En este contexto, la influencia de la gestión de calidad y los beneficios son las medidas en que nos concentraremos a investigar, en relación con las micro y pequeñas empresas.

La interrogante de investigación se responde a través del uso del tipo de investigación cuantitativa, porque los datos serán procesados haciendo uso de las herramientas matemáticas y estadísticas, realizando una clasificación de los resultados por medio de frecuencias absolutas y relativas; y el uso del nivel de investigación descriptiva, porque describiremos los datos y las características de la población que se está estudiando. La población es de 12 micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom, tomando en cuenta para la muestra el total de la población. Para la recolección de datos de la población en estudio se utilizó un cuestionario con 16 preguntas.

Al finalizar el estudio se llegó a las siguientes conclusiones:

Sobre las características de los empresarios: un alto porcentaje de los empresarios son personas jóvenes, sus edades oscila entre los 18 y 25 años de edad, de estado civil conviviente y son del género femenino, con grado de instrucción secundaria, un poco más del 50% se encarga directamente de sus empresas.

Sobre las características de las MYPES: El estudio muestra que la gran mayoría empresas tienen entre 1 a 5 años funcionando y ofreciendo sus productos, mientras que todas las empresas encuestadas tienen a su cargo de entre 1 a 5 trabajadores, son empresas formales, y todas establecen objetivos a corto, mediano o largo plazo.

Sobre las características de la gestión de calidad: El estudio muestra que el nivel de satisfacción de los clientes de acuerdo a la calidad de los servicios de la empresa es *totalmente satisfecho*, todas cuentan con una segmentación eficaz del mercado y de los clientes, mantienen los stocks a un nivel satisfactorio, utilizan canales de comercialización específicos para dar salida a los stocks, todas las empresas afirman que el número de sus clientes está creciendo y que el equipo que gestiona la empresa se encuentra *muy motivado*, y ello suma a que la atención hacia sus clientes es muy bueno.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, se recomienda a las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom del distrito de Breña que pongan en práctica los principios de la gestión de calidad, para poder seguir ofreciendo a sus clientes el producto y el servicio que ellos esperan.

Se recomienda también que las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom del distrito de Breña que se planteen objetivos a corto, mediano y largo plazo. Que segmenten su mercado y clientes, hagan uso de las redes sociales para ofrecer sus productos y generar mayores ventas.

Palabras clave: Gestión de calidad, Mypes, comercio.

ABSTRACT

It is necessary to know the importance that micro and small companies generate in the economic dynamics of Peru; To this end, the main objective of this research was to determine the influence of quality management on the benefits of micro and small companies in the retail-showroom trade sector, Breña district, Lima province, Lima department, 2016. With this Finally, the research question is as follows: What is the influence of quality management on the benefits of micro and small companies in the trade-showroom sector, in the Breña district, Lima province, Lima department, year 2016? In this context, the influence of quality management and benefits are the measures in which we will focus on research, in relation to micro and small companies.

The research question is answered through the use of the quantitative research type, because the data will be processed using the mathematical and statistical tools, classifying the results by means of absolute and relative frequencies; and the use of the level of descriptive research, because we will describe the data and characteristics of the population being studied. The population is 12 micro and small companies in the retail trade sector, taking into account the total population for the sample. To collect data from the study population, a questionnaire with 16 questions was used.

At the end of the study the following conclusions were reached:

Regarding the characteristics of the entrepreneurs: a high percentage of the entrepreneurs are young people, their ages range from 18 to 25 years of age, of cohabiting marital status and are of the female gender, with a secondary education degree, just over 50 % takes direct charge of their companies.

On the characteristics of the MYPES: The study shows that the vast majority of companies have between 1 to 5 years operating and offering their products, while all the companies

surveyed are responsible for between 1 to 5 workers, they are companies that are formal, and all set short, medium or long-term goals.

On the characteristics of quality management: The study shows that the level of customer satisfaction according to the quality of the company's services is totally satisfied, all of them have an effective segmentation of the market and customers, maintain the stocks at a satisfactory level, they use specific marketing channels to exit the stocks, all the companies affirm that the number of their clients is growing and that the team that manages the company is highly motivated, and this adds to the attention towards his clients is very good.

Taking into account the results obtained, it is recommended that micro and small companies in the trade sector, showroom category of the Breña district, put into practice the principles of quality management, in order to continue offering their customers the product and service that they are waiting.

It is also recommended that micro and small companies in the trade sector, showroom area of the Breña district, have short, medium and long-term objectives. That they segment their market and customers, make use of social networks to offer their products and generate higher sales.

Key words: Quality management, Mypes, commerce.

VI. CONTENIDO

I. TÍTULO DE LA TESIS.....	2
II. EQUIPO DE TRABAJO.....	3
III. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	4
IV. HOJA DE DEDICATORIA.....	5
V. RESUMEN	6
VI. CONTENIDO	10
VII. ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS,.....	11
1. INTRODUCCIÓN	13
2. REVISIÓN DE LITERATURA	16
2.1. Antecedentes	16
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	26
3. HIPÓTESIS.....	40
4. METODOLOGÍA	43
4.1. Metodología de la investigación... ..	43
4.2. Diseño de la investigación... ..	44
4.3. Población y muestra	44
4.4. Definición y operacionalización de variables	44
4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	46
4.6. Plan de análisis.....	47
4.7. Principios éticos	49
5. RESULTADOS.....	50
5.1 Resultados	50
5.2 Análisis de resultados	66
6. CONCLUSIONES	69

Recomendaciones.....	71
Referencias bibliográficas	72
ANEXOS	76
Anexo 1	76
Anexo 2.....	77

INDICE DE TABLAS Y GRAFICOS

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Edad de los empresarios	50
Tabla 2: Género del encuestado... ..	51
Tabla 3: Estado civil del emprendedor.....	52
Tabla 4: Grado de instrucción... ..	53
Tabla 5: Cargo en la empresa	54
Tabla 6: Tiempo de funcionamiento... ..	55
Tabla 7: Cantidad de trabajadores	56
Tabla 8: Formalización de la MYPE	57
Tabla 9: ¿Establece objetivos a corto, mediano o largo plazo?	58
Tabla 10: ¿Cuál es el nivel de satisfacción de sus clientes, de acuerdo a la calidad de sus servicios?	59
Tabla 11: ¿Tienes elaborada una segmentación eficaz del mercado y de los clientes	59
Tabla 12: ¿Se mantienen los stocks a un nivel satisfactorio?.	60
Tabla 13: ¿Utiliza canales de comercialización específicos para dar salida a los stocks?.....	61
Tabla 14: ¿el número de clientes está creciendo, está estancado, o está decreciendo?	62

.Tabla 15: ¿Cómo está la motivación e implicación del equipo que gestiona la empresa?	63
---	----

Tabla 16: ¿Cómo califica la calidad de atención hacia sus clientes?	64
---	----

INDICE DE GRÁFICOS

Figura 1: Edad de los emprendedores	50
---	----

Figura 2: Género del encuestado... ..	51
---------------------------------------	----

Figura 3: Estado civil del emprendedor	52
--	----

Figura 4: Grado de instrucción... ..	53
--------------------------------------	----

Figura 5: Cargo en la empresa	54
-------------------------------------	----

Figura 6: Tiempo de funcionamiento... ..	55
--	----

Figura 7: Cantidad de trabajadores	55
--	----

Figura 8: Formalización de la Mype	56
--	----

Figura 9: Establece objetivos a corto, mediano o largo plazo	57
--	----

Figura 10: Cuál es el nivel de satisfacción de sus clientes, de acuerdo a la calidad de sus servicios	58
---	----

Figura 11: Tienes elaborada una segmentación eficaz del mercado y de los clientes	59
---	----

Figura 12: Se mantienen los stocks a un nivel satisfactorio	60
---	----

Figura 13: Utiliza canales de comercialización específicos para dar salida a los stocks.....	61
--	----

Figura 14: El número de clientes está creciendo, está decreciendo, o está decreciendo	62
---	----

Figura 15: Cómo está la motivación e implicación del equipo que gestiona la empresa	63
---	----

Figura 16: Cómo califica la calidad de atención hacia sus clientes	64
--	----

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema de “la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom, distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016”. Las micro y pequeñas empresas (PYMEs) surgen en el mundo en la década de 1970 luego de la crisis energética, desde entonces catalogada como una de las fuentes más importantes generadores de trabajo y riqueza. En el Perú, las micro y pequeñas empresas son de gran importancia, actualmente existen “2 millones 332 mil 218 empresa”s de las cuales más del 95% están en el régimen Mype (INEI, 2018) y gran parte se encuentran en la capital.

En el Perú, algunas unidades de las micro y pequeñas empresas, no cumplen con los requisitos mínimos de formalidad, restringido acceso a la tecnología, falta de capacitación de sus propietarios y colaboradores, provocando de esta manera un desacelerado crecimiento como empresa y limitación de acceso a créditos bancarios.

El distrito de Breña, es considerado uno de los distritos limeño con mayor densidad empresarial, con 13 mil 49 empresas (INEI, 2016) creada hace 70 años, con la finalidad de ser la zona industrial del país.

En la investigación para efectos de la obtención del grado académico de bachiller en ciencias administrativas, además de la elaboración del marco teórico y conceptual, también presentamos los datos obtenidos a través de un cuestionario, procesados haciendo uso de herramientas matemáticas y estadísticas, las cuales nos llevarán a resolver nuestra interrogante principal y hacer una serie de recomendaciones.

Las micro y pequeñas empresas, han ido creciendo de manera rápida, haciendo competencia a las grandes tiendas, debido a que sus productos son mucho más accesibles, pero a diferencia de las micro y pequeñas empresas las grandes tiendas hacen uso de diferentes estrategias de captación de clientes, tienen la capacidad y los medios para llegar a diferentes medios de

difusión, temporalmente realizan capacitaciones para sus administradores y colaboradores, mientras tanto “las micro y pequeñas empresas, en su afán de continuar en el mercado han realizado diferentes acciones que les impulsaron a la competitividad, pero; el desconocimiento de algunas otras herramientas para llegar a las masas ha hecho que esta acción sea de baja intensidad” (Macedo, 2017). Es así que el enunciado del problema de la investigación es el siguiente:

“¿Cuál es la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro-showroom, en el distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016?”

Para poder resolver el problema de la investigación, se ha planteado el objetivo principal:

Determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro-showroom, distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016”.

Y para lograr nuestro objetivo general, se ha planteados los siguientes objetivos específicos:

- ✓ “Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro – showroom, distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016”.
- ✓ “Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro - showroom, distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016”.
- ✓ “Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro-showroom, distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016”.

Según Mendez (2012) “La justificación en la investigación puede ser de carácter teórico, práctico o metodológico”.

La presente investigación se justifica porque se realiza con la finalidad de aportar al conocimiento existente sobre el uso de “la gestión de calidad de los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña, provincia y departamento de Lima”, ayudando a los propietarios a mejorar ingresos y la calidad de sus servicios y *“poder mantenerse en un mercado competente de estos tiempos.*

Asimismo, la investigación se realiza porque existe la necesidad de mejorar el nivel de ingresos y satisfacción de los clientes, con el uso de “la gestión de calidad de los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña”.

Para lograr los objetivos planteado en la investigación, se utilizaron técnicas de investigación como el cuestionario y la encuesta, a fin de recolectar datos e identificar la problemática de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom, del distrito de Breña. “La presente investigación servirá como base de las próximas investigaciones, originando así un interés más profundo sobre el estudio de las micro y pequeñas empresas, y dando nuevas ideas para fortalecer el comercio del rubro showroom” (2017).

2. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Local

Según, Gutiérrez, (2019) en su investigación titulada La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES del sector comercio rubro – venta de ropa para dama, de la galería Fronteras Unidas de Grau, Jr. Montevideo N° 766, Lima 2018, en su investigación desarrollada para optar el título profesional de licenciada en administración, propuso como objetivo principal: determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa para damas, de la galería Fronteras Unidas de Grau, Jr. Montevideo N° 766, Lima 2018. La investigación fue de tipo cuantitativo, el nivel descriptivo y correlacional, diseño no experimental – Transversal – Correlacional – cuantitativo, para llevar a cabo la investigación se recogió una población muestral de 20 puestos del sector comercio rubro venta de ropa para damas, de la galería Fronteras Unidas de Grau, a las cuales se les aplicó una encuesta utilizando como instrumento un cuestionario.

Obteniendo los siguientes resultados: Del 100% de representantes encuestados el 40% indica que a veces la empresa tiene diseñada los objetivos para una gestión de calidad, mientras 15% de representantes de las MYPES del sector comercio rubro ventas de ropas para damas de la galería Fronteras Unidas de Grau de Lima indica siempre diseña sus objetivos para una gestión de calidad. El 35% casi siempre asigna recursos en la implementación de los planes trazados, asimismo se observa que solo el 15% señala que a veces asignan recursos para la implementación de los planes trazados. El 40% señala que a veces manejan procedimientos para la gestión de calidad en las MYPES del sector comercio rubro venta de ropa para damas, de la galería Fronteras Unidas de Grau, de Lima, así también muestra que sólo el 10% siempre maneja procedimientos para una gestión de calidad. El 60% señala que a veces organiza los

procesos, de la galería Fronteras Unidas de Grau, de Lima, así también muestra que sólo el 5% siempre organiza los procesos para una gestión de calidad. El 35% señala que siempre la implementación de la gestión de calidad incrementa las ventas de ropa para damas en las MYPES del sector comercio rubro venta de ropa para damas, de la galería Fronteras Unidas de Grau, de Lima, mientras que el 5% señala que nunca la implementación de calidad incrementa sus ventas. El 35% señala que casi siempre, la eficiencia es óptima para la productividad para las MYPES del sector comercio rubro venta de ropa para damas, de la galería Fronteras Unidas de Grau, de Lima, mientras que el 10% señala que a veces la eficiencia es óptima para la productividad. Llegando a las siguientes conclusiones:

- ✓ Los pequeños y medianos negocios no aplican las herramientas de gestión de calidad, por desconocimiento y poco interés, la gestión de calidad es un factor esencial para alcanzar la competitividad y fortalecerse en el mercado, especialmente cuando la liberalización de las economías lleva a una competencia entre negocios pequeños, medianos y grandes.
- ✓ Los pequeños y medianos negocios no mantienen una estructura organizacional definida; cometen errores en la segregación de tareas y en sus procedimientos de trabajo, trayendo desperdicio del tiempo y de otros recursos físicos.
- ✓ Las ventas de las MYPES en la galería fronteras unida de Grau le falta la gestión de calidad es Por ello se realiza el estudio, permitiendo la sobrevivencia y sostenibilidad de muchos negocios de este tamaño; sin embargo, la presencia de la competencia las está afectando.

Vega, (2018) en su trabajo de investigación titulado La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio – rubro venta de ropa para damas, Av. Saenz Peña desde la cuadra 5 a la 8, distrito del Callao, departamento de Lima, periodo 2016, en su investigación desarrollada para optar el grado académico de bachiller en

ciencias administrativas, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – sede Lima. “La investigación fue no experimental, transversal, cuantitativa, descriptiva, para el recojo de información el cual fue dirigida a una muestra de 20 MYPES de una población de 20 MYPES, a los cuales se les aplicó un cuestionario de 17 preguntas cerradas, aplicando la técnica de encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: el 98% de las MYPES dentro del rubro de venta de ropa en el distrito del CALLAO entiende sobre la gestión de calidad, todas se encuentran formalizadas, logrando ventajas, tales como la obtención de créditos y el aumento de sus ventas, para la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente. Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de MYPES encuestadas del rubro comercio venta de ropa para damas del distrito del Callao, tienen conocimiento de la gestión de calidad y a la vez formalizadas y son competitivas”.

Rioja, (2019). En su investigación 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, en su investigación desarrollada para optar el título profesional de licenciada en administración, explica en el resumen de su investigación que “tuvo como objetivo general describir las principales características de la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPES del sector comercio – rubro venta de ropa para varones, Galería 5 continentes, Av. Abancay N°1109, Lima 2018. El estudio fue descriptivo y no experimental, se aplicó una encuesta de 26 preguntas cerradas a una muestra de 30 MYPES.

Obteniendo los siguientes resultados: 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”.

Nacional

Salas, (2017) en su investigación titulada Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las MYPES del sector comercial boutique de damas, provincia de Satipo, año 2017; en su investigación desarrollada para optar el título profesional de licenciada en administración planteó “como objetivo principal determinar si las MYPES del sector comercio, Boutique para damas de la provincia de Satipo año 2017, se gestionan con un enfoque de atención al cliente. En el estudio, se utilizó el diseño de investigación no experimental – descriptivo - correlacional; es decir, la recolección de datos se efectuó en un solo momento, en un tiempo único. El tipo de investigación es cuantitativa, el nivel descriptivo. Para la recolección de datos, se utilizó la técnica de observación, entrevistas y encuestas, el instrumento para la recolección de datos fue el cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: La edad de los emprendedores en su mayoría están en los rangos de 29 a 39 años de edad con un 50,0% mientras que un 18 a 28 años están con un 18,8%. Según la investigación nos indican que 81.8% de los encuestados son del género Femenino y un 18,2% Masculino. Respecto al “Grado de instrucción del emprendedor”, De acuerdo al análisis de la investigación, se indica que el 40,9% tienen grado de instrucción técnica, el 22,7% grado de instrucción secundaria, y tanto el grado de instrucción de primaria y universitaria con un 18,2%, respectivamente. ¿Cuál es la profesión u ocupación del emprendedor? Según la información recogida muestran que 36,4% están en el rango de

otras Especialidades, mientras que 31,8% son Administradores. ¿Ha recibido asesoría de entidades públicas o privadas en la formalización empresarial? El 81,8% de los emprendedores encuestados indican que “No” recibieron asesoría, esto fue una negativa para no constituir su empresa, mientras que 18,2% si lo recibieron. ¿Qué beneficios identifica de la formalización? Según la investigación señala que los emprendedores encuestados ven en la formalización múltiples beneficios, resaltando sobre todo el “acceso a créditos bancarios” (36,4%). Su empresa, ¿Cuántos años tiene en el mercado? Según el estudio, las mypes del sector tienen de 3 a 5 años 40,9% y de 6 a más años con 13,6%, siendo de 1 a 2 años 45,5%. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa? La investigación muestra que un 81,8% cuentan de 1 a 2 trabajadores; mientras que 18,2% cuentan de 3 a 5 trabajadores. ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla? Según la interpretación del gráfico, el 77,3% no tienen a sus trabajadores registrados en planilla. El otro 22,7% si lo hace. Provocando una informalidad en el aspecto laboral. Estas últimas interrogantes responden el Objetivo General de nuestra Investigación e inclusive responde parte de nuestra hipótesis, porque se desprende que los emprendedores del sector comercial Boutique de Damas, se han preocupado por cumplir con los requisitos exigidos por parte de las autoridades correspondientes, para poder brindar un mejor servicio a la población del distrito de Satipo. Y que se ha puesto en evidencian el interés de operar bajo la formalidad correspondiente”.

Pallaca, (2020), en su tesis titulada Gestión de calidad con el uso del marketing estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de minorista de ropa de la ciudad de Huaraz, 2018, en su investigación desarrollada para optar el título profesional de licenciada en administración, nos relata que “en la ciudad de Huaraz el rubro de venta minorista de ropa es un sector importante en la economía huaracina, ya que con las oportunidades de progreso que generó el canon minero en los inicios de su cúspide, hubo un aumento de la

población y la demanda de diferentes productos. Sin embargo, alguna de estas empresas ya no existe en el mercado, pero alguna de ellas sigue construyéndose con la finalidad de ayudar en la economía de la ciudad de Huaraz, dando empleo a la ciudad. Por lo tanto, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso del marketing estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta minorista de ropa de la ciudad de Huaraz, 2018? Para dar respuesta a esta pregunta se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del marketing estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa de la ciudad de Huaraz, 2018. En consecuencia, para poder lograr el objetivo general, se trazaron los siguientes objetivos específicos: (a) Determinar las principales características de los representantes las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta minorista de ropa de la ciudad de Huaraz, 2018; (b) Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de ropa de la ciudad de Huaraz, 2018; (c) Determinar las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de ropa de la ciudad de Huaraz, 2018; (d) Determinar las principales características del marketing estratégico de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de ropa de la ciudad de Huaraz, 2018 y (e) Elaborar una propuesta de mejora en las principales características de la gestión de calidad con el uso de marketing estratégico de las micro y pequeñas 8 empresas del sector comercio – rubro venta minorista de ropa de la ciudad de Huaraz, 2018. Para ello hizo uso del diseño de investigación no experimenta – de corte transversal. El nivel de la investigación fue descriptivo. Obtenido los siguientes resultados: Con respecto a la edad de los representantes de las MYPES, el 56,7% tiene de 31 a 50 años (Tabla 1). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Espinoza (2017) quien manifiesta que el 50% de los representantes tienen

entre 31 y 50 años, asimismo coincide con los resultados encontrados por Hernández (2014) quien afirma que el 63,33% de los representantes tienen de 31 a 59 años de edad. Esto demuestra que la mayoría de las empresas de Huaraz, están dirigidas por personas adultas de 31 a 50 años, ya que estas personas cuentan con experiencia, están muy capacitadas para administrar y controlar un negocio. Con respecto al género de los representantes, el 57,8% son masculinos (Tabla 1). Estos resultados contrastan con los estudios de Espinoza (2017) quien sostuvo que el 85% son de género femenino, asimismo contrasta con los resultados de Gonzales (2013) quien manifiesta que el 63,3% de los representantes de las MYPES son mujeres, del cual concluyen que las mujeres juegan un rol importante en el sector comercio, por otro lado en nuestra ciudad el género masculino ha tomado presencia en este rubro siendo quienes administran sus negocios en mayor porcentaje. Esto demuestra que un gran porcentaje de los representantes de las empresas son de género masculino en la ciudad de Huaraz. Referente al grado de instrucción de los representantes, el 48,9% tiene secundaria (Tabla 1). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Espinoza (2017) quien determinó que el 65% de los encuestados tienen el grado de instrucción secundaria completa. Además, contrastan con los resultados de Gutiérrez (2013) quien sostiene que el 64,3% de los representantes encuestados tienen el grado de instrucción primaria completa; a lo cual se aporta que los empresarios de las MYPES no cuentan con estudios universitarios, esto demuestra que los representantes crearon sus empresas de manera empírica y carecen de los conocimientos necesarios para la aplicación de la gestión de calidad. Con respecto al cargo que desempeñan, el 76,7% son dueños en las MYPES (Tabla 1). Estos resultados coinciden con los de Gonzales (2013) quien menciona que el 40% de los encuestados son dueños. Esto demuestra que en su mayoría son dueños de su propia empresa, lo cual es un punto muy favorable. Referente al tiempo que desempeña, el 47,8% tiene de 7 a más años (Tabla 1). Estos resultados coinciden con los resultados de Cornelio (2015) quien indica que un 58% tiene de 7 a más años. Lo que

demuestra que los empresarios tienen buen tiempo desempeñándose con las empresas de la ciudad de Huaraz”.

Internacional

Valencia (2011), en su tesis titulada Diseño de una estrategia de fidelización de clientes para confecciones Gama, empresa Pyme del sector de confecciones de uniformes empresariales, para optar el título profesional de Maestría en Administración, Universidad ICESI; cuyo objetivo es diseñar una estrategia de fidelización de clientes para confecciones Gama, empresa del sector de confecciones de uniformes empresariales en el área metropolitana de Cali.

En metodología, utilizó el tipo de investigación descriptiva explicativa, este estudio es para analizar el tipo de comportamiento y conductas alrededor de la población.

En sus conclusiones, las empresas que se dedican a las confecciones textiles deben prepararse para el futuro mediano y largo plazo. El diseño de estrategia que se realiza es exclusivamente para tener clientes fieles, sobre todo formar una cartera de clientes para este plan que solo abarca en el mercadeo. Finalmente, las empresas de confecciones Gama tienen ciertas dificultades a la hora de brindar servicio a sus clientes, por eso se diseñarán otras estrategias para mejorar el servicio y poder corregir las fallas que existen en esta MYPE textil.

Quintero (2014). En su tesis titulada Sistema de gestión de calidad en las PYMES Colombianas, explicó que “para iniciar el tema sobre la adopción de un sistema de gestión de calidad en las PYMES – Pequeñas y medianas empresas – Colombianas, es importante precisar que este tipo de empresas de acuerdo a la legislación en Colombia se encuentran definida por la Ley 590 de 2002 y se complementa con la Ley 905 de 2004. MIPYMES son aquellas micro, pequeñas y medianas empresas, entidades independientes constituidos como personas naturales o jurídicas, que abarcan en su gran mayoría el sector comercial, catalogadas así de acuerdo al número de trabajadores que allí laboren y al valor de sus activos medidos en Salario Mínimo

Legal Mensual Vigente. En Colombia a través del ICONTEC Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, ha desarrollado las Normas Técnicas Colombianas conocidas como NTC, que no son más que la adaptación de las normas internacionales declaradas por la ISO a la filosofía Colombiana desde hace 50 años. El Consejo Directivo del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación – ICONTEC, ratificó el 26 de marzo de 2008, la NTC 6001: Modelo de gestión para micro y pequeñas empresas (MYPES), trabajada por el Comité de Normalización 200 - Gestión en MIPYMES; este modelo nace con el propósito de darle a este sector de la economía una herramienta que le permita desarrollar una estructura interna sólida que garantice direccionar negocios con altos estándares de calidad, lograr ser más competitivos frente a nuevos mercados y permanencia en los mismos. La implementación del Sistema de Gestión de Calidad en las Pymes de acuerdo con la NTC permite a estas organizaciones:

- ✓ Mostrar la destreza de satisfacer las exigencias del mercado y los requisitos reglamentarios aplicables a la norma,
- ✓ Afianzar su competitividad, teniendo en cuenta el nivel de satisfacción de los clientes, la calidad de los productos o servicios ofrecidos y,
- ✓ La mejora continua de las organizaciones en la ejecución de sus objetivos.

Con la implementación de un sistema de gestión de calidad en las compañías se considerarán los siguientes aspectos:

- ✓ Iniciar con un diagnóstico que implica una identificación y valoración de sus riesgos, lo que permite realizar un plan de mejoramiento antes de la implementación de un sistema dentro de la entidad.
- ✓ La identificación de los requisitos de ley relacionados con la organización, lo que permite evaluar las condiciones de la organización y tomar las medidas necesarias para la corrección de los errores existentes, el diseño de puntos de control con el ánimo de minimizar futuras inconsistencias.

- ✓ Un conocimiento de su problemática del manejo de personal y con ello de la efectividad de los programas de salud ocupacional, con el fin de entablar correctivos, proporcionando a su vez un ambiente laboral adecuado en miras de crear compromisos por parte de los colaboradores, generado en ellos también el propósito de alcanzar los objetivos propuestos por la organización.
- ✓ Luego de identificada su problemática es necesario que la gerencia defina y despliegue una política de compromiso con el mejoramiento de las condiciones de riesgo, con objetivos medibles. Para llevar a cabo los programas orientados al logro de los objetivos es necesario disponer de los recursos humanos y financieros para implementar las mejoras, verificar los resultados y hacer seguimiento a la política y los objetivos que evidencien su gestión.
- ✓ La implementación de un sistema de gestión en las compañías ayuda a evaluar las pautas anteriormente descritas que permiten diseñar y ejecutar un plan de acción sobre las posibles falencias que posea la entidad, encaminadas al mejoramiento y efectividad de los procesos, procedimientos y tomas de decisiones dentro de esta; pero a su vez orienta a las compañías hacia la innovación de bienes o servicios, involucrando la calidad en todos los escenarios empresariales, tanto de producción como de administración.
- ✓ Como segunda orientación permite establecer metas de productividad, de acuerdo a la capacidad de la compañía, con el fin de optimizar recursos, minimizar cuellos de botella, realizar una apropiada estimación de costos, que permita determinar apropiadamente los precios, en aras de ejercer una competencia leal en el mercado y entablar como política de la organización la mejora continua, evaluando periódicamente los procesos y procedimientos de la entidad para ir tomando los correctivos de acuerdo a la marcha del negocio.

- ✓ Con la fijación de metas y objetivos se hace necesaria la evaluación de los resultados económicos, de gestión, control interno, obtenidos por la organización, con miras al mejoramiento en los planes de acciones ejecutadas por la entidad, encaminadas siempre al logro de lo planteado, con el ánimo de entablar siempre un plan de mejora.
- ✓ Se orienta también a la organización a conocer su grado de competitividad en el mercado, resaltando los aspectos positivos para fortalecerlos al igual que los pendientes de mejorar, para establecer planes de acción y trabajar sobre los correctivos.
- ✓ Como última orientación que brinda la implementación de un sistema de calidad está en establecer los niveles de satisfacción de clientes en la organización, buscando instaurar parámetros base, que permitan fijar estándares de satisfacción, minimizando inconformidades de los clientes.

2.2.Bases teóricas de la investigación

Gestión de calidad

“La gestión de calidad es un conjunto de actividades, planificadas y sistematizadas que son necesarias para proporcionar al cliente la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer una determinada necesidad. Para ello se debe diseñar estrategias permitan adoptar metodologías para los distintos procesos, apoyado en las mejores prácticas identificadas en cada una de las empresas”.

Principios de la gestión de la calidad

- ✓ Enfoque al cliente: La principal función de una empresa es conocer las necesidades actuales y futuras de sus clientes, alcanzando siempre sus expectativas.
- ✓ Liderazgo: Para el logro de los objetivos de la empresa, los líderes deberán crear un ambiente adecuado para sus colaboradores.

- ✓ Implicación de todo el personal: Hace referencia a la participación activa de cada uno de los integrantes de una empresa, y el uso de sus habilidades en beneficio de ésta.
- ✓ Enfoque de proceso: el manejo de las actividades como un proceso, hace que los resultados sean más eficientes.
- ✓ Enfoque de sistema a la gestión: para alcanzar los objetivos propuestos dentro de una empresa, se debe identificar, entender y manejar un sistema como procesos interrelacionados.
- ✓ Mejora continua: El objetivo principal y permanente de una empresa es la mejora continua.
- ✓ Enfoque basado en hechos, para la toma de decisiones: el uso de análisis lógico e intuitivo de datos e información, permitirá la toma de acertadas decisiones.
- ✓ Relación de mutuo beneficio con proveedores: el proveedor es un socio más de la empresa, debido a que la relación es de mutuo beneficio.

Objetivos de la gestión de calidad

- ✓ Satisfacción del cliente: toda empresa tiene como objetivo principal cumplir con las expectativas del cliente, satisfaciendo sus necesidades.
- ✓ Obtención de nuevos clientes: el estricto cumplimiento de los estándares de la gestión de calidad, permite a la empresa atraer nuevos clientes brindándoles seguridad sobre lo que se ofrece.
- ✓ Mejora en la organización de los procesos de la empresa: Al cumplir con los estándares durante el proceso de producción, garantiza una mejor organización de los procesos de la empresa.

- ✓ Diferenciación de la competencia: Contar con un sistema de gestión de calidad, permite que la empresa tenga una imagen positiva frente a los potenciales clientes y se diferencie de las demás.
- ✓ Reducción de costes sin que afecten a la calidad: La optimización de los recursos, es uno de las primeras consecuencias positivas de contar un sistema de gestión de calidad dentro de la empresa.
- ✓ Cumplimiento de requisitos de la Administración pública: toda institución pública al convocar a un concurso, solicita como primer requisito la certificación de las normas ISO.
- ✓ Cumplimiento de exigencias derivadas de la pertenencia a un grupo: la certificación del sistema de gestión de la calidad es un requisito indispensable para formar parte de un grupo, ya que la certificación asegura la calidad de nuestro producto o servicio.

Técnicas Avanzadas de Gestión de Calidad

1. Benchmarking

Es un término en inglés que proviene de las palabras “*bench (banquillo, mesa)*” y “*mark (marca)*”, que al compuesta se traduce como “*medida de calidad*”. Es una herramienta gerencial utilizada para hacer comparaciones del rendimiento de la empresa, ayudando a mejorar el desempeño de sus colaboradores.

Para Cox y Thompson (1998), es una técnica operativa, mientras que para Watson (1993) es una herramienta de gestión estratégica y competitiva, su aplicación puede extenderse a todos los ámbitos de la empresa.

(Camp, 1989) “Proceso de investigación industrial que permite a los gerentes desarrollar comparaciones entre compañías sobre procesos y prácticas que permitan identificar lo “mejor de lo mejor” y obtener con ello un nivel de superioridad y ventaja competitiva”.

Ventajas que aporta la aplicación del Benchmarking

- ✓ Permite el cambio de paradigmas
- ✓ Introduce a la empresa en la cultura del cambio y del aprendizaje continuo
- ✓ Nos ubica frente a la competencia
- ✓ Fomenta las posibilidades de ir de la competencia a la cooperación.
- ✓ Es un método simple y económico de mejorar nuestra gestión.

2. La Reingeniería de Procesos o Business Process Reengineering

Un proceso es un conjunto de actividades organizadas para conseguir un fin, desde la producción de un objeto o prestación de un servicio hasta la realización de cualquier actividad interna. (León, 2009)

“Reingeniería es el concepto actual que se le da a los cambios drásticos que sufre una organización al ser reestructurados sus procesos. La base de la reingeniería es el servicio al cliente; describe un modelo de negocios, un conjunto correspondiente de técnicas que los ejecutivos y los gerentes tendrán que emplear para reinventar sus compañías, a fin de competir en un mundo nuevo” (Hammer, 1994).

Método de la reingeniería de procesos

- a. Identificar los procesos clave de la empresa.
- b. Asignar responsabilidad sobre dichos procesos a un "propietario".
- c. Definir los límites del proceso.
- d. Medir el funcionamiento del proceso.
- e. Rediseñar el proceso para mejorar su funcionamiento.

3. Ciclo de Deming o Modelo PDCA

En inglés Plan, Do, Check, Act, traducida al español Planificar, Hacer, Verificar, Actuar. También conocida como el espiral de la mejora continua, que al ser implementada en las empresas permite que éstas mejoren su competitividad, sus productos y/o servicios, también ayuda a reducir los costos, optimizar la productividad, reducir precios, e incrementa la rentabilidad.

Elementos del modelo de Deming

- ✓ P.- Plan (PLANEAR) - Establecer los planes.

“Consiste en analizar, identificar áreas de mejora, establecer metas, objetivos y métodos para alcanzarlos y elaborar un plan de actuación para la mejora”. (Proyecto línea de la EP Administración – versión 002 – 2016 19).

- ✓ D.- Do (HACER) - Llevar a cabo los planes.

“En esta fase es importante controlar los efectos y aprovechar sinergias y economías de escala en la gestión del cambio. En muchos casos será oportuno comenzar con un proyecto piloto fácil de controlar para obtener experiencia antes de abarcar aspectos amplios de la organización o de los procesos”.

- ✓ C.-Check (VERIFICAR) - Verificar si los resultados concuerdan con lo planeado.

“Comprobar si las actividades se han resuelto bien y los resultados obtenidos corresponden a los objetivos. Consiste en analizar los efectos de lo realizado anteriormente”.

- ✓ A.-Act (ACTUAR) – Recopilar lo aprendido

“En esta fase aparecen las recomendaciones, cerrando el ciclo y acercándonos a los objetivos. Actuar, aplicar los resultados obtenidos para identificar nuevas mejoras y reajustar los objetivos”.

4. El Modelo Baldrige

El modelo Malcolm Baldrige es una herramienta para evaluar, mejorar y planificar hacia la gestión de la excelencia. Establece que todos los líderes de la empresa deben orientarse hacia la dirección estratégica y a los clientes.

Criterios de calidad del modelo Baldrige

- ✓ Liderazgo; "La categoría liderazgo examina cómo los líderes seniors de la organización guían y sostienen la organización. También se examina el gobierno de la organización y cómo la organización gestiona sus responsabilidades éticas, legales y con la comunidad"
- ✓ Planificación estratégica; "La categoría planificación examina cómo la organización desarrolla los objetivos estratégicos y los planes de actuación. También se examina cómo los objetivos estratégicos elegidos y los planes de actuación son desarrollados y modificados si las circunstancias lo requieren y cómo se mide el progreso"
- ✓ Enfoque en el cliente y el mercado; "La categoría enfoque en el cliente y el mercado examina cómo la organización determina los requerimientos, las necesidades, las expectativas y las preferencias de los clientes y de los mercados. También se examina cómo la organización construye relaciones con los clientes y determina los factores clave que llevarán a la adquisición, satisfacción, fidelización y retención del consumidor"
- ✓ Medidas, análisis y gestión del conocimiento; "La categoría medida, análisis y gestión del conocimiento examina cómo la organización selecciona, recoge, analiza, dirige y mejora sus datos, información y sus activos basados en el conocimiento. También examina cómo la organización revisa su desempeño"

- ✓ Enfoque en los recursos humanos; “La categoría enfoque en los recursos humanos examina cómo los sistemas de trabajo de la organización y el aprendizaje de los empleados y la motivación permiten a todos los empleados desarrollar y utilizar su completo potencial en alineación con los objetivos generales de la organización, la estrategia y los planes de actuación”
- ✓ Gestión por procesos; “La categoría gestión por procesos examina los aspectos clave del proceso de gestión de la organización, incluyendo procesos clave de los productos, servicios y organizativos para crear valor a los consumidores y a la organización y a apoyo clave a los procesos. Esta categoría incluye a todos los procesos clave y a todas las unidades de trabajo”
- ✓ Resultados; “La categoría resultados examina el desempeño de la organización y su mejora en todas las áreas clave- resultados del producto y servicio, satisfacción de los clientes, resultados financieros y de mercado, resultados de los recursos humanos, resultados operativos, y liderazgo y responsabilidad social. Los niveles del desempeño se examinan en relación a la competencia y a otras organizaciones que proporcionan productos y servicios similares”

5. Brainstorming o lluvia ideas

Es una técnica mediante la cual un grupo de personas intenta encontrar soluciones a un problema específico, generando ideas de forma espontánea.

Leyes de Brainstorming

- ✓ Cantidad antes que calidad; con la finalidad de tener todas las ideas posibles para su posterior selección.
- ✓ No a las críticas, discusiones o comentarios; evitar interrumpir al momento de brindar las ideas, para no parar con la fluidez.

- ✓ Registrar todas las ideas; prohibido ignorar las ideas, para ello se debe tomar apunte de cada una.
- ✓ Pensar con originalidad e inspirarse mutuamente; al tener diferentes ideas, existe la posibilidad que se puedan desprender y alimentar otro tema.

Gestión de la calidad total (GCT O QTM)

Alcántara (2007) define a la gestión de calidad total como “modo de gestión de una organización, centrada en la calidad, basada en la participación de todos sus miembros y dirigida al éxito a largo plazo para la satisfacción del cliente y de las ventajas para todos los miembros de la organización y para la sociedad”

Sistema de gestión de calidad

Es la estructura organizativa, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para llevar a cabo la gestión de la calidad. (ALCÁNTARA, 2007).

Hace referencia a la mejora de la organización, en su manera de trabajar el cual beneficia incrementando clientes y gestionar riesgos, de manera que se pueda implementar nuevas herramientas para reducir las carencias de los productos y/o servicios ofrecidos; asimismo, minimizar los costos.

La gestión

Beneficios que aporta el sistema de gestión de calidad

- ✓ Se generan mejoras en los procesos: “la mejora de procesos, documentación normas, manuales, organización, formación se traduce en que los elementos están mejor organizados, todos saben que tienen que hacer, los inputs de un proceso están enlazados

con los outputs del proceso precedente, todo ello conlleva a un aumento de la productividad”.

- ✓ Se mejora la organización interna: “al establecerse una comunicación más fluida, con responsabilidades y objetivos de calidad establecidos”.
- ✓ Incremento de la rentabilidad: “esto es consecuencia de los puntos anteriores que posibilitan menores costos y también es consecuencia de la mayor confianza que genera en los clientes, como consecuencia de aportar mayor calidad en los productos y servicios”
- ✓ Mejora la capacidad de respuesta y flexibilidad ante las oportunidades cambiantes del mercado: “el reto de las organizaciones es ser capaz de anteponerse a las necesidades del mercado, los mercados están muy fragmentados, al igual que los clientes, innovaciones tecnológicas constantes cambian las estructuras”
- ✓ Reducir el tiempo de producción y comercialización de productos / servicios: “hay que anticiparse a las necesidades de los clientes, la enorme competencia premia a quien se anticipa. Las empresas tienen que buscar el conocer a los clientes (el enfoque al cliente no es nada fácil, por cierto), tener conocimiento importante del mercado y una organización que le permita una respuesta ágil y rápida, a las nuevas necesidades”.
- ✓ Mejora la motivación y el trabajo en equipo: “lo que da mayores posibilidades de alcanzar metas y objetivos de calidad propuestos. Es necesario la formación, el desarrollo del liderazgo en los directivos, lo que permite una capacidad de cambio y esfuerzo, desarrollar el corporativismo”.

La calidad

La calidad es una herramienta muy importante usada durante las transacciones o las ventas para medir el nivel de satisfacción del cliente.

La Real Academia Española de la Lengua define a calidad como: "conjunto de cualidades que constituyen la manera de ser de una persona o cosa".

La International Standar Organization (ISO) (en su norma 8402), define la calidad como: "el conjunto de características de una entidad que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas". Este concepto, junto con la norma ISO 9000, ha logrado la armonización a nivel mundial y ha logrado el crecimiento del impacto de la calidad en el mercado internacional (Jiménez, 1996).

La American Society for Quality Control (ASQC) (1974) define la calidad como: "el conjunto de funciones y características de un producto, proceso o servicio que le confieren la capacidad necesaria para satisfacer las necesidades de un determinado usuario".

Oxifeld (1950) define la calidad como: "el conjunto de atributos de un producto que proporcionan la satisfacción del consumidor". Por su parte Galgano (1993) la define como: "satisfacción del cliente". Según Dochy (1988), el concepto de calidad abarca, los siguientes campos: Satisfacción de los clientes. Satisfacción de las necesidades de los trabajadores. Satisfacción de las necesidades de la sociedad.

Parasuraman, B. Zeithaml y L. Berry (1985, 1988) definen la calidad como aquella *“discrepancia existente entre lo esperado y lo percibido”*.

Kaoru Ishikawa (1988) supuso que *“la calidad es el hecho de desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad. Este producto debe ser el más económico, el más útil y resultar siempre satisfactorio para el consumidor final”*

Crosby (1996) determinó que la calidad es el cumplimiento de normas y requerimientos precisos. La conformidad a los requisitos

Guido J, (2014) “La calidad es algo que se va construyendo por la suma de experiencias, de fracasos, de errores. No naces sabiendo hacer las cosas con calidad, sino que vas aprendiendo, a través de un largo camino en el que te equivocas y corriges. La calidad es una construcción que nace de la perseverancia y de la vocación por hacer bien las cosas, de las ganas de buscar la perfección utilizando, de la mejor manera posible, los elementos que se cuenta. La calidad es la llave para ingresar al mundo globalizado. Sin calidad no se puede competir, exportar, participar en el amplísimo mercado global. Sin embargo, me parece que nosotros nos hacemos los que cumplimos con los estándares internacionales, pero en el fondo no creemos en ellos”.

M. Juran (1993) supuso que la “calidad es el conjunto de características que satisfacen las necesidades de los clientes. Además según Juran, la calidad consiste en no tener deficiencias. La calidad es “la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente”. Juran afirmaba que para que una empresa cree consciencia de calidad, primero deberá integrar a la gestión de calidad y luego convertirla en responsabilidad de todos.

Programa integral de mejora según J. M. Juran

Primero: Crear consciencia de los costes de la no – calidad

- ✓ Cuantificar los costes reales de la no – calidad; de manera clara y precisa “poner en números” el costo de la no – calidad.
- ✓ Acometer un gran número de problemas; convencer a la alta dirección de la utilidad del enfoque de la calidad en los productos o servicios.
- ✓ Mejora continua problema por problema; plantearse objetivos a mediano y largo plazo ayudará a la mejora continua de la empresa.

Segundo: Asimilación en toda la empresa del concepto de calidad

- ✓ La dirección asume la responsabilidad práctica por la calidad; la alta dirección participa activamente en todos los procesos de implantación de la calidad en la empresa.
- ✓ Se implanta la planificación estratégica de la calidad; la alta dirección también participa en la elaboración e implantación de la calidad dentro de la empresa, las que permitan alcanzar los objetivos propuestos.
- ✓ Auditoría de la empresa; las auditorías de calidad se deben realizar de manera continua y a todas las áreas de la empresa.
- ✓ Difusión en toda la empresa de las múltiples ventajas que aporta el logro de altos niveles de calidad; para poder incrementar la rentabilidad de la empresa y vender más productos y/o servicios, es necesario que se conozca el concepto de calidad.
- ✓ Extensión de los enfoques de la calidad a otras áreas, procesos y métodos de trabajo de la empresa
- ✓ Formación; la capacitación continua de calidad al alto mando como a los colaboradores, ayudará a lograr los objetivos propuestos por la empresa.

E.W. Deming (1988) determinó al concepto calidad como ese grado predecible de uniformidad y fiabilidad a un bajo coste. Este grado debe ajustarse a las necesidades del mercado. Según Deming la calidad no es otra cosa más que “una serie de cuestionamiento hacia una mejora continua”.

Los 14 puntos para la gestión o Puntos Deming

- 1.- Crear constancia en el propósito para la mejora de productos y servicios.
- 2.- Adoptar una nueva filosofía.
- 3.- Dejar de confiar en la inspección masiva.
- 4.- Poner fin a la práctica de conceder negocios con base en el precio únicamente.
- 5.- Mejorar constantemente y por siempre el sistema de producción y servicios.

- 6.- Instituir la capacitación.
- 7.- Instituir el liderazgo.
- 8.- Eliminar el temor.
- 9.- Derribar las barreras que hay entre las áreas.
- 10.- Eliminar los lemas, las exhortaciones y las metas de producción para la fuerza laboral.
- 11.- Eliminar las cuotas numéricas.
- 12.- Remover las barreras que impiden el orgullo por un trabajo bien hecho.
- 13.- Instituir un programa vigoroso de educación y recapacitación.
- 14.- Tomar medidas para llevar a cabo la transformación.

Plan de calidad

3. Compromiso en la dirección
4. Equipos de mejoramiento de la calidad.
5. Medición de la calidad.
6. Evaluación del costo de la calidad.
7. Concientización de la calidad.
8. Equipos de acción correctiva.
9. Comités de acción.
10. Capacitación.
11. Día cero defectos.
12. Establecimiento de metas.
13. Eliminación de la causa de error.
14. Reconocimiento.
15. Consejo de calidad.
16. Repetir el proceso de mejoramiento de calidad.

Las Mypes

Definición de la Micro y Pequeña Empresa (MYPE)

Según la INEI (2007), *“una MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, con el objeto de desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”*.

Según sus niveles de ventas anuales, las Mypes se categorizan de la siguiente manera:

- ✓ Micro empresa: “Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT”. Cuenta de uno a diez trabajadores.
- ✓ Pequeña empresa: “Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT”. Cuenta de uno a veinte trabajadores.

La UIT (Unidad Impositiva Tributaria), es el valor referencial que se utiliza para determinar impuestos, infracciones, multas y otros aspectos tributarios. El valor de una UIT actualmente es de S/ 4,300.00 (Sunat, 2020).

Marco conceptual

Gestión de calidad. - La International Standar Organization (ISO) (en su norma 8402), define la calidad como: "el conjunto de características de una entidad que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas". Este concepto, junto con la norma ISO 9000, ha logrado la armonización a nivel mundial y ha logrado el crecimiento del impacto de la calidad en el mercado internacional (Jiménez, 1996).

Calidad. - M. Juran (1993) supuso que la “calidad es el conjunto de características que satisfacen las necesidades de los clientes. Además, según Juran, la calidad consiste en no tener deficiencias. La calidad es “la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente”.

MYPE. - Según la INEI (2007), “*una MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, con el objeto de desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios*”.

Beneficios de la gestión de calidad. – Son todas las mejores que trae a la empresa posterior a la implementación del sistema de calidad. Según López (2006), “la implantación de un sistema de calidad implica una serie de beneficios para la empresa que lo lleva a cabo” (p. 14): a) Mayor nivel de calidad del producto; b) Disminución de rechazos; c) Reducción de costos; d) Mayor participación e integración del personal; e) Mayor satisfacción de los clientes; f) Mejora de la imagen de la empresa; g) Mejora de la competitividad y h) Garantía de supervivencia.

2. HIPÓTESIS

Según Hernández (2014), “la hipótesis nace en el enfoque cuantitativo, y si hemos seguido paso a paso el proceso de investigación, es natural que las hipótesis surjan del planteamiento del problema y del marco teórico. Al formular las hipótesis volvemos a evaluar nuestro planteamiento del problema”. (p. 105).

Hipótesis general – H (o)

- ✓ La gestión de calidad influye en los beneficios de las MYPES del sector comercio, rubro – showroom en el distrito de Breña, provincia y departamento de Lima, año 2016”.

Identificación de las variables

Para Hernández (2014), “Las variables adquieren valor para la investigación cuando llegan a relacionarse con otras variables, es decir, si forman parte de una hipótesis o una teoría” (p. 105) “a las *supuestas causas* se les conoce como *variables independientes* y a los *efectos* como *variables dependientes*” (p. 111).

Variable independiente: Gestión de calidad

Variable dependiente: Beneficios

Contrastación de hipótesis

Valores frecuentes u observados (fo)

GESTIÓN DE CALIDAD	BENEFICIOS		TOTAL
	SÍ	NO	
SÍ	5	4	9
NO	3	0	3
TOTAL	8	4	12

Interpretación: 5 empresarios conocen los beneficios de la gestión de calidad e implementan en las MYPES del sector comercio, rubro showroom, distrito de Breña, año 2016. 4 empresarios conocen los beneficios de la gestión de calidad, pero no lo implementan en las MYPES del sector comercio, rubro showroom, distrito de Breña, año 2016. 3 empresarios no conocen los beneficios de la gestión de calidad, pero sí quisieran implementar en las MYPES del sector comercio, rubro showroom, distrito de Breña, año 2016. 0 empresarios no conocen los beneficios de la gestión de calidad, y no quisieran implementar en las MYPES del sector comercio, rubro showroom, distrito de Breña, año 2016.

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

Valores esperados (fe)

$\frac{8 \times 9 = 6}{12}$	$\frac{9 \times 4 = 3}{12}$
$\frac{8 \times 3 = 2}{12}$	$\frac{4 \times 3 = 1}{12}$

$$X^2 \text{ calculado} = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e} = \frac{(5 - 6)^2}{6} + \frac{(4 - 3)^2}{3} + \frac{(3 - 2)^2}{2} + \frac{(0 - 1)^2}{1}$$

$$\sum = 2$$

Cálculo de X^2 crítico

$$\beta = 0.01$$

$$n = \text{grado de libertad} = (n^\circ \text{ de filas} - 1) (n^\circ \text{ de columnas} - 1) = (2 - 1) (2 - 1) = 1$$

$$X^2 \text{ crítico}_X^2 1; 0.01 = 6,635$$

$$X^2 \text{ calculado} = 2$$

Entonces:

$$X^2 \text{ calculado} = 2 < X^2 \text{ crítico} = 6,635$$

$$H (o) = X^2 \text{ calculado} < X^2 \text{ crítico}$$

$$H (1) = X^2 \text{ calculado} > X^2 \text{ crítico}$$

Interpretación: La gestión de calidad si influye en los beneficios de las MYPES del sector comercio, rubro showroom, del distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016.

4. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

“El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema” (Wentz, 2014; McLaren, 2014; Creswell, 2013, Hernández-Sampieri et al., 2013 y Kalaian, 2008).

Para desarrollar el presente trabajo de investigación se utilizó un diseño No experimental – transversal- correlacional.

- ✓ **No experimental;** porque la investigación se realizará sin manipular deliberadamente las variables. (Hernández, 2014).

Mertens (2010) señala que “la investigación no experimental es apropiada para variables que no pueden o deben ser manipuladas o resulta complicado hacerlo”.

- ✓ **Transversal;** por que los datos recolectados se hicieron en un solo momento.
- ✓ **Correlacional** porque el estudio estará basado en la relación de la variable gestión de calidad y los beneficios que se lograrán con su aplicación.

Para desarrollar el presente trabajo de investigación se utilizará un tipo de investigación cuantitativo, porque para su estudio se hará uso de la medición numérica, el conteo, y el uso de estadísticas, (Hernández, 2006)

En nivel de la investigación fue descriptivo. “Busca especificar las propiedades, las características y perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

4.2.Población y muestra

Población: “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (Lepkowwski,2008)

La población de la investigación está conformada por todas las micro y pequeñas empresas del rubro- showroom del distrito de Breña, las cuales son 12 empresas del rubro – showroom del distrito de Breña.

Muestra: “es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (Hernández, 2014).

Para la muestra se tomó el total de la población, siendo ésta 12 empresas del rubro -showroom del distrito de Breña.

4.3.Definición y operacionalización de las variables

“Especifica qué actividades u operaciones deben realizarse para medir una variable e interpretar los datos obtenidos” (Hernández – Sampieri et al., 2013).

Variables		Dimensión operacional			Esc. De Med.
Variables	Definición	Dimensiones		Indicadores	
Variables	Definición	Dimensiones	Definiciones	Denominaciones	
Gestión de calidad	La calidad es el grado predecible de uniformidad y fiabilidad a un bajo coste. Este grado debe ajustarse a las necesidades del mercado. Según Deming la calidad no es otra cosa más que “una serie de cuestionamiento hacia una mejora continua”. E.W. (Deming,1988)	Planear	Consiste en analizar, identificar áreas de mejora, establecer metas, objetivos y métodos para alcanzarlos y elaborar un plan de actuación para la mejora.	Objetivo	likert
				Recursos	
				Procedimientos	
				Procesos	
				Tecnología	
		Hacer	En esta fase es importante controlar los efectos y aprovechar sinergias y economías de escala en la gestión del cambio	Implementar soluciones	
Verificar	Comprobar si las actividades se han resuelto bien y los resultados obtenidos corresponden a los objetivos.	Medir resultados			
Actuar	Recopilar lo aprendido	Documentar la solución			
Beneficios	Se ven reflejados en los resultados positivos a mediano y largo plazo en una empresa. Ahí radica su importancia de implementarlo. (Levine, David y Toffel, Michael 2008)	Generar mayor eficiencia	Se establecen pautas para ser seguidas por todos los empleados con el fin de llevar a cabo procesos comerciales y capacitaciones más sencillas.	Capacitaciones	likert
		Objetivos			
		Estimula la moral de los colaboradores	Las funciones claras y definidas, afectan al estado de ánimo del colaborador de manera positiva.	Nivel de satisfacción laboral	
		Mejora la gestión de procesos	Garantiza la toma de decisiones correctas para el negocio y la eliminación de riesgos de cualquier error costoso.	Nivel de reducción de costos	
Satisfacción del cliente	Grado en que el cliente logra satisfacer su necesidad.	Nivel de satisfacción del cliente			

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas: “Son las distintas formas o maneras de obtener información” (Arias, 2006).

Para la presente investigación se hizo uso de la encuesta, que fueron aplicados a los 12 micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom, en el distrito de Breña, a fin de poder recolectar los datos.

Instrumentos: “Son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información” (Arias, 1999).

De acuerdo al objetivo de la investigación se utilizó el cuestionario, y para su medición se utilizó la escala de Likert.

“La escala de Likert consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los sujetos a los que se les administra” (Hernández – Sampieri 1997)

4.5. Plan de análisis

Con la finalidad de obtener los resultados, se utilizó “*Ji Cuadrada*”, así como otros software’s de apoyo como:

- ✓ Mozilla Firefox, es el navegador que usé para las búsquedas de diferentes temas relacionados a mi trabajo de investigación, para realizar la traducción
- ✓ Mendeley, me permitió gestionar los documentos, tesis, artículos, libros, relacionados a mi trabajo de investigación y a extraer las referencias bibliográficas.

Turnitin, este software lo usé para examinar mi trabajo de investigación, para poder determinar el nivel de coincidencias con otros.

Asimismo; también se hizo uso de algunas herramientas informáticas, esto con la finalidad de poder diseñar mi trabajo de investigación, estos son los siguientes:

- ✓ Microsoft Word, para escribir textos enriquecidos.

- ✓ Microsoft Excel, para realizar las estadísticas.
- ✓ Microsoft PowerPoint, para hacer la presentación de mi trabajo de investigación durante la exposición.
- ✓ Base de datos; para poder almacenar cada uno de los avances del trabajo de investigación.

4.6. Matriz de consistencia

ENUNCIADOMDEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGÍA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Pregunta general</p> <p>“¿Cuál es la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro-showroom, en el distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016?”</p>	<p><u>Objetivo General</u></p> <p>“Determinar la influencia la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro-showroom, distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016”</p> <p><u>Objetivos Específicos</u></p> <p>“Describir las características la gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro-showroom, distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016”.</p> <p>“Señalar los beneficios que se logra con la aplicación de una gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro-showroom, distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016”.</p> <p>“Determinar si la gestión de calidad influye en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro-showroom, distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016”.</p>	<p><u>Hipótesis general</u></p> <p>“El diseño de un sistema de propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las MYPES del sector comercio, rubro – showroom en el distrito de Breña, provincia y departamento de Lima, año 2016”.</p> <p><u>Hipótesis específica</u></p> <p>“El diagnóstico inicial nos dará a conocer el cumplimiento actual de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña, provincia y departamento de Lima, año 2016”.</p> <p>“El presente trabajo de investigación nos permitirá identificar los procedimientos requeridos para la implementación de la propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las MYPES del sector comercio, rubro – showroom en el distrito de Breña, provincia y departamento de Lima, año 2016”.</p>	<p><u>Variable independiente</u></p> <p>La gestión de calidad</p> <p><u>Variable dependiente</u></p> <p>Los beneficios</p>	<p><u>Población</u></p> <p>Está conformada por todas las micro y pequeñas empresas del rubro- showroom del distrito de Breña, las cuales son 12 empresas del rubro – showroom del distrito de Breña.</p> <p><u>Muestra</u></p> <p>Se tomó el total de la población, siendo ésta 12 empresas del rubro -showroom del distrito de Breña.</p>	<p><u>Diseño de la investigación</u></p> <p>No experimental – transversal- correlacional</p> <p><u>Tipo de investigación</u></p> <p>Cuantitativo</p> <p><u>Nivel de investigación</u></p> <p>Descriptivo</p>	<p><u>Técnicas</u></p> <p>Encuesta</p> <p><u>Instrumentos</u></p> <p>Cuestionario</p>

4.7.Principios éticos

Protección a las personas

Este principio se aplica desde el inicio en que la persona te brinda su consentimiento informado, durante el proceso de la investigación la persona tiene el derecho a recibir información, a la privacidad y confidencialidad, respeto a su dignidad humana, respeto a su identidad. Las personas involucradas en la investigación participan de manera voluntaria sin coerción o incentivos indebidos. “El respeto supone atención y valoración de la escala de valores propios del otro, con sus tremores, expectativas y su proyecto de vida” (Osorio, 2000)

Beneficio y no maleficencia

En este principio se debe proteger a las personas involucradas en la investigación, analizando se debe asegurar en lo posible su bienestar tanto física como psicológica, evitando provocar cualquier tipo de daño a la persona. “Se trata del deber ético de buscar el bien para las personas participantes en una investigación, con el fin de lograr los máximos beneficios y reducir al mínimo los riesgos de los cuales deriven posibles daños o lesiones” (Osorio, 2000)

Principio de justicia

Durante todo el proceso de la investigación el investigador deberá usar su juicio razonable para armonizar el trabajo de ambos, y buscar las consecuencias positivas de todo el actuar investigado.

Consentimiento informado y expresado

En este principio se debe brindar toda la información necesaria que requiera la persona, de esta manera crear un ambiente de confianza y respeto, accediendo al uso de su información para los fines específicos.

Integridad científica

La integridad del investigar es de suma importancia, deberá mantenerse siempre respetuoso y cumplidor de las normas.

5. RESULTADOS

5.1. Resultados

Sobre las características de los empresarios de las MYPES

Tabla 1

Edad de los empresarios

	Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 a 25 años	7	58.33%	58.33%	58.33%
	26 a 33 años	3	25%	25%	83.33%
	34 a 41 años	2	16.67%	16.67%	100%
	42 años a más	0	0%	0%	
Total		12	100%	100%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

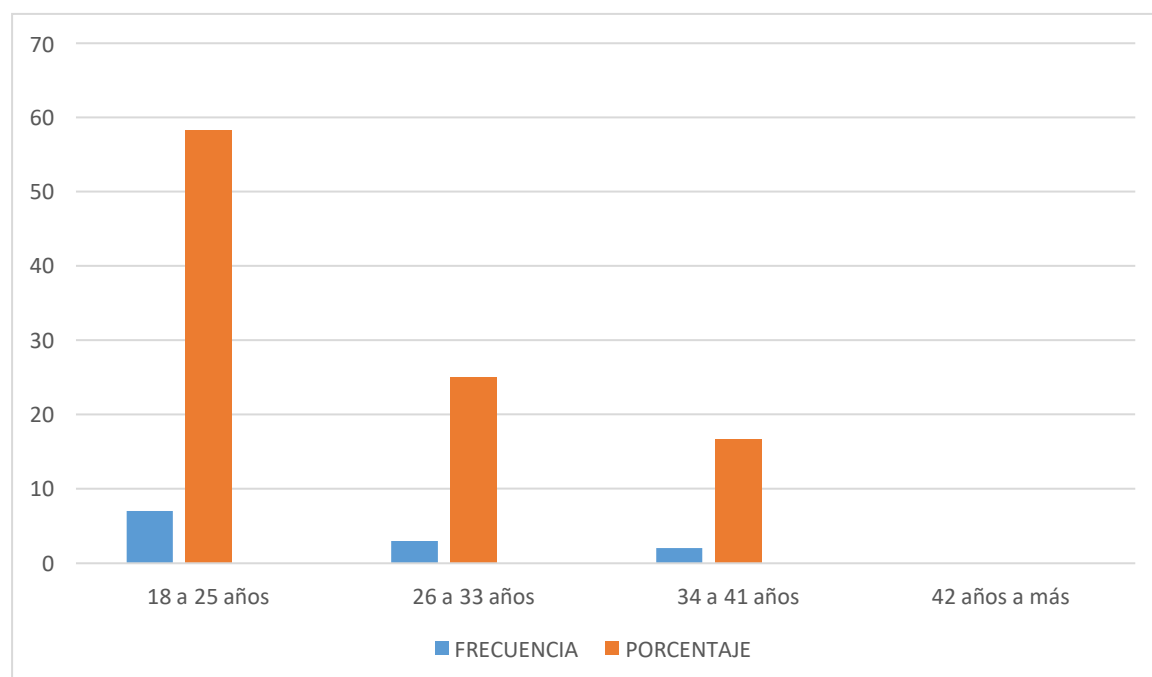


Figura 1: Edad de los emprendedores

Fuente: Tabla 1

Interpretación: El 58.33% de los emprendedores tiene entre 18 a 25 años de edad, el 25% de los emprendedores tienen entre 26 a 33 años de edad y un 16.67% tiene de 42 años a más.

Tabla 2

Género del encuestado

	Sexo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	9	75%	75%	75%
	Masculino	3	25%	25%	100%
	Total	12	100%	100%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

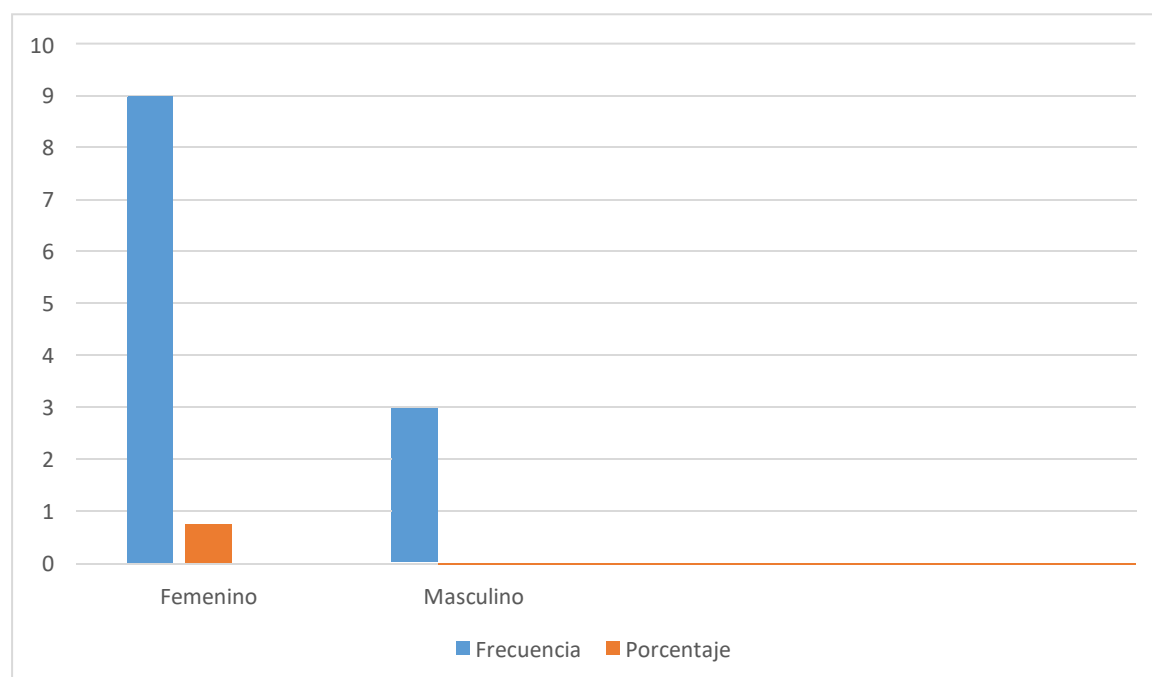


Figura 2: Género del encuestado

Fuente: Tabla 2

Interpretación: Del total de la muestra, 75% son del sexo femenino; mientras que el 25% son del sexo masculino.

Tabla 3

Estado civil del emprendedor

	Estado civil	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero	2	16.67%	16.67%	16.67%
	Casado	2	16.67%	16.67%	33.34%
	Conviviente	7	58.33%	58.33%	91.67%
	Divorciado	1	8.33%	8.33%	100%
Total		12	100%	100%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

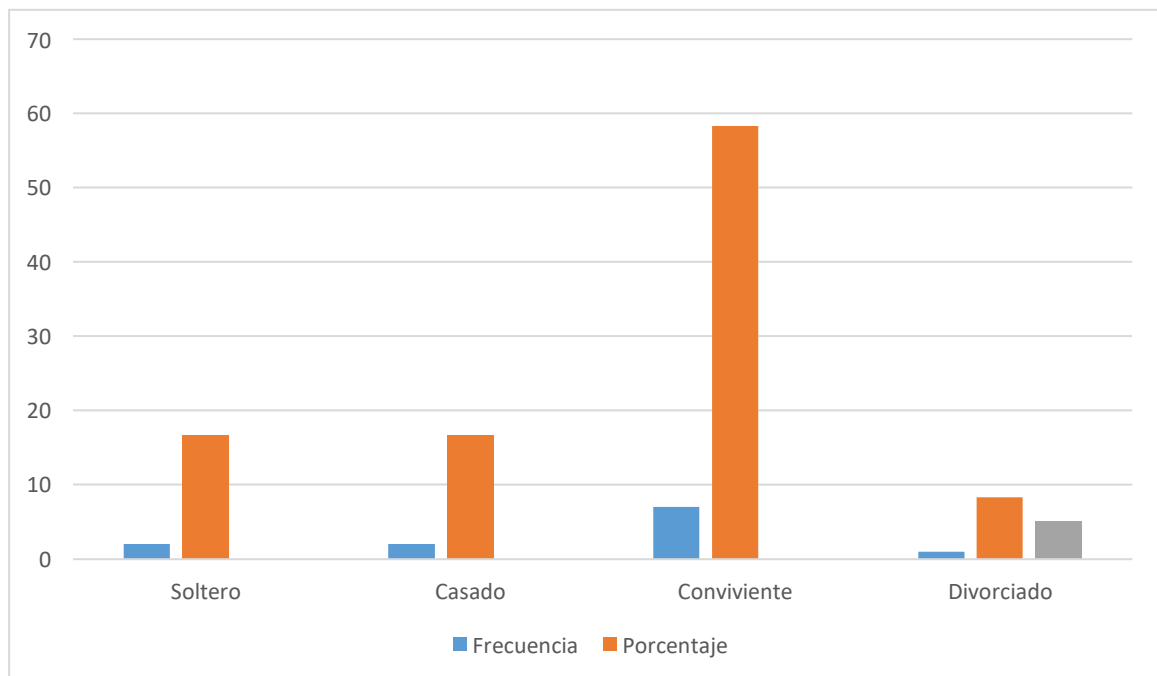


Figura 3: Estado civil del emprendedor

Fuente: Tabla 3

Interpretación: Un 16.67% de la muestra es soltera, otro 16.67% es casada, el 58.33% es conviviente y un 8.33% es divorciada.

Tabla 4

Grado de instrucción

	Instrucción	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	0	0%	0%
	Secundaria	6	50%	50%
	Instituto	5	41.67%	91.67%
	Universidad	1	8.33%	100%
	Total	12	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

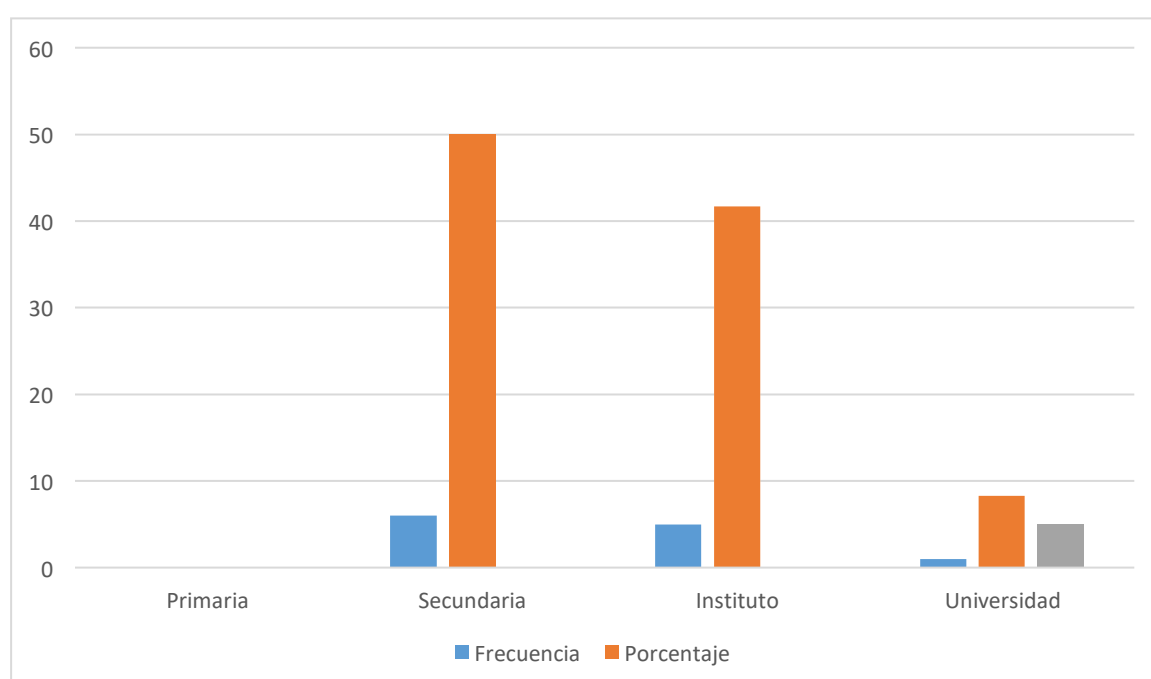


Figura 4: Grado de instrucción

Fuente: Tabla 4

Interpretación: Se puede apreciar que un 50% de los emprendedores tienen el grado de instrucción secundaria, el 41.67% tienen el grado de instrucción de instituto y un 8.33% tiene el grado de instrucción universitaria.

Tabla 5

Cargo en la empresa

	Cargo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dueño	8	66.67%	66.67%	66.67%
	Colaborador	4	33.33%	33.33%	100%
	Total	12	100%	100%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

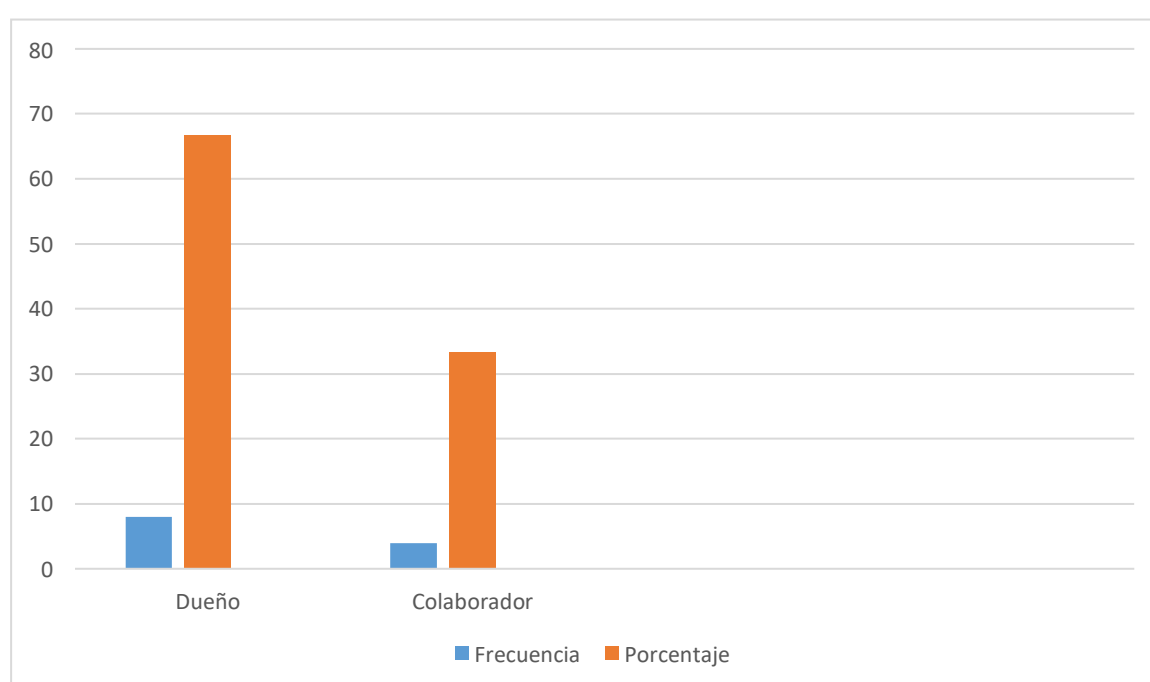


Figura 5: Cargo en la empresa

Fuente: Tabla 5

Interpretación: El 66.67% de las micro y pequeñas empresas encuestadas, está representada por el propio dueño; mientras que el 33.33% de las micro y empresas está representada por un colaborador (empleado).

Sobre las características de las MYPES

Tabla 6

Tiempo de funcionamiento

	Años	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 5 años	5	41.67%	41.67%	41.67%
	6 a 10 años	4	33.33%	33.33%	75%
	11 años a más	3	25%	25%	100%
	Total	12	100%	100%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

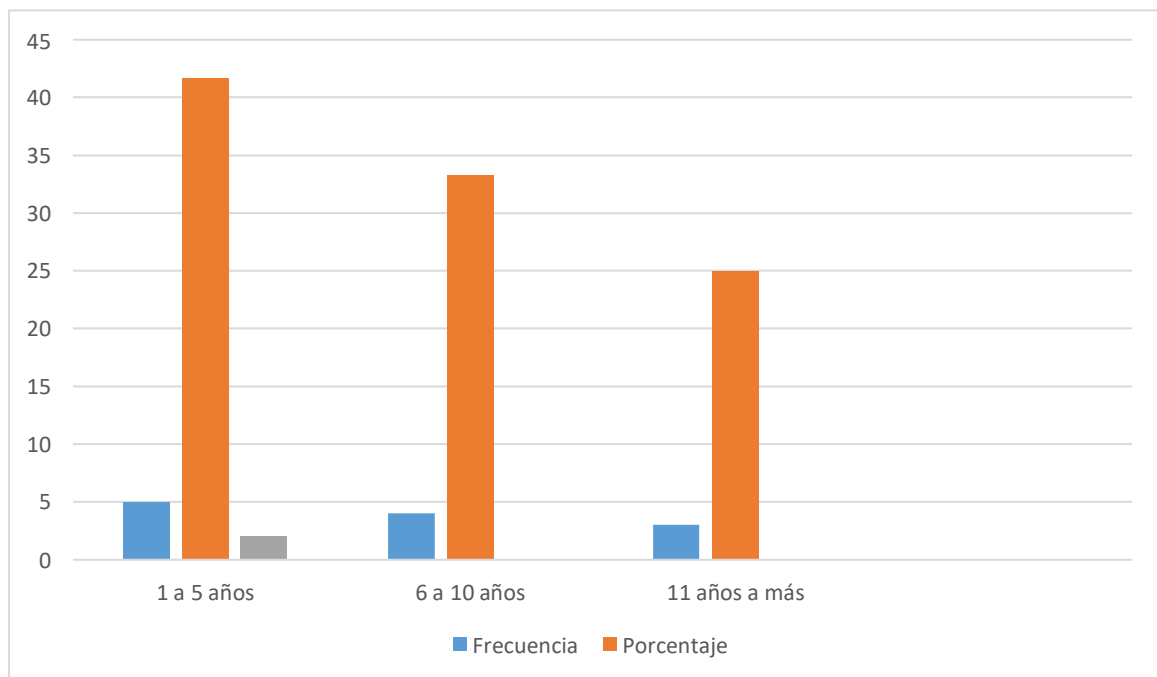


Figura 6: Tiempo de funcionamiento

Fuente: Tabla 6

Interpretación: Según los datos obtenidos, un 41.67% de las micro pequeñas y empresas encuestadas tienen entre 1 a 5 años funcionando, un 33.33% de las micro pequeñas y empresas encuestadas tienen entre 6 a 10 años antigüedad y, un 25% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tiene de 11 a más años.

Tabla 7

Cantidad de trabajadores

	Cant. Trab.	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 5 trabajadores	12	100%	100%	100%
	5 a 10 trabajadores	0	0%	0%	
	10 a 15 trabajadores	0	0%	0%	
Total		12	100%	100%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

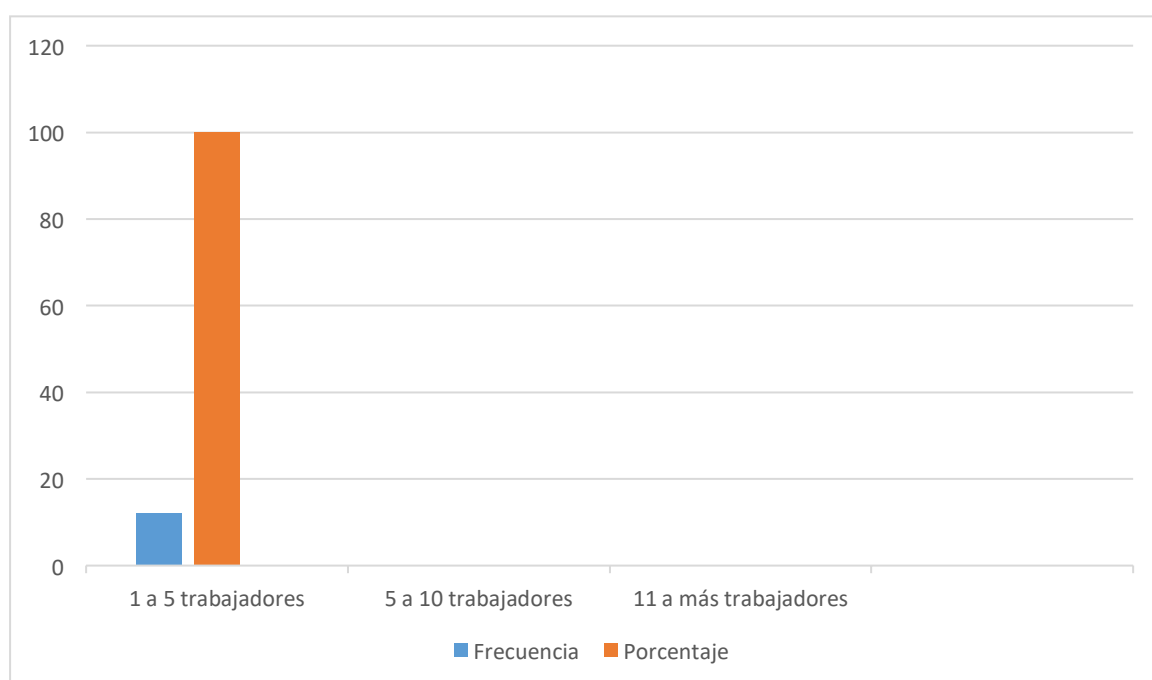


Figura 7: Cantidad de trabajadores

Fuente: Tabla 7

Interpretación: El 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen a su cargo de entre 1 a 5 trabajadores.

Tabla 8

Formalización de la MYPE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	12	100%	100%	100%
	No	0	0%	0%	
Total		12	100%	100%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

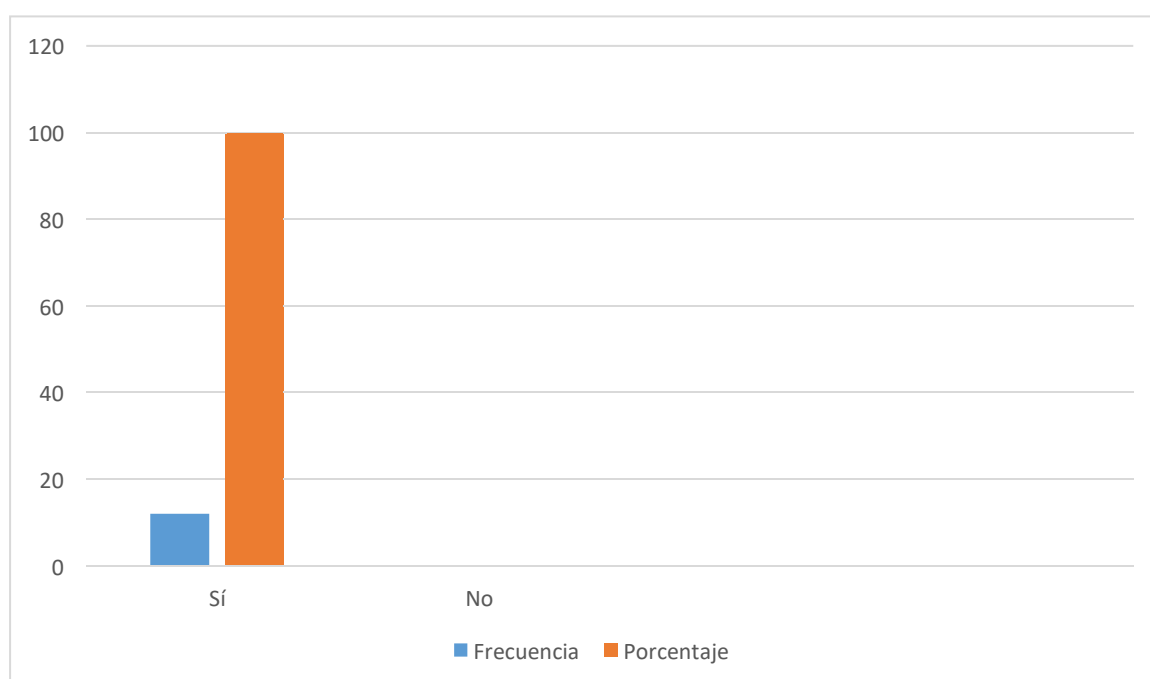


Figura 8: Formalización de la Mype

Fuente: Tabla 8

Interpretación: El 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas son formales.

Sobre de las características de la gestión de calidad

Tabla 9

¿Establece objetivos a corto, mediano o largo plazo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	12	100%	100%	100%
	No	0	0%	0%	
Total		12	100%	100%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

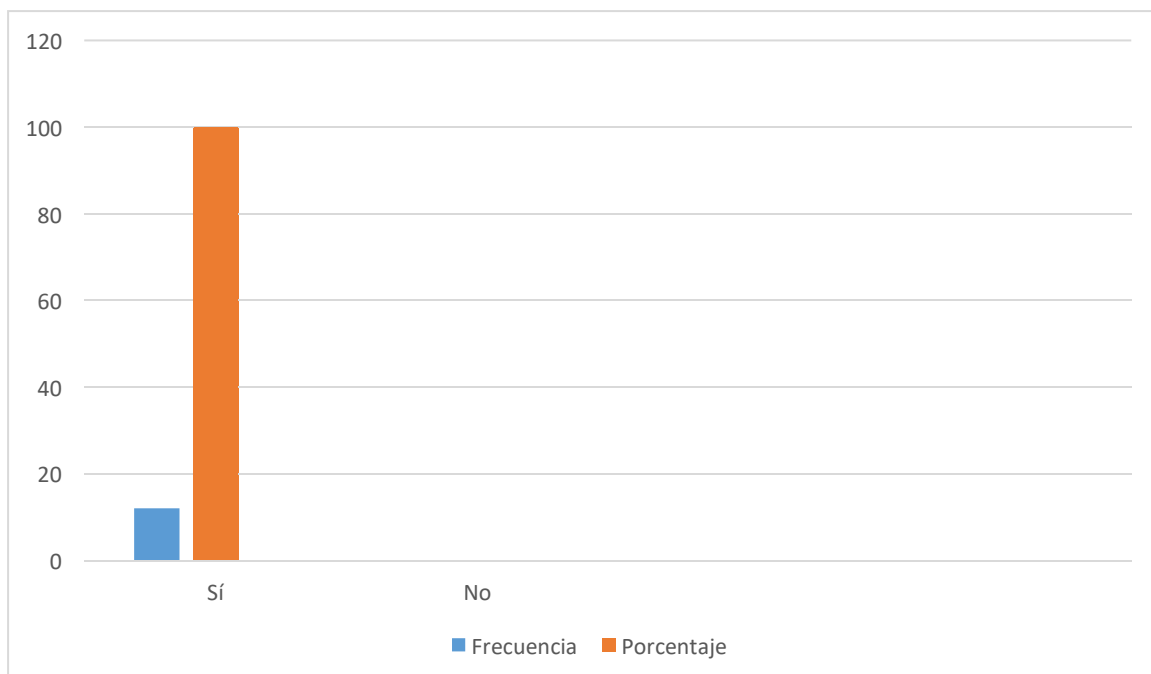


Figura 9: ¿Establece objetivos a corto, mediano o largo plazo?

Fuente: Tabla 9

Interpretación: El 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas establecen objetivos a corto, mediano o largo plazo.

Tabla 10

¿Cuál es el nivel de satisfacción de sus clientes, de acuerdo a la calidad de sus servicios?

	N. Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente s.	11	91.67%	91.67%	91.67%
	Muy satisfecho	1	8.33%	8.33%	100%
	Neutral	0	0%	0%	
	Poco s.	0	0%	0%	
	Nada satisfecho	0	0%	0%	
Total		12	100%	100%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

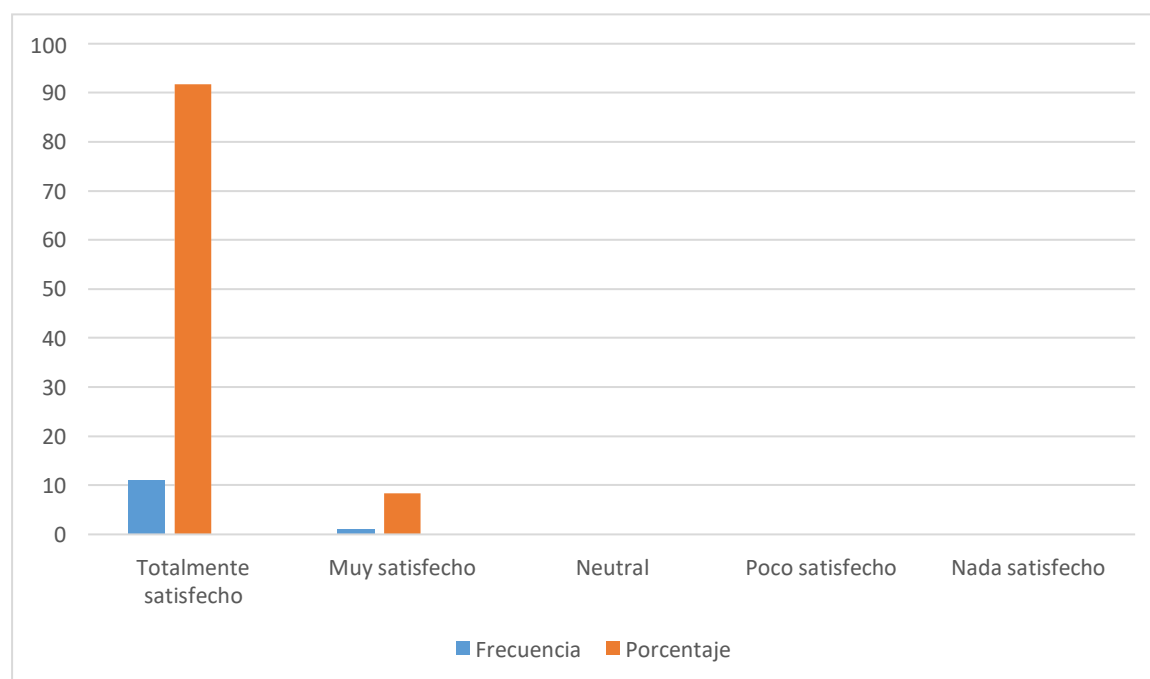


Figura 10: ¿Cuál es el nivel de satisfacción de sus clientes, de acuerdo a la calidad de sus servicios?

Fuente: Tabla 10

Interpretación: El 91.67% de las micro y pequeñas empresas encuestadas comentan que el nivel de satisfacción de sus clientes de acuerdo a la calidad de sus servicios es *totalmente*

satisfecho, mientras que el 8.33% de las micro y pequeñas empresas encuestadas comentan que el nivel de satisfacción de sus clientes de acuerdo a la calidad de sus servicios es *muy satisfecho*.

Tabla 11:

¿Tienes elaborada una segmentación eficaz del mercado y de los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	12	100%	100%	100%
	No	0	0%	0%	
	Total	12	100%	100%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

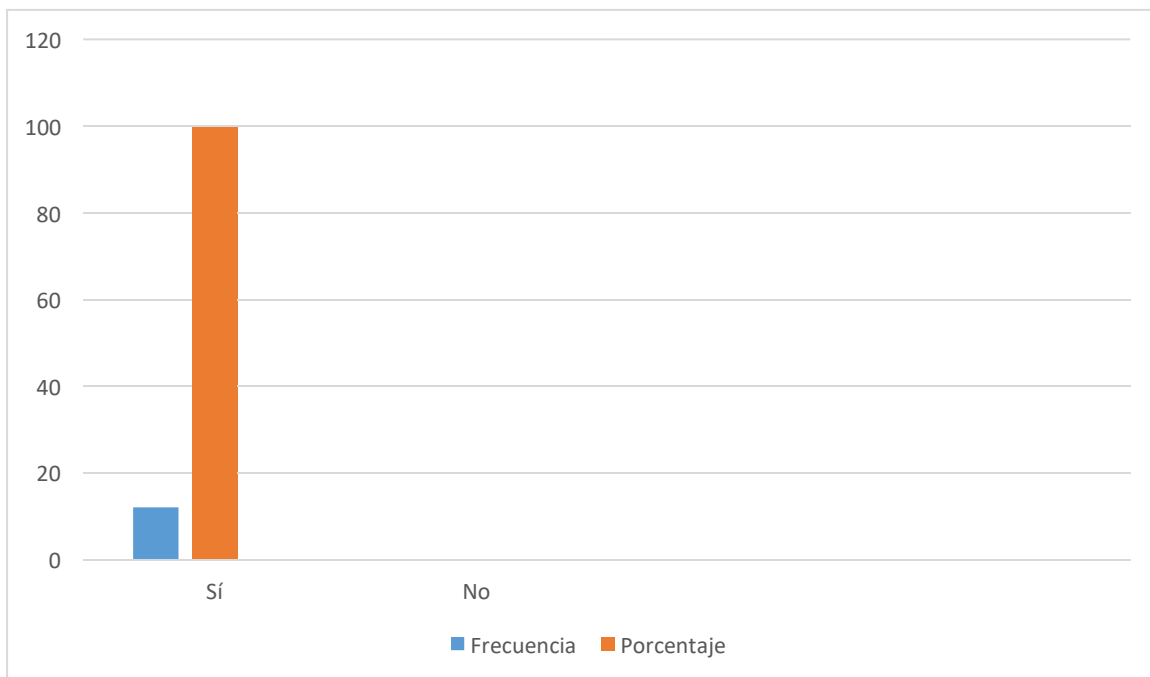


Figura 11: *¿Tienes elaborada una segmentación eficaz del mercado y de los clientes?*

Fuente: Tabla 11

Interpretación: El 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas cuentan con una segmentación eficaz del mercado y de los clientes.

Tabla 12

¿Se mantienen los stocks a un nivel satisfactorio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	12	100%	100%	100%
	No	0	0%	0%	
Total		12	100%	100%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

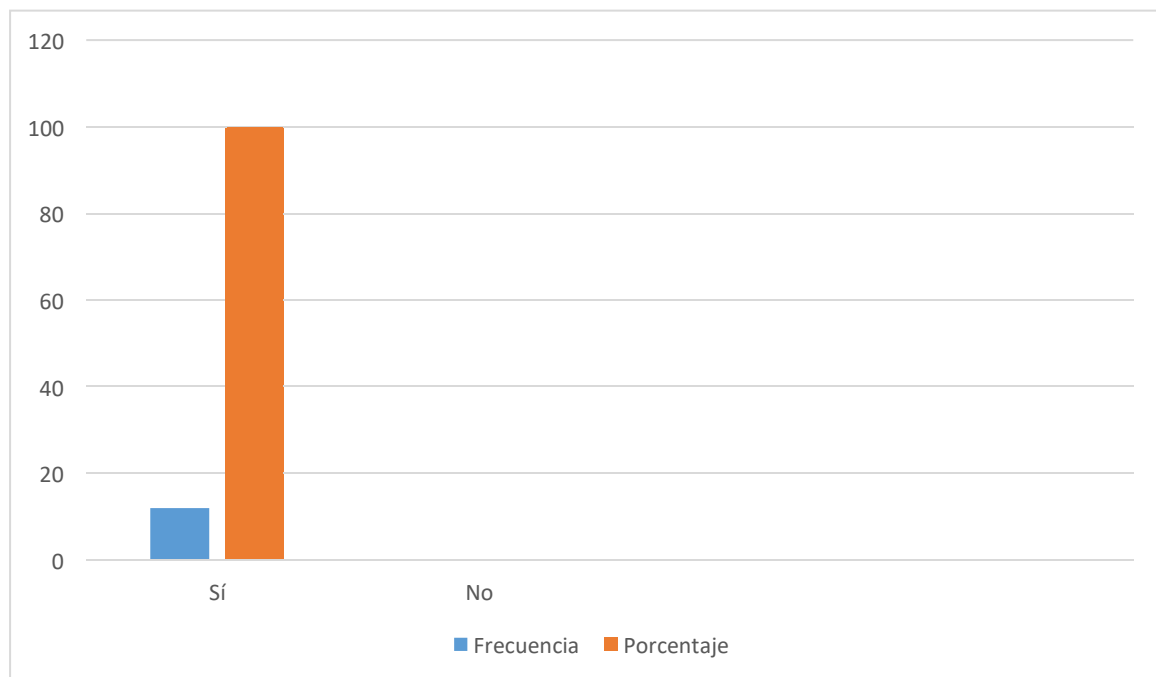


Figura 12: ¿Se mantienen los stocks a un nivel satisfactorio?

Fuente: Tabla 12

Interpretación: El 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas mantienen los stocks a un nivel satisfactorio.

Tabla 13

¿Utiliza canales de comercialización específicos para dar salida a los stocks?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	12	100%	100%	100%
	No	0	0%	0%	
	Total	12	100%	100%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

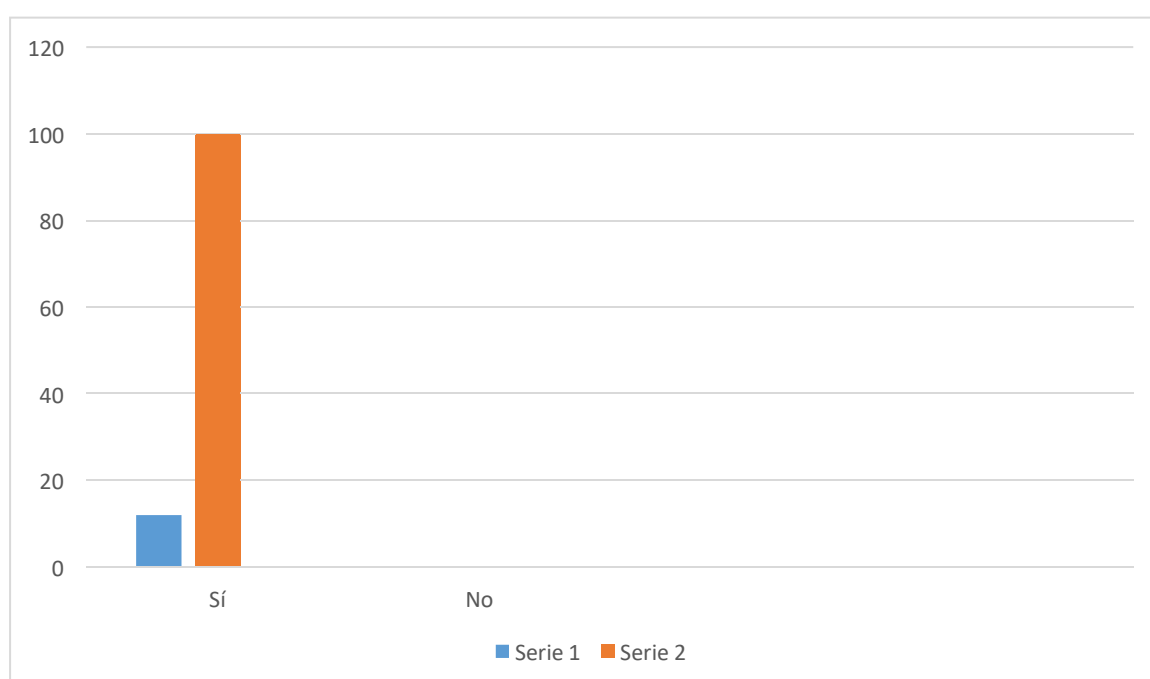


Figura 13: ¿Utiliza canales de comercialización específicos para dar salida a los stocks?

Fuente: Tabla 13

Interpretación: El 10% de las micro y pequeñas empresas encuestadas utilizan canales de comercialización específicos para dar salida a los stocks.

Tabla 14

¿El número de clientes está creciendo, está estancado, o está decreciendo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Creciendo	12	100%	100%	100%
	Estancado	0	0%	0%	
	Decreciendo	0	0%	0%	
	Total	12	100%	100%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

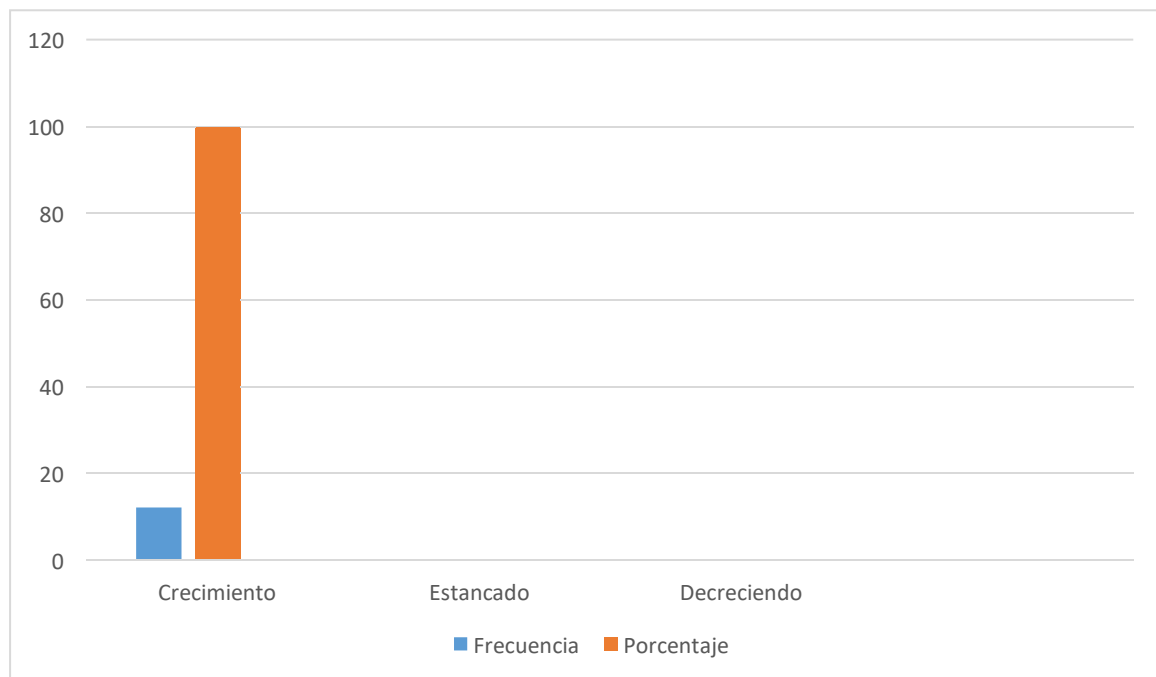


Figura 14: ¿El número de clientes está creciendo, está decreciendo, o está decreciendo?

Fuente: Tabla 14

Interpretación: El 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas afirman que el número de sus clientes está creciendo.

Tabla 15:

¿Cómo está la motivación e implicación del equipo que gestiona la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy motivado	10	83.33%	83.33%	83.33%
	Motivado	2	16.67%	16.67%	100%
	Poco motivado	0	0%	0%	
	Nada motivado	0	0%	0%	
Total		12	100%	100%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

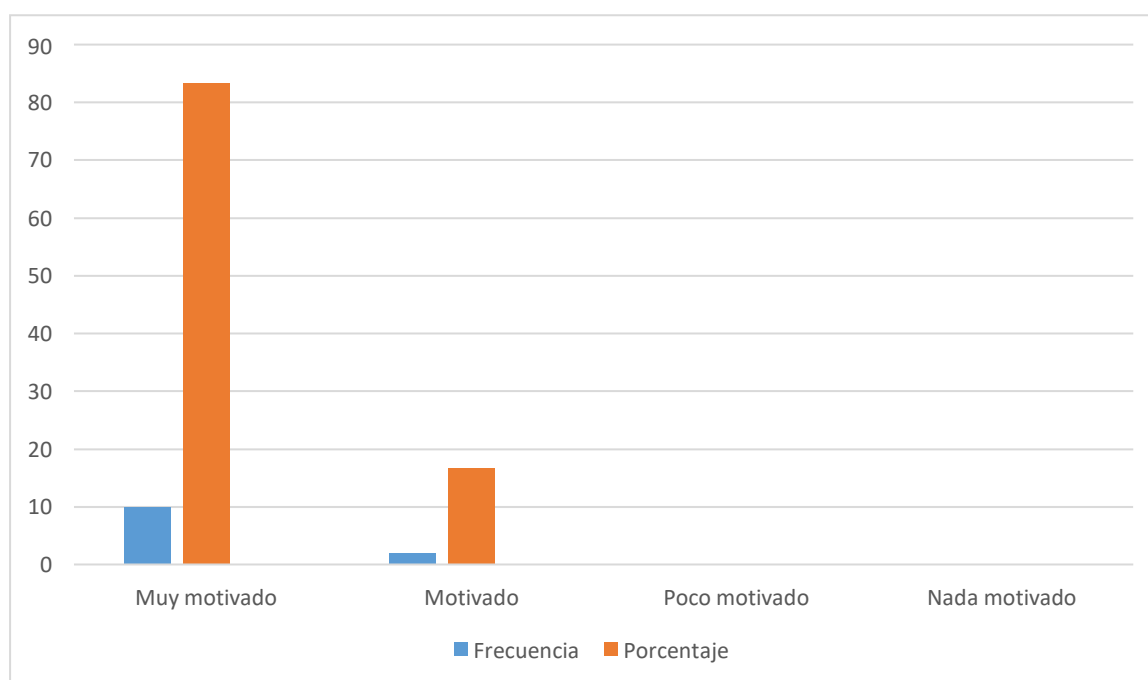


Figura 15: ¿Cómo está la motivación e implicación del equipo que gestiona la empresa?

Fuente: Tabla 15

Interpretación: Un 83.33% de las micro y pequeñas empresas encuestadas afirman que el equipo que gestiona la empresa se encuentra *muy motivado*, mientras que un 16.67% de las micro y pequeñas empresas encuestadas afirman que el equipo que gestiona la empresa se encuentra *motivado*.

Tabla 16

¿Cómo califica la calidad de atención hacia sus clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bueno	4	33.33%	33.33%	33.33%
	Bueno	8	66.67%	66.67%	100%
	Regular	0	0%	0%	
	Malo	0	0%	0%	
	Muy malo	0	0%	0%	
	Total	12	100%	100%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom en el distrito de Breña.

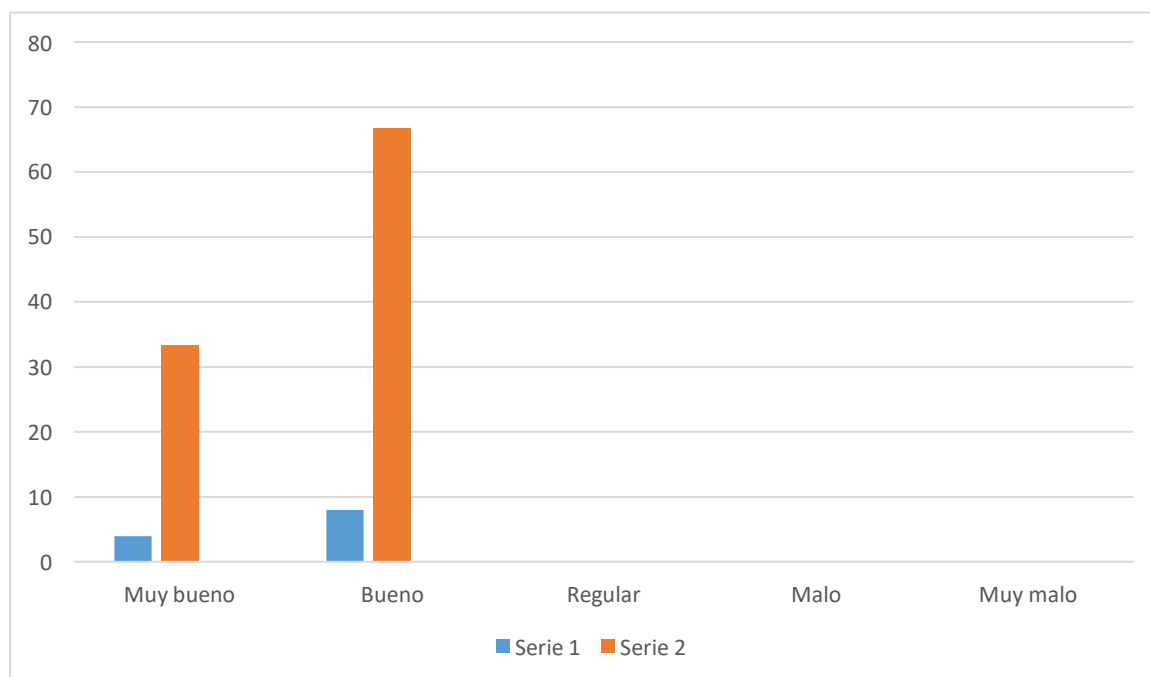


Figura 16: ¿Cómo califica la calidad de atención hacia sus clientes?

Fuente: Tabla 16

Interpretación: Un 33.33% de la micro y pequeñas empresas encuestadas califican la atención hacia sus clientes como muy bueno, mientras que un 66.67% de las micro y pequeñas empresas encuestadas califican la atención hacia sus clientes como bueno.

5.2. Análisis de resultados

Sobre las características de los empresarios de las MYPES

El 58.33% de los empresarios encuestados tienen una edad entre 18 a 25 años de edad, ello demuestra que muchos de ellos se encuentran recientemente en el mercado.

Se puede apreciar que el 75% de los empresarios son de género femenino, esto se refiere a los dueños de la tienda de venta de ropa. Sin embargo, es necesario aclarar que en algunos casos se encontraba atendiendo una vendedora.

En cuanto al estado civil, un 58.33% de los encuestados son convivientes, lo que nos permite deducir que es posible que estas personas tengan responsabilidades familiares, por lo que se concluye que los negocios que administran están bien constituidos y les da ganancias económicas.

El 50% de las personas encuestadas tienen educación secundaria; sin embargo el 41.67% tienen educación técnica y 8.33% tienen educación universitaria. En consecuencia, nos lleva a deducir que para tener una tienda del rubro showroom no es necesario tener un estudio especializado, por lo contrario, sólo basta tener un espíritu emprendedor y deseos de superación.

El 66.67% de las personas encuestadas son dueños de las tiendas del rubro showroom, mientras que el 33.33% de las personas encuestadas son encargados o vendedoras.

Sobre las características de las MYPES

En cuanto al tiempo de funcionamiento de las tiendas del rubro showroom, se pudo registrar que el 41.67% tienen entre 1 a 5 años en el mercado, es decir que la mayoría empezó a trabajar en este negocio entre los 18 a 25 años de edad y con responsabilidad familiar, lo que nos lleva a deducir que este negocio se puede mantener en el tiempo.

En cuanto a la cantidad de trabajadores dentro de las tiendas del rubro showroom, el 100% de ellas tiene a su cargo de entre 1 a 5 trabajadores, ello se debe que las tiendas tienen espacios

pequeños en los que solo puede estar una sola persona, o en todo caso tienen alquilados dos locales a la vez en las que podrían estar dos personas.

En cuanto a la formalización de las tiendas del rubro showroom, se tiene que el 100% de ellas son formales, inscritos en los registros tributarios, ello quiere decir que emiten boletas de ventas. Cuentan con licencia de funcionamiento municipal.

Sobre las características de la gestión de calidad

El 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas establecen objetivos a corto, mediano o largo plazo, con la finalidad de proyectarse en el futuro de que es lo que desean conseguir, y una de ellas sería ampliar sus negocios.

En cuanto a la medición del nivel de satisfacción de sus clientes, el 91.67% de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom encuestadas afirman que el nivel de satisfacción de acuerdo a la calidad de sus servicios es *totalmente satisfecho*. Esta realidad se puede apreciar cuando el vendedor satisface las necesidades y las expectativas del cliente, al ofrecer el producto, su trato es atento y amable.

En cuanto a la segmentación eficaz del mercado y de los clientes, el 100% de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom encuestadas, cumplen con este ítem, debido a que segmentar sus mercado y clientes les permite conocer a sus públicos objetivos, sus gustos y necesidades, así como mantener un equilibrio de sus productos.

En cuanto al nivel de sus stocks, el 100% de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom encuestadas mencionan que el nivel de stock es satisfactorio, lo que les permite ofrecer variedades y en las cantidades que requiera el cliente.

En cuanto al uso de canales de comercialización, el 10% de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom encuestadas, hacen uso de diferentes canales para dar salida a sus productos en stock, lo que les permite llegar a más posibles clientes. A través de estos canales, tales como Facebook, Instagram, ponen en vitrina sus productos para que sean vistos

por otras personas y éstos tengan la oportunidad de hacer sus respectivas consultas sobre el producto de su interés.

El 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas afirman que el número de sus clientes está creciendo. Esto se debe a que hacen uso de las herramientas adecuadas para llegar a más posibles clientes, en las tiendas, las vendedoras muestran gran interés por satisfacer las necesidades del cliente. El cliente al tener un trato amable, y recibir un buen producto hace efecto multiplicador.

En cuanto a la motivación del equipo que trabajo dentro de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom, un 83.33% afirma que se encuentran *muy motivado*. La motivación del personal dentro de cualquier organización es importante, de ellos depende que la empresa prospere.

Un 66.67% de la micro y pequeñas empresas encuestadas califican la atención hacia sus clientes como bueno. Se puede deducir que las vendedoras y/o dueños, ofrecen a sus clientes el trato amable y atento que se merecen.

6. CONCLUSIONES

Sobre las características de los empresarios

En la presente investigación se concluyó que los empresarios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom, distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016, tienen entre 18 a 25 años de edad, son convivientes y son de género femenino. La mayoría de los empresarios tiene nivel de instrucción secundaria y en su mayoría se encargan directamente de sus empresas.

Sobre las características de las MYPES

Se concluyó que las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro showroom, distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2016, tienen entre 1 a 5 años de experiencia en el mercado, y tienen a su cargo entre 1 a 5 trabajadores.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores, y son empresas formales.

Sobre las características de la gestión de calidad

Se concluyó que de acuerdo al nivel de satisfacción de los clientes de acuerdo a la calidad de los servicios de la empresa es *totalmente satisfecho*, teniendo en cuenta que segmentaron su mercado y clientes con la finalidad de satisfacer de manera eficiente cada necesidad que requiera el cliente.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas siempre mantienen los stocks a un nivel satisfactorio, con la finalidad de asegurarse de que el producto que necesite el cliente esté disponible en el tiempo y las cantidades que desee.

La mayoría siempre utilizan canales de comercialización específicos para dar salida a los stocks, de esta manera hacen rotar sus productos.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas afirman que el número de sus clientes está creciendo, debido al uso de diferentes canales de venta y a la segmentación de mercado.

En la mayoría de las micro y pequeñas empresas, el equipo que gestiona la empresa se encuentra muy motivado, esto debido a la obtención de sus objetivos y, a ello suma a que la atención hacia sus clientes es muy buena.

RECOMENDACIONES

1. Se sugiere a los empresarios de las micro y pequeñas empresas aplicar los principios de la gestión de calidad, y mejorar sus falencias para poder seguir ofreciendo a sus clientes el producto y el servicio que ellos esperan.
2. Fortalecer las habilidades de atención al cliente, para que todos los clientes que visiten su empresa estén totalmente satisfechos con el nivel de atención.
3. Motivar a los colaboradores, para que se sientan más comprometidos con los objetivos de la empresa.

Referencias bibliográficas

Salas, C. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las MYPES del sector comercial boutique de damas, provincia de Satipo, año 2017* (Informe final de investigación para optar el título profesional de licenciada en administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Pucallpa.

Gutiérrez, (2019) “*La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES del sector comercio rubro – venta de ropa para dama, de la galería Fronteras Unidas de Grau, Jr. Montevideo N° 766, Lima 2018*”, (Investigación desarrollada para optar el título profesional de licenciada en administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Sede Lima.

Vega (2018) “*La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio – rubro venta de ropa para damas, Av. Saenz Peña desde la cuadra 5 a la 8, distrito del Callao, departamento de Lima, periodo 2016*” (Investigación para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – sede Lima.

Ruiz, R. (2018) “*Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercial, venta de ropa y accesorios, distrito de Callería, año 2018*” (Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Pucallpa.

Pallaca, (2020), “*Gestión de calidad con el uso del marketing estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de minorista de ropa de la ciudad*

de Huaraz, 2018”, (Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración), Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Huaraz.

Rioja Vallejos, 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.*

César Augusto De La Cruz Bovea. (2009). Como implementar un sistema de gestión de la calidad en su empresa; producción y prestación del servicio. El Cid Editor | apuntes. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/29786?page=1>

Quintero, M. (2014). “*Sistema de gestión de calidad en las PYMES Colombianas* (Tesis de grado). Universidad Militar Nueva Granada – Colombia.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la investigación: Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio (6a. ed. --.). México D.F.: McGraw-Hill.

Deming, W. E. (1989). Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis. Madrid, Spain: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/55464?page=1>.

Publishing, M. (2007). Gestión de la calidad total. Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/52912?page=35>

HERNÁNDEZ PALMA, H. G., BARRIOS PAREJO, I., & MARTÍNEZ SIERRA, D. (2018).

Gestión De La Calidad: Elemento Clave Para El Desarrollo De Las Organizaciones.

Revista Criterio Libre, 15(28), 180–195.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la

Investigación. 6° Edición. Editorial Mc Graw Hill. México

Juran, J. M. (1993). Manual de control de calidad. 4ta edición. Cuba: Editorial MES.

Pola, M. Á. (1988). Gestión de la calidad. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Edmundo Lizarzaburu Bolaños. (2016). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la

norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015.

Universidad y Empresa, Vol 18, Iss 30, Pp 33-54 (2016), (30), 33.

<https://doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.30.2016.02>

Mogollón Juárez, M. M., & Huamanchumo Ruiz, J. L. (2016). Diseño del sistema de gestión

de la calidad ISO 9001:2015, para la MIPYME VENTIJAR S.A.C. Universidad Privada

del Norte.

Retrieved from [http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ir00912a&AN=](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ir00912a&AN=CONCYTEC.11537.9935&lang=es&site=eds-live&scope=site)

[CONCYTEC.11537.9935&lang=es&site=eds-live&scope=site](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ir00912a&AN=CONCYTEC.11537.9935&lang=es&site=eds-live&scope=site)

Barcelli-Gómez, G. U. de L. (Perú). (1999). Gestión, planificación y control de la producción.

Universidad de Lima. Retrieved from

[http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ir00912a&AN=CONCYTEC.a](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ir00912a&AN=CONCYTEC.523&lang=es&site=eds-live&scope=site)

[rticle.523&lang=es&site=eds-live&scope=site](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ir00912a&AN=CONCYTEC.523&lang=es&site=eds-live&scope=site)

Miguel Caroy Zelaya. (2011). Redefiniendo la política de promoción de las MYPE en las compras estatales. Derecho PUCP, Vol 0, Iss 66, Pp 287299 (2011), (66), 287.

Recuperado de :

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.4df7c4428e6a4c7c94804f17c79c0cb7&lang=es&site=edslive&scope=site>

ULADECH (2016). Código de ética para la investigación. Versión 001. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

ANEXOS

Anexo 1

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES GENERALES

ACTIVIDADES	2018 - I				2018 - II				2019 - I				2020 - I			
	Abr	May	Jun	Jul	Set	Oct	Nov	Dic	Abr	May	Jun	Jul	Abr	May	Jun	Jul
Definir título de proyecto																
Planteamiento del problema																
Marco teórico y conceptual																
Metodología de la investigación																
Referencias y anexos																
Presentación y sustentación del proyecto																
Aprobación del proyecto																
Trabajo de campo (recolección de datos)																
Procesamiento de datos																
Análisis de resultados y conclusiones																
Revisión de literatura																
Elaboración de informe de investigación																
Presentación del pre informe																
Aprobación de informe de tesis																
Presentación y sustentación del informe de investigación																

Anexo 2

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE TALLER DE INVESTIGACIÓN
IV 2020-I

ALUMNA: MACEDO AGÜERO, GABY

ACTIVIDADES	ABRIL			MAYO				JUNIO	
	13 Abr	20 Abr	27 Abr	04 May	11 May	18 May	25 May	01 Jun	08 Jun
Presentación del primer borrador del informe final									
Mejora de la redacción del primer borrador del informe final									
Primer borrador del artículo científico									
Mejora en la redacción del informe final y artículo científico									
Revisión de mejora del artículo científico									
Meta cognición de los componentes del informe final y artículo científico									
Calificación del informe final, artículo científico y sustentación por el jurado de investigación									
Calificación del informe final, ponencia, artículo científico u sustentación ante el jurado de investigación									
Calificación y sustentación del informe final y artículo científico por el jurado de investigación									

