



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**CARACTERIZACION DE GESTIÓN DE CALIDAD Y  
SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL  
RUBRO COMERCIO DEL CENTRO COMERCIAL  
BOULEVARD DE CHICLAYO AÑO 2016**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN

AUTOR(A):

Br. MARIA JIMENA CHAPPA AREVALO

ASESOR:

MAG. SEGUNDO JONATHAN SILVA VASQUEZ

CHICLAYO-PERU

2016

TITULO DE LA TESIS

“CARACTERIZACION DE GESTION DE CALIDAD Y  
SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL  
RUBRO COMERCIO DEL CENTRO COMERCIAL  
BOULEVARD DE CHICLAYO AÑO 2017”

## **JURADO EVALUADOR**

---

**PRESIDENTE:**

**MG. VILELA VARGAS VICTOR HUGO**

---

**SECRETARIA:**

**LIC. CHUMACERO ANCAJIMA MARITZA ZELIDEHT**

---

**MIEMBRO**

**MG. PATIÑO NIÑO VICTOR HELIO**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, a Dios, por darme la vida y la fuerza suficiente para ser perseverante y consecuente así poder terminar con éxito la carrera profesional de Administración

Al Magister: Segundo Jonathan Silva Vásquez, por sus consejos y orientación que ayudaron para la elaboración del proyecto.

## DEDICATORIA

En primer lugar, este trabajo se lo dedico a Dios, por permitirme haber llegado hasta este momento tan importante que es mi desarrollo profesional.

A mi madre: Alcidia Arèvalo Flores y mi padre Filomeno Chappa Tuesta por enseñarme a ser perseverante en la vida y por guiarme hacia un camino promisorio

A mi esposo Nicolás por su apoyo incondicional, mis hijos Nick y Alessandra por ser mi motor y fuente de inspiración.

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tiene como problema principal determinar las características de gestión de calidad y sostenibilidad empresarial en los micros y pequeñas empresas del Centro Comercial Boulevard de Chiclayo. Para el presente trabajo de investigación no se formularon hipótesis porque su alcance no implica una influencia o casualidad.

El diseño de la investigación es no experimental de tipo descriptiva, cuyo diseño metodológico es el transversal. La población estuvo conformada por 56 microempresarios del rubro comercio del Centro Comercial Boulevard de Chiclayo, con un tamaño de muestra que asciende a 49 microempresarios de ambos géneros, lo cual permitió realizar cuestionarios de preguntas a los respectivos involucrados, obteniéndose las siguientes conclusiones:

Determino la Caracterización de Gestión de Calidad y Sostenibilidad empresarial de las MYPES del rubro comercio del Centro Comercial Boulevard de Chiclayo,

Se identificó que los Microempresarios del Centro Comercial Boulevard de Chiclayo, en su totalidad cuentan con 1 o 2 personas atendiendo su microempresa. Más de la mitad de los propietarios de las Micro empresa cuentan con sus libros contables, del total de micro empresarios no se capacita para poder brindar un servicio de calidad

Se identificó que más de la mitad de los microempresarios del Centro Comercial Boulevard no sabe que es sostenibilidad empresarial, no conocen aspectos del desarrollo sostenible por ende no lo ponen en práctica.

Palabras Claves: gestión de calidad, sostenibilidad empresarial, MYPES

## ABSTRACT

The present research work has as main problem to determine the characteristics of quality management and business sustainability in micro and small companies of the Boulevard de Chiclayo Shopping Center. For the present work of investigation no hypothesis was formulated because its scope does not imply an influence or chance.

The research design is non - experimental, descriptive, whose methodological design is transversal. The population was made up of 56 microentrepreneurs from the trade section of the Boulevard de Chiclayo Shopping Center, with a sample size of 49 microentrepreneurs of both genders, which allowed questionnaires to be made to the respective stakeholders, obtaining the following conclusions:

I determined that the Characterization of Quality Management and Business Sustainability of the MYPES of the trade section of the Boulevard de Chiclayo Shopping Center,

It was identified that the Microentrepreneurs of the Boulevard de Chiclayo Shopping Center, in their totality, have 1 or 2 people attending their microenterprise. More than half of the owners of micro-enterprises have their accounting books, of the total of micro-entrepreneurs do not train themselves to be able to provide a quality service

It was identified that more than half of the microentrepreneurs of Boulevard Shopping Center do not know that it is business sustainability, they do not know aspects of sustainable development and therefore do not put it into practice.

Keywords: quality management, business sustainability, MYPES

## CONTENIDO

TÍTULO DE TESIS.....	I
HOJA DE FIRMA DEL JURADO.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICATORIA.....	IV
RESUMEN .....	V
ABSTRACT.....	VI
I. INTRODUCCIÓN.....	1
Planteamiento de la investigación.....	4
1.1.Planteamiento de la investigación .....	4
a) Caracterización del problema .....	4
b) Enunciado del problema .....	5
1.2.Objetivos de la investigación .....	5
1.2.1. Objetivo general .....	5
1.2.2. Objetivo específico.....	5
1.2.3. Justificación.....	6
II- REVISION LITERARIA	
1.3.Antecedentes.....	7
1.4. Marco Teórico y conceptual	
1.4.1. Teorías de Gestión de Calidad.....	10
1.4.1.1. Gestión de la Calidad total.....	14
1.4.1.2.Teoría de Gestión de Recursos Humanos.....	15
1.4.1.3.Teoría de Gestión de información .....	16
1.4.1.4.Teoría de Sostenibilidad del Cliente.....	16
1.4.2. Teorías de Sostenibilidad Empresarial.....	17
1.4.3. Teorías de Grupos de Interés.....	18
<b>1.5.Bases teóricas de la investigación.....</b>	<b>19</b>
<b>1.5.1. Definición de Micro y pequeña empresa (MYPE).....</b>	<b>19</b>

2.3.1.1	Características de las micro y pequeñas empresas.....	19
2.3.1.2	Beneficios e importancia de MYPES.....	20
2.3.1.3	Puntos modificados según ley 30056 de las MYPES.....	21
<b>1.5.2.</b>	<b>Definición de microempresario.....</b>	<b>22</b>
1.5.3.	Definición de Gestión.....	23
1.5.4.	Definición de Calidad.....	24
<b>1.5.5.</b>	<b>Definición de Gestión de calidad.....</b>	<b>25</b>
<b>1.5.5.1.</b>	<b>Gestión de recursos humanos .....</b>	<b>26</b>
<b>1.5.5.2.</b>	<b>Gestión de información.....</b>	<b>26</b>
<b>1.5.5.3.</b>	<b>Gestión de satisfacción del cliente.....</b>	<b>26</b>
<b>1.5.6.</b>	<b>Definición de Sostenibilidad.....</b>	<b>27</b>
<b>1.5.7.</b>	<b>Definición de Desarrollo Sostenibilidad.....</b>	<b>27</b>
<b>1.5.7.1.</b>	<b>Sostenibilidad ambiental.....</b>	<b>27</b>
<b>1.5.7.2.</b>	<b>Sostenibilidad económica.....</b>	<b>28</b>
<b>1.5.7.3.</b>	<b>Sostenibilidad social – política .....</b>	<b>28</b>
<b>1.5.7.4.</b>	<b>Definición de Grupos de interés.....</b>	<b>28</b>
<b>1.5.8.</b>	<b>Definición de Sostenibilidad empresarial.....</b>	<b>29</b>
<b>1.5.9.</b>	<b>Definición de población.....</b>	<b>29</b>
<b>II.</b>	<b>HIPOTESIS</b>	
2.1.	Hipótesis.....	31
<b>III.</b>	<b>METODOLOGÍA.....</b>	<b>32</b>
3.1.	Diseño de la investigación.....	33
3.2.	Población y muestra.....	33
3.2.1.	Criterio de inclusión.....	34
3.2.2.	Criterio de exclusión.....	34
3.3.	Definición y Operacionalización de variables.....	35
<b>3.3.1.</b>	<b>Variable Gestión de calidad.....</b>	<b>35</b>
<b>3.3.2.</b>	<b>Variable de sostenibilidad empresarial.....</b>	<b>36</b>
3.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	37
3.5.	Plan de análisis.....	37
3.6.	Matriz de consistencia.....	38

3.7. Aspectos éticos .....	39
<b>IV. Resultados</b>	
4.1. Variable gestión de calidad.....	40
4.2. Variable sostenibilidad empresarial.....	44
4.3. Análisis de resultados .....	48
<b>V. Conclusiones y recomendaciones</b>	
5.1. Conclusiones.....	55
<b>VI. Anexos .....</b>	<b>56</b>
<b>Anexo 1 Entrevista al administrador.....</b>	<b>57</b>
<b>Anexo 2 Cuestionario.....</b>	<b>59</b>
<b>Anexo 3 Relación de microempresarios según muestra.....</b>	<b>61</b>
<b>Referencias bibliográficas.....</b>	<b>63</b>

## INDICE DE TABLAS:

Tabla N°01 ¿Cuántas personas trabajan en su negocio?.....	40
Tabla N°02 ¿En temporadas en que aumenta las ventas, contrata personal temporada?.....	40
Tabla N°03 ¿Cuenta con sus libros contables?.....	41
Tabla N°04 ¿En el aspecto relacionado a sus compras, ¿el proveedor viene a Ud. o Ud. va al proveedor.....	41
Tabla N°05 ¿Las compras que realiza son?.....	42
Tabla N°06 ¿Se capacita para brindar un servicio de calidad?.....	42
Tabla N°07 ¿Participa en actividades con los clientes y proveedores para la mejora de la empresa?.....	43
Tabla N°08 ¿Qué estrategias utiliza para fidelizar a sus clientes?.....	43
Tabla N°09 ¿Sabes que es Sostenibilidad empresarial y cuáles son sus aspectos?..	44
Tabla N°10¿Pones en práctica los aspectos de desarrollo sostenible?.....	44
Tabla N°11 ¿Se mantienen el bienestar de la población en el Centro Comercial?..	45
Tabla N°12 ¿Ha identificado su grupo de interés y definido quien, como, y cuando obtener información de los mismos?.....	45
Tabla N°13 ¿Cómo atiendes las quejas y reclamaciones de sus clientes?.....	46
Tabla N°14 ¿Está garantizado la viabilidad económica del negocio?.....	46
Tabla N°15 ¿Cómo cree Ud. que mejoraría la sostenibilidad empresarial?.....	47
Tabla N°16 ¿El Centro Comercial proporciona un entorno seguro y saludable para trabajar?.....	47

## INTRODUCCIÓN

Las Micro y Pequeñas Empresas surgen de la necesidad de no ver sido satisfechas por el estado, por ello estas personas guiadas por la necesidad buscan la forma de poder generar sus propios fuentes de ingresos. Europa y América Latina, las MYPES son las fuentes más importantes de creación de empleo y desarrollo en economías cada vez más basadas en el conocimiento. El entorno económico en el que operan han diferido significativamente desde hace poco, es decir, las MYPES europeas se basan en la situación económica bastante estable para invertir en recursos humanos y concentrarse en modelos de innovación acumulativa, y de cooperación. Mientras que en el entorno económico turbulento de América Latina las MYPES han aprendido a sobrevivir mediante la adopción de estrategias flexibles de explotación de los recursos a corto plazo. A medida que la turbulencia de la economía mundial es cada vez mayor, las MYPES europeas tendrán que aprender a seguir siendo competitivas en este nuevo tipo de entorno económico y contexto a así lo determina según el estudio de:

Dinamice SME (, 2012). Pero a su vez la microempresa tiene una importancia fundamental tanto en la generación de empleo como en el combate de la pobreza. Es por esta razón que se han llevado a cabo varios esfuerzos con el objetivo de conocer más profundamente al sector, y en esta sección se ha intentado sintetizar la información más relevante que lo caracteriza, para que todos/as nuestros/as visitantes puedan consultarla. Esto quiere decir que la microempresa busca generar empleo, es por ello que se realizan grandes esfuerzos. Para que ellas puedan acceder a financiamientos ,para que de esta manera puedan surgir y combatir la pobreza, La importancia de las pequeñas y medianas empresas para lograr el desarrollo con inclusión social la necesidad de promover un desarrollo territorial basado en el desempeño de las micro, pequeñas y medianas empresas y en su efectiva inserción en los mercados, favoreciendo de esta manera la generación de empleo, la democratización de oportunidades y la participación de los ciudadanos, es decir, la inclusión social. Es importante porque busca que las MYPES ingresen en el mercado para generar empleo y oportunidades a los pobladores del país, según el estudio orientado a las MYPES en su variable de competitividad realizado por. (Aguirre, 2011)

El Perú es un país de emprendedores, estamos entre los puestos más altos en Latinoamérica. El emprendedor es aquella persona que tiene una idea, que la percibe como una oportunidad y hace todo bajo su poder para hacerla realidad. Los emprendedores tienen visión, pasión, determinación, persistencia, saben lo que quieren y van en busca de ello.

Actualmente, en el Perú, el micro y pequeñas empresas (MYPES) aportan, aproximadamente, el 40% del Producto Bruto Interno, son una de las mayores potenciadoras del crecimiento económico del país. **En conjunto, las MYPES generan el 47% del empleo en América Latina**, siendo esta una de las características más rescatables de este tipo de empresas. Conforme las MYPES van creciendo, nuevas van apareciendo. Esto dinamiza nuestra economía. Debido a que la mayoría desaparece en menos de un año; las que sobrevivan este ciclo se volverán cada vez más influyentes en el mercado, ampliarán su capacidad de producción, requerirán de más mano de obra y aportarán con mayores tributos al Estado.

Según el Ministerio de Producción, al cierre del 2015, el número de MYPES en el Perú va a ascender a un total de 5.5 millones. La gran mayoría son informales (83%), ya que no están registradas en la SUNARP como personas jurídicas y a su vez, no cumplen con las formalidades. El otro 17% está conformado por MYPES formales. Se estima que para el cierre del 2015 habrá un total de 0.9 millones de MYPES formales.

### **Matriz de transición**

La matriz de transición es una herramienta que provee información acerca de cómo se categoriza una empresa al inicio y al final de un periodo específico, facilitando la visualización del crecimiento o decrecimiento de las empresas en un país.

Según un estudio realizado por el Ministerio de la Producción, en el 2007, el 97.8% del empresas formales eran micro empresas; mientras que las pequeñas empresas comprendían el 2.1%. Para el 2013, la composición de empresas varió: las microempresas llegaron a representar el 87.8% y las pequeñas empresas aumentaron a 10.9%. Se puede observar cómo al pasar los años, el tamaño de microempresas disminuyó y las pequeñas empresas aumentaron.

Se puede apreciar, en la matriz de transición, que el 88.9% de las microempresas y el 47.7% de las pequeñas empresas se quedan en su estrato inicial, durante el periodo 2007-2013.

A las microempresas les cuesta avanzar al siguiente nivel. En la matriz apreciamos que de las 38,399 microempresas que existían en el 2007, 34,078 no crecieron a la siguiente categoría. Es más común que las pequeñas empresas retrocedan hacia una microempresa, que avancen hacia una mediana. De las 814 pequeñas empresas que había en 2007, 313 retrocedieron y 388 se mantuvieron.

Los emprendedores deben estar conscientes de su rol en el mercado, pues al ser pequeño aplica sobremanera: “la unión hace la fuerza”.

En los últimos tiempos la mujer ha logrado equiparar sus oportunidades con las de los hombres. Un claro ejemplo es que el 60% de micro y pequeñas empresas (MYPES) que están establecidas formalmente en Lambayeque son liderados por mujeres emprendedoras.

Así lo informó la primera vicepresidenta de la Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque, Lupe Fernández Castillo, quien precisó que durante el primer trimestre de este año hubo un incremento del 10% de micro y pequeñas empresas en los rubros de textiles y agroindustrias, logrando establecer un gran desarrollo para la región.

“Cada vez es más notorio la presencia y el liderazgo de la mujer lambayecana en las micro y pequeñas empresas. Muchas de ellas se convierten en las cabezas de familia, y un gran porcentaje asume esta carga sin apoyo de sus parejas. No cabe duda que tanto hombres como mujeres ya tienen las mismas oportunidades en el mercado”, anotó y afirmó que el éxito de un negocio es la formalización de la empresa. (La república, 2014)

## **PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

### 1.1 Planeamiento del problema:

#### a) Caracterización del problema

El problema principal de la Sostenibilidad Empresarial, es el enfoque ambiental que se le ha dado; las empresas no solo deben darle un peso de prevención de la contaminación y residuos, mucho menos los que se plantean una estrategia de sostenibilidad integral, para garantizar una competitividad duradera y para crear transparencia frente a la sociedad. Esto es fácil notarlo, una gran cantidad de empresas grandes, emiten informes de sostenibilidad o ambientales, en el mundo, haciendo nota de sus medidas de control de emisiones y residuos y mejora continua, sin embargo en otros ámbitos como el respeto a los derechos laborales y de las comunidades, son completamente contradictorios.

Por ello es importante aclarar, que para las micro y pequeñas empresas, más que un modelo, el desarrollo sostenible se presenta como una oportunidad de cambio y transición hacia una nueva forma de hacer negocios (producción, comercialización, promoción y publicidad, etc.) pero también hacia nuevas formas de convivir en una sociedad, desarrollar su negocio y crecer en un medio de competencia donde todos podamos ganar, de una u otra forma.

El futuro y competitividad de las micro y pequeñas empresas, depende completamente de sus sostenibilidades, es decir, de la capacidad que tenga para mantenerse a través del tiempo, utilizando de forma responsable los recursos para su actividad productiva, evidentemente creando valor para todo tipo de personas que se interesen en la empresa.

La pieza principal de la sostenibilidad, es la veracidad y credibilidad de lo que se afirma. Es por eso que la verificación juega un papel fundamental, las certificaciones emitidas por ISO, por ejemplo, deben de tomar un curso directo hacia la sostenibilidad y convertirse en estándares obligatorios y no ser solo recomendaciones.

En el contexto de la actual crisis, un plan de desarrollo sostenible, es una de las mejores inversiones que se pueden realizar en cualquier empresa, ya sea una que se encuentre en la categoría de (Micro, pequeñas y medianas empresas) o un gran corporativo, el efecto

será directamente proporcional a la disponibilidad de los involucrados en la puesta en marcha del proyecto.

En la Provincia de Chiclayo, existen hipermercados, supermercados, tiendas por departamentos y malls. De los cuales uno de ellos es el centro comercial boulevard ubicado en la zona adyacente al hospital de ESSALUD Chiclayo, se ha construido unas galerías comerciales de 16 m<sup>2</sup> aproximadamente y en la actualidad hay 56 stands en funcionamiento, es decir el formato aun no causa el efecto esperado.

Las MYPES del Centro Comercial Boulevard vienen atravesando una gran problemática debido a la falta de identificación de características de gestión de calidad que influyen en su sostenibilidad, la caracterización de gestión de calidad les permitirá ser competitivos y generar oportunidades para ingresar a otros mercados.

Por lo anterior expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente:

¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad y sostenibilidad empresarial de las MYPES, en el rubro comercio del centro comercial boulevard Chiclayo año 2016.

### **Objetivos de la Investigación**

**Para dar respuesta al problema se ha planteado el siguiente objetivo general:**

Determinar las principales características de gestión de calidad y sostenibilidad empresarial en las MYPES del centro comercial boulevard – Chiclayo año 2016

#### **Objetivos específicos**

Identificar las características de gestión de calidad en las MYPES del centro comercial Boulevard- Chiclayo año 2016.

Identificar las características de sostenibilidad empresarial en las MYPES del centro comercial Boulevard- Chiclayo año 2016.

### **1.3. Justificación**

Considerando la justificación de la investigación esta se justifica de manera práctica, con la contribución del conocimiento de la caracterización de las MYPES del Centro

Comercial Boulevard de la ciudad de Chiclayo por ello es importante aclarar que, para las micro y pequeñas empresas, más que un determinación, el desarrollo sostenible se presenta como una oportunidad de cambio y transición hacia una nueva forma de hacer negocios (producción, comercialización, promoción y publicidad, etc.) pero también hacia nuevas formas de convivir en una sociedad, desarrollar su negocio y crecer en un medio de competencia donde todos podamos ganar, de una u otra forma.

El futuro y competitividad de las micro y pequeñas empresas, depende completamente de sus sostenibilidades, es decir, de la capacidad que tenga para mantenerse a través del tiempo, utilizando de forma responsable los recursos para su actividad productiva, evidentemente creando valor para todo tipo de personas que se interesen en la empresa.

Esta investigación aporta teóricamente la aplicación de conocimiento de los microempresarios para lograr un mejor manejo de la gestión de calidad, lo cual le brindará un plus que permitirá ampliar su capacidad de sostenibilidad empresarial; así mismo permitió identificar las distintas deficiencias en su microempresa, y cuyos resultados serán útiles para los microempresarios ya que les ayudara a tener un desarrollo sostenible mostrando su capacidad de gestión de calidad.

Finalmente la investigación se justifica Metodológicamente ya que para cumplir los objetivos se acudirá al empleo de técnicas de investigación como de instrumentos, los cuales serán medidos cuantitativamente, mediante herramientas estadísticas y programas de Excel, que consolidan las fuentes de información empleadas al logro de los objetivos específicos. Para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información. Giovanni Castro Manjares.

## **II.- Revisión de literatura**

### **2.1. Antecedentes**

**Méndez, J & Avellana, N (2009)**, En su investigación titulada “Diseño del sistema de Gestión de la Calidad basado en los Requisitos de la Norma ISO 9001:2008 para la empresa DicomTELSA. Bogotá El desarrollo del presente trabajo pretende establecer un diseño del sistema de gestión de la calidad basado en los requisitos de la norma ISO 9001:2008 para la empresa DicomTELSA, que le permita establecer una organización basada en procesos, y que a mediano plazo, pueda implementarse y llegar a obtener una certificación de la calidad, haciendo que la organización se enfoque en la satisfacción de las necesidades de los clientes y en la mejora continua para poder mantenerse en el negocio de la distribución de productos y servicios relacionados con la telefonía celular en Colombia, y así mismo, llegar a ser más competitivos y lograr ser los líderes del mercado.

**Gonzales, J. (2014)**. En su trabajo titulado “Gestión Empresarial y Competitividad en las MYPES del Sector Textil en el Marco de la Ley N° 28015 en el distrito de la Victoria – Lima, nos da a conocer cómo influye la Ley N°28015 en la gestión y competitividad de las MYPES del sector textil, teniendo en cuenta que el punto crítico de este tipo de empresas es que no realizan una adecuada gestión empresarial, ya que sus actividades las realizan muchas veces de manera empírica.

**Luna, K. (2016)**.en su trabajo titulado “Caracterización de la Gestión de Calidad de las MYPES del sector servicio rubro Restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013, permite determinar las principales características de la gestión de calidad en las MYPES en estudio a través de información precisa, clara y actualizada.

**Centurión, R. (2014)**. En su investigación titulada “la gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES de Chimbote” contribuye a conocer el nivel exploratorio de las principales características de las MYPES, permitirá a los gerentes aplicar la gestión de calidad para ser competitivos y de éxito en los mercados. Así beneficiara a la comunidad empresarial y emprendedora proporcionándoles conocimiento sobre los beneficios de la aplicación de la gestión de calidad en sus micros y pequeñas empresas.

**Pérez, J & Gallo, M (2013).** En su investigación titulada “Plan con Base en el modelo de Gestión de Calidad para Mejorar la Satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Chiclayo” contribuirá en el alcance del objetivo que persigue la municipalidad provincial de Chiclayo para crear conciencia por parte de todos los miembros de la organización e identificar aspectos claves del servicio que se ofrece y que dan soporte para presentar base en el cumplimiento de la satisfacción del usuario y la mejora continua como su quehacer diario.

**Coronel, Y & Coronel, M (2012).** En su trabajo de investigación titulada “Propuesta de un sistema para mejorar la Gestión Administrativa de la tienda bazar Novedades Jessica”, nos brindara una serie de ventajas competitivas entre las cuales se pueden mencionar en primer lugar el apoyo necesario para la optimización en la producción de un bien servicio, así como obtener productos de buena calidad, abaratando costos en todos los procesos productivos que traen como consecuencia poder ofréceles a precios competitivos y proporcionando como consecuencia un buen servicio al consumidor final. También nos dice que el control logístico está considerado como una herramienta de apoyo necesario para todo tipo de empresas, justamente la logística es como una estrategia de gestión en las empresas.

**Cerna, H. (2011).** En su trabajo de investigación titulada “Planteamiento de un modelo de plan de Estrategia para mejorar la Gestión Empresarial de la empresa ferretera Pardo”. Según lo analizado he podido observar que un plan estratégico tiene mucha incidencia al respecto, es por ello la necesidad de Humberto en aplicarla. El gobierno central y las municipalidades juegan un papel muy importante dentro del proceso de Sostenibilidad y mantenimiento de las micro y pequeñas empresas; en especial las de comercio de artículos de ferretería, teniendo en cuenta que últimamente es desplazada por las grandes cadenas de tiendas y supermercados provenientes del extranjero.

**Zeña, L. (2010).** En su trabajo de investigación titulada “Análisis de la gestión logística y condiciones de los supermercados y tiendas de electrodomésticos de Lambayeque para la instalación de un proveedor logístico de almacenamiento”. Nos dice que el manejo de los almacenes genera una actividad más que una inversión, debido a la falta de cuidados que requiere, la cual, si no es adecuadamente gestionada, el proceso de la

empresa será ineficiente debido a los grandes costos que genera la gestión de su propio almacén.

**Barcellos, L. (2010).** En su trabajo titulado “Modelos de Gestión Aplicados a Sostenibilidad Empresarial”-Barcelona, nos mostrara la utilidad de estos modelos considerando el desarrollo sostenible de las empresas a partir de la teoría de grupos de interés. Para esto utilizará modelos de la Lógica Borrosa que será aplicado en el ámbito de las relaciones de las empresas con sus grupos de interés. Destacando algunas aplicaciones, como por ejemplo en la identificación, priorización y dialogo con los grupos de interés, en los procesos de decisión empresarial, en la gestión de recursos humanos, clientes y proveedores, entre otros.

**Fernández, G. (2010).** En su trabajo titulado “Propuesta de Modelo para la evaluación de la Sostenibilidad en la dirección integrada de proyectos de Ingeniería Civil” Madrid, plantea el modo de aplicación de la sostenibilidad en sus proyectos mediante un sistema de indicadores. Además aplica esta tipología para obtener un set de indicadores para el caso español, el objetivo es la aplicación y diseño de alternativas y selección de la solución y de esta manera el proyecto dispone todavía de flexibilidad para el cambio y la adaptación a los nuevos objetivos del desarrollo sostenible, el respeto al medio ambiente, la integración y justicia social y económica.

**Arias, Y & Linares M. (2008).** En su tesis titulado “Desarrollo de un reporte sostenibilidad basado en la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) aplicado a la facultad de Ciencias e Ingeniera de la Universidad Católica” Lima, Nos muestra la realidad de la sostenibilidad de procesos a nivel estratégico no está todavía incluida conscientemente en la mayoría de organizaciones, mucho menos en el sector de educación, a pesar de la importancia que tienen en la actualidad temas como: la protección del medio ambiente, la satisfacción del cliente, la contribución con la mejora de la comunidad y el desarrollo y el bienestar de las personas planteado como responsabilidad social. Los mercados mundiales están cuestionando los temas sociales y ambientales de los productos y servicios con una velocidad, intensidad y técnica superior a lo que se haya visto en los últimos años. Es por esta razón, nos dice que es una necesidad empresarial tener en cuenta con tres variables de la responsabilidad de la

organización: la social, la económica y la ambiental. Tres variables que definen la sostenibilidad empresarial y de sus procesos.

## **2.2 Marco teórico**

### **2.2.1 Teoría de la gestión de calidad según:**

**(Juran, 1994)**, Para Juran, las relaciones humanas son los problemas para aislar. La resistencia al cambio, en sus términos, la resistencia cultural la causa fundamental de las cuestiones de calidad. Él escribió Avance de gestión, que fue publicado en 1964, destacando la cuestión.

La visión ampliada de Juran de la gestión de la calidad y fuera de los muros de la fábrica se extienden también a los que no son procesos de fabricación, especialmente los que podrían ser considerados como servicios relacionados. Las cuestiones clave que enfrentan los administradores de las ventas no son diferentes que los que se enfrentan los administradores en otras disciplinas. Algunos jefes de ventas dicen que se enfrentan a problemas como, por ejemplo: "nos lleva demasiado tiempo... tenemos que reducir la tasa de error", mientras paralelamente quieren saber, "¿Cómo nos perciben los clientes?" Estas cuestiones no son diferentes de los que se enfrentan los gestores que tratan de mejorar en otros campos. La aplicación sistemática de métodos de mejora es idénticos. ... No debería haber ninguna razón nuestros familiares los principios de calidad e ingeniería de procesos que no funcionen en el proceso de venta

Juran también desarrollo la trilogía de juran que es un enfoque de la gestión que se compone de tres procesos de gestión: la planificación, control de calidad, y la mejora de la calidad.

Juran propuso 10 medidas para la mejora de la calidad:

- ✓ Crear conciencia de la necesidad y oportunidad de mejorar
- ✓ Establezca metas para la mejora
- ✓ Crear planes para alcanzar los objetivos
- ✓ Proporcionar capacitación

- ✓ Llevar a cabo proyectos para resolver problemas
- ✓ Informe sobre el progreso
- ✓ Dar un reconocimiento para el éxito
- ✓ Comunicar los resultados
- ✓ Llevar la cuenta
- ✓ Mantener el impulso de mejora.

(Crosby, 1987) La calidad no cuesta le muestra cómo superar la idea tradicional de que el control de calidad es algo que solo se aplica en la producción en línea, y no en la oficina administrativa. Aunque existen medios estadísticos efectivos para definir, medir y aumentar la calidad, la calidad empieza realmente con la gente, no con las cosas. Y no solo con algunas personas, sino con cualquiera que esté involucrado en la producción y comercio de bienes y servicios.

Este libro pone a su disposición valiosos instrumentos para mejorar la calidad de sus productos y servicios:

- ✓ Cuadro de madurez en administración de calidad; un sistema completo y objetivo para medir su sistema de control de calidad vigente.
- ✓ Proceso de mejoramiento de calidad; un procedimiento comprobado de 14 pasos que puede cambiar las circunstancias de su negocio, como lo ha hecho con muchos otros.
- ✓ Programa para asegurar la calidad; el primer defecto programa de prevención para los empleados no fabriles y de cuello blanco.
- ✓ Evaluación de estilo gerencial; un proceso de autoevaluación para gerentes que muestra, por primera vez, como las cualidades personales pueden influir en la calidad de un producto.

De los cuales se dependen sus catorce principios:

1. Compromiso de la dirección, la cual tiene que definir y comprometerse con una política de mejora de calidad.
2. Equipos de mejora de calidad, representantes de cada departamento encargados de cada equipo.

3. Medidas de calidad, reunir datos y estadísticas para analizar tendencias y problemas de la organización.
4. El coste de calidad, es el coste de hacer las cosas mal y de no hacerlo bien a la primera.
5. Tener conciencia de la calidad, enseñar a la organización el coste de la no calidad para de esta manera evitarlo.
6. Acción correctiva, se emprenderán acciones correctivas sobre posibles desviaciones.
7. Planificación de cero defectos, definir un programa de actuación para la prevención de errores que puedan llegar a suceder.
8. Capacitación del supervisor, la dirección recibirá la preparación sobre cómo elaborar y como se llevará a cabo el programa de mejora.
9. Día de cero defectos, se considera una fecha para llevar a cabo el cambio de la organización.
10. Establecer las metas, fijar objetivos para reducir los errores.
11. Eliminación de las causas error, eliminar barreras que impidan el cumplimiento óptimo del programa de cero defectos.
12. Reconocimiento, se ofrecen recompensas para aquellos que ayuden a cumplir las metas.
13. Consejos de calidad, se pretende unir a todos los trabajadores con comunicación.
14. Empezar de nuevo, la mejora de calidad es un ciclo por lo que nunca se deja de tener un cambio continuo.

**(Henderson García, 2011)** Según Nava Carbellido existen cuatro etapas en cuanto a la evolución de la gestión de calidad, que son:

### **2.2.2. La inspección de la calidad**

Constituye la primera etapa en el desarrollo científico de la gestión de la calidad fue la técnica dominante durante la revolución industrial junto con la introducción de la dirección científica (Taylor) basada en el desglose de cada trabajo en actividades, lo que supone que cada tarea puede ser realizada por los empleados sin gran cualificación.

### **2.2.3. El control de la calidad**

Este desarrollo metodológico, se conoce como la etapa de control de calidad o mejor de “control estadístico de calidad”.

Este desarrollo de la producción en masa, la especialización, el incremento en la complejidad de los procesos de producción y la introducción de la economía de mercado centrada en la competencia y en la necesidad de reducir los precios, hecho que implica reducir costes de proceso, determino la puesta en marcha de métodos para mejorar la eficiencia de las líneas de producción.

Este periodo, que se inicia a mediados de la década de los años 20 del siglo pasado, se va a prolongar hasta mediados de los 50. Su implantación en el sector industrial fue impulsada por la creación de los departamentos de control de calidad y el desarrollo de especialistas en estas tareas.

En su versión actual, el control de calidad consiste en la inspección y medida de las características de la calidad de un producto o servicio, y su comparación con unos estándares establecidos.

#### **El aseguramiento de la calidad**

A partir de los años 60, se inició en EEUU el movimiento de protección de los consumidores y la necesidad de asegurar que los productos que eran presentados en el mercado cumplieran, altos estándares de seguridad conformes con el uso que el cliente iba a dar a ese producto; de ahí surgió la necesidad de ampliar el concepto de control de garantía.

En el aseguramiento de la calidad se aplicó el concepto de la calidad en todas las etapas del ciclo del producto dentro de la organización: diseño del producto, diseño del proceso, producción, venta y servicio postventa.

Esta etapa que comenzó a mediados de la década de los 50, se extiende hasta el momento actual gracias a la formalización de los estándares que debe cumplir un

sistema de calidad. Estos estándares conforman el conjunto de normas ISO de la serie 9000.

La implantación de un sistema de aseguramiento de la calidad permite identificar las características de la calidad que son apropiadas para el producto final, los factores que contribuyen a esas características y los procedimientos para evaluar y controlar dichos factores.

Las organizaciones actualmente integran las actividades de control y aseguramiento con la finalidad de producir productos o ejecutar servicios libres de defectos, esto es, que cumplan de forma constante las especificaciones establecidas.

#### **2.2.1.1. La gestión de la calidad total**

Su introducción implica la comprensión y la implantación de un conjunto de principios y conceptos de gestión en todos y cada uno de los diferentes niveles y actividades de la organización.

Los principios sobre los que se fundamenta la gestión de calidad total son:

- ✓ Enfoque sobre los clientes.
- ✓ Participación y trabajo en equipo.
- ✓ La mejora continua como estrategia general.

Estos principios se apoyan e implantan a través de:

Una infraestructura organizacional integrada, donde los elementos principales son:

- ✓ El liderazgo
- ✓ La planificación estrategias
- ✓ La gestión de los recursos
- ✓ La gestión de la información
- ✓ La gestión de los procesos
- ✓ La gestión de los proveedores.

Unas prácticas de gestión:

- ✓ El diseño y desarrollo de una estructura organizativa
- ✓ El desarrollo del personal
- ✓ La definición de la calidad
- ✓ El establecimiento de metas, objetivos y su despliegue.

La aplicación de una gran variedad de instrumentos:

- ✓ Para el proceso de la planificación y despliegue (dirección Hoshin, definición de factores críticos de éxito y procesos claves, QFD, las nuevas herramientas de gestión, etc.)
- ✓ Para el diseño de servicios, diseño y ejecución de procesos (QFD, técnicas para un diseño robusto, control estadístico de procesos, etc.)
- ✓ Para la medida, obtención y análisis de datos (aplicación de técnicas estadísticas)
- ✓ Para la resolución de problemas (ciclo SDCA Y PDCA, herramientas clásicas, metodología de proyectos de mejora, etc.)
- ✓ Para el análisis de resultados (técnicas de control de calidad, diseño de experimentos, satisfacción, etc.)

#### **2.2.1.2. Teoría de Gestión de Recursos humanos**

**Eslava, E. (2004)**, afirma que es un enfoque estratégico de dirección cuyo objetivo es obtener la máxima creación de valor para la organización, a través de un conjunto de acciones dirigidas a disponer en todo momento del nivel de conocimiento capacidades y habilidades en la obtención de los resultados necesario para ser competitivo en el entorno actual y futuro.

**Mondy, R Wayne (2005)**, afirma que la gestión o administración de talento humano corresponde a la utilización de las personas como recursos para lograr objetivos organizacionales.

### **2.2.1.3. Teoría de Gestión de información**

**Nanaka (1999)** La Gestión de la información es un proceso que incluye tareas como recolección, manipulación, tratamiento, depuración, conservación, acceso de la información adquirida por una organización a través de diferentes fuentes y que además monitorea el acceso y los derechos de los usuarios finales sobre la misma a fin de apoyar a los directivos en la toma de decisiones.

#### **Utilización de las Tecnologías de la Información**

Las plataformas digitales, especialmente la Internet, aunadas con las redes sociales, el desarrollo de sitios web y entornos virtuales vienen a fortalecer los procesos productivos (productos, servicios, conocimiento). Son además, herramientas esenciales para el proceso de transformación del conocimiento tácito en conocimiento explícito y para el intercambio de conocimiento.

Las plataformas digitales han jugado un papel fundamental en los procesos de gestión del conocimiento, han permitido desarrollar los espacios para la interacción entre las personas – en cualquier parte del planeta -, también el espacio digital se ha transformado en el espacio de producción, es aquí donde al intercambiarse conocimiento e información se desarrollan los nuevos productos de conocimiento que los clientes demandan.

### **2.2.1.4. Teoría de Satisfacción del Cliente**

**Lehtinen (1983):** Los servicios son actividades de naturaleza intangible en las que participan un proveedor y un cliente, generando satisfacción para este último, a partir de actos e interacciones, que son contactos sociales.

**Norman (1984):** El servicio está formado por actos e interacciones, que son contactos sociales. El servicio es mucho más que algo intangible, es una interacción social entre el proveedor y el cliente.

**Gronroos (1994)** Los servicios son una actividad o una serie de actividades de naturaleza más o menos intangible, que por regla general, aunque no necesariamente, se genera en la interacción que se produce entre los empleados del servicio, y/o los recursos o bienes físicos, y/o los sistemas del proveedor de servicios, que se proporcionan como solución a los problemas del cliente.

**Normas ISO 9000: 2000)** El servicio es el resultado de la interfaz entre proveedor y cliente y por actividades internas del productor, con el fin de responder a las necesidades del cliente.

### **2.2.2 Teorías de Sostenibilidad Empresarial**

**(Jarin, 2009)** Vivimos en tiempos en los que los negocios son batallas sangrientas, cuyo único objetivo es destruir a la competencia para ganar territorios (clientes).

Por ello es que el concepto de sostenibilidad empresarial, ha ido adquiriendo fuerza a través de los últimos 15 años. Basado en el modelo del desarrollo sostenible, que en forma incorrecta se ha dirigido solo a uno de sus pilares, el medioambiental. La sostenibilidad empresarial, y el desarrollo sostenible, se componen de tres elementos principales: el medioambiental o ecológico, el económico y el social-político

Estos tres elementos, deben estar en equilibrio para que una sociedad, ya sea una empresa, una ciudad, un país, etc., puedan perdurar con una ideología enfocada a la utilización responsable de sus recursos, naturales o transformados, logren un equilibrio en las relaciones entre el capital humano y la empresa, así como conciliar los problemas que se desarrollen de los conflictos existentes en el contexto familiar laboral de cada uno, y por supuesto los beneficios económicos que todas las partes interesadas deben recibir, sin afectar el bienestar de alguno.

**(Elkington, 1994)** El desarrollo sostenible en la empresa, es aquel que contribuye a la gestión responsable mediante la entrega al mismo tiempo de beneficio económico, social y medioambiental, la llamada triple bottom line. De esta manera la empresa busca garantizar el éxito comercial a largo plazo, contribuir al desarrollo económico y social, y proteger el medio ambiente. Estamos asistiendo a un cambio de paradigma empresarial y es necesario ser conscientes de los principales retos económicos, sociales y medioambientales a los que nos enfrentamos.

**(Hart & Milstein 2003)**, utilizan el término “sostenibilidad empresarial” para referirse a la empresa que crea valor a nivel de estrategias y prácticas para avanzar hacia un mundo más sostenible.

Para Hart y Milsten, la sostenibilidad es un concepto complejo y multidimensional, que no puede resolverse con una sola acción corporativa. Las empresas se enfrentan al reto de minimizar los residuos de las operaciones en curso (la prevención de la contaminación), al mismo tiempo, la reorientación de su cartera de competencias hacia tecnologías más sostenibles y competencias (tecnologías limpias). Las empresas también se enfrentan al reto de participar en una amplia interacción y el dialogo con los interlocutores externos, en relación con las ofertas actuales (administración de productos), así como la forma en que podrían desarrollarse soluciones económicamente racionales a problemas sociales y ambientales para el futuro (visión de sostenibilidad). Tomados en conjunto como una cartera, por ejemplo, estrategias y prácticas de mantenimiento del potencial de reducir los costes y el riesgo; aumentar la reputación y legitimidad: acelerar la innovación y definir el camino del crecimiento y la trayectoria son cruciales para la creación de valor para los accionistas.

### **2.2.3. La teoría de los Grupos de Interés**

**(FREEMAN, 1984)** La teoría de los grupos de interés postula de la capacidad de una empresa para generar una riqueza sostenible a lo largo del tiempo y, con ello su valor a largo plazo, viene determinada por sus relaciones con sus grupos de interés. Según el mismo autor, el grupo de interés de una empresa es (por definición) cualquier grupo o individuo que pueda afectar o es afectado por el logro de los objetivos de la organización. A partir de Freeman otros autores han dado énfasis principal en el concepto de los grupos de interés.

De acuerdo con los autores (POST, PRESTON Y SACHS, 2002), los grupos de interés de una empresa son los individuos y colectivos que contribuyen, voluntaria o involuntariamente, a su capacidad y sus actividades de creación de riqueza y que, por lo tanto, son sus potenciales beneficiarios y/o portadores del riesgo.

(**OLCESE, RODRIGUEZ ANGEL & ALFARO, 2008**), En la teoría de grupo de interés la empresa se define como una organización socioeconómica formada para crear riqueza para los múltiples colectivos que componen.

(**FREEMAN & EVAN, 1990**), la teoría de grupos de interés predice que la sostenibilidad debe tener un impacto positivo sobre los resultados financieros porque las empresas se benefician de “abordar y equilibrar las reivindicaciones” de los múltiples grupos de interesados clave. Por otro parte, “el constante fracaso para abordar las preocupaciones y las expectativas de los grupos, en última instancia, reduce la confianza de los inversores en acciones de la empresa, que afectan a su coste de financiación (coste medio ponderado del capital) y por lo tanto las oportunidades de lucro.

## **2.3 Bases teóricas de la investigación**

### **2.3.1 Definición de Micro y pequeña empresa MYPE**

Es la unidad económica que se encuentra constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma societaria (ley general de sociedades) cuyo objetivo es desarrollar actividades de extracción, producción de bienes o prestación de servicios.

La ley tiene por objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de los micros y pequeñas empresas para la ampliación del mercado interno y externo de estas, en el marco del proceso de promoción del empleo, inclusión social y la formalización de la economía, para el acceso al empleo en condiciones dignas.

#### **2.3.1.1 Características de Micro y pequeña empresa MYPE**

La microempresa se caracteriza por sus ventas anuales no superan las 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

Así mismo la pequeña empresas si sus ventas anuales superan a (150 UIT) y hasta el monto máximo de 1700 UIT.

Cabe indicar que durante ese año calendario adicional, los trabajadores de la microempresa serán obligatoriamente asegurados como afiliados regulares del Régimen Contributivo de ESSALUD; y, en este caso opcionalmente, podrán afiliarse al Sistema Nacional de Pensiones o al Sistema Privado de Administración de Fondo de Pensiones. Los años consecutivos a los que se refiere la norma se computan desde la fecha de inscripción de la microempresa en el Registro Nacional de Micro y Pequeñas Empresas (REMYPE).

### **2.3.1.2 Beneficios e importancia de una microempresa**

#### **En lo tributario**

- ✓ Tienen crédito tributario en el Impuesto a la Renta, por gastos de capacitación desde el año 2014.

#### **En lo laboral:**

- ✓ Existe un **Régimen Laboral Especial** de menores costos para el Empleador y con ciertos derechos para el trabajador, que son los siguientes:
  - ✓ Remuneración Mínima Vital para el trabajador (**Una RMV**)
  - ✓ Jornada de trabajo de 8 horas
  - ✓ Descanso semanal y en días feriados
  - ✓ Remuneración por trabajos en sobretiempo
  - ✓ Descanso vacacional **de 15 días**
  - ✓ Cobertura de Seguridad Social en salud a través del SIS (Seguro Integral de Salud)
  - ✓ Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).

En toda empresa, cualquiera sea su dimensión, ubicación geográfica o actividad, deben respetar los derechos laborales fundamentales, tales como:

- ✓ No utilizar, ni apoyar el uso de trabajo infantil, entendido como aquel trabajo brindado por personas cuya edad es inferior a las mínimas autorizadas por el Código de los Niños y Adolescentes.

- ✓ Garantizar que los salarios y beneficios percibidos por los trabajadores cumplan, como mínimo, con la normatividad legal.
- ✓ No utilizar ni auspiciar el uso de trabajo forzado, ni apoyar o encubrir el uso de castigos corporales.
- ✓ Garantizar que los trabajadores no podrán ser discriminados en base a raza, credo, género, origen y, en general, en base a cualquier otra característica personal, creencia o afiliación. Igualmente, no podrá efectuar o auspiciar ningún tipo de discriminación al remunerar, capacitar, entrenar, promocionar, despedir o jubilar a su personal.
- ✓ Respetar el derecho de los trabajadores a formar sindicatos y no interferir con el derecho de los trabajadores a elegir, o no elegir, y a afiliarse o no a organizaciones legalmente establecidas, y
- ✓ Proporcionar un ambiente de trabajo seguro y saludable.

Se encuentran excluidas en el presente régimen laboral especial de la MYPE los que tengan ciertas particularidades:

- ✓ Constituyan grupo económico o vinculación económica.
- ✓ Tengan vinculación económica con otras empresas o grupos económicos nacionales o extranjeros que no cumplan con dichas características;
- ✓ Falseen información;
- ✓ Dividan sus unidades empresariales; o,
- ✓ Se dediquen al rubro de bares, discotecas, juegos de azar y afines.

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, supervisará la existencia de estas causales de exclusión, aplicando las sanciones correspondientes.

En ese sentido se han integrado las leyes N° 28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, el Decreto Legislativo N° 1086 y las leyes N° 29034, N°29566, N°29903 y la N° 30056.

En la actualidad la legislación acerca de las MYPES, está comprendida dentro de la LEY DEL IMPULSO AL DESARROLLO PRODUCTIVO Y AL CRECIMIENTO EMPRESARIAL, recogida en el Texto Único Ordenado, aprobado mediante el D.S. N° 013-2013-PRODUCE, publicado el 28 de diciembre de 2013.

### **2.3.1.3 Puntos importantes que fueron modificados según la ley 30056**

- ✓ Ya no se definirá el tipo de empresa por su número de trabajadores sino solo por el tamaño de sus ventas. De este modo una microempresa podrá contratar más personas que las diez a las que antes estaba limitada. Desde ahora una microempresa será la que tiene ventas anuales hasta por un máximo de 150 UIT (S/.555 mil) y una pequeña empresa la que vende entre 150 UIT (S/.555 mil) y 1.700 UIT (S/.6'290.000).
- ✓ Durante los tres primeros años, desde su inscripción en el REMYPE, las nuevas empresas no serán sancionadas al primer error si cometen una falta laboral o tributaria, sino que tendrán la posibilidad de enmendarlo sin tener que pagar multas. Esta norma no se aplicará cuando en un lapso de 12 meses la empresa incurra en la misma infracción en dos o más oportunidades.
- ✓ Si una microempresa supera el monto de ventas que manda la ley podrá tener plazo de un año para pasar ya como pequeña empresa al régimen laboral especial que le correspondería. De igual modo, si una pequeña empresa vende más de lo establecido tendrá hasta tres años para pasar al régimen general.
- ✓ Las pequeñas, medianas y microempresas que capaciten a su personal podrán deducir este gasto del pago del Impuesto a la Renta por un monto máximo similar al 1% del costo de su planilla anual.
- ✓ El REMYPE, que permanece hoy bajo la administración del Ministerio de Trabajo, pasará a la SUNAT.
- ✓ Las empresas individuales de responsabilidad limitada podrán estar en el Nuevo Régimen Único Simplificado (Nuevo Rus) que antes solo estaba dirigido a las personas naturales. Con esto tendrán algunos beneficios tributarios.
- ✓ En cuanto a las compras estatales, las instituciones tendrán a partir de la vigencia de la ley como máximo 15 días para pagarles a sus proveedores mypes. El Estado tiene la obligación de comprarle a las mypes al menos el 40% de lo que requiere.

### **2.3.2 Definición de Microempresario**

El microempresario es el responsable de conducir el negocio, para ello necesita no solo conocer los componentes de una organización, si no poner en práctica algunas

herramientas gerenciales, información que le permitirá poner a funcionar de forma eficiente la microempresa. Los conocimientos de tipo organizacional que requiere de forma prioritaria, se puede agrupar de forma sencilla:

- ✓ Planificación y administración básica
- ✓ Contabilidad
- ✓ Producción
- ✓ Mercadeo

### 2.3.4 Definición de Gestión

Es la acción y el efecto de gestionar y administrar. De una forma más específica, una gestión es una diligencia, entendida como un trámite necesario para conseguir algo o resolver un asunto, habitualmente de carácter administrativo o que conlleva documentación.

Gestión es también un conjunto de acciones u operaciones relacionadas con la administración y dirección de una organización.

Este concepto se utiliza para hablar de proyectos o en general de cualquier tipo de actividad que requiera procesos de planificación, desarrollo, implementación y control.

Según Labrador, H. 2006 la gestión en una organización exige indicadores de:

- ✓ **Efectividad:** mide el impacto final de la actuación sobre el total de la población involucrada. Razón por la que a estos indicadores se les denomina también indicadores de impacto. Los indicadores de efectividad constituyen un valioso complemento de los indicadores de eficiencia, dado que la eficiencia en el ámbito de la gestión pública debe entenderse como relación entre costes y valor efectivamente producido (impacto).
- ✓ **Eficacia:** se mide por el grado de satisfacción de los objetivos fijados en sus programas de actuación, o de los objetivos incluidos tácita o explícitamente en su misión. Es decir, comparando los resultados reales con los previstos, independientemente de los medios utilizados.

- ✓ **Eficiencia:** se define por la relación existente entre los bienes y servicios consumidos y los bienes o servicios producidos; o, con mayor amplitud, por los servicios prestados (outputs) en relación con los recursos empleados a tal efecto (inputs). Así, una actuación eficiente se define como aquella que con unos recursos determinados obtiene el máximo resultado posible, o la que con unos recursos mínimos mantiene la calidad y cantidad adecuadas de un determinado servicio.
- ✓ **Calidad:** como el grado en que los resultados satisfacen las necesidades y expectativas de los ciudadanos.
- ✓ **Cobertura:** como alcance de los beneficios a la población objetivo en su dimensión real.

#### 2.3.4. Definición de Calidad

**Garvín, en 1988,** sugirió que la calidad puede tener cinco diferentes significados o definiciones:

- ✓ **Transcendental:** Calidad como sinónimo de superioridad o excelencia. Es un significado utilizado a menudo por los consumidores. La calidad sería reconocible, pero no definible de forma precisa, debido a que, al significado de los estándares de excelencia, pueden variar entre las personas y en el tiempo. Para los gestores este enfoque puede serlos poco útil, debido a la dificultad que se puede presentar al medir o evaluar lo que no es calidad.
- ✓ **Basada en el producto:** La calidad viene definida por la cantidad en la que un atributo deseable está presente en el producto o servicio. El consumidor, generalmente, entiende que cuanto más caro es el producto, más cantidad de atributo está presente en el producto; por ello, a veces, se confunde calidad con precio.
- ✓ **Basado en el usuario:** La calidad viene determinada por lo que el consumidor desea. En este contexto la calidad se define como “lo mejor se ajusta al uso que se pretende dar con el producto o servicio”. En esta relación entre el propósito del producto o servicio y su calidad, la debilidad reside en que diferentes personas o grupos sociales pueden tener diferentes deseos y necesidades y, por tanto, distintos estándares de calidad.

- ✓ **Basado en el valor:** La calidad como relación entre la utilidad o satisfacción con el producto o servicio y su precio. Bajo esta perspectiva, un producto es de más calidad con respecto a sus competidores, si tiene un precio más bajo, o si por el mismo precio nos ofrece mayor utilidad o satisfacción. Este enfoque de la calidad determina que el gestor establezca un equilibrio entre las características del producto o servicio y el coste de su producción.
- ✓ **Basado en la producción:** la calidad se define como conformidad a las especificaciones determinadas para la manufactura o realización de un producto a servicio. La organización asegura que su producto o servicio siempre es el mismo. En este enfoque la calidad se define como “el grado de conformidad a las especificaciones”. La debilidad de este concepto reside en que dichas especificaciones pueden no tener un significado evidente para el consumidor.

### **2.3.5. Definición de Gestión de la calidad y su evolución**

"La gestión de la calidad es una filosofía de gestión empresarial que considera inseparables las necesidades del cliente y las metas de la empresa, asegura eficacia máxima dentro de la empresa y afianza el liderazgo comercial mediante la puesta en funcionamiento de procesos y de sistemas que favorecen la excelencia, al tiempo que impiden los errores y aseguran que todas las metas de la firma se logren sin despilfarrar esfuerzos", de acuerdo a la definición que la British Quality Association (B.Q.A.) aportó en 1989 respecto de las técnicas comprendidas en el paradigma de Total Quality Management (T.Q.M.).

El concepto de calidad ha evolucionado hasta convertirse prácticamente en sinónimo de satisfacción del cliente: la introducción de un sistema de gestión de la calidad en una organización, pone al cliente como el foco de toda su actividad. Este concepto, por ejemplo, está en los orígenes de la “International Organization for Standardization” (I.S.O.) que define la calidad como el “grado en que un conjunto de características inherentes (a un producto o servicio) cumple con los requisitos”, destacando que, dentro de estos requisitos, las necesidades y expectativas de los clientes cobran un rol fundamental.

Es en torno al concepto de calidad como se constituye el movimiento acerca de la gestión de la calidad. Dicha gestión ha evolucionado mucho en los últimos cincuenta años. En un principio la lógica tayloriana aplica la inspección para medir la calidad del producto en la etapa final de su fabricación, sin orientación a clientes ni a procesos, por tanto, la calidad se identifica con la actividad de inspección de los productos (esto es, comprobar la inexistencia de defectos). Posteriormente surge el control estadístico de calidad, que se realizaba en muestras representativas de lotes de productos durante el proceso productivo. Las tendencias posteriores indican que el objetivo de la calidad afecta a todos los miembros de la empresa. Esta idea adquiere impulso con el establecimiento de normas internacionales como marco para la garantía de la calidad.

Actualmente la calidad es considerada parte integrante de la estrategia global de la empresa, y se gestiona como factor estratégico<sup>41</sup>. Y es que la gestión de la calidad “tiene impacto estratégico en la empresa y representa una oportunidad competitiva, poniendo especial énfasis en el mercado y en las necesidades del cliente. Así, la gestión de la Calidad ya no es un método para evitar reclamos de clientes insatisfechos, sino para crear sistemas y actividades para hacer bien las cosas a la primera y no esperar a que se produzca el error para corregirlo, sino que se mueve en un contexto de proactividad (detectar las cosas mal hechas antes de que se produzcan) y de mejora continua de la Calidad de todos los procesos de la empresa”.

#### **2.3.5.1. Gestión de Recursos Humanos**

Es el proceso administrativo aplicado al crecimiento y preservación del esfuerzo. Las prácticas, la salud, los conocimientos, habilidades, etc., de los miembros de la estructura en beneficio de un sujeto, de la propia organización y del país en general.

#### **2.3.5.2. Gestión de la información**

Se puede identificar como la disciplina que se encargaría de todo lo relacionado con la obtención de la información adecuada, en la forma correcta, para la persona indicada, al coste adecuado, en el momento oportuno, en el lugar apropiado y articulando todas estas operaciones para el desarrollo de una acción correcta.

### **2.3.5.3. Gestión de Satisfacción al Cliente**

Es el camino para conseguir sus metas, y que se dispone a hacerla realidad.

### **2.3.6 Definición de Desarrollo Sostenible**

Este concepto es formalizado por primera vez, en 1987, en el informe Brundtland, elaborado por la comisión mundial sobre medio ambiente y desarrollo de las Naciones Unidas (ONU), donde se define el desarrollo sostenible como “aquel que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”.

Esta definición comienza a ser difundida, a partir de la conferencia organizada por la ONU, denominada Primera Cumbre de la Tierra, en junio de 1992. En ella se modificó el concepto original del informe Brundtland, centrado en la preservación del medio ambiente y el consumo racional de los recursos naturales no renovables, hacia la idea de tres pilares fundamentales del Desarrollo Sostenible: dimensiones ambiental, económica, y social.

### **2.3.7 Definición de Sostenibilidad**

**La sostenibilidad** significa la existencia de condiciones económicas, ambientales, sociales y políticas que determinen su funcionamiento de forma armónica a lo largo del tiempo y del espacio. Consiste en satisfacer las necesidades de la actual generación sin sacrificar la capacidad de futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades. Es un término ligado a la acción del hombre en relación a su entorno, se refiere al equilibrio que existe en una especie basándose en su entorno y todos los factores o recursos que tiene para hacer posible el funcionamiento de todas sus partes, sin necesidad de dañar o sacrificar las capacidades de otro entorno.

Como se indicado la sostenibilidad tiene una triple dimensión:

**2.3.7.1 Sostenibilidad ambiental**, pretende garantizar una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales. Y lo es por dos motivos:

- ✓ Mejorar la productividad y competitividad de la empresa. Reconociendo que la contaminación ambiental es provocada por la ineficiencia de los procesos industriales.
- ✓ Legar a las generaciones futuras un entorno igual o mejor que el actual. Implica reducir las emisiones contaminantes.

**2.3.7.2 Sostenibilidad económica**, pretende impulsar nuestro crecimiento. Significa que las generaciones futuras sean más ricas, tengan una mayor renta per cápita y calidad de vida. Un comportamiento sostenible implica:

- ✓ Al accionista o empresario garantizando un uso adecuado de su capital y el cumplimiento de sus intereses.
- ✓ Al cliente, atendiendo a sus demandas ofreciendo precios competitivos y bienes y servicios de calidad (atención de quejas, consultas y sugerencias)
- ✓ A la sociedad en su conjunto preservando y creando empleo, pagando salarios justos, y ayudando a lograr el grado de confianza necesario para el correcto funcionamiento de una economía de mercado.

**2.3.7.3 Sostenibilidad social**, pretende que las generaciones futuras tengan las mismas o más oportunidades que las generaciones anteriores. Las bases para una mejora de nuestra economía mediante incentivos para la mejora de la educación, del conocimiento y de la innovación. En esta dimensión además implícita el concepto de equidad y existen tres tipos:

- ✓ La equidad intergeneracional, supone considerar en los costes de desarrollo económico presente la demanda de las generaciones futuras.
- ✓ La equidad intergeneracional, implica el incluir a los grupos hasta ahora más desfavorecidos. (por ejemplo mujeres o discapacitados) en la toma de decisiones.
- ✓ La equidad entre países, siendo necesario un cambio en las relaciones entre los países desarrollados y los que están en vías de desarrollo.

#### **2.3.7.4. Definición de Grupo de Interés:**

Los grupos de interés son los conjuntos de partes interesadas o afectadas por la actividad de una organización. Pueden ser grupos o personas que representan a intereses económicos, medioambientales, sociales; y que afectan o son afectados por la actividad de la organización o empresa.

Dentro de la empresa, las partes interesadas pueden ser los accionistas y empleados, y de manera externa están los proveedores, clientes, socios, inversores y analistas, sindicatos, académicos, ONG, medios de comunicación, competidores, administraciones y la sociedad en conjunto.

#### **2.3.8 Definición de Sostenibilidad Empresarial**

Para el sector empresarial, el concepto de sostenibilidad representa un nuevo enfoque para hacer negocios. Al desarrollar sus actividades las empresas promueven la inclusión social, optimizan la utilización de los recursos naturales y reducen el impacto sobre el medio ambiente, preservando la integridad del planeta para las generaciones futuras, sin desprestigiar la viabilidad económica y financiera de la empresa. Este enfoque, junto con las mejores prácticas corporativas, crea valor para los accionistas y proporciona una mayor posibilidad de continuidad del negocio a largo plazo, mientras que al mismo tiempo contribuye al desarrollo sostenible para el conjunto de la sociedad en este planeta.

Las dimensiones de la sostenibilidad empresarial son: Económica, Social, y Ambiental a partir de los datos de **Elkington (1994)**

Para los autores **Hart y Milstein (2003)** utilizan el término “sostenibilidad empresarial” para referirse a la empresa que crea valor a nivel de estrategias y prácticas para avanzar hacia un mundo más sostenible.

### 2.3.9. Definición de población

Una **población estadística** es un conjunto de sujetos o elementos que presentan características comunes. Sobre esta población se realiza el estudio estadístico con el fin de sacar conclusiones.

El **tamaño poblacional** es el número de **individuos** que constituyen la población. Según el número de sujetos, el tamaño puede ser finito o infinito. Los conjuntos infinitos son algo artificial o conceptual, ya que toda población de entidades físicas es finita. Por ejemplo:

- ✓ **Población finita:** el conjunto de habitantes de una ciudad, los bolígrafos producidos en una fábrica en un día, etc.
- ✓ **Población infinita:** el conjunto de los números positivos.

Cuando la población es muy grande, normalmente es imposible estudiar a todos los individuos.

Supongamos que queremos saber cuál es el nivel de colesterol de la población de todo el Perú. Por cuestiones económicas y de tiempo obvias, no está al alcance realizar un análisis de sangre a toda la población del Perú. Para solucionar este impedimento, se utiliza una muestra estadística.

## **HIPOTESIS**

### **3.1. Hipótesis principal**

Para el presente estudio no se formularon hipótesis porque su alcance no implica una influencia o casualidad. (Hernández, Fernández y Baptista, p. 140, 2003).

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1. Diseño de la Contrastación:

Con la finalidad de elaborar la presente investigación se utilizó:

El diseño No experimental de Corte Transversal, de tipo Descriptiva y de nivel Cuantitativo.

#### **TIPO DESCRIPTIVA**

El tipo de investigación es descriptiva, porque busca especificar las características del problema y evalúa los hechos que se dan en un contexto determinado. Según Vara (2012) los diseños descriptivos están hechos para enumerar con mayor precisión y fidelidad posible, una realidad empresarial o un mercado.

#### **NIVEL CUANTITATIVO**

Este tipo de investigación aglomera y examina datos cuantitativos sobre variables. (Abdellah, 1994). En ese sentido se determinará cuantitativamente el desarrollo empresarial, económico entre los Micro empresarios del Centro Comercial Boulevard de Chiclayo.

#### **DISEÑO: NO EXPERIMENTAL DE CORTE TRANSVERSAL**

**No Experimental** : Es la que se realiza sin manipular deliberadamente variables; lo que se hace en este tipo de investigación es observar los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Hernández, Fernández & Baptista (2006) .

**Transversal**: Recolectaron los datos en un solo momento y en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Hernández, Fernández & Baptista (2006)

## 4.2. Población y muestra:

**La población:** Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones. Las poblaciones deben situarse claramente en torno a sus características de contenido, de lugar y en el tiempo. Hernández, Fernández & Baptista (2006) .

La población estuvo representada por las MYPES del Centro Comercial Boulevard Chiclayo, 2016 las cuales se tuvo la información por parte del administrador que son 56 propietarios.

Se cuenta con una población finita, es decir conocemos el total de la población.

La muestra que se utilizó para el desarrollo de la presente investigación fue de 49 microempresarios de la población objeto del estudio.

En donde:

$N = 56$  propietarios

$Z^2 =$  nivel de confianza 1.96

$p =$  probabilidad de éxito

$q =$  Probabilidad de fracaso

$e =$  precisión (error máximo admisible en términos de proporción del 1% al 5%)

$N = 56$		
$Z = 1.96$	3.8416	
$P = 0.5$		
$Q = 0.5$		
$e = 0.05$	0.0025	
$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{[e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q]}$		
$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 56}{[0.05^2 * (56 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5]}$		
$n = 53.7824$		
1.0979		
<b><math>n = 48.986611</math></b>		

#### **4.2.1. Criterios de Inclusión:**

Se determinó:

La MYPE cuenta con RUC activo a la fecha de la presente investigación.

La MYPE está ubicada en las inmediaciones del Centro Comercial Boulevard Chiclayo.

#### **4.2.2. Criterios de Exclusión:**

Se determinó:

La MYPE no cuenta con RUC

La MYPE no está ubicada en las inmediaciones del Centro Comercial

### 4.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores

#### 4.3.1. VARIABLE: GESTION DE CALIDAD

VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS	INSTRUMENTO
<p>GESTION DE CALIDAD</p> <p>Es una filosofía de gestión empresarial que considera inseparables las necesidades del cliente y las metas de la empresa</p>		Gestión de Recursos Humanos	1.¿Cuántas personas trabajan en su negocio?	Cuestionario
			2.En temporadas en que aumenta las ventas, contrata personal temporal?	Cuestionario
	GESTION DE CONOCIMIENTO	Gestión de Tecnología de Información	3.¿Cuenta con sus libros contables?	Cuestionario
			4.¿En el aspecto relacionado a sus compras, ¿el proveedor viene a Ud. o Ud. Va al proveedor?	Cuestionario
		Gestión de Satisfacción al Cliente	5.¿Las compras que realiza son?	Cuestionario
			6.¿Se capacita para brindar un servicio de calidad?	Cuestionario
			7.¿Participa en actividades con los clientes y proveedores para la mejora de la empresa?	Cuestionario
			8.¿Qué estrategias utiliza para fidelizar a sus clientes?	Cuestionario

## Variable: Sostenibilidad Empresarial

VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS	INSTRUMENTO
<p>SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL</p> <p>Es el proceso mediante el cual una empresa es capaz de aprovechar sus recursos a fin de satisfacer necesidades actuales sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras</p>		Socio- cultural	9.¿Sabes que es sostenibilidad empresarial y cuáles son sus aspectos	Questionario
			10.¿pones en práctica los aspectos d desarrollo sostenible?	Questionario
			11.¿Se mantiene el bienestar de la población en el centro comercial?	Questionario
	DESARROLLO SOSTENIBLE	Económico	12.¿ha identificado su grupo de interés y definido quien, como y cuando obtener información de los mismos?	Questionario
			13.¿cómo atiende las quejas y reclamaciones de sus clientes?	Questionario
			14.¿Está garantizado la viabilidad económica del negocio	Questionario
	Ambiental	15.¿Cómo cree Ud. Mejoraría la sostenibilidad empresarial?	Questionario	
		16.¿el Centro comercial proporciona un entorno seguro y saludable para trabajar?	Questionario	

#### **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica que se utilizó en la presente investigación ha sido la encuesta de tipo personal y el instrumento fue el cuestionario con preguntas cerradas y estructuradas (16 preguntas).

Para realizar la presente investigación se recurrió a las técnicas e instrumentos siguientes:

##### **Cuestionarios:**

Se aplicó un cuestionario que consiste en una serie de preguntas estructuradas y organizadas, a una serie de individuos. Talaya, Á. E., & Collado, A. M. (2014).

Se aplicó a 49 microempresarios del Centro Comercial Boulevard de Chiclayo los que vienen a ser los propietarios o representantes de cada uno de estos negocios. La aplicación de este cuestionario duro de 5 a 10 minutos.

##### **Análisis documental:**

Siendo una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. Peña Vera, T., & Pirela Morillo, J. (2007).

Se procedió a la consulta de bibliográfica de textos relacionados al tema, tesis, internet y otros documentos vinculados a la investigación

#### **4.5 Plan de análisis:**

Una vez concluidas las etapas de colección y procesamiento de datos se inicia con una de las más importantes fases de una investigación: el análisis de datos. En esta etapa se determina como analizar los datos y que herramientas de análisis estadístico son adecuadas para éste propósito. Baray, H. L. Á. (2006).



#### **4.7 Aspectos éticos**

En la elaboración de las tesis, se ha dado cumplimiento a la ética profesional, desde el punto de vista especulativo con principios fundamentales de moral individual y social; y el punto de vista práctico a través de normas y reglas para satisfacer el bien común, con juicio de valor que se atribuye a las cosas por su existencial y a las personas por su naturaleza racional.

En general, la elaboración de la tesis se ha llevado a cabo prevaleciendo los valores éticos, como:

##### **Objetividad:**

Se analizó la situación encontrada con la imparcialidad y se actuó sin prejuicio alguno en la elaboración de la investigación.

##### **Originalidad:**

En la presente investigación se citó a las fuentes bibliográficas con el fin de demostrar la no existencia de plagio y respetando la propiedad intelectual.

##### **Confidencialidad:**

Mediante la cual se queda bajo estricta reserva la identidad de los micros y pequeños empresarios que actuaron como informantes en la elaboración de la presente investigación. Esta relación se basó en la confianza mutua.

##### **Veracidad:**

La información que se ha mostrado en esta investigación es verdadera, el principio de la veracidad ha servido de guía para esta investigación.

##### **Lenguaje Inclusivo:**

Las expresiones en la presente investigación fueron lenguaje no sexista, lenguaje inclusivo o lenguaje de género.

## V. Resultados

### 5.1. Resultado:

#### VARIABLE: GESTION DE CALIDAD

TABLA N°01

¿CUÁNTAS PERSONAS TRABAJAN EN LA MICROEMPRESA?

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 1 A 2 PERSONAS	49	100%
DE 3 A 5 PERSONAS	00	
DE 6 A 10 PERSONAS	00	
TOTAL	49	100%

FUENTE Encuesta realizada a los microempresarios

Interpretación: Del 100% de las MYPES estudiadas, el 100% de los encuestados afirman que ellos mismos son los que atiende en su negocio

TABLA N° 02

¿EN TEMPORADAS EN QUE SUS VENTAS AUMENTA, ¿CONTRATA PERSONAL TEMPORAL?

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	12%
NO	43	88%
TOTAL	49	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los microempresarios

Interpretación: Del 100% de las MYPES estudiadas, el 12% dice SI, el 88% dice NO

TABLA N°3

¿CUENTA CON LIBROS CONTABLES?

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	49	100%
NO	00	00
TOTAL	49	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los microempresarios

Interpretación: Del 100% de las MYPES estudiadas, el 100% cuentan con los libros contables

TABLA N°04

En el aspecto relacionado a las compras, ¿el proveedor viene a Ud. o Ud. va al proveedor?

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VA AL PROVEEDOR (es)	49	100%
VIENE EL PROVEEDOR(es)	0	0%
TOTAL	49	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los microempresarios

Interpretación: Del 100% de las MYPES estudiadas, el 100% va al proveedor hacer sus compras.

TABLA N°05  
¿Las compras las realiza?

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE AL MISMO PROVEEDOR (ES)	40	82%
CAMBIA CONSTANTEMENTE DE PROVEEDOR (ES)	9	18%
TOTAL	49	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los microempresario

Interpretación: Del 100% de las MYPES estudiadas, 82% compra siempre al mismo proveedor, el 18% cambia constantemente de proveedor.

TABLA N°06  
¿Se capacita para brindar un servicio de calidad?

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE VEZ EN CUANDO	5	10%
CONSTANTEMENTE	0	0
NUNCA	44	90%
TOTAL	49	100

FUENTE: Encuesta realizada a los microempresarios

Interpretación: Del 100% de las MYPES estudiadas, el 10% contesto de vez en cuando, 90% nunca

TABLA N°07

¿Participa en actividades con los clientes y proveedores para mejorar la empresa?

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	6%
NO	46	94%
TOTAL	49	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los microempresarios

Interpretación; Del 100% de las MYPES estudiadas, el 6% contestó SI, EL 94% dice que NO

TABLA N°08

¿Qué Estrategias utilizas para la fidelizar a sus clientes?

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
REDUCIR PRECIOS	04	8%
MEJORAR LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS	13	27%
BRINDAR UNA ATENCION DE CALIDAD A LOS CLIENTES	15	31%
OFRECER UNA DIVERSIDAD DE PRODUCTOS	17	34%
TOTAL	49	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los microempresario

Interpretación: De los 100% de las MYPES estudiadas, el 8% dice reducir los precios, 27% mejorando el producto, 31% brindar una atención de calidad a los clientes, 34% ofrecer una diversidad de productos.

## VARIABLE: SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

TABLA N°09

¿Sabes que es sostenibilidad empresarial y cuáles son sus aspectos?

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	8%
NO	45	92%
TOTAL	49	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los microempresarios

Interpretación: Del 100% de las MYPES estudiadas el 8% dice SI, el 92% dice NO.

TABLA N° 10

¿Pones en práctica los aspectos de desarrollo sostenible?

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE VEZ EN CUANDO	4	8%
CONSTANTEMENTE	0	0%
NUNCA	45	92%
TOTAL	49	100%

Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios

Interpretación: De los 100% de las MYPES estudiadas, el 8% practican 8% de vez en cuando, 92% nunca.

TABLA N°11

¿Se mantiene el bienestar de la población en el Centro Comercial?

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	8%
NO	45	92%
TOTAL	49	100%

Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios

Interpretación: De los 100% estudiadas, el 8% dice SI, el 92%

TABLA N°12

¿Ha identificado su grupo de interés y definido quien, como, y cuando obtener información de los mismos?

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	8%
NO	45	92%
TOTAL	49	100%

Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios

Interpretación: De los 100% de las MYPES estudiadas, el 8% dice NO, EL 92% dice SI.

**TABLA N°13**  
**¿Cómo atiende las quejas y reclamaciones de sus clientes?**

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tomando en cuenta las sugerencias del cliente	4	8%
Mejorando la atención	45	92%
<b>TOTAL</b>	<b>49</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios

Interpretación: De los 100% de las MYPES estudiadas, 8% toma en cuenta las sugerencias del cliente, 92% mejorando la atención.

**TABLA N°14**  
**¿Está garantizado la viabilidad económica del negocio?**

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALGUNAS VECES	29	59%
SIEMPRE	5	10%
NUNCA	15	31%
<b>TOTAL</b>	<b>49</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios

Interpretación: De los 100% de las MYPES estudiadas, el 59% dice algunas veces, 10% siempre y 31% nunca-

TABLA N°15  
¿Cómo cree Ud. Que se mejoraría la sostenibilidad empresarial?

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cuidando el medio ambiente	32	66%
Implementando una gestión ambiental como parte de la operación diaria de la empresa	7	14%
Preocupándose que sus empresas proveedoras también actúen responsablemente	10	20%
Total	49	100%

FUENTE: Encuesta realizada a los microempresarios

Interpretación: Del 100% de las MYPES estudiadas, 66% cuidando el medio ambiente, el 14% implementando una gestión ambiental como parte de la operación diaria de la empresa, 20% preocupándose que sus empresas proveedoras también actúen responsablemente.

TABLA N°16

¿El Centro Comercial proporciona un entorno seguro y saludable para trabajar?

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	24	49%
NO	25	51%
TOTAL	49	100%

Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios

Interpretación: del 100% de las MYPES estudiadas, el 49% dice que NO existe un entorno seguro y saludable, 51% de los Microempresarios dicen que SI existe un entorno seguro y saludable.

## **5.2 Análisis del resultado**

### **VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD**

Identificar las características de gestión de calidad que inciden en las MYPES del Centro Comercial Boulevard.

EN LA TABLA N°01 denominada Cantidad de personal, donde el 100% de encuestados afirman que en la microempresa trabajan de 1 a 2 personas.

Resultado contrasta con los resultados de Luna, (2013) donde el 65.2% de las MYPES trabajan con una cantidad de 1 a 5 trabajadores

**Mondy, R Wayne (2005)**, afirma que la gestión o administración de talento humano corresponde a la utilización de las personas como recursos para lograr objetivos organizacionales.

EN LA TABLA N°02 denominada “Personal Temporal”, donde un 88% no contrata personal en temporadas altas.

Resultado: contrasta con los resultados de Luna (2013) donde el 65.2% mantiene a sus trabajadores en condiciones informales demostrando que las MYPES no contratan más personal para evitar los costos en planilla.

**Mondy, R Wayne (2005)**, afirma que la gestión o administración de talento humano corresponde a la utilización de las personas como recursos para lograr objetivos organizacionales.

EN LATABLA N°03 denominada: Cuenta con Libros Contables, donde el 100% de los encuestados, afirman tener sus libros contables

Resultados contrastan con los resultados de Luna (2013) donde el 69.6% son formales lo cual conlleva al desarrollo económico de la empresa.

**Nanaka (1999)** La Gestión de la información es un proceso que incluye tareas como recolección, manipulación, tratamiento, depuración, conservación, acceso de la información adquirida por una organización a través de diferentes fuentes y que además monitorea el acceso y los derechos de los usuarios finales sobre la misma a fin de apoyar a los directivos en la toma de decisiones.

EN LA TABLA N°04 denominada ¿en el aspecto relacionado a las compras, ¿el proveedor viene a Ud. O Ud. Va al proveedor, donde el 100% de los encuestados afirman que prefieren ir al proveedor.

Resultado: cercano con los resultados de Luna (2013) donde el 39.1% de los microempresarios consideran que el precio es la prioridad de sus compras ante sus proveedores.

**Nanaka (1999)** La Gestión de la información es un proceso que incluye tareas como recolección, manipulación, tratamiento, depuración, conservación, acceso de la información adquirida por una organización a través de diferentes fuentes y que además monitorea el acceso y los derechos de los usuarios finales sobre la misma a fin de apoyar a los directivos en la toma de decisiones.

EN LA TABLA N° 05 denominada “las compras las realiza” Donde el 82% de los encuestados afirman que sus compras las realizan al mismo proveedor

Resultado: cercano con los resultados de Luna (2013) donde el 39.1% de los microempresarios consideran que el precio es la prioridad de sus compras ante sus proveedores.

**Nanaka (1999)** La Gestión de la información es un proceso que incluye tareas como recolección, manipulación, tratamiento, depuración, conservación, acceso de la información adquirida por una organización a través de diferentes fuentes y que además monitorea el acceso y los derechos de los usuarios finales sobre la misma a fin de apoyar a los directivos en la toma de decisiones.

EN LA TABLA N°06 denominada “Se capacita para brindar un servicio de calidad”, donde el 90% los encuestados afirman que nunca se capacitaron

Resultado: lejos del resultado de Luna (2013) donde el 78.3% realiza capacitaciones orientadas al servicio.

**(Crosby, 1987)** La calidad no cuesta le muestra cómo superar la idea tradicional de que el control de calidad es algo que solo se aplica en la producción en línea, y no en la oficina administrativa. Aunque existen medios estadísticos efectivos para definir, medir y aumentar la calidad, la calidad empieza realmente con la gente, no con las cosas. Y no solo con algunas personas, sino con cualquiera que esté involucrado en la producción y comercio de bienes y servicios.

EN LA TABLA N° 07 denominada “participa en actividades con los clientes y proveedores para la mejora de la empresa”, donde el 96% de los encuestados nos afirman que no participa en ninguna actividad

Resultado contrasta con Luna (2013) donde el 56.5% ponen en práctica como técnica de gestión la mejora continua

**(Juran, 1994)**, Para Juran, las relaciones humanas son los problemas para aislar. La resistencia al cambio, en sus términos, la resistencia cultural la causa fundamental de las cuestiones de calidad. Él escribió Avance de gestión, que fue publicado en 1964, destacando la cuestión.

EN LA TABLA N°08 denominada “Que estrategias utiliza para fidelizar a sus clientes” donde el 34% de los encuestados afirma que ofrece una diversidad de productos,

Resultado: Pérez, J & Gallo M. (2003) contribuye en el alcance del objetivo que persigue para crear conciencia por parte de los miembros de la organización e identificar aspectos claves del servicio que ofrece y dan soporte para presentar base en la satisfacción de cliente.

**Norman (1984):** El servicio está formado por actos e interacciones, que son contactos sociales. El servicio es mucho más que algo intangible, es una interacción social entre el proveedor y el cliente.

#### VARIABLE: SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

Identificar las características de sostenibilidad empresarial que inciden en las MYPES del Centro Comercial Boulevard

TABLA N°09 denominada “Sabes que es sostenibilidad empresarial y cuáles son sus aspectos” donde el 86% afirma no saber.

Resultado: cercano con Arias, Y & Linares M (2008) concluye en decir que no está todavía incluida conscientemente en la mayoría de organizaciones. A pesar de la importancia que tienen en la actualidad.

**(Hart & Milstein 2003)**, utilizan el término “sostenibilidad empresarial” para referirse a la empresa que crea valor a nivel de estrategias y prácticas para avanzar hacia un mundo más sostenible.

TABLA N°10 denominada “pones en práctica los aspectos de desarrollo sostenible” donde el 88% dice nunca

Resultado: cercano con Fernández, G. (2010) concluye y plantea una aproximación a la integración de los criterios sostenibles dentro de los estudios, identificar futuras líneas de investigación y la aplicación de los criterios sostenibles

**(Elkington, 1994)** El desarrollo sostenible en la empresa, es aquel que contribuye a la gestión responsable mediante la entrega al mismo tiempo de beneficio económico, social y medioambiental, la llamada triple bottom line. De esta manera la empresa busca garantizar el éxito comercial a largo plazo, contribuir al desarrollo económico y social, y proteger el medio ambiente. Estamos asistiendo a un cambio de paradigma empresarial y es necesario ser conscientes de los principales retos económicos, sociales y medioambientales a los que nos enfrentamos.

TABLA N°11 denominada “se mantiene el bienestar de la población en el centro comercial” donde el 80% dice que NO.

Resultado: cercano con Fernández, G (2010) concluye que debe haber integración y justicia social.

De acuerdo con los autores (POST, PRESTON Y SACHS, 2002), los grupos de interés de una empresa son los individuos y colectivos que contribuyen, voluntaria o involuntariamente, a su capacidad y sus actividades de creación de riqueza y que, por lo tanto, son sus potenciales beneficiarios y/o portadores del riesgo.

TABLA N°12 denominada “ha identificado su grupo de interés y definido quien, como, y cuando obtener información de los mismos” donde el 92% dice que NO.

Resultado: cercano con Barcellos, L. (2010) concluye que se debe aplicar en el ámbito de las relaciones de las empresas con sus grupos de interés. Destacando algunas aplicaciones como la identificación, priorización y dialogo con los grupos de interés,

**(FREEMAN & EVAN, 1990)**, la teoría de grupos de interés predice que la sostenibilidad debe tener un impacto positivo sobre los resultados financieros porque las empresas se benefician de “abordar y equilibrar las reivindicaciones” de los múltiples grupos de interesados clave. Por otro parte, “el constante fracaso para abordar las preocupaciones y las expectativas de los grupos, en última instancia, reduce la confianza de los inversores en acciones de la empresa, que afectan a su coste de financiación (coste medio ponderado del capital) y por lo tanto las oportunidades de lucro.

TABLA N°13 denominada “como atiende las quejas y reclamaciones de sus clientes” donde el 92% nos dice que mejorando la atención

Resultado: Pérez(2013) nos dice que se debe crear conciencia por parte de todo (s) los miembros del centro comercial es organizar e identificar aspectos claves del servicio

que se ofrece y que dan soporte para presentar base en el cumplimiento de la satisfacción del cliente y la mejora continua.

TABLA N° 14 denominada “está garantizado la viabilidad económica del negocio” donde el 59% de los encuestados afirman que algunas veces

Resultado: (Elkington, 1994) concluye que el desarrollo sostenible de la empresa, es aquel que contribuye a la gestión responsable mediante la entrega al mismo tiempo de beneficio económico, de esta manera la empresa busca garantizar el éxito a largo plazo, contribuir al desarrollo económico y social

TABLA N°15 denominada “como cree Ud. Que se mejoraría la sostenibilidad empresarial” donde el 66% de los encuestados nos dice cuidando el medio ambiente

Resultado: Arias & Linares (2008) los mercados mundiales están cuestionando los temas sociales y ambientales de los servicios y productos con una velocidad, intensidad y técnica superior a lo que se haya visto los últimos años. Por esa razón nos dice que es una necesidad empresarial tener en cuenta con tres variables: social, económico y ambiental.

Tres variables que definen la sostenibilidad empresarial y de sus procesos.

Para **Hart & Milsten,(2003)** la sostenibilidad es un concepto complejo y multidimensional, que no puede resolverse con una sola acción corporativa. Las empresas se enfrentan al reto de minimizar los residuos de las operaciones en curso (la prevención de la contaminación), al mismo tiempo, la reorientación de su cartera de competencias hacia tecnologías más sostenibles y competencias (tecnologías limpias).

TABLA N°16 denominada “el centro Comercial proporciona un entorno seguro y saludable para trabajar” donde el 51% de los encuestados afirman que SI,

Resultado: (Hart & Milstein, 2003) concluye que las empresas se enfrentan al reto de minimizar los residuos de las operaciones en curso (la prevención de la contaminación),

al mismo tiempo la orientación de competencias hacia las tecnologías más sostenibles y competencias (tecnologías limpias. Las empresas también entran al reto de participar en una amplia interacción y el dialogo con interlocutores externos.

## V CONCLUSIONES:

Dentro de las conclusiones se:

Se determinó que la Caracterización de Gestión de Calidad y Sostenibilidad empresarial de las MYPES del rubro comercio del Centro Comercial Boulevard de Chiclayo,

Se identificó que los Microempresarios del Centro Comercial Boulevard de Chiclayo, en su totalidad cuentan con 1 o 2 personas atendiendo su microempresa. Más de la mitad de los propietarios de las Micro empresa cuentan con sus libros contables, del total de micro empresarios no se capacita para poder brindar un servicio de calidad

Se identificó que más de la mitad de los microempresarios del Centro Comercial Boulevard no sabe que es sostenibilidad empresarial, no conocen aspectos del desarrollo sostenible por ende no lo ponen en práctica.

# ANEXO

## **ANEXO 1. Entrevista realizada al Administrador del Centro Comercial Boulevard**

### **1. ¿Cómo calificaría la gestión del Centro Comercial Boulevard?**

En la actualidad, aunque no puedo decir que la gestión realizada sea la mejor con lo que muchos esperan, se ha ido mejorando en algunos aspectos en comparación con las gestiones de años atrás. Inclusive, muchos de los propietarios que viven fuera de la ciudad de Chiclayo, han mencionado que han visto mejorar poco a poco el Centro Comercial, y esperan que conforme pase el tiempo se pueda realizar cosas mejores, porque saben que la mejora es un proyecto a largo plazo que se espera alcanzar.

### **2. ¿Cuáles son los factores que influyen positivamente en el Centro Comercial?**

Entre los factores internos considero los siguientes:

- La pérdida de participación de propiedad de Caja Trujillo debido a la venta de sus inmuebles, que está permitiendo que cada vez hayan más negocios apertura dos, y eso mejore el funcionamiento del Centro Comercial.
- Las gestiones realizadas en cobranzas a los propietarios morosos, que ha permitido el incremento de los ingresos económicos del Centro Comercial, y que permitirá que se invierta en mejoras tanto como en infraestructura como en publicidad.
- El apoyo de los comerciantes del Boulevard, que brindan su apoyo para la realización de diferentes actividades que programamos. La última actividad realizada fue en alusión al aniversario del Centro Comercial el viernes 18 de setiembre, el cuál contó con una gran acogida.

Entre los factores externos puedo considerar los siguientes:

- El aumento de la actividad comercial en la ciudad de Chiclayo, como bien sabemos con las facilidades que brinda el Estado para aperturar un pequeño negocio, muchas personas desean invertir en un negocio propio, y entre las opciones se encuentran los stands del Boulevard, debido a que sus precios de alquiler son relativamente cómodos.

### **3. ¿Qué elementos cree Ud. que influyen desfavorablemente en la gestión del Centro Comercial?**

Si hablamos del aspecto negativo del Centro Comercial, entre los factores internos puedo considerar:

- En la actualidad, contamos aún con propietarios que no participan activamente en la gestión realizada, tanto en que no cancelan puntualmente su pago de mantenimiento como también que no colaboran en actividad para incrementar la fluidez de personas.
- Hemos encontrado ciertas irregularidades en las instalaciones del Centro Comercial, que debemos mejorar paulatinamente; tales como: pintado de la fachada, reparación y mantenimiento del muro de la Calle Gloria.
- Las limitaciones de algunos propietarios en no alquilar sus negocios o alquilarlos para oficinas.

En los factores externos tenemos los siguientes:

- La falta de interés de inversionistas en el Centro Comercial, debido a que no hemos podido culminar con la instalación de Tiendas Ancla o de un Patio de Comidas que sea la atracción para las personas.

**4. ¿Ha crecido económicamente el Centro Comercial?**

Debido a que somos una Junta de Propietarios, no contamos con ventas registradas; por eso no podemos establecer indicadores económicos que nos indiquen tal crecimiento económico.

Por ello, solo podré mencionar que con respecto a los ingresos económicos hemos podido cancelar deudas pendientes que venimos arrastrando desde años atrás, y también seguimos realizando gestiones de cobranzas que esperamos obtener a mediano y largo plazo.

**5. ¿Conoce Ud. el significado de Sostenibilidad Empresarial?**

En lo que respecta a Sostenibilidad Empresarial, puedo entender que es la utilización de los recursos con lo que cuenta mi empresa para lograr los objetivos deseados, sin afectar a las futuras generaciones.

**6. ¿Cree Ud. que el Centro Comercial crecería si plantearían un modelo de gestión para mejorar la sostenibilidad empresarial?**

Siempre hemos tratado de trabajar en ello, y aunque ha sido muy difícil plantear dicho modelo debido a la forma de organización que tiene el Centro Comercial (Junta de Propietarios); se ha tratado en la medida posible plantear un modelo de gestión de sostenibilidad empresarial para poder lograr que el Boulevard crezca de manera uniforme y los beneficiados sean los comerciantes que la conforman.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## ENCUESTA

### GESTIÓN DE CALIDAD

#### Gestión de recursos humanos

1. ¿Cuántas personas trabajan en su negocio?  
1 a 2 personas ( )  
3 a 5 personas ( )  
6 a 10 personas ( )
2. ¿En temporadas en que aumenta las ventas, contrata personal temporal?  
SI ( ) NO ( )

#### Gestión de tecnología de información

3. ¿Cuenta con sus libros contables?  
SI ( ) NO ( )
4. ¿En el aspecto relacionado a sus compras, ¿el proveedor viene a Ud. o Ud. Va al proveedor?  
Va al proveedor ( ) viene el proveedor ( )
5. ¿Las compras que realiza son:  
Siempre al mismo proveedor (es) ( )  
Cambia constantemente de proveedor ( )

#### Gestión de Satisfacción al cliente

6. ¿Se capacita para brindar un servicio de calidad?  
( ) De vez en cuando  
( ) Constantemente  
( ) Nunca
7. ¿Participa en actividades con los clientes y proveedores para la mejora de la empresa?  
SI ( ) NO ( )
8. ¿Qué estrategias utiliza para fidelizar a sus clientes?  
( ) Reducir precios

- Mejorar la calidad de los productos
- Brindar una atención de calidad a los clientes
- Ofrecer una diversidad de productos

## **SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL**

### **Socio-cultural**

9. ¿Sabes que es sostenibilidad empresarial y cuáles son sus aspectos?  
SI ( ) NO ( )
10. ¿pones en práctica los aspectos de desarrollo sostenible?  
 De vez en cuando  
 Constantemente  
 Nunca
11. ¿Se mantiene el bienestar de la población en el Centro Comercial?  
SI ( ) NO ( )

### **Económico**

12. ¿Ha identificado su grupo de interés y definido quien, como, y cuando obtener información de los mismos?  
SI ( ) NO ( )
13. ¿Cómo atiende las quejas y reclamaciones de sus clientes?  
 Tomando en cuenta las sugerencias del cliente  
 Mejorando la atención
14. ¿Está garantizado la viabilidad económica del negocio?  
 Algunas veces  
 Siempre  
 Nunca

### **Ambiental**

15. ¿Cómo cree Ud. Que mejoraría la sostenibilidad empresarial?  
 Cuidando el medio ambiente  
 Implementando una gestión ambiental como parte de la operación de la empresa  
 Preocupándose que las empresas proveedoras también actúen responsablemente
16. ¿El Centro Comercial proporciona un entorno seguro y saludable para trabajar?  
SI ( ) NO ( )

ANEXO 3. MICROEMPRESARIOS QUE SE ENCUENTRAN DENTRO DE LA MUESTRA

STAND	GIRO DEL NEGOCIO	NOMBRE DEL NEGOCIO	PROPIETARIO
E9	BAZAR	MODA MASCULINA G&L	VICTOR MANUEL
D5	BAZAR	MUNDO AKALATION	FRANCISCO SALAZAR C.
B7	BAZAR	NL-STORE	ORLANDO GARAY FARRO
N6	BAZAR	NONA BELLA	ROSA PUESCA SERQUEN
Z9	BAZAR	CAJO- ROPA DE NIÑOS	MARIA ESTRELLA RUIZ
S4	BAZAR	ONDA JUVENIL	DENNIS SUAREZ SERRANO
W9	BAZAR	DEYSI	NANCY PEREZ PAZ
E10	BAZAR	MARLY	MARIA ELSA
W8	BAZAR	VENTA DE ZAPATILLAS	JOSE FERNANDEZ
R5	BAZAR	ENVIDIOSAS	EDITA DUEÑAS
O1	BOUTIQUE	LUZ DIVINA	NORMA WALTER CASTAÑEDA
W4	BOUTIQUE	ANNABELLA	RUTH DIAZ
M2	BOUTIQUE	FASCINACION	LILIANA CUNES
O7	BOUTIQUE	SUCETTY'S	SOFIA GUERRERO TERAN
E7	BAZAR	NEW MOON	MARIA CAPUÑAY PUICON
G4	BAZAR	MUNDO KIDS	MARGARITA FERNANDEZ
P6	BAZAR	LED MODA MASCULINA	MANUEL CORDOVA
Q13	BAZAR	F.D.S.	ROBERTO CASTRO
L5	BAZAR	CAMILLA	JANET SALAZAR
G1	BAZAR	MONERIAS LUPITA	ROSARIO GUERRA OLAYA
O3	BAZAR	MELLIZAS	MAYRA PANTA GAMBOA
H2	BAZAR	NOVEDADES CHIQUI	MARINA FALEN YAIPEN
I8	BAZAR	MATILDA ROPA DE NIÑOS	SUSAN SAMAME SOTERO
M9	BAZAR	BABY FASHION	KELLY DELFINA GUTIERREZ
H1	BAZAR	DIOSAS CON CURVAS	ELSA PURLECHE
V5	BAZAR	FOREVER	KAREN LOPEZ
Q3	BAZAR	KIMBERLY	TERESA FLORES
P6	BAZAR	ELO-KAKO	ROMMEL SUAREZ VIDAL
W9	BAZAR	DEYSI	LURDES CHAVEZ
Z2	BAZAR	BETITA	JAVIER
C1	BAZAR	LITI	CARLOS CABRERA
I1	LENCERIA	GUSSEPI	KATTY CASTILLO CHERO
D4	LENCERIA	MULTIMODA	VALERIA DIAZ CAMPOS
E5	LENCERIA FINA	KELLY	OLENKA SANDOVAL
F5	ARTICULOS ORTOPED.	LOPEZ	ENRIQUE TANTALEAN
R7	ARTICULOS FISIOTERAP.	FISIOMAX	PEDRO MORALES
Q10	PERFUMERIA SPA	ORDOÑEZ	GABY ORDOÑEZ
R1	PERFUMERIA	YAQUELINE	MARIANA PUGA IMAÑA
S12	PERFUMERIA	WIPA	ROBERTO RIOS

I6	PELUQUERIA	JULIANA	BILL MANAY GOMEZ
R3	SALON DE BELLEZA	MY BELLA	KEVIN CORONEL
R4	SALON DE BELLEZA	LIDIA	MARIELENA CARRASCO
Q11	SPA	ROMY	DAMARIS MECHAN
Z1	SPA	NELLY	SHEYDA CHINCHON
X7	SPA	REYNAS	JOSE ANTONIO LIMO
O8	SPA	CIELO	HECTOR JIMENEZ
I9	SPA	BELLISIMA	CAROLINA MENA
M1	SALON SPA	MARLENY	JUNIOR BUSTAMANTE
Q1	CENTRO DE BELLEZA	ALY	HUMBERTO GAMARRA
Q2	CENTRO DE BELLEZA	ROXANA	ANGELA VELASCO R.

### **6.3. Referencias Bibliográficas:**

**Barcello, Luciano (2010)** “Modelos de Gestión Aplicados a Sostenibilidad Empresarial”-Barcelona.

**Gonzales, J. (2014)** “Gestión Empresarial y Competitividad en las Mypes del sector textil en el Marco de la Ley N° 28015 en el distrito de la Victoria - Lima, año 2013

**Luna, K. (2016).**en su trabajo titulado “Caracterización de la Gestión de Calidad de las Mypes del sector servicio rubro Restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013

**Centurión, R. (2014)** “La Gestión de Calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas de Chimbote, año 2013”.

**Pérez, J & Gallo, M (2013)** “Plan con Base en el modelo de Gestión de Calidad para Mejorar la Satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Chiclayo”

**Coronel, Y & Coronel, M (2012)** “Propuesta de un sistema para mejorar la Gestión Administrativa de la tienda bazar Novedades Jessica” Pimentel

**Cerna, H. (2011)** “Planteamiento de un modelo de plan de Estrategia para mejorar la Gestión Empresarial de la empresa ferretera Pardo”.

**Zeña, L. (2010)** “Análisis de la gestión logística y condiciones de los supermercados y tiendas de electrodomésticos de Lambayeque para la instalación de un proveedor logístico de almacenamiento”.

**Méndez J. & Avellana (2009)** en su investigación titulado “Diseño del Sistema de Gestión de Calidad basado en los requisitos de la Norma ISO 9001:2008 para la empresa Dicomtesal. Bogotá.

**Fernández, G (2010)** en su trabajo titulado “propuesta de Modelo para la evaluación de la Sostenibilidad en la Dirección Integrada de proyectos de Ingeniería Civil. Madrid.

**Arias, Y & Linares M. (2008)** en su tesis titulado “Desarrollo de un reporte sostenibilidad basado en la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) aplicado a la facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica”, Lima.

**Caraballo, J & Maita R**, publicado en febrero del 2009 por el grupo nº7 de gestión administrativa en su blogs Bogard Macero IUTA

**Galarza & otros (2002)** pg.11

**Simon (1989).**

**(Crosby, 1987)** QUALITY IS FREE. THE ART OF MAKING QUALITY CERTAIN

**(Henderson García, 2011)** “Gestión de la Calidad”

**(Jarin, 2009)** Sostenibilidad Empresarial, una visión real de negocios

**(Elkington, 1994)** Triple bottom line

**(Crosby P. 1994)** “la calidad es libre”, Madrid, Mc Graw Hill

**(Juran J M. 1993)** Manual de Control de Calidad, Mc Graw Hill

**(Garvín, 1988)** La Gestión de Calidad Total, Cap. 4, pág. 62.

**(Juran, J M. 1996)** Juran y la Calidad por el Diseño, Díaz Santos

**(Ishikawa k. 1994)** Introducción al Control de Calidad, Díaz Santos

Ministerio de Trabajo y Producción “Reglamento de la Ley de las MYPES”.

**(Ricardo F. G. 2011)** La dimensión económica del desarrollo sostenible, editorial club universitario pag. 24

Emprendedores- microempresarios escrito por microempresa 19/11/2009

**(Hernández, Fernández y Baptista, 2003)** p. 140.

**(Olcese, A (2008),** Manual de la empresa Responsable y Sostenible. Madrid.

SAM (Sustainability Asset Management) y PWC (PricewaterhouseCoopers) the Sustainability Yearbook 2009. Zurich, 2009, p.13

**Vara, 2012 Abdellad, 1994**

**(Veza José M.2012-2013)** “Lección de sostenibilidad final”, preguntas frecuentes y algunas respuestas, universidad de las Palmas de Gran Canaria pg.2 a la pg. 7.

**(Duran R. G.)** “Medición de la Sostenibilidad: indicadores económicos, ecológicos y sociales”; profesora de estructura económica departamento de estructura económica y de economía del desarrollo - Universidad Autónoma de Madrid. Pg. . 7

[www.rodriugarra.over-blog.org](http://www.rodriugarra.over-blog.org) “sostenibilidad empresarial, una visión de negocios” publicado en 1 de abril 2009 por Jared.

[www.ar100211.blogspot.com](http://www.ar100211.blogspot.com) “padres de la filosofía” publicado el 20 de septiembre de 2012 por Kimberly Aleman.

[w https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-evaluacion-del-servicio-al-cliente/ww.myslide.es](https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-evaluacion-del-servicio-al-cliente/ww.myslide.es)

<https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-gestion-del-conocimiento>

[www.rainforest-alliance.org](http://www.rainforest-alliance.org) “Guía gestión digital2”. Elaborado por el Programa de Turismo sostenible de Rainforest Alliance. Pg 13