



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
LA FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES DEL SECTOR
COMERCIO - RUBRO VENTA DE ROPAS PARA
DAMAS EN EL DISTRITO DE JUANJUI - 2017”.

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

BR. BLANCA LUZ PANDURO QUISPE

ASESOR:

LIC. NILSON ANGULO CACHIQUÉ

JUANJUI – PERÚ

2017

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

DR. GEIDER GRANDES GARCIA
PRESIDENTE

MGTR. OSWALDO ORTIZ GARCÍA
SECRETARIO

LIC. CARLOS RUFINO ISLA HIDALGO
MIEMBRO

LIC. NILSON ANGULO CACHIQUE
ASESOR

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser mi guía a cada instante, por guardarme en los momentos más difíciles de mi vida, por sostenerme hasta hoy. Y porque sé que con su ayuda podré lograr mis objetivos y metas trazadas.

Y un agradecimiento especial a mi esposo Alfredo Rojas Pérez, por brindarme su apoyo incondicional, por estar conmigo en todo momento, brindándome el apoyo moral y económico, que con sacrificio y amor hace que pueda hacer posible esta tesis.

DEDICATORIA

A todos los lectores, empresarios y personas cultas que les pueda ser de ayuda esta tesis con el fin de aportar ideas para el mejor rendimiento en sus negocios.

A mis padres Saúl Panduro Salazar, Armilda Quispe Quiroz y a las personas que siempre están cerca de mí, brindándome de sus sabios consejos y quieren lo mejor para mí

RESUMEN

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

Palabras claves: Gestión de calidad, y Formalización de las MYPES.

ABSTRACT

The present thesis, had as objective to verify that the quality management and the formalization are the ideas that apply the owners and / or legal representatives of the commercial sector MYPES - clothing sale for ladies of the district of Juanjuí period 2017? The methodology used in this research corresponds to a quantitative study, of descriptive level whose design is non - experimental, simple descriptive. The study population consisted of the 10 MYPES dedicated to the commercial sector under study; To whom a questionnaire was applied to measure the degree of application of quality management indicators. For the analysis of the data, we used the program Microsoft Excel version 2016, and descriptive statistics with percentage measures and graph. According to the results obtained it is observed that in the dimensions customer service and management of resources The ideas of quality management and formalization are never applied; However in the decision-making dimensions, leadership, staff participation, process management, continuous improvement and relationship with suppliers sometimes or always applies the indicators of quality management and formalization.

Key words: Quality management, continuous improvement, relationship with suppliers, process management, customer service, others.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Jurado evaluador de tesis	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Indice de contenido	vii
Indice de tablas y figuras.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.	5
2.1. Antecedentes	5
2.2. Bases teóricas de la investigación	10
2.3.Marco conceptual	23
III.METODOLOGÍA	25
3.1. Diseño de la investigación.	25
3.2. Población y muestra	26
3.2.1. Población:.....	26
3.2.2. Muestra.....	26
3.2.3. Criterios de inclusión	26
3.2.3. Criterios de exclusión.....	26
3.3. Definición y operacionalización de las variables.....	27
3.4. Operiacionizacion de variables	28
3.5. Técnicas.....	29
3.6. Matriz de consistencia	32

IV. RESULTADOS.....	34
4.1 Resultados	34
4.2. Análisis de resultados.	37
V. CONCLUSIONES.....	40
Referencias bibliográficas.....	41
Anexos.....	44

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLAS

Tabla 1: Características de los representantes de las MYPES del sector comercialización - rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjuí, 2017.....35

Tabla 2: Características de la Gestión de Calidad de las MYPES del Comercialización - rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjuí, 2017.....36

Tabla 3: Características de la formalización de las MYPES del sector Comercialización - rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjuí, año 2017.....37

FIGURAS

Figura N° 01 Edad del representante legal de la empresa.....51

Figura N° 02. Género del representante legal de la empresa.....51

Figura N° 03. Grado de instrucción del representante legal de la empresa.....52

Figura N° 04. ¿Su servicio está de acuerdo a la necesidad del cliente?.....52

Figura N° 05. ¿Qué documentos de gestión usa para mejorar la calidad servicio?...53

Figura N° 06. ¿Ha implementado en su empresa servicios pre y posventa con ayuda de las redes sociales?.....53

Figura N° 07. ¿Su empresa capacita al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente?.....54

Figura N° 08. ¿Evalúa usted el nivel de satisfacción del cliente en el servicio de calidad?.....54

Figura N° 09. ¿Usa las TIC (Tecnología de la Información y Comunicación) en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto?55

Figura N° 10. ¿Su empresa es formal?.....55

Figura N° 11 ¿Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa?.....	56
Figura N° 12. ¿Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial?.....	56
Figura N° 13. ¿Considera que la formalización aumenta los costos laborales?.....	57
Figura N° 14. ¿Si el estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES, formalizaría su empresa?.....	57
Figura N° 15. ¿Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización del producto por su empresa?.....	58

I. INTRODUCCIÓN

El mundo de los movimientos e inversiones de capitales, ha permitido que en la actualidad las MYPES se beneficien y se conviertan en uno de los pilares del crecimiento económico, generando empleos y mejorando la rentabilidad y competitividad empresarial, constituyéndose así en la base económica y comercial más importante en todos los países del mundo. **(Barrantes, 2009)** en su investigación sobre las MYPES y el crecimiento económico mundial, afirma que en París y Londres las MYPES dedicadas al sector venta de ropas para damas, constituyen la mayor fuente de empleo, con fuertes remuneraciones y gran estabilidad laboral convirtiéndose en las ciudades más importantes de la moda.

En América Latina las MYPES son importantes agentes económicos para promover el desarrollo de los países, Una parte significativa de la población y de la economía depende de la actividad y el desempeño de estas empresas debido a su reconocida capacidad para generar empleo y su participación en la producción. En los últimos 20 años los países tales como EE.UU, Canadá, México entre otros, han desarrollado instrumentos y programas de apoyo económico, financiero y tributario a las MYPES para fomentar su crecimiento y rentabilidad. Gracias a ellos ha mejorado su desempeño económico y productivo y se ha creado un ambiente de negocios favorable. La revista MYPES Times (2016) afirma que en Brasil las MYPES en especial las que se dedican al rubro de venta de ropas aportan en un 1.2% al producto bruto interno, convirtiéndose en uno de los sectores más importantes de la economía brasileña generando empleos directos e indirectos.

En el Perú se han puesto en marcha una serie de iniciativas relacionadas con la solución de la problemática de las MYPES tales como: La dificultad en el acceso al crédito, la

falta de asistencia técnica para introducir mejoras en la gestión y la calidad, la escasa ampliación y búsqueda de mercados, la poca participación en el comercio exterior, la falta capacitación de los recursos humanos, el desarrollo empresarial, y la formalización. **(Mendieta,2009)**, sostiene que en el Perú el desarrollo económico que ha experimentado en los últimos años, ha sido posible gracias a la existencia de un gran número de MYPES a pesar de que solamente el 5% de ellas estén registradas como personas jurídicas o por lo menos lleven los libros contables que exige la SUNAT.

Las MYPES en el Perú han experimentado un crecimiento notorio en los últimos 10 años. Tal es el caso de las MYPES rubro venta de ropas para damas; solamente en Lima existen un aproximado de 5,000 mil tiendas y el 50% de todas las MYPES dedicadas a este rubro se encuentran en ciudades importantes como: Cusco, Arequipa, Trujillo y Chiclayo. Sí bien es cierto, hoy en día hay muchas tiendas que ofrecen diferentes productos de ropa y accesorios, las damas no quedan totalmente satisfechas con lo ofrecido, la gran mayoría creen que pueden existir mejores productos en cuanto a variedad en diseños y una mejor atención; por lo que deciden comprar solamente en tiendas exclusivas lo que genera que algunas tiendas al finalizar su primer o segundo año quiebren o se declaren en banca rota. Además en la región San Martín según el gobierno Regional (2005) en el diagnóstico de las MYPES para su fortalecimiento y competitividad afirma que el 30% de las MYPES que existen en la región son aquellas que se dedican al sector ventas de las cuales el 12% son destinadas a la venta de ropas para damas; de las cuales en su mayoría no poseen una cultura empresarial, esto se reduce a la mala atención al cliente; los gerentes y/o dueños no invierten en capacitaciones al recurso humano, abastecen de mercaderías sin tomar en cuenta gustos, preferencias y moda; además creen que la solución de sus problemas se reduce a un

préstamo financiero que al igual que la deficiente calidad, el volumen de la oferta y la deficiente información de la demanda restringe el mercado. En el distrito de Juanjuí haciendo una observación no estructurada de las principales calles podemos observar que existen una gran cantidad de MYPES dedicadas al rubro venta de ropas para damas y que en su mayoría siempre están vacías con escasa clientela. Por experiencia propia sabemos que cuando vamos a comprar alguna prenda de vestir los modelos son repetidos por lo que podemos encontrar damas cruzarse por la calle, en una reunión de amigos o tal vez en una fiesta, vistiendo el mismo traje que su amiga u otra de las personas asistentes. Eso genera insatisfacción y en algunos casos frustración; Por lo que algunas damas optan por ya no comprar en tiendas física, sino a realizar compras por internet o por catálogos. Por otro lado la reposición de prendas es decir el abastecimiento de stock se realiza cada temporada, ya sea para fiestas patrias, navidad o año nuevo las que duran un promedio de 4 meses; dejando sin exclusividad de ropa durante la mayoría de meses del año. Además estas tiendas tienen un manejo inadecuado de su estructura física, lo que genera la necesidad de alquilar un ambiente más acogedor porque los ambientes son demasiado pequeños lo que impide que se pueda evidenciar todas las prendas agregándole la escasa atención al cliente. Finalmente la mayoría de estas MYPES desaparecen porque combinan de forma inadecuada el uso del capital propio con deudas obtenidas en los bancos, la cual sobrepasa más de lo que su empresa puede pagar, aspecto que les genera falta de liquidez para cumplir sus compromisos futuros de pago de capital e intereses derivados de la deuda contraída. Ante esta situación nos planteamos el siguiente enunciado del problema de investigación: **¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la formalización de las MYPES sector comercio rubro venta de ropas para damas distrito de Juanjuí , 2017?**. Por lo cual se pretende en esta investigación

alcanzar los objetivos siguientes: Como **objetivo general:** Comprobar que la Gestión de Calidad y la formalización son las ideas que aplican los propietarios y/o representantes legales de las MYPES sector comercial – rubro venta de ropas para damas del distrito de Juanjuí, 2017?.

Objetivos específicos:

Describir las características de las MYPES sector comercial rubro venta de ropa para damas.

Analizar cuál de los enfoques de la gestión de la calidad predomina en las MYPES sector

comercial rubro venta de ropa para damas.

Caracterizar la formalización de las MYPES sector comercio rubro venta de ropas para damas del distrito de Juanjuí.

La presente investigación se justifica en la necesidad de conocer cuál es el modelo de gestión de calidad, basado en la MYPES sector comercial rubro ventas de ropa para damas del distrito de Juanjuí a fin que nos permita establecer la idea central que tienen para conducir su negocio. Consideramos que el aporte fundamental que se espera alcanzar con este estudio radica en el hecho de hacer comprender como una gestión de calidad basado en el enfoque al cliente es en alto porcentaje garantía de éxito.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes.

Medina (2008), en su tesis Diseño de un sistema de gestión de la calidad para una microempresa, en la ciudad de Xalapa Venezuela, la cual se propuso mejorar el funcionamiento interno e incrementar las ventas de la empresa refaccionaria Master motor, a través de la implantación de un sistema de gestión de la calidad con base en la norma ISO 9001:2000. La muestra utilizada fueron los 110 trabajadores de la diferente área de la empresa. Los resultados muestran que las debilidades de la organización se centran en el tipo de gestión, ya que, se tienen deficiencias en el proceso administrativo que es utilizado actualmente, estas se observan específicamente en las etapas de planeación, organización, dirección, control y personal. En este sentido la empresa no planifica, ni cuenta con una organización definida; No existen indicadores de desempeño o algún tipo de control necesario para asegurar el cumplimiento de los objetivos de la empresa. Por otra parte, se determina que el factor que impacta a la organización de manera externa, es la competencia, ya que esta crece a un ritmo acelerado y constante, logrando acaparar a una parte importante del mercado. La competencia implementa otros servicios, considerados como ventajas competitivas.

Herrera (2009), en su tesis Plan de negocios para producir y comercializar confecciones, en la ciudad de Colombia, en la cual se propuso desarrollar un plan de negocio donde quede planteado un modelo empresarial que pueda integrar la competitividad en la industria de las confecciones, con el respeto medioambiental y la ética social. El estudio tomó en cuenta los 16 420 personas; y los resultados muestran el mercado al cual se dirige la organización muestra que sí existe una preocupación por

factores éticos, ya que según las encuestas que se realizaron el 91% de las personas preferirían una organización socialmente responsable.

Cortes (2010), en su tesis *La territorialidad de las MYPES en la política pública de formalización empresarial, en la ciudad de Colombia*; en el cual se propone evaluar los efectos de las políticas públicas de formalización de las empresas sobre la territorialidad de las MYPES en la ciudad de Medellín. El estudio se aplicó a 312 unidades seleccionadas del censo. Los resultados muestran que la informalidad, se plantea viable, si se da un proceso de formalización que no sólo involucre la legalización sino, además, las buenas prácticas en todo lo que encierra la empresa: la gestión del talento humano, lo administrativo financiero-contable, lo productivo y lo social.

Sandoval, J (2016), en su tesis “Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro imprentas de la ciudad de Juanjui año 2015-2016”, Diseño de la investigación. No experimental: La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto. Descriptivo: La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información. Población y muestra: La población en estudio está conformada por los propietarios de las MYPES del sector comercial, rubro imprentas de la ciudad de Juanjui que suma un total de 22 personas. Muestra: La muestra tomada del rubro en estudio en la ciudad de Juanjui es de 12 MYPES. Y llego a las siguientes conclusiones: Del 100% de los representantes legales de las MYPES encuestados se puede afirmar que el 42 % de los representantes tienen entre 20 y 35 años, y el 75% son de género masculino, el 42 % solo tienen estudios secundarios, el 42% de los representantes legales de las MYPES

encuestados son técnicos. Las principales características de las MYPES del ámbito de estudio son: El 50 % se dedica al negocio en antigüedad de tres años respectivamente, mientras tanto que el 83% son empresas formales solo el 42% tiene 2 trabajador permanente. Los empresarios encuestados manifestaron que respecto a la competitividad, el 75% aprueban el buen desempeño de las MYPES, mientras que el 58% el vendedor asesora al comprador en las MYPES El 42% entrega el producto al cliente con la menor demora posible, el 75 % procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores y el 50% responden con mayor frecuencia a sus consultas o reclamos posteriores a la compra. De las MYPES en estudio el 92% utilizan las redes sociales para atención al cliente, el 42% utiliza la radio para la publicidad del producto de las MYPES, el 58% cada un año el empleador capacita e incentiva al trabajador de las MYPES, el 50% considera que la infraestructura de las instalaciones es regular, mientras que el 67% considera que el personal de ventas y servicios no es honesto en la información que le proporciona al cliente.

Vargas, E (2016), en su tesis “ Caracterización de competitividad y rentabilidad de las MYPE rubro Autoboutique de la provincia de talara, año 2016”, El nivel de la investigación presenta un enfoque cuantitativo, ya que la información se representará de forma numérica y en porcentajes, usando técnicas e instrumentos de la estadística. De acuerdo Hernández, Fernández y Baptista (2003) este enfoque usa recolección de datos con base en la mediación numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento. En el presente trabajo, se ha determinado dentro del sector de MYPE del rubro Autoboutique, considerando un promedio de 03 micros y pequeñas empresas.

Llego a las siguientes conclusiones: Se determinó que las ventajas competitivas de las MYPE rubro Autoboutique de la provincia de Talara, según la percepción de los clientes

se basan en contar con personal calificado, poseer recursos materiales y poseer tecnología necesaria para la atención; asimismo en su mayoría consideran que se cuenta con calidad del producto y los servicios ofrecidos, por ello los representantes deben continuar dando énfasis a la atención al cliente. Se les debe brindar orientación o capacitación a los trabajadores para mejorar en la actitud de servicio al cliente.

Se determinan que las estrategias competitivas desde la perspectiva de los clientes son los precios, están acorde con la calidad de los productos y servicios, también se considera la capacidad de respuesta de atención siendo oportuna y que satisface las necesidades de los clientes, manteniendo el nivel de precios de sus productos y el conocimiento sobre el desempeño de su competencia. Se identificó que en su mayoría las MYPE rubro autoboutique de la provincia de Talara utilizan herramientas financieras para evaluar la rentabilidad siendo la principal los registros contables, por esto los representantes cuentan con diferentes herramientas de medición sobre su gestión financiera, como son los ratios de liquidez, rentabilidad; y asimismo pedir evaluaciones a su contador externo para una mejor toma de decisiones. Se identificó que la rentabilidad en la línea de productos de las rubro Autoboutique de la provincia de Talara se establecen en un margen entre el 5 al 15%; y depende básicamente al tipo de producto. Además se establece que la mayoría considera que sus ganancias son mayores, de igual manera están de acuerdo en que sus ventas han aumentado en los últimos años, lo cual se sugiere acceder a más cursos sobre gestión financiera, para poder evaluar su rentabilidad y además poder interpretar mejor los resultados contables, de esta manera tomar mejores decisiones en su gestión empresarial diaria, usando estrategias o planes que le permitan lograr el éxito.

Merino (2011), en su tesis *Micro y pequeñas empresas en el Perú, en la ciudad de Lima*, en la que se propone analizar los problemas que enfrentan las MYPES. La población considerada para la investigación estuvo constituido por 60 MYPES (propios empresarios), cuya muestra fue 11 MYPES. La conclusión a la que llegó la investigación es que en relación con el tema de la corrupción/informalidad, muchos de estos empresarios operan en el mercado sin pagar impuestos, generando una competencia desleal con los empresarios que sí son formales, y muchos de ellos se ven obligados a aceptar esta forma de trabajo. Esto genera a su vez que no puedan demostrar ante las entidades financieras su movimiento real y no puedan acceder a mejores condiciones crediticias en tasas y mayores montos, como los mismos informantes lo indican.

2.2. Bases teóricas de la investigación.

Concepto de calidad.

La calidad es una necesidad para toda empresa que desee destacarse en el mercado, y hoy más que nunca que la competencia se viene incrementando día a día y las exigencias de los usuarios son cada vez mayores; para las empresas turísticas de nuestro país es un reto debido a que el Perú en los últimos años viene atrayendo mayor cantidad de demanda y a la vez una mayor inversión extranjera en empresas del sector turismo, las que poseen gran prestigio y en su mayoría pertenecen a cadenas, entre las que se destacan los hoteles, restaurantes y agencias de viajes; quienes manejan altos estándares de calidad y sistemas de gestión de calidad efectivos, lo que permite asegurar un servicio de calidad en todas sus empresas establecidas en diversas partes del mundo; este hecho obliga a que las empresas de capitales locales se concentren en desarrollar estrategias que permitan brindar servicios de calidad equiparables a los ofrecidos por los empresarios extranjeros.

La calidad es una herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie. La palabra calidad tiene múltiples significados. De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades.

La calidad es cumplir con los requerimientos que necesita el cliente. La calidad es satisfacer las necesidades de los clientes, traduciéndose como los beneficios obtenidos a

partir de una mejor manera de hacer las cosas y buscar la satisfacción de los clientes, como pueden ser: la reducción de costos, presencia y permanencia en el mercado y la generación de empleos (Manrique, 2010).

La calidad en el servicio implica un cambio de actitudes y mentalidad, requiere de ejercer valores perdurables y establecer un compromiso para con los pacientes y la sociedad. La calidad en el servicio requiere de las personas que laboran en la organización; más capacidad, capacitación y dedicación personal. La idoneidad personal es, por tanto un factor imprescindible. Todo el personal debe conocer su función y desempeñarla correctamente para que el cliente no tenga que realizar trámites burocráticos, largas esperas o sufra de una mala atención o despotismo. En la calidad en el servicio el factor más importante son las actitudes del personal para la atención de la salud debe encauzar todo su esfuerzo para lograr la calidad de atención. (Hacyan, 2014).

Evaluación de la calidad

La única manera de determinar si la gestión de una empresa es de calidad, es a través de evaluaciones periódicas y permanentes en base a normas o estándares de calidad, y a partir de los resultados obtenidos planificar y aportar medidas que contribuyan al mejoramiento y aseguramiento de la calidad. Por tanto los objetivos fundamentales de la evaluación en las unidades de información son: proporcionar el máximo de servicios a los usuarios de modo eficaz y eficiente; examinar el cumplimiento de los programas de actuación actuales y planificar el futuro del servicio en cuestión. El control de la calidad mediante la inspección puede ser el primer paso cuyo objetivo sea impedir que al cliente se le proporcione productos o servicios inadecuados. En este sentido, se asumen planteamientos de gran trascendencia tales como la adopción de un conjunto de

especificaciones que han de medirse, examinarse o verificarse de forma metódica. (Machado 1999).

La inspección presenta ventajas sí, por un lado, las especificaciones son incuestionables atributos de calidad, es decir parámetros medibles de aptitud al uso, y por otro, sí existe un sistema retroalimentado que interviene en el proceso de mejora de los productos y servicios.

Toda evaluación deberá considerar además del cumplimiento de los estándares establecidos por el sector, las expectativas y las percepciones que el cliente tiene sobre el servicio, ya que todo el esfuerzo que haga la empresa en temas de calidad está enfocado a generar satisfacción en el cliente.

Concepto de gestión de calidad.

El término gestión de calidad tiene significados específicos dentro de cada sector del negocio. Esta definición, no apunta al aseguramiento de la buena calidad por la definición más general sino a garantizar que una organización o un producto. La gestión de calidad se centra no solo a la calidad de un producto o servicio, sino que a los medios para obtenerla. Por lo tanto, la gestión de calidad utiliza al aseguramiento de la calidad y el control de los procesos para obtener una calidad más consistente. (wikipedia, 2012)

Enfoques de la gestión de calidad.

El aseguramiento de la calidad nace como una evolución natural del control de la calidad, que resulta limitado y poco eficaz para prevenir la aparición de defectos. Un sistema de calidad se centra principalmente en garantizar que lo que ofrece una organización cumple con las especificaciones establecidas previamente entre la empresa y el cliente, asegurando una calidad continua a lo largo del tiempo. (Orozco, 2004).

El aseguramiento de la calidad es la actividad que proporciona evidencia de que se puede confiar en que la función calidad se ha llevado a cabo con efectividad. Se entiende por función de la calidad: al conjunto de actividades a través de las cuales se alcanza la aptitud para el uso, sin importar el lugar en el que se realizan (Juran, 1990, pág. 217).

Enfoque trascendental de la calidad.

La calidad o es mente ni materia, aunque una tercera entidad independiente de las dos... No se puede definir, pero sabemos lo que es. Se sugiere que la calidad, es una simple y no analizable propiedad que aprendemos a reconocer solo a través de la experiencia. La importancia de este enfoque solo se entiende parcialmente ya que se ha investigado poco en esa área, sin embargo se afirma que un consumidor que compra un producto o servicio, lo hace porque el enfoque de la calidad desarrollado bajo esta premisa está positivamente reforzado por la compra y consecuente uso. (Sewell., 2006).

Enfoque de la calidad basado en el producto.

Una estrategia de diseño basada en el producto, donde la calidad está determinada como una variable precisa y medible las diferencias en calidad reflejan las diferencias en la cantidad de cierto ingrediente o atributo del producto. (James, 2001)

Enfoque de la calidad basado en el usuario.

Las definiciones se basan en la premisa de que la calidad solamente la determina el usuario. Se considera que los consumidores individuales tienen diferentes gustos y necesidades, y los artículos que mejor satisfacen sus preferencias son considerados como los que poseen una mayor calidad percibida. Esta visión por supuesto es altamente subjetiva. (James, 2001).

Enfoque de la calidad basado en la fabricación.

Los fabricantes utilizan generalmente una estrategia de fabricación. Este hecho también sugiere el punto de partida del concepto de Crosby de la conformidad con los requisitos. La estrategia de fabricación busca asegurar que se minimicen las desviaciones del modelo estándar, ya que estas reducen la calidad del producto fabricado. (James, 2001)

Enfoque de la calidad basada en el valor.

Es una determinación independiente que refleja la tendencia de costo individual.. El hecho de tener dentro de los principios de las Normas ISO 9000, el Liderazgo y Participación del personal, significa que para una correcta implantación de las Normas ISO es relevante el conocimiento del clima organizacional imperante, el cual puede facilitar o entorpecer dependiendo de su madurez para poder asumir el cambio con éxito. (James, 2001).

Enfoque al cliente.

Sostiene que Las organizaciones de transporte dependen de sus clientes y por eso deben entender las necesidades presentes y futuras de sus clientes y adaptarse a sus necesidades e incluso sobrepasar sus expectativas. Esta necesidad, da origen al principio de la orientación hacia el cliente de toda la actividad de la organización.

Es necesario conseguir la satisfacción del cliente, cubrir sus necesidades, y satisfacer sus expectativas. A cambio, el cliente se identificará con la organización, y estará predispuesto a mantener su nivel de fidelidad hacia la misma.(Hill & Jones 2005).

Liderazgo.

Los líderes marcan la dirección de cualquier organización de transporte. Ellos pueden crear y mantener el desarrollo interno en el que el resto de integrantes se vean

totalmente involucrados en la consecución de los objetivos de la organización. Además, los líderes deben desarrollar y entender las necesidades y expectativas de los clientes, así como de asegurarse que los objetivos de la organización están enlazados con las necesidades y expectativas de los clientes y la comunicación se desarrolla a través de toda la organización. Por último, deberán medir la satisfacción del cliente y actuar en función de los resultados”. Los líderes, son los encargados de movilizar y encauzar los esfuerzos de la organización. Deben constituir un ejemplo y referente para el resto. Planifican y dirigen el plan estratégico de la organización y tienen la obligación de transmitir su impulso al resto del personal. El líder ha de tener los suficientes conocimientos técnicos, información de calidad y experiencia para que sus acciones conduzcan al éxito. Mandar, por derecho legal, no convierte en líder. Al líder se le sigue porque entiende y es modelo y referente. El líder puede exigir, pero no mandar. Por imitación o deseo de agradar al líder, al que todos respetan, sus decisiones no son cuestionadas y los liderados son más propensos a intentar implicarse en la obtención de los objetivos. Es ejemplo y fortaleza para todo el colectivo, que se esforzará por estar a su nivel de exigencia. Son muchas las capacidades de las que debería de estar dotado un líder. En la organización ha de ser imaginativo, diligente, esforzado, con conocimiento de la organización y su estructura y ser capaz no sólo de dirigir acertadamente, sino de saber involucrar al resto del grupo en la consecución de los objetivos. (Cantú, 2001).

Compromiso del personal.

Comenta que la gente, a todos los niveles, son la esencia de las organizaciones y su completo desarrollo permite que sus habilidades sean usadas para conseguir los objetivos de la organización. Las tareas realizadas con interés obtienen mejores resultados que si

no se estuviese tan implicado en la consecución de los objetivos de la organización. El desinterés y falta de involucración produce peores resultados finales. (Berra,2012).

Enfoque hacia la gestión.

Comenta que identificando, entendiendo y gestionando los procesos interrelacionados como un único sistema, se contribuye a la efectividad de la organización y a la eficiencia en alcanzar sus objetivos, además, la organización ha de implantar un sistema de gestión válido y consistente, debe de documentarlo y ponerlo a disposición de todo el personal y éstos deben de ser instruidos en la gestión del sistema de procesos, en particular del suyo, y en general del resto. (Pérez, 2005).

Si los planes y sistemas de gestión son buenos, están elaborados partiendo de información fiable obtenida mediante la lógica y el frío análisis de los hechos. Con este enfoque basado en la gestión produce una mayor implicación del personal y se logra un mejor resultado y motivación en los procesos, lo que influye de manera positiva en la eficiencia de la organización y en la consecución de los objetivos propuestos. (Mallar, 2010).

Mejora continua.

La continua mejora de la capacidad y de los resultados debe ser el objetivo permanente de nuestra organización. La excelencia ha de alcanzarse mediante un proceso de mejora continua en todos los campos: capacidades del personal, eficiencia de la maquinaria, relaciones con los clientes, etc. Técnicamente puede haber dos clases de mejora de la calidad: mediante un avance tecnológico o mediante la mejora de todo el proceso productivo. Sí tecnológicamente no se puede mejorar (o tiene un coste excesivo), la única forma de mejorar el servicio prestado es mediante un sistema de mejora continua. Siempre hay que intentar mejorar los resultados. Este hecho lleva aparejada una

dinámica continua de estudio, análisis, experiencias y soluciones cuyo propio dinamismo tiene como consecuencia un proceso de mejora continua de la satisfacción del cliente. La mejora continua debe entenderse como "mejora mañana lo que puedas mejorar hoy, pero mejora todos los días". Alcanzar los mejores resultados no es labor de un día. Es un proceso progresivo en el que no puede haber retrocesos. Han de cumplirse los objetivos de la organización y prepararse para los próximos requerimientos más exigentes, por lo que necesitaremos obtener rendimientos superiores en nuestro trabajo y en los resultados del conjunto de la organización.

Es mejor mejorar un poco día a día y tomarlo como hábito, que dejar las cosas tal como están teniendo altibajos. Lo peor es un rendimiento irregular. Con estas últimas situaciones no se pueden predecir los resultados de la organización porque la información no es fiable ni modelos para implantar la mejora continua en la gestión de empresas de transporte por carretera homogénea. Como conclusión, "sin mejora continua no se puede garantizar un nivel de calidad ni tomar decisiones acertadas ni cumplir las metas y objetivos" (Carrasco, 2001).

Relaciones mutuamente beneficiosas con los proveedores

Sostiene que una organización de transportes y sus proveedores son interdependientes, beneficiándose mutuamente y aumentando la capacidad de ambas partes para crear riqueza. Ayudándose mutuamente y atendiendo a las necesidades de la otra parte se logra optimizar el beneficio mutuo de la relación y la eficacia de las dos organizaciones. (Sicele, (2010).

Calidad total.

Gestión de la calidad total, hace referencia a un tipo de gestión para el triunfo a largo plazo buscando la satisfacción del cliente. Esta se basa en aunar la participación de todos

los miembros de una organización para mejorar los procesos, productos, servicios y la cultura en la que trabajan, la calidad total beneficia a todos los miembros de la organización y a la sociedad.

Calidad de servicio.

Para entender el concepto de calidad de servicio se deben conocer primero los conceptos de calidad, servicio y cliente por separado.

Se define calidad como la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio. No hay calidad que se pueda medir por su apreciación o el análisis de las partes constitutivas de un servicio recibido. Por tanto, la clasificación se hace con carácter integral, es decir, evaluando todas las características, funciones o comportamientos”. Además agrega. Se entiende por servicio a cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. En otras pala ¹⁶ el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico.

Profundizando en el tema servicios se observa que poseen las siguientes características:

Intangibilidad: los servicios no se pueden ver, sentir ni oler antes de comprarlos;

Inseparabilidad: la creación de un servicio puede tener lugar mientras se consume,

examen de la vista, un viaje, un masaje, un corte de cabello, entre otros; Variabilidad: la

calidad de los servicios depende de quienes los proporcionan, así como de cuándo, en

dónde y cómo se proporcionan; Carácter perecedero: los servicios no se pueden

almacenar para su venta o su utilización posterior; y Ausencia de propiedad: los

compradores de un servicio adquieren un derecho, pero no la propiedad del soporte

tangible del servicio, es decir, el consumidor paga por un servicio más no por la propiedad.

Se puede clasificar a los servicios en los siguientes tipos: servicios genéricos: son los que la mayoría de los consumidores necesitan, como ser: alimentos, ropa y la vivienda, descanso, limpieza, transporte, entrenamiento o asesoramiento; servicios básicos: servicios mínimos que buscan los consumidores, un ejemplo puede ser cuando una persona solicita el servicio médico a domicilio; servicios aumentados: son servicios adicionales que se le da al consumidor; servicios globales: se le llama a la oferta conjunta de servicios; y servicios potenciales: son los que los consumidores imaginan que podrán encontrar dentro del mercado.

Por último, para poder definir el concepto de calidad de servicio se deberá destacar la importancia del cliente (persona con necesidades y preocupaciones, que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar en la visión del negocio).

Tomando en cuenta estos tres conceptos ahora sí se pueden definir la calidad de servicio que consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.

Satisfacción del cliente.

Define la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.(Kotler,1998).

Definición de Micro y Pequeña Empresa.

De acuerdo al artículo 1° de la Ley 28015 se afirma que la micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene

como objeto de desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización y consumo de bienes o prestación de servicios.

Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE está refiriendo a las micro y pequeñas empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas. Proporciona un importante alcance al exponer que en el contexto peruano, MYPES se definen como unidades económicas constituidas por personas naturales o jurídicas con una actividad legal y cumplen con su obligación fiscal, es decir, están inscritas en el RUC y pago de tributos por renta. (Silopú, 2011).

Teoría de formalización.

La formalización representa el uso de normas en una organización. La codificación de los cargos es una medida de la cantidad de normas que definen las funciones de los ocupantes de los cargos, en tanto que la observancia de las normas es una medida de su empleo (Hage y Aikes). La formalización aparece naturalmente cuando las organizaciones crecen, sea por el estilo de gestión o por condiciones de su entorno, algunas instituciones desarrollan características extremas, perdiendo flexibilidad. Las sucesivas generaciones de dirigentes que la organización pone al frente crean condiciones de distorsión de la formalización. (Gabriela, 2011).

De acuerdo al artículo 4° de la Ley 28015 afirma que el Estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacionales, Regionales y Locales. (Pág. 01.), además agrega que el estado establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales

destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las MYPE.

De acuerdo al artículo 36° de la Ley 28015 afirma que el estado fomenta la formalización de las MYPE a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior. además las MYPE que se constituyan como persona jurídica lo realizan mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta, conforme a lo establecido en el inciso i) del artículo 1° de la Ley N° 26965. El CODEMYPE para la formalización de las MYPE promueve la reducción de los costos registrales y notariales ante la SUNARP y Colegio de Notarios. El art. 38 de la ley 2815 señala que la Municipalidad, en un plazo no mayor de siete (7) días hábiles, otorga en un solo acto la licencia de funcionamiento provisional previa conformidad de la zonificación y compatibilidad de uso correspondiente. Además vencido el plazo, la Municipalidad no se pronuncia sobre la solicitud del usuario, se entenderá otorgada la licencia de funcionamiento provisional, la cual tendrá validez de doce (12) meses, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud. Una vez otorgada la Licencia de funcionamiento definitiva, la municipalidad distrital o provincial, según corresponda, no podrá cobrar tasas por concepto de renovación, fiscalización o control y actualización de datos de la misma, ni otro referido a este trámite, con excepción de los casos de cambio de uso, de acuerdo a lo que establece el D.L. N° 776, de la Ley de Tributación Municipal y sus modificaciones.

El régimen laboral de la micro y pequeña empresa.

Según el D.L. 1086 establece que a permanencia del RLE para la MYPE incluyendo nuevos cambios para la seguridad social y remuneración, que generaron polémica llegándose a considerar incluso su inconstitucionalidad.

Así mismo menciona que los trabajadores deben de percibir la Remuneración Mínima Vital (RMV) y en el caso de la microempresa ésta se podría reducir con acuerdo del Consejo Nacional de Trabajo y Promoción del Empleo.

Sobre las indemnizaciones por despido injustificado, Afirma en tanto al derecho de sindicalización, sindicalizarse dentro de una empresa que posee menos de 20 trabajadores no es posible; por ello debería establecerse un mecanismo de defensa de derechos para estos casos.

Señala que el RLE surge de la necesidad de los trabajadores quienes hasta hace muy poco contaban con escasos derechos dentro de la MYPE; y muchos de ellos aún permanecen en la informalidad total o parcial. (Requena, 2010).

Afirma que del total de empresas peruanas, se estima que el 98% son microempresas que justifican el 42% del PBI y comprenden al 55% de los trabajadores. Solamente el 9% tiene acceso a los derechos laborales y a la seguridad social. (Pàg.312). (Miyagusuku, 2013)

Los trabajadores de MYPE poseen el derecho de percibir como mínimo la RMV, sin embargo la RMV es un concepto que posee sustento económico por tanto una tendencia a incrementar año tras año para justificar el gasto de la canasta familiar; pero a medida de que se eleva su valor se reduce la PEA formalmente empleada. El problema que se genera sobre la remuneración del trabajador, no se da por el hecho de cubrir el mínimo sino por los costos que se generan sobre ella; para una pequeña empresa pagar beneficios sociales asegura un fuerte incremento en sus costos de producción, por ello empresario de la MYPE decide no contratar formalmente.

2.3. Marco conceptual.

Definición De La Micro Y Pequeña Empresa (MYPE)

Se define como micro y pequeña empresa a la unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de, organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicio. (Palacios, 2011).

Características de la Micro Y Pequeña Empresa

Micro empresa

Abarca de 1 trabajador hasta 10 trabajadores inclusive.

Con un nivel de ventas anuales hasta un monto máximo de 150 uit
(480,000.00 nuevos soles).

Pequeña empresa.

Abarca de 1 trabajador hasta 20 trabajadores.

Con un nivel de ventas anuales a partir de 150 uit hasta 850 uit (2'720,000.00 nuevos soles). (SUNAT, s.f.)

Importancia.

Es una de las principales fuentes de empleo.

Permite una inversión inicial pequeña y permite el acceso a estratos de bajos recursos.

Puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa.
(Tercerización).

Ventajas. Las MYPES se constituyen como personas jurídicas mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta. (Santos, 2004).

Reducción de costos registrales y notariales.

Las municipalidades en un plazo máximo de 7 días le otorgan la licencia de funcionamiento provisional previa conformidad de la zonificación y compatibilidad de uso correspondiente. (Santos, 2004).

Calidad.

Grado en que un conjunto de características inherentes, cumple con los requisitos. Nota: "Inherente" significa que existe en algo, especialmente como una característica permanente. (Navarra, 2008)

Gestión de la Calidad.

La gestión de la calidad son las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la Calidad. (N/C ISO 9000:2005). Se caracteriza por un mayor énfasis en el papel de la alta dirección, medir la satisfacción del Cliente, la mejora continua, enfoque de proceso, planificación de la calidad, considera los beneficios y necesidades de todas las partes interesadas. (Ecured, 2017)

Mejora Continua.

Es una filosofía que intenta optimizar y aumentar la calidad de un producto, proceso o servicio. Es mayormente aplicada de forma directa en empresas de manufactura, debido en gran parte a la necesidad constante de minimizar costos de producción obteniendo la misma o mejor calidad del producto, porque como sabemos, los recursos económicos son limitados y en un mundo cada vez más competitivo a nivel de costos, es necesario para una empresa manufacturera tener algún sistema que le permita mejorar y optimizar continuamente. (Ripoll, 2010).

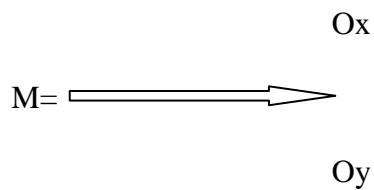
III. METODOLOGÍA

Es el procedimiento o conjunto de procedimientos que se utilizan para obtener conocimientos científicos, el modelo, de trabajo o secuencia lógica que orienta la investigación científica. El estudio del método --o de los métodos, si se quiere dar al concepto un alcance más general se denomina metodología, y abarca la justificación y la discusión de su lógica interior, el análisis de los diversos procedimientos concretos que se emplean en las investigaciones y la discusión acerca de sus características, cualidades y debilidades. Sin embargo en el lenguaje cotidiano, y aún en la terminología que se sigue frecuentemente en el mundo académico, la palabra metodología se utiliza también muy extensamente en sentidos diferentes, opuestos a veces al anterior: se habla así de "metodología de la investigación" para hacer referencia a los pasos y procedimientos que se han seguido en una indagación determinada, para designar modelos concretos de trabajo que se aplican en una disciplina o especialidad y también para hacer referencia al conjunto de procedimientos y recomendaciones que se transmiten al estudiante como parte de la docencia en estudios superiores. (Maldonado J. A., 2015)

3.1 Diseño de la investigación.

No experimental: La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto.

Descriptivo: La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información.



Dónde:

Ox= Gestión de calidad

Oy= Formalización

M= Representantes legales

3.2 Población y muestra

Población:

La población en estudio está conformada por los propietarios de las MYPES del sector Comercial, rubro venta de ropas para damas del distrito de Juanjuí período 2017 que suma un total de 20 personas.

Muestra

La muestra estará conformada por 10 MYPES del distrito de Juanjuí que representa el 50% de la población en estudio.

Criterios de inclusión

Propietarios de la zona urbana de la ciudad de Juanjuí. Aquéllos que estén presentes en todas las encuestas realizadas.

Criterio de exclusión

Se consideró propietarios de las zonas rurales.

3.3 Definición y Operacionalización de las variables

Gestión de calidad:

El término gestión de calidad tiene significados específicos dentro de cada sector del negocio. Esta definición, no apunta al aseguramiento de la buena calidad por la definición más general sino a garantizar que una organización o un producto. La gestión de calidad se centra no solo a la calidad de un producto o servicio, sino que a los medios para obtenerla. Por lo tanto, la gestión de calidad utiliza al aseguramiento de la calidad y el control de los procesos para obtener una calidad más consistente. (wikipedia, 2012)

Formalización:

La formalización representa el uso de normas en una organización. La codificación de los cargos es una medida de la cantidad de normas que definen las funciones de los ocupantes de los cargos, en tanto que la observancia de las normas es una medida de su empleo

La formalización aparece naturalmente cuando las organizaciones crecen, sea por el estilo de gestión o por condiciones de su entorno, algunas instituciones desarrollan características extremas, perdiendo flexibilidad. Las sucesivas generaciones de dirigentes que la organización pone al frente crean condiciones de distorsión de la formalización. (Gabriela, 2011).

3.4 Operacionalización de las variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Perfil de los representantes legales de las MYPES.	Algunas características de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPES.	Edad	Razón: <input type="checkbox"/> Años.
		Estado Civil	Nominal: <input type="checkbox"/> Soltero. <input type="checkbox"/> Casado. <input type="checkbox"/> Conviviente.
		Grado de Instrucción	Nominal: <input type="checkbox"/> Primaria. <input type="checkbox"/> Secundaria. <input type="checkbox"/> Superior no universitario <input type="checkbox"/> Superior universitario.
		Cargo que desempeña en la empresa	Nominal: <input type="checkbox"/> Dueño. <input type="checkbox"/> Administrador <input type="checkbox"/> Representante legal.
Perfil de las	Algunas características de las MYPES. 27	Años de permanencia en la actividad y el rubro	Razón: <input type="checkbox"/> 1 – 2 años. <input type="checkbox"/> 2 – 3 años.

MYPES			<input type="checkbox"/> 3 – a más años.
		Estructura de la empresa	Nominal: <input type="checkbox"/> Formal. <input type="checkbox"/> Informal.
		Nº de trabajadores en la empresa	Razón: <input type="checkbox"/> De 1– 5 trabajadores. <input type="checkbox"/> De 6 a más trabajadores.
Gestión de calidad de las MYPES.	Se refiere a la realización de actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad	Analizar la situación actual. Analizar causas potenciales Plan de acción.	Likert
		Implementar soluciones	Likert
		Medir los resultados Cumplimiento de planes	Likert
		Verificación Mejoramiento permanente	Likert
Formalización de las	Algunas	Conocimiento del	Nominal:

MYPES.	características de la formalización de las MYPES.	término formalización	<input type="checkbox"/> Sí. <input type="checkbox"/> No.
		Empresa Formal	Nominal: <input type="checkbox"/> Sí. <input type="checkbox"/> No.
		Potencial de formalización de la empresa	Nominal: <input type="checkbox"/> Precio. <input type="checkbox"/> Calidad. <input type="checkbox"/> Atención al cliente. <input type="checkbox"/> Otros.

3.5 Técnicas e instrumentos.

La información que se obtuvo fue a través de técnicas observacionales y se empleó instrumentos como el software estadístico para el ordenamiento de datos y cruce de variables (SPSSversión19). Las técnicas empleadas son: Observación, Encuesta. Las cuáles fueron realizadas a la muestra de MYPES de la ciudad de Juanjuí en el período 2017.

De recolección de Datos:

Observación:

Es una técnica que nos permite mirar u observar de manera atenta el comportamiento de los objetos y/o fenómenos de un determinado problema.

Encuesta:

Esta técnica se puede aplicar a muchos individuos de forma simultánea, además se

requiere de un tiempo prudencial donde se permita responder con mesura las interrogantes planteadas.

Para el recojo de la información de la investigación se aplicara un cuestionario, el cual consta de 15 preguntas distribuidas en tres partes, la primero son datos generales la cual contiene 03 preguntas, la segunda parte contiene 06 interrogantes sobre la gestión de calidad y la tercera parte consta de 06 interrogantes relacionadas con la formalización de las empresas.

3.6 Plan de análisis de datos

El procesamiento, implica un tratamiento luego de haber tabulado los datos obtenidos de la aplicación de los instrumentos, a los sujetos del estudio, con la finalidad de apreciar el comportamiento de las variables. Para el análisis de los datos se empleó las técnicas estadísticas descriptivas como la media y desviación estándar de las puntuaciones obtenidas en la evaluación del propietario de las MYPES. También se elaboraron tablas de distribución de frecuencias y gráficos circulares y de barras para cada una de las variables en estudio.

3.7 Matriz de consistencia

Título de tesis	Enunciado del problema	Objetivos	Tipo y nivel de la investigación	Universo o Población	Variables
“caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las MYPES del sector comercialización - rubro venta de ropa para damas en el distrito de Juanjuí, 2017”.	¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la formalización en el sector comercio -rubro ventas de ropa para damas en el distrito de Juanjuí año 2017?	<p>Objetivo General:</p> <p>conocer las características de la gestión de calidad y formalización en las MYPES del sector comercio rubro ventas de ropas para damas del distrito de Juanjuí año 2017</p> <p>Objetivo Específico:</p> <p>Determinar las características de los representantes de las MYPES en el sector comercialización rubro venta de</p>	<p>No experimental:</p> <p>La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto</p> <p>Descriptivo:</p> <p>La investigación</p>	<p>La población en estudio está conformada por los propietarios de las MYPES del sector comercio, rubro venta de ropa para damas en el distrito de Juanjuí 2017 que suma un total 12 de MYPES.</p>	<p>Caracterización de la Gestión de calidad</p> <p>Formalización</p> <p>Comercialización rubro venta de ropa para damas.</p>

		<p>ropas para damas en el distrito de Juanjuí año 2017.</p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad en el sector comercialización rubro ventas de ropa en el distrito de Juanjuí año 2017. Determinar las características de la formalización en el sector comercialización rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjuí año 2017.</p>	<p>fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información.</p>		
--	--	--	--	--	--

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados.

Tabla N° 1 De las características de los representantes de las MYPES rubro ropas para damas.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
20 35 años	8	80.00
36 a 50 años	1	10.00
51 a más años	1	10.00
total	10	100.00
Género		
Masculino	3	30.00
Femenino	7	70.00
total	10	100.00
Grado		
Ninguno	0	0.00
Primaria	2	20.00
Secundaria	5	50.00
Superior no universitario	3	30.00
Superior universitario	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector comercio – rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjuí, año 2017.

Tabla N° 2 De la gestión de calidad.

¿Qué documentos de gestión usa para mejorar la calidad del servicio?.

Servicio	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
Documento de gestión de calidad	Frecuencia	Porcentaje
Plan de trabajo	4	40.00
Plan estratégico	6	60.00
Investigación de mercado	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	10	100.00
Implementación	Frecuencia	Porcentaje
Sí	3	30.00
No	7	70.00
A veces	0	0.00
Total	10	100.00
Capacitación al personal	Frecuencia	Porcentaje
Sí	4	40.00
No	3	30.00
A veces	3	30.00
Total	10	100.00
Evaluación al cliente	Frecuencia	Porcentaje
Sí	7	70.00
No	0	0.00
A veces	3	30.00
Total	10	100.00
Usa los TIC	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	60.00
No	4	40.00
A veces	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector comercio – rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjuí, año 2017.

Tabla N°3. De la formalización.

¿Su empresa es formal?

De La formalización de la empresa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	9	90.00
No	1	10.00
Total	10	100.00
Beneficios de la formalización	Frecuencia	Porcentaje
Aumento de las ventas	4	40.00
Acceso al crédito financiero	5	50.00
A veces	0	0.00
Ninguno	1	10.00
Total	10	100.00
Asesoría de entidades	Frecuencia	Porcentaje
Sí	8	80.00
No	2	20.00
Total	10	100.00
Aumenta los costos laborales	Frecuencia	Porcentaje
Sí	6	60.00
No	4	40.00
Total	10	100.00
Formalizaría su empresa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
Contribuye a expansión	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector comercio – rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjuí, año 2017.

4.2. Análisis de resultados

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjui - 2017". Se determinó en la tabla 1 que los representantes legales o administradores generalmente en un 80% cuentan con edades entre 20 a 35 años, asimismo el 10% tienen edades comprendidas entre 36 a 45 años. En cuanto al sexo de los representantes ; se determinó que en un 70% pertenecen al sexo femenino, mientras que un 30% son de sexo masculino. Esto se compara con los resultados de Sandoval(2016) Del 100% de los representantes legales de las MYPES encuestados se puede afirmar que el 42 % de los representantes tienen entre 20 y 35 años, y el 75% son de género masculino, el 42 % solo tienen estudios secundarios, el 42% de los representantes legales de las MYPES encuestados son técnicos.

Con respecto a la Variable Gestión de calidad, en relación a los documentos que utilizan en un 60% son el plan estratégico y en un 40% el plan de trabajo. En cuanto su implementación en un 70% no implementaron solo en un 30% si implementaron, lo que significa que no hay preocupación por parte de esta MYPES en cuanto a la utilización de las TICs en un 60% Comparando con Sandoval(2016), De las MYPES en estudio el 92% utilizan las redes sociales para atención al cliente, el 42% utiliza la radio para la publicidad del producto de las MYPES. El término gestión de calidad tiene significados específicos dentro de cada sector del negocio. Esta definición, no apunta al aseguramiento de la buena calidad por la definición más general sino a garantizar que una organización o un producto. La gestión de calidad se centra no solo a la calidad de un producto o servicio, sino que a los medios para obtenerla. Por lo tanto, la gestión de calidad utiliza al aseguramiento de la calidad y el control de los procesos para obtener

una calidad más consistente. (wikipedia, 2012). El aseguramiento de la calidad nace como una evolución natural del control de la calidad, que resulta limitado y poco eficaz para prevenir la aparición de defectos. Un sistema de calidad se centra principalmente en garantizar que lo que ofrece una organización cumple con las especificaciones establecidas previamente entre la empresa y el cliente, asegurando una calidad continua a lo largo del tiempo. (Orozco, 2004).

El aseguramiento de la calidad es la actividad que proporciona evidencia de que se puede confiar en que la función calidad se ha llevado a cabo con efectividad. Se entiende por función de la calidad: al conjunto de actividades a través de las cuales se alcanza la aptitud para el uso, sin importar el lugar en el que se realizan (Juran, 1990, pág. 217).

La calidad o es mente ni materia, aunque una tercera entidad independiente de las dos... No se puede definir, pero sabemos lo que es. Se sugiere que la calidad, es una simple y no analizable propiedad que aprendemos a reconocer solo a través de la experiencia. La importancia de este enfoque solo se entiende parcialmente ya que se ha investigado poco en esa área, sin embargo se afirma que un consumidor que compra un producto o servicio, lo hace porque el enfoque de la calidad desarrollado bajo esta premisa está positivamente reforzado por la compra y consecuente uso. (Sewell., 2006).

Una estrategia de diseño basada en el producto, donde la calidad está determinada como una variable precisa y medible las diferencias en calidad reflejan las diferencias en la cantidad de cierto ingrediente o atributo del producto. (James, 2001)

Las definiciones se basan en la premisa de que la calidad solamente la determina el usuario. Se considera que los consumidores individuales tienen diferentes gustos y necesidades, y los artículos que mejor satisfacen sus preferencias son considerados como

los que poseen una mayor calidad percibida. Esta visión por supuesto es altamente subjetiva. (James, 2001)

Los fabricantes utilizan generalmente una estrategia de fabricación. Este hecho también sugiere el punto de partida del concepto de Crosby de la conformidad con los requisitos. La estrategia de fabricación busca asegurar que se minimicen las desviaciones del modelo estándar, ya que estas reducen la calidad del producto fabricado. (James, 2001).

Según la variable formalización en un 90% de las MYPES están formalizados solo un 10% no lo están, si es que se formalizarían en un 50% dicen que aumentarían el acceso al crédito financiero. Antes de otorgarle un crédito en un 80% recibieron asesoría , y si darían oportunidades en un 100% se formalizarían .

La formalización representa el uso de normas en una organización. La codificación de los cargos es una medida de la cantidad de normas que definen las funciones de los ocupantes de los cargos, en tanto que la observancia de las normas es una medida de su empleo (Hage y Aikes). La formalización aparece naturalmente cuando las organizaciones crecen, sea por el estilo de gestión o por condiciones de su entorno, algunas instituciones desarrollan características extremas, perdiendo flexibilidad. Las sucesivas generaciones de dirigentes que la organización pone al frente crean condiciones de distorsión de la formalización. (Gabriela, 2011).

De acuerdo al artículo 4° de la Ley 28015 afirma que el Estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacionales, Regionales y Locales.

V.CONCLUSIONES

Las edades de los representantes legales son de personas jóvenes, la relación que tienen en las tomas de decisiones son acertadas ya que están en la edad de 20 a 35 años de edad. En el género, se observa que es el sexo femenino son la gran mayoría quienes dirigen las empresas en este rubro . El grado de estudios en su gran mayoría es de educación secundaria, ya que en este rubro no necesitan tener grados superiores. Con respecto a la gestión de calidad se demuestra que en su gran mayoría están de acuerdo con la necesidad del cliente de los tres documentos de gestión, escogieron el plan estratégico, en la implementación de la empresa en su gran mayoría no son implementadas, en cuanto a la evaluación de satisfacción un gran número dijeron que sí. En su gran mayoría de los encuestados son empresas formales. En cuanto a la formalización si están formalizados es por que contribuye a la expansión de sus ventas y por ende aumenta los costos laborales.

Referencias bibliográficas

- Barrantes Linares, B. A. (2009). *Propuesta de mejora de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el sector hotelero del distrito de Chimbote*. chimbote.
- Berra, N. (08 de Julio de 2012). La Voz. Recuperado el 13 de Agosto de 2013, de La Voz: <http://www.lavoz.com.ar/suplementos/negocios/como-lograr-mayor-compromiso-personal-con-empresa>
- Cantú Delgado, H. (2001). Desarrollo de una cultura de calidad. México, : 1 Mc. Graw Hill.
- Carrasco, J. B. (2001). Gestión de Procesos. Santiago, Chile: Ed. Evolución S.A.
- Cortes(2010) La territorialidad de las Mipymes en la política pública de formalización empresarial. Con referencia en las Mipymes y programa Cultura E de la Comuna Uno – Popular – de la ciudad de Medellín.[Extraído el 23 de julio del 2017], disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/2253/1/71659988.2010.pdf>.
- Ecured. (26 de agosto de 2017). Obtenido de https://www.ecured.cu/Gestión_de_la_calidad
- Herrera, N(2009).Plan de negocios para producir y comercializar confecciones con un excelente nivel de diseño y calidad, siñiendonos al cumplimiento cabal que exige el marco de la responsabilidad social empresarial, con énfasis en el capital humano.[extraído el 20 de junio del 2017], disponible en <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis443.pdf>.
- Hill, C. W., & Jones, G. R. (2005.). Administración Estratégica. Un enfoque integrado. México: Mc. Graw Hill.
- James, P. (2001). blog. Obtenido de blog: <http://www.educaycrea.com/2012/12/enfoques-de-calidad/>
- Juran, J. M. (1990). Juran y la planificación para la calidad. Malaga: Diez de Santos.
- Kotler, P. (1998). Mercadotecnia de hoteles y restaurantes. EE.UU: Editorial Prentice.

- Orozco, L. C. (13 de Julio de 2004). monografias.com. Recuperado el 16 de Junio de 28, de Sistemas de Calidad en centros de investigación : en <http://www.iie.org.mx/sitio/pub/bolsc00.htm>.
- Palacios, J. (25 de abril de 2011). *monografias*. Obtenido de monografias: <http://www.monografias.com/trabajos84/micro-y-pequena-empresa-mypes/micro-y-pequena-empresa-mypes.shtml>
- Sandoval, J(2016), en su tesis “Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro imprentas de la ciudad de Juanjui año 2015-2016”.
- Santos, G. S. (7 de diciembre de 2004). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos16/micro-empresa/micro-empresa.shtml>
- Sewell., C. (2006). *Cientes para siempre*. México: Mc. Graw Hil.
- Sicele. (2010). *Relaciones y alianzas mutuamente beneficiosas con el proveedor. La calidad en la certificación lingüística*, 56.
- Mallar, M. Á. (14 de Junio de 2010). Scielo. Recuperado el 13 de Agosto de 2013, de Scielo: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1668-87082010000100004&script=sci_arttext
- Medina, L., & Flores M, L. (15 de 11 de 2008). *Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las MYPEs del sector turismo de la localidad de Huancavelica* . Recuperado el 21 de Diciembre de 2013, de *Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las MYPEs del sector turismo de la localidad de Huancavelica* : <http://www.monografias.com/trabajos87/incidencia-financiamiento-rentabilidad-mypes/incidencia-financiamiento-rentabilidad-mypes2.shtml>
- Mendieta Izquierdo, J. (2009). *La capacitación y el éxito*. Lima-Perú: Magazin revistas.

Navarra, T. U. (07 de marzo de 2008). pdf. Obtenido de pdf:
<http://www4.tecnun.es/asignaturas/gecalidad/ClasesPP/T2.pdf>

Pérez Rodríguez, Y. (24 de septiembre de 2005.). La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial . Recuperado el 13 de Agosto de 2013, de La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial :
http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol13_6_05/aci040605.htm#cargo

Vargas, E (2016), “ Caracterización de competitividad y rentabilidad de las MYPE rubro Autoboutique de la provincia de talara, año 2016”[Extraído el 12 de julio del 2017], disponible en
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1041/COMPETITIVIDAD_RENTABILIDAD_VARGAS_CARRERA_ERICK_PAUL.pdf?sequence=1

ANEXOS



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado **“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIALIZACIÓN - RUBRO VENTA DE ROPAS PARA DAMAS EN EL DISTRITO DE JUANJUI, 2017”**

ENCUESTA.

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

Encuestado(a):.....**Fecha:**...../...../.....

MYPE encuestada:

A. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPES:

1. Edad del representante legal de la empresa:

De 20 a 35 b) De 36 a 50 c) De 51 a más

2. Género del representante legal de la empresa:

a) Masculino b) Femenino.

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

- a) Ninguno
- b) Primaria:
- c) Secundaria
- d) Superior universitaria

e) Superior no universitaria

B. DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD

4. ¿Su servicio está de acuerdo a la necesidad del cliente?

Sí No.....

5. ¿Qué documentos de gestión usa para mejorar la calidad del servicio?

- a). Plan de trabajo
- b). Plan estratégico
- C). Investigación de mercados

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

Sí..... No..... A veces.....

7. ¿Su empresa capacita al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente?

Sí..... No..... A veces.....

8. ¿Evalúa usted el nivel de satisfacción del cliente en el servicio de calidad?

Sí..... No..... A veces.....

9. ¿Usa las TIC (Tecnología de la Información y Comunicación) en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto?

Sí..... No..... A veces.....

C. DE LA FORMALIZACIÓN

10. ¿Su empresa es formal?

Sí..... No.....

11. ¿Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa?

- 1. Aumento de las ventas
- 2. Acceso al crédito financiero 49
- 3. Participa en licitaciones públicas

12. ¿Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial?

Sí..... No.....

13. ¿Considera que la formalización aumenta los costos laborales?

Sí..... No.....

14. ¿Si el estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES, Formalizaría su empresa?

Sí..... No.....

15. ¿Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización del producto por su empresa?

Sí..... No..... A veces.....

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	MESES			
	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
Estudio de la Bibliografía	x	x	x	x
Estudio del Abordaje Teórico-metodológico	x	x	x	x
Elaboración del Proyecto	x	x	x	x
Pruebas de los Instrumentos de Investigación	x			
Ejecución del Proyecto		x	x	
Análisis de Datos		x	x	
Interpretación de los resultados			x	
Elaboración del informe				x

Presupuesto invertido durante la elaboración de la tesis

PRESUPUESTO INVERTIDO DURANTE LA ELABORACION DE LA TESIS								
DESCRIPCION	MESES DE INVERSION				UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO S/.	PRECIO TOTAL S/.
	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO				
MATERIALES DE ESCRITORIO								
Papel Bond A4	1	1	1	1	Unidad	4	14,00	56.00
Lapicero	1	1	1	1	Unidad	4	1,00	4.00
Lápiz	1		1		Unidad	2	0,05	1.00
Corrector		1			Unidad	1	3,00	3.00
Engrapador	1			1	Unidad	1	8,00	16.00
Clip		1			Unidad	1	3,00	3.00
Resaltador			1		Unidad	1	3,00	3.00
Fólder Manila		1			Unidad	25	0,32	8.00
USB - 4GB		1			Unidad	1	35,00	35.00
Perforador	1				Unidad	1	20,00	20.00
Laptop	1				Unidad	1	1000,00	1000.00
Folder manila	1	1	1	1	Unidad	4	1,00	4.00
SUB TOTAL								1.153.00
SERVICIOS DE IMPRESIÓN Y OTROS								
Espiralado				3	Servicio	3	20,00	60.00
Copias	40	40	80	80	Servicio	240	0,10	24.00
Internet	1	1	1	1	Servicio	4	30,00	30.00
Empastado				3	Servicio	3	66,60	200.00
Impresión				4	Servicio	332	0,5	166.00
SUB TOTAL								480.00
SERVICIOS DE MOVILIDAD								
Pasaje locales	4	4	4	4	Servicio	16	2,00	32.00
Pasaje. Juanjuí – tingo maría	75.00	75.00	75.00	75.00	Servicio	4	75,00	300.00
Pasaje Tingo María - Juanjuí	75.00	75.00	75.00	75.00	Servicio	4	75,00	300.00
Hospedaje (Hospedaje)	50.00	50.00	50.00	50.00	Servicio	4	50,00	200.00
SUB TOTAL								832.00
ALIMENTACION								
Desayuno	8	5	8	6	Servicio	4	7,00	28.00
Almuerzo	8	8	8	8	Servicio	4	8,00	32.00
Cena	5	5	5	5	Servicio	4	5,00	20.00
SUB TOTAL								80.00
TOTAL								2545.00

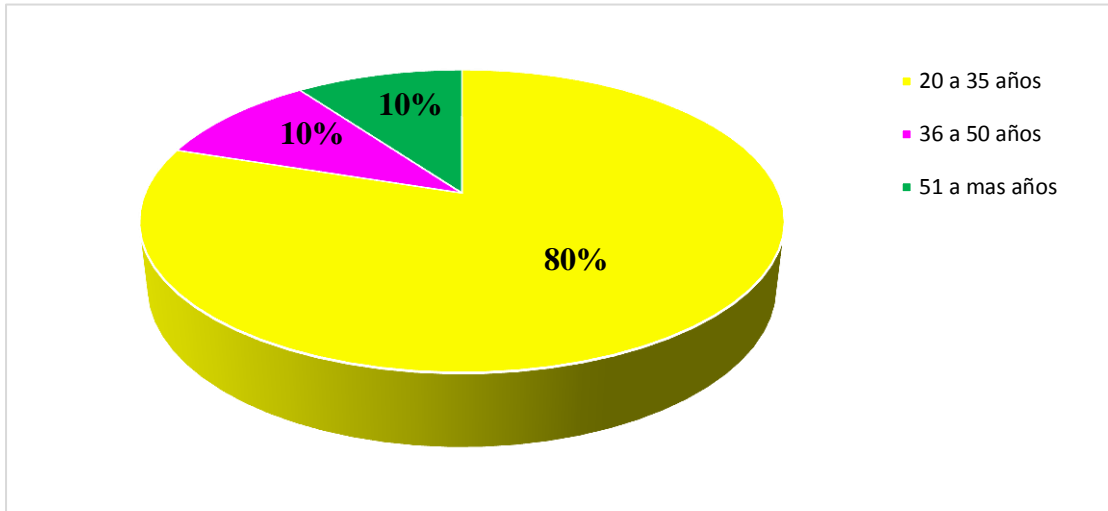
Financiamiento: El presente trabajo de investigación será autofinanciado.

Población y muestra

MYPES EN LA VENTA DE ROPAS PARA DAMAS EN EL DISTRITO DE JUANJUÍ, AÑO 2017	
MYPES	DIRECCIÓN
EL PRINCIPITO	JR. Mariscal Cáceres C -3
MODA FASHION	JR. Mariscal Cáceres C -2
INVER. OFERTAS POMA.	JR. Leticia N° 950
MARYFER	JR. JR. Leticia N° 1040
NOVEDADES RYAN	JR. Leticia N° 932
ROSA	JR. Leticia N° 942
COOPORACION FARROÑAN	JR. Leticia N° 812
NOVEDADES SANDOVAL	JR. Leticia N° 813
MONDRAGON CUBAS	JR. Ed. Peña Meza. C -10
EL ELEGANTE	JR. Leticia C 10 -

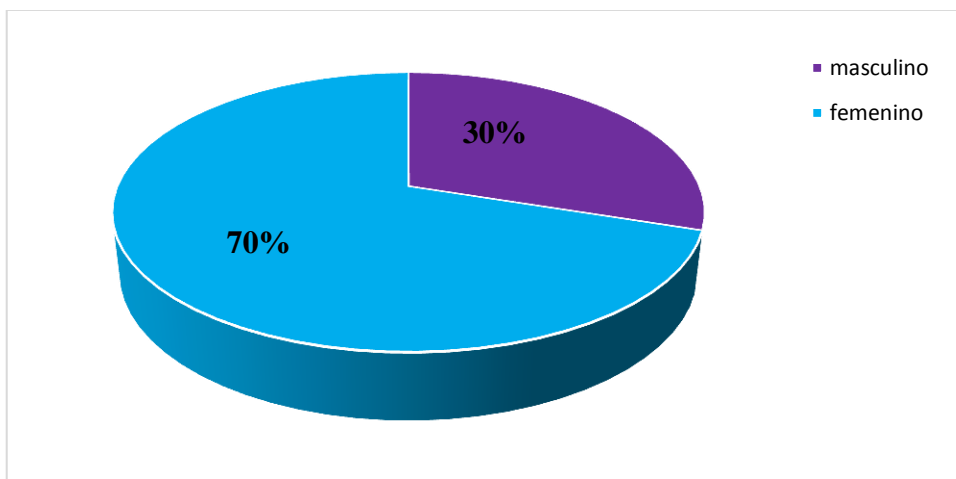
Figura N.- 1: Datos generales del representante legal de las MYPES del sector comercio rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjuí 2017

Edad de los representantes.



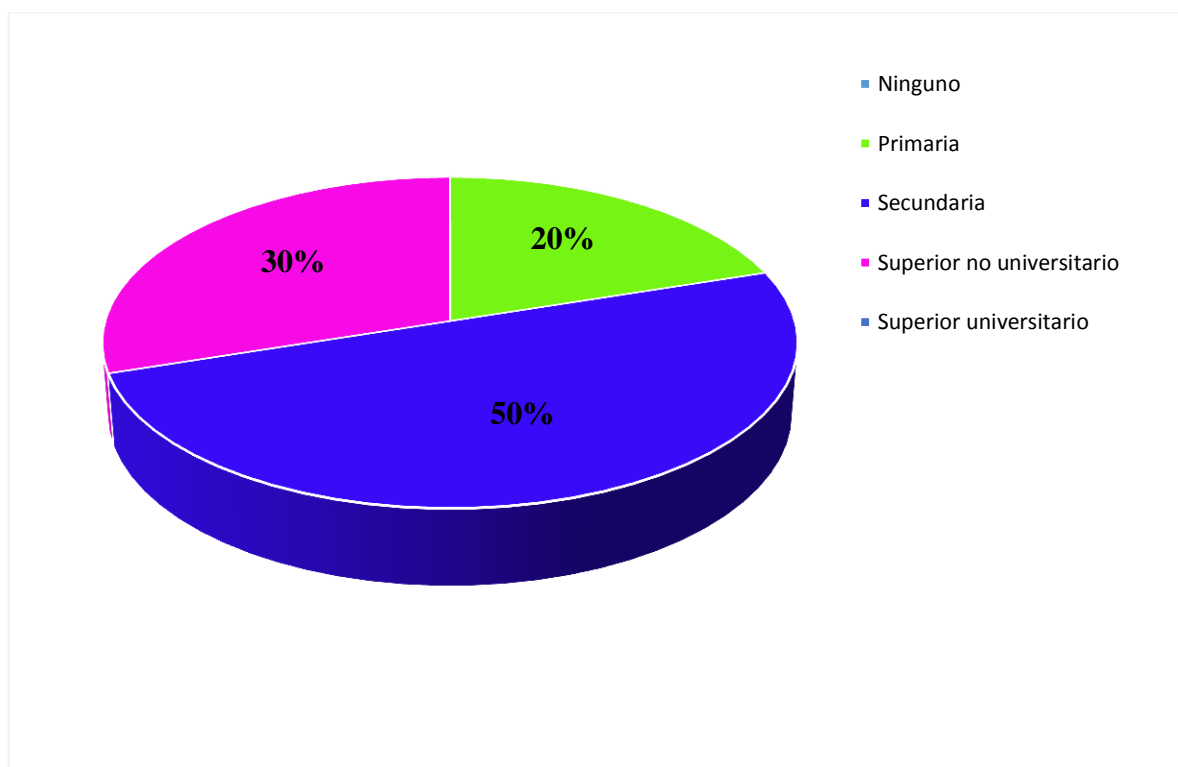
Fuente Tabla N°1

Figura N° 02. Género de los representantes.



Fuente Tabla N°1.

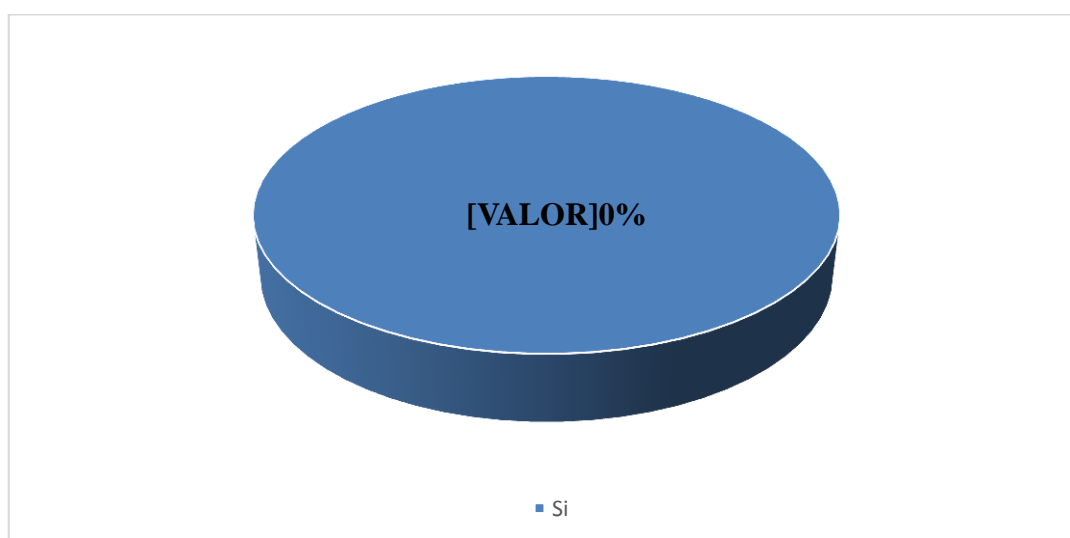
Figura N° 03. Grado de instrucción del representante legal de la empresa.



Fuente: Tabla 1.

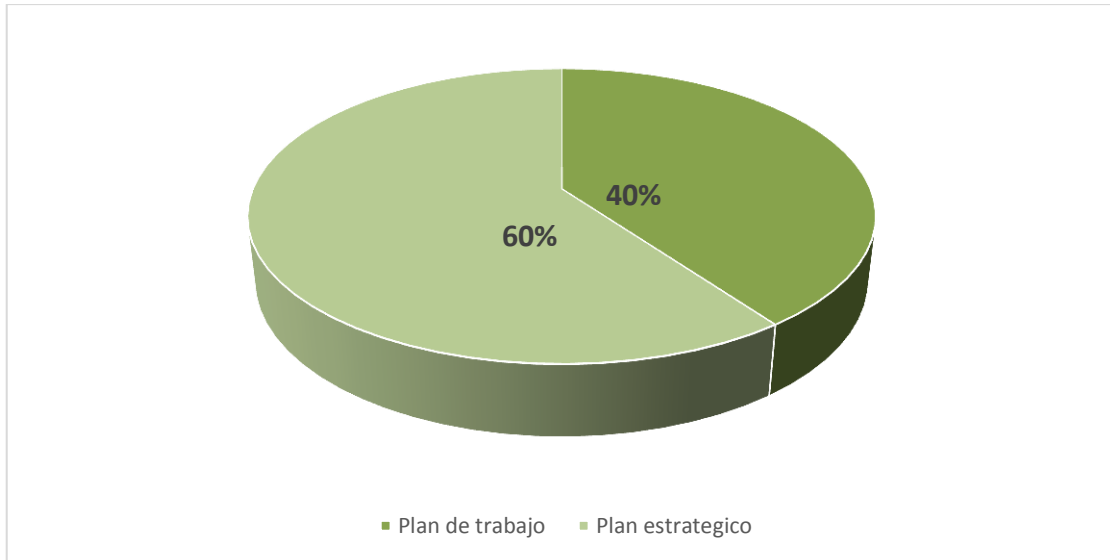
Con respecto a la gestión de calidad.

Figura N°04. ¿Su servicio está de acuerdo a la necesidad del cliente?



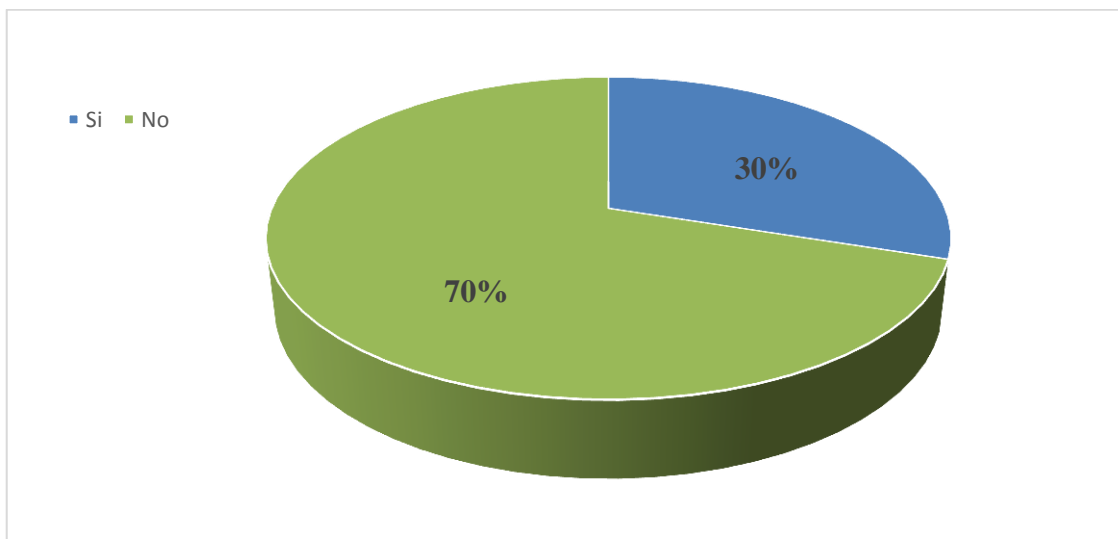
Fuente: Tabla 2

Figura N° 05 ¿Qué documentos de gestión usa para mejorar la calidad del servicio?



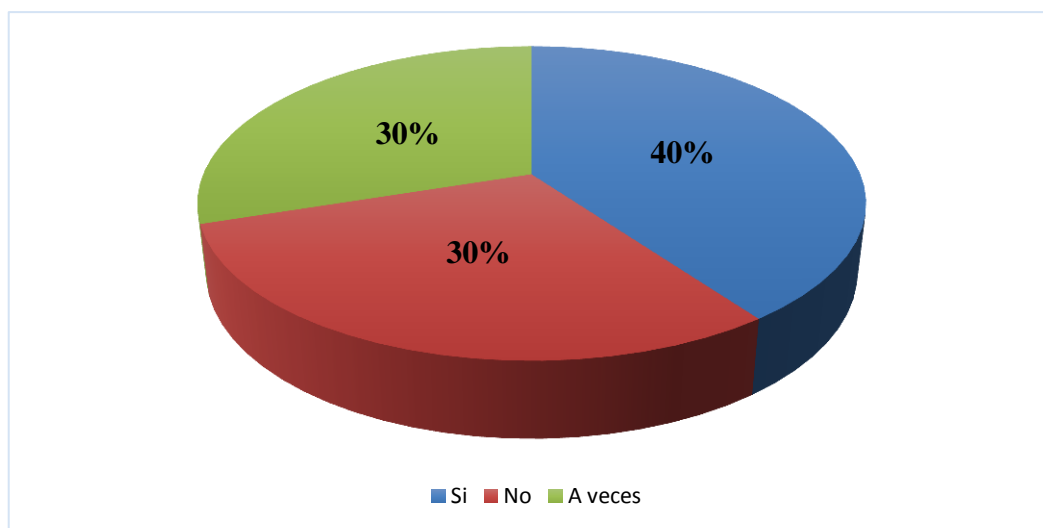
Fuente: Tabla 2.

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



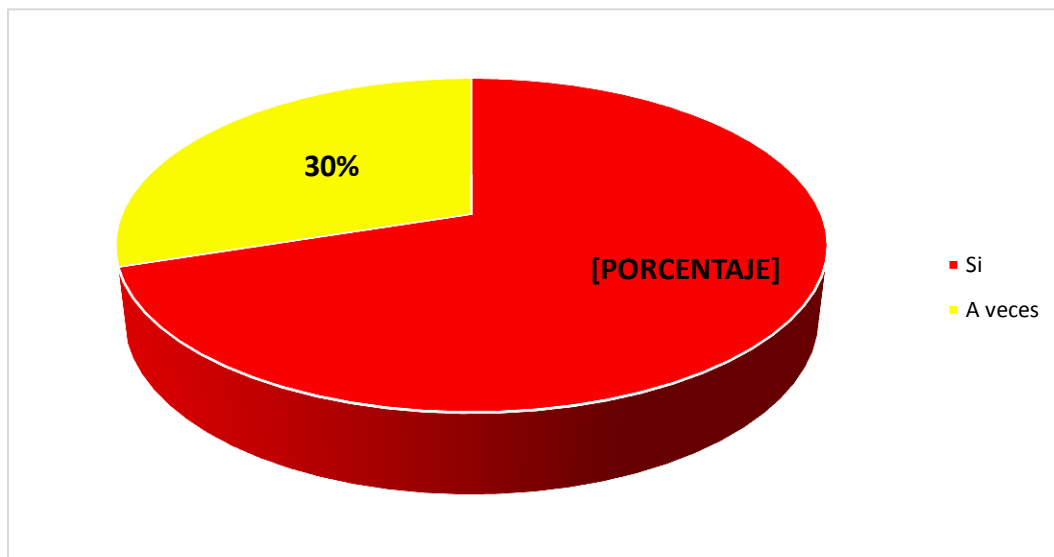
Fuente: Tabla 2

Figura N° 07 ¿Su empresa capacita al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente?



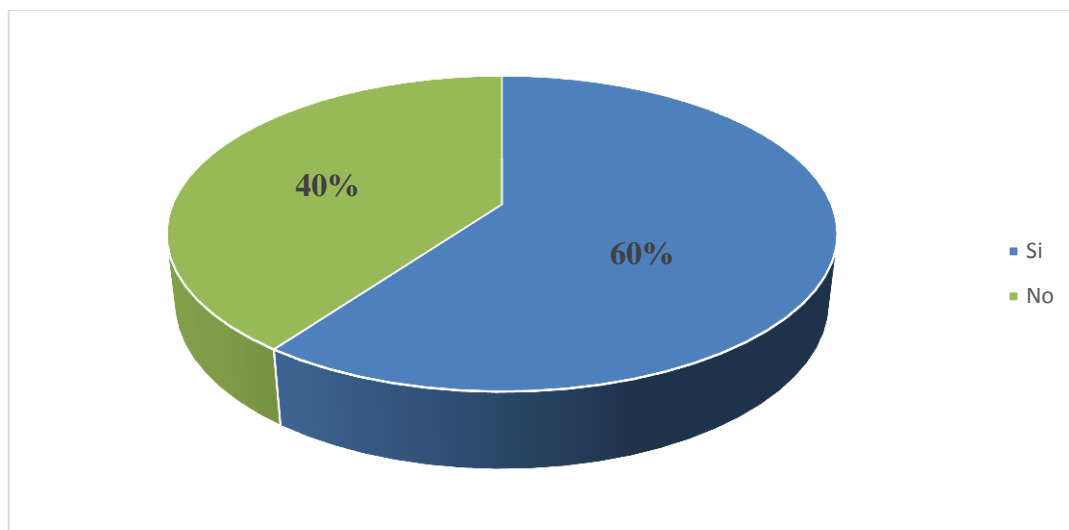
Fuente: Tabla 2

Figura N° 8 ¿Evalúa usted el nivel de satisfacción del cliente en el servicio de calidad?



Fuente: Tabla 2

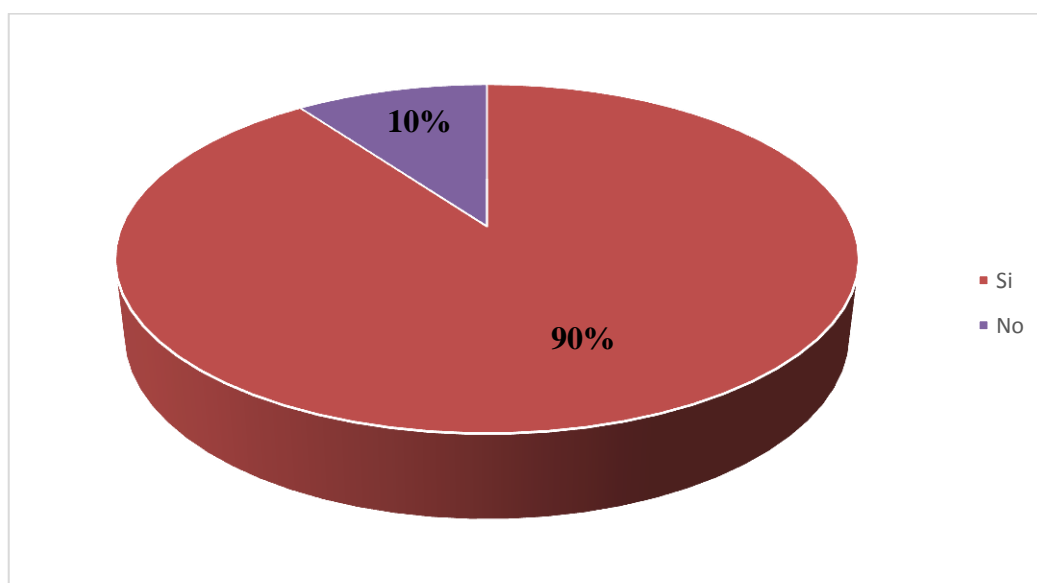
Figura N° 9. ¿Usa las TIC (Tecnología de la Información y Comunicación) en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto?



Fuente: Tabla 2

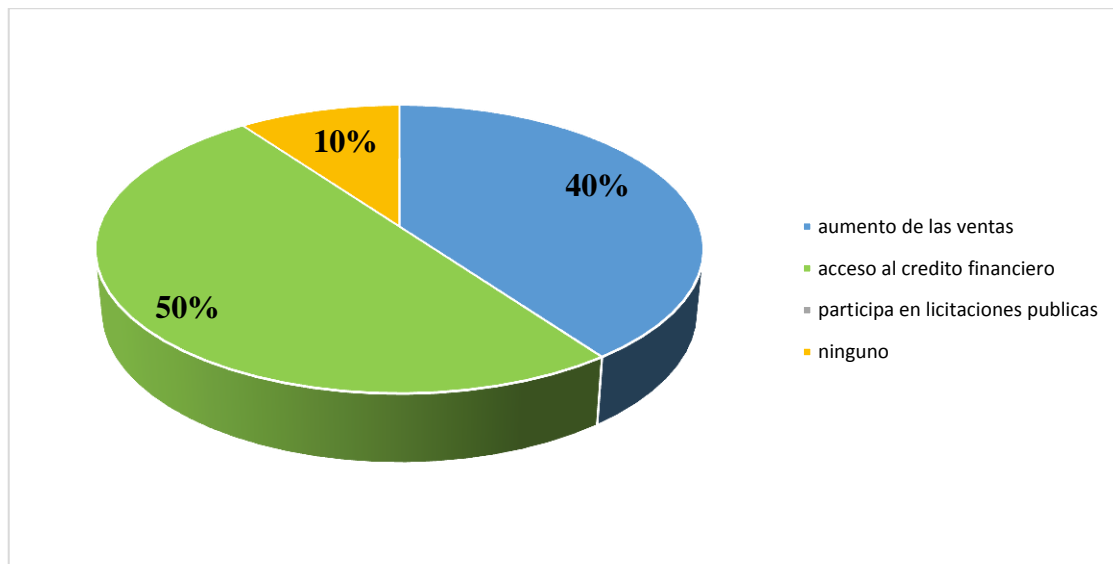
Con respecto a formalización.

Figura N° 10 ¿Su empresa es formal?



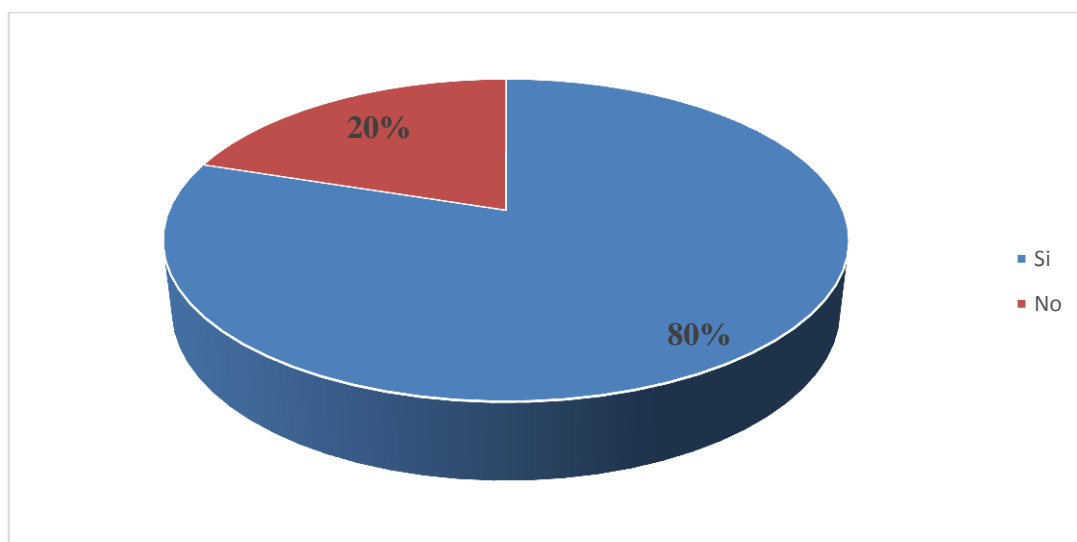
Fuente: Tabla 2.

Figura N° 11 ¿Qué beneficios cree usted que obtendría con la formalización de su empresa?



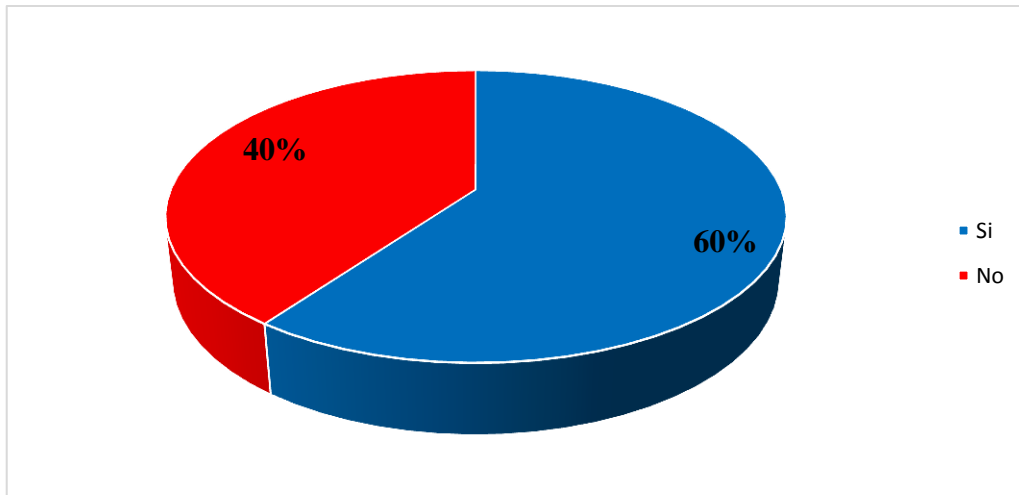
Fuente: Tabla 3.

Figura N° 12. ¿Ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial?



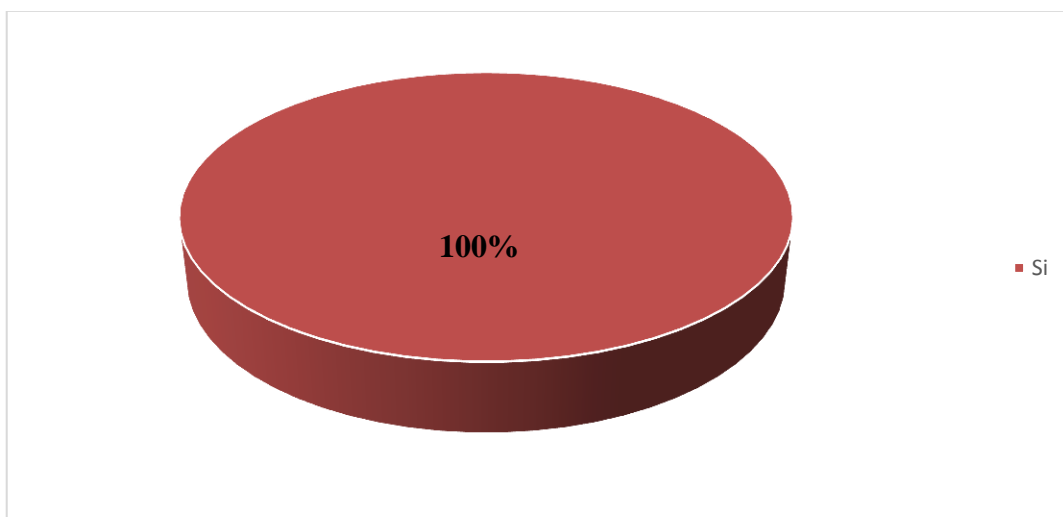
Fuente: Tabla 3.

Figura N° 13. ¿Considera que la formalización aumenta los costos laborales?



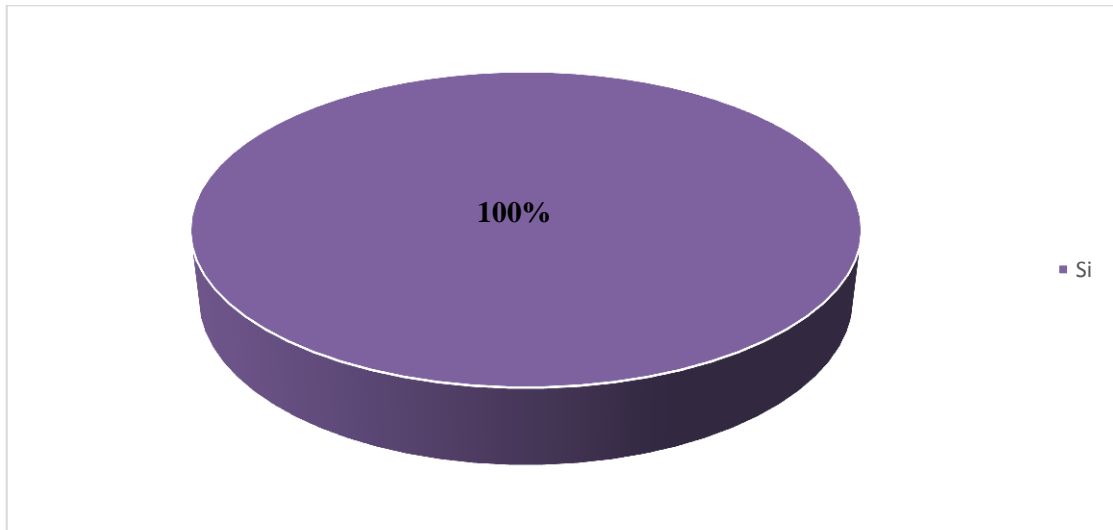
Fuente: Tabla 3.

Figura N° 14. ¿Si el estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES, Formalizaría su empresa?



Fuente: Tabla 3.

Figura N° 15. ¿Considera que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización del producto por su empresa?



Fuente: Tabla 3

Área geográfica del estudio

La actual ubicación geográfica de Juanjuí, como ciudad, se debe a su fundador, el español **José Gaspar López Salcedo** quien llegó al Perú en 1817 acompañado de otro militar español de nombre **Pedro Vásquez**. De fuentes de los tataranietos de Gaspar López se sabe que cuando se produjo el desembarco de las fuerzas libertadoras del General José de San Martín, el entonces Gobernador de Trujillo, José Bernardo de Torre Tagle, decidió plegarse a la causa independentista revelándose contra la autoridad del Rey de España y declarando la independencia de Trujillo el 29 de diciembre de 1820. Torre Tagle decidió licenciar a sus tropas y que ellos escojan la causa que defenderían. Entre estos estaba el español Gaspar López, quien decidió continuar fiel a la causa real, marchándose junto con algunos hombres hacia Chachapoyas en donde se reorganizaban los ejércitos realistas para enfrentar al general patriota Álvarez de Arenales. El enfrentamiento se produjo el 6 de junio de 1821 en la batalla de Higos Urco en donde fueron derrotados los realistas y desorganizados, es entonces cuando López Salcedo, Pedro Vásquez y algunos realistas más decidieron seguir luchando por la causa realista y marcharon hacia Moyobamba con la esperanza de encontrar nuevas fuerzas a las cuales integrarse, situación que no prosperó dado que al llegar a esta ciudad se encontraron con una férrea resistencia patriota; meses más tarde vendría todo esto en la declaración de la independencia de Moyobamba ocurrida el 19 de agosto de 1821, hecho que desalentó y derrumbó definitivamente los sueños monárquicos de aquellos militares españoles. Decepcionado, López Salcedo decide abandonar las armas y buscar en la tranquilidad de la ciudad de Lamas el inicio de una nueva vida. Es así que en esta ciudad contrae matrimonio y se dedica a las actividades agrícolas. Al relacionarse con la gente

trabajadora del lugar se informa de la existencia del caserío de Chacho en las orillas del Río Huallaga, distante sólo a tres días de camino desde Lamas. Le contaron de la abundancia de peces y animales del monte, lo que hizo renacer su espíritu aventurero. Muy pronto decidió un viaje al lugar en compañía de amigos convenciéndose de la realidad de las versiones que hablaban de la abundancia de recursos comestibles, después del cual hizo dos viajes más, en el último decidió hacerlo con su esposa y su hijo peruano, con la intención de quedarse allí.

Era el año 1826, formando ya parte de la población de Chacho, se percató que el lugar ideal para ampliar el pueblo, era la pampa aledaña a la margen izquierda de la quebrada de Juanjuicillo, pero el curaca “Llullunco” se oponía férreamente a esto. López Salcedo tuvo que esperar a que muriera el curaca para convencer a la gente de la necesidad de reubicar el poblado con miras a un futuro desarrollo. La tarea duró muchos meses, debido a que se tuvo que tumbar árboles, luego de lo cual se trazó el cuadrilátero de lo que sería la Plaza de Armas, lotizándose los terrenos del contorno y cuadras cercanas. Se fundó la capilla en el lugar donde ahora se ubica el ex cine Lux y allí se hizo la ceremonia de fundación de la nueva ciudad el 24 de septiembre de 1827.