



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MEJORA CONTINUA DE
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO VENTA MINORISTA DE CALZADO
PARA DAMAS EN EL CENTRO COMERCIAL SANTA
MARÍA, DISTRITO DE CHIMBOTE, 2016

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

AUTORA:

Br. DIANA YURISEL GONZALES FLORES.

ASESOR:

Dr. REINERIO CENTURIÓN MEDINA.

CHIMBOTE - PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR

Dr. José German Salinas Gamboa

Presidente

Mgrt. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Mgrt. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la bendición y fuerzas necesarias para culminar satisfactoriamente mi estudio de investigación.

A mi asesor, Dr. Adm. Reinerio Centurión Medina, por ser mi guía durante el periodo de estudio de investigación.

A mis padres, por ser aquellas personas que me brindaron educación, valores y apoyo para salir adelante durante este periodo de estudio.

DEDICATORIA

A Dios por darme la inteligencia y sabiduría, permitiéndome lograr mis objetivos, por darme la oportunidad de fortalecerme e iluminar mi camino, demostrando mis conocimientos durante este periodo de investigación.

A mi asesor de estudio, Dr. Adm. Reinerio Centurión Medina, por ser aquella persona que me brindó su apoyo durante el estudio de investigación, y por ser mi guía diaria, enseñándome paso a paso el desarrollo de la investigación.

A mis padres, por darme su apoyo en poder realizar mis estudios, su comprensión y por las fuerzas que me daban día a día para lograr satisfactoriamente el estudio de investigación.

RESUMEN

En el presente estudio de investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016. La investigación fue de diseño no experimental-transversal. A su vez, para el recojo de información se tuvo una población de 24 Micro y pequeñas empresas, y se escogió una muestra dirigida de 12 Micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 100% consideran importante la calidad del servicio. El 41,8% utilizan la planificación para desarrollar la Gestión de Calidad en el negocio. El 58,4% planifican en darle una mejora en sus productos y así mejorar el negocio. El 58,4% realizan capacitaciones para mejorar la calidad en el negocio. El 41,6% utilizan la moda y estación para cumplir las expectativas de sus clientes. El 58,4% entregan un producto de regalo. El 50% utilizan la motivación al personal. Se concluyó que considera importante la calidad del servicio en el negocio, utilizan como base la planificación para el desarrollo de la Gestión de Calidad, mejoran sus productos para mejorar el negocio, otorgan capacitaciones referidas a mejorar la calidad dentro del negocio, utilizan como base la moda y estación para la venta de sus productos, otorgan valor agregado al producto y dar motivación al personal.

Palabras clave: Gestión de Calidad, Micro y Pequeñas Empresas, Mejora Continua.

ABSTRACT

In the present investigation study it had like target, to determine the main characteristics of the quality Management in the continuous progress of the Mike and Small enterprises of the sector I trade, title retail sales of footwears for checkers in the Shopping center Santa Maria, District of Chimbote, 2016. The investigation was of not experimental - transverse design. In turn, for the information recojo there was had a population of Micro 24 and small enterprises, and there was chosen a guided sample of Micro 12 and small enterprises, to whom there was applied a questionnaire of 18 closed questions, using the skill of the survey obtaining the following results: 100 % considers the quality of the service to be important. 41,8 % uses the planning to develop the quality Management in the business. 58,4 % plans in giving him a progress in its products to be able to improve in the business. 58,4 % realizes trainings to improve the quality in the business. 41,6 % uses the fashion and station to fulfill the expectations of its clients. 58,4 % delivers added value to the product. 50 % uses the motivation to the personnel. One concluded that he considers the quality of the service to be important in the business, they use the planning as a base for the development of the quality Management, they improve its products to improve the business, they grant trainings recounted to improving the quality inside the business, they use as I base the fashion and station for the sale of its products, they grant added value to the product and to give motivation to the personnel.

Keywords: Quality Management, Micro and Small Businesses, Continuous Improvement

CONTENIDO

1. Título de Tesis.....	i
2. Hoja de firma de jurados.....	ii
3. Hoja de agradecimiento.....	iii
4. Resumen y Abstract.....	v
5. Contenido.....	vii
6. Índice de tablas, cuadros y gráficos.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	
2.1. Antecedentes.....	11
2.2. Bases Teóricas.....	17
2.3. Marco Conceptual.....	37
III. HIPÓTESIS.....	42
IV. METODOLOGÍA	
4.1. Diseño de la Investigación.....	43
4.2. Población y Muestra.....	43
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	44
4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	48
4.5. Plan de Análisis.....	48
4.6. Matriz de Consistencia.....	50
4.7. Principios Éticos.....	54
V. RESULTADOS	
5.1. Resultados.....	55
5.2. Análisis de Resultados.....	60
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	67
Referencias.....	69
Anexos.....	73

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1: Características de los Representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.....	55
Tabla 2: Características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.....	56
Tabla 3: Características de la Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.....	57
Figuras (Anexos)	
Figura 1: Edad del Representante.....	83
Figura 2: Género del Representante.....	83
Figura 3: Grado de Instrucción.....	84
Figura 4: Grado de Permanencia en el cargo.....	84
Figura 5: Tamaño de la Empresa.....	85
Figura 6: Objetivo de la creación de la Empresa.....	85
Figura 7: Tiempo de permanencia en el rubro.....	86
Figura 8: Número de Trabajadores.....	86
Figura 9: Calidad del servicio para el negocio.....	87
Figura 10: Gestión de Calidad en el Negocio.....	87
Figura 11: Planificar mejor en el negocio.....	88
Figura 12: Capacitación de mejorar la calidad.....	88
Figura 13: Cumplimiento de expectativas de los clientes.....	89
Figura 14: Mejora continua en el negocio.....	89
Figura 15: Valor agregado en los productos.....	90
Figura 16: Trabajo en equipo para obtener mejores resultados.....	90
Figura 17: Mejorar en la atención al cliente.....	91
Figura 18: Cumplimiento de actividades.....	91

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las Micro y pequeñas empresas (MYPES), son de mucha importancia ya que cumple un rol sumamente importante para mejorar la productividad de un país, de tal modo que proporcionan puestos de trabajo, reducción de pobreza, incentivan a personas a que tengan una meta emprendedora, mejora la actividad económica del país, generando mayores ingresos y mejor calidad de la persona y población. Anteriormente, cuando no existían estas pequeñas empresas, el país se veía reflejado con alta tasa de pobreza, bajos ingresos en las familias, bajo capital, entre otros; es por ello que hoy en día las Micro y pequeñas empresas (MYPES) cumplen un rol muy importante en la economía del País, se le denomina como la solución al problema de cada punto mencionado anteriormente, mejorando la calidad y economía. A decir verdad, toda empresa suele pasar por altos y bajos, existen algunas de estas Micro y pequeñas empresas (MYPES) que no tuvieron éxito durante su ejecución del proyecto, esto se debe a que existen diversos factores negativos que a toda empresa le pueda suceder, tal como: falta de Gestión de Calidad, deficiencia de la infraestructura, deplorable atención al cliente, bajo capital, no cuentan con personas realmente capacitadas, sino con personas conocidas, a su defecto origina que los clientes se sientan insatisfechos con el servicio brindado, puesto que el emprendedor no opta por obtener conocimientos sobre la Gestión de Calidad para la mejora continua de las Micro y pequeñas empresas (MYPES). En este contexto, se basará acerca de la problemática que hoy en día existe en el Centro Comercial Santa María en Chimbote, en la venta de calzado para damas, se ha visualizado que gran parte de los representantes de estas Micro y pequeñas empresas (MYPES) cuentan con personal que se encargan de realizar su proceso de ventas, y no son ellos mismos quienes deben estar en su puestos verificando o haciendo un buen control acerca del servicio brindado, la capacidad del trabajador, las estrategias de sus competidores para tomarlos en cuenta y mejorarlos, por otra parte, uno de los problemas observados es que el empresario no opta por dar una capacitación a los trabajadores, son ellos mismos quienes lo necesitan para fijar bien los precios y brindar un servicio de calidad, trabajando en equipo.

“Las Micro y pequeñas empresas (MYPES) se originan por la necesidad de crear mecanismos de integración productiva de naturaleza vertical entre microempresas de un mismo sector a fin de ganar competitividad, por otro lado, las microempresas se crean por el vacío que genera la propia Imperfección del mercado y sobre todo por la incapacidad de las grandes empresas y las políticas económicas de los gobiernos para generar empleo y solucionar el problema de la pobreza”. (Valdi, 2015). Ahora bien, “Las Micro y pequeñas empresas (MYPES) tienen una limitada capacidad de gestión. Se requiere de profesionales que comprendan y sean capaces de desarrollar e implementar los mecanismos y herramientas de gestión necesarios para utilizar los recursos eficientemente y entregar al cliente lo que quiere. Sin embargo solo un 39.6% de las personas que dirigen las Micro y pequeñas empresas (MYPES) son profesionales”. (Niebuhr, 2014) en consecuencia se está tratando de un problema sumamente importante para el mundo empresarial, ya que se refiere de un cierto número menor de personas que dirigen las Micro y pequeñas empresas (MYPES), son profesionales, mientras tanto, gran parte de personas sólo han tenido estudios básicos, es por ello que se requiere de profesionales para poder desarrollar capacidades y utilizar los diferentes recursos de manera eficiente logrando obtener buenos resultados en las Micro y pequeñas empresas (MYPES). En cuanto a España, existen diversos problemas con respecto a la Gestión de Calidad, un ejemplo de: “Formación, mayor dificultad para reciclarse profesionalmente debido a la falta de tiempo, de información y a la imposibilidad de ausentarse de su negocio. Lo que repercute negativamente en su capacidad de gestión e innovación. Además los programas de formación continua gratuita para autónomos son escasos; Nuevas tecnologías, bajo nivel de implantación de las nuevas tecnologías debido a la falta de conocimientos, tiempo para aprender y de recursos financieros; Recursos humanos, mayor dificultad para contratar, crear puestos de trabajo estables y ofrecer sueldos que permitan conservar el talento. Los costes laborales, fijados en convenio colectivos con condiciones precrisis, suelen resultar demasiado elevados para la mayoría de autónomos. Además los autónomos utilizan los programas de formación continua bonificada en menor medida que pymes o grandes empresas; Calidad, menor nivel de implantación de sistemas de calidad en sus negocios, así como de

certificaciones. Contribuye a ello la falta de formación específica y la nula capacidad inversora; Inmobiliarios, los altos precios del mercado inmobiliario, especialmente en el centro de las ciudades, en las grandes vías comerciales y en los centros comerciales, dificultan el acceso de los autónomos a ubicaciones verdaderamente competitivas; Competitividad, todos estos aspectos reducen la competitividad de los autónomos, cuyos beneficios son comparativamente menores que muchos de sus competidores de mayor tamaño. La sortejan gracias a su mayor flexibilidad y a sus menores márgenes”. (Vásquez, et al., 2015). Por lo tanto, en España se plasma diferentes puntos que no les permita tener una buena Gestión de Calidad, este país debería implementar más tecnología y con personas sumamente capacitadas en manejar los nuevos sistemas, por otra parte, España debería tener mayor atención en las contrataciones con sus trabajadores, es decir, que pueda crear puestos de trabajo estable eligiendo a personas con el perfil solicitado, logrando tener un sistema de Gestión de Calidad en las Micro y pequeñas empresas (MYPES). Al respecto, se tiene otros factores negativos acerca de las Micro y pequeñas empresas (MYPES) en el continente Americano, sin bien es cierto, cada país tiene diferentes problemáticas, ahora bien, se detallará que tipos de problemas existen en estos países americanos. Tal es el caso en América Latina, existen problemas parecidos como también distintos de cada país, es decir, tiene conceptos diferentes acerca de las Micro y pequeñas empresas (MYPES), Por su parte, en el “Estado Mexicano lo cual ha llevado a nuestro país a convertirse en unas de las economías donde la mayoría de la población obtiene recursos, genera ingresos por concepto de estas empresas, pero no tienen una verdadera planeación y expectativas de desarrollo y con esto no se cumplen los estándares de otros países, por lo que se están cometiendo los mismos errores del pasado lo cual es bastante riesgoso para nuestra economía por el gran peso que se les ha otorgado”. (Arredondo, 2012, p. 1). Por otro lado, en México, “las Micro y pequeñas empresas pasan por un sin fin de problemas, en este artículo se menciona los principales puntos de la problemática de las Micro y pequeñas empresas con respecto a la Gestión de Calidad: Organización, falta de estructura organizacional de sus operaciones y actividades, falta de políticas escritas, falta de supervisión y estándares de desempeño; Recursos Humanos, falta de capacitación, excesiva

rotación del personal, falta de seguridad e higiene; Producción, falta de técnicas para planear la producción, falta de medición y control de calidad, falta de sistematización los procedimientos de producción, deficiencias en su sistema de compras, incapacidad de surtir pedidos grandes, mala distribución del trabajo y las instalaciones, deficiente nivel de productividad; Innovación Tecnológica, tecnología antigua, sin medidas anticontaminantes”. (Palomo, 2005, p. 27). En otras palabras, México no cumple con ciertos estándares de calidad y desarrollo con otros países, ya que este país, exporta productos de primera y segunda necesidad, sin embargo, está cometiendo errores que pueda perjudicar la economía de los países que exporta, esto se debe a que no tiene una buena planeación que les permita ser uno de los mejores países que exporta productos de calidad. Ahora bien, se verá los problemas de las Micro y pequeñas empresas (MYPES) en Venezuela, “la industria azucarera en Venezuela, importante sector dentro de la economía nacional e internacional, ha venido sufriendo cambios a los cuales se ha visto obligada a adoptar a fin de adaptarse a las exigencias de un mercado cada vez más complejo. El siglo 20 se ha caracterizado por la aparición, desarrollo y declive económico de los centrales azucareros en Venezuela. En los últimos años algunos centrales han quebrado y otros se encuentran en estado crítico, debido a la imposibilidad de sostener las empresas ante los altos costos generados por los impactos de las variaciones del tipo de cambio, la tecnología obsoleta, la baja productividad y la recesión económica en general. Las diversas iniciativas que actualmente pretenden reactivar la industria azucarera, pueden resultar insuficientes e ineficientes si no se cuenta con un diagnóstico profundo de los rasgos históricos, económicos y geográficos fundamentales que han determinado las tendencias de crecimiento de un cultivo que se introdujo en Venezuela desde el siglo XVI y que sigue teniendo una importante presencia en muchas regiones del país. Al respecto Cárdenas, expone acerca de la necesidad de “desarrollar la producción azucarera y los derivados de la caña de azúcar en una América latina sedienta de empleo y de introducción de cultura por la vía de la tecnología en las zonas rurales, e intensamente necesitada de reducir la dependencia de las importaciones para avanzar en la estratégica batalla de dejar de ser productores de materia prima”. (Cárdenas, 2016). Puesto que, en Venezuela, la industria azucarera es el sector más importante tanto para su

economía, como para la economía de países a quienes exporta esta materia prima; las empresas que se dedican a este sector, han caído absolutamente tales son por las variaciones de tipo de cambio, falta de tecnología y porque en los últimos años la productividad de estas han sido sumamente bajas. En Nicaragua, “recibe millones de dólares al año para el desarrollo de varios programas, y financiamiento para fomento al sector Pyme, sin embargo, nadie en el país es capaz de determinar el impacto de todos estos programas, por el sencillo hecho de que no existe información (ni al nivel macro ni municipal) sobre el crecimiento y otras características de las pequeñas empresas nacionales”. (Vander, 2006) esta situación perjudica mucho a las Micro y pequeñas empresas (MYPES) ya que si el mismo gobierno no es capaz de fomentar la información acerca de los programas de desarrollo para las empresas, las perjudicadas son las Mypes ya que no obtendrán un mayor crecimiento y desarrollo dentro del mundo empresarial, mientras tanto, Nicaragua no practica una buena Gestión de Calidad en las Micro y pequeñas empresas. Asimismo otra problemática se produce en Canadá, “Las mujeres dirigen un tercio de las pymes del país. En 2013, 35.600 ciudadanos se convirtieron en trabajadores autónomos con empleados. El BDC recomienda, en el marco de estas celebraciones, que cada empresa o nuevo emprendimiento planifique su crecimiento con el mayor número de herramientas posibles. Sin embargo, el ente hace énfasis en tres aspectos esenciales, por ejemplo: Invertir en tecnologías, constituyen la clave del éxito; Aumentar la presencia en línea, los ciudadanos están en línea pero las pymes no, pues sólo 12% de las pequeñas y medianas empresas realizan ventas en línea; Expansión vía la exportación, el 86% de las empresas exportadoras de Canadá emplean 100 trabajadores o menos”. (Aguzzi, 2014) por otro lado, en Chile se presentan problemas en las Micro y pequeñas empresas (MYPES) en el sistema de Gestión de Calidad. “Las empresas de ingeniería y construcción que hoy realizan proyectos EPCM en Chile son en su mayoría certificadas en la Norma ISO 9001:2008, pero el diseño de su sistema adolece de dos aspectos débiles: No están orientados al negocio, sino más bien a cumplir con los requerimientos de la Norma ISO y por ello mismo no incorporan herramientas de administración de proyectos y no ven el proyecto en forma holística, como por ejemplo para integrar todos los riesgos posibles a los que puede estar

expuesto un proyecto (riesgos para las personas, riesgos del mercado, riesgos tecnológicos, riesgos por los proveedores); Muchos de los procedimientos que aplican los ingenieros, proyectistas y especialistas se basan en el autocontrol y eso en Chile es débil, porque en nuestro país no hay una cultura orientada a la calidad, salvo honrosas excepciones”. (El mundo de la Calidad, 2012) dicho de otra manera, en el país Chileno las empresas que se dedican a la ingeniería presentan diversos riesgos tanto para el mercado, trabajadores y proveedores, es por ello que debe establecer un grupo de indicadores que le permita poder medir los posibles riesgos que se presentes, del mismo modo saber controlarlos, además se debe establecer técnicas y herramientas para realizar un buen análisis y mejorar los problemas que se presentan en cada proyecto de estas empresas Chilenas.

Las Micro y pequeñas empresas (MYPES), actualmente juegan un rol muy importante en la economía no sólo del Perú, sino en todos los países del mundo, porque generan más empleos que las empresas grandes o el propio Estado (más del 70% de peruanos trabajan en una MYPE), además por su contribución al Producto Bruto Interno, de valor total de bienes y servicios finales producidos dentro del territorio nacional, el 42% es producido por las MYPES)”

En el Perú, a veces el emprendedor no tiene conocimiento del riesgo al que se hace frente, por una falta de conocimiento u orientación, que es a final de cuentas la falta de una capacitación adecuada para iniciar la Micro y pequeñas empresas y mantenerla operando. “Los datos estadísticos sobre las Micro y pequeñas empresas dadas por el MTPE para el año 2005, las Micro y pequeñas empresas representan el 98% del total de empresas formales del país, y contribuyen con el 42% del PBI nacional”. (Quispe, 2010) al respecto, las Micro y pequeñas empresas (MYPES) ocupan gran parte de formalización, es decir, que ellas tomaban como importe el tema de formalizar, de ser empresas que tenga los requisitos y estándares para obtener certificaciones de calidad, seguridad, ambiente, entre otros. Dentro de los problemas de las Micro y pequeñas empresas (MYPES), encontramos también que algunos de los empresarios o dueños, no tienen la misma capacidad de un profesional, es decir, que no tienen los principales conocimientos administrativos que un administrador debe de saber, por ejemplo; la innovación de sus productos,

atender bien al cliente, satisfacerlo con el producto y servicio. Sino más bien no toman en cuenta estos puntos que puedan mejorar los distintos problemas que pasa toda empresa, por decir, falta de empleo, esto produce que la pobreza crezca mucho más, que la calidad de vida no sea buena, que no exista un buen crecimiento económico y social en el país, baja competitividad, falta de capacitación en la mano de obra (trabajadores), falta de una gestión empresarial, produce enfermedades cuando no usan las debidas herramientas de higiene personal o en las cocinas de los restaurantes, entre otros. Es por ello que, muchas Micro y pequeñas empresas (MYPES) deben mejorar su Gestión de Calidad, utilizando los recursos disponibles, mejorando los bienes y servicios con una mayor efectividad, si estas Micro y pequeñas empresas mejoran sus debilidades, serán una de las empresas más grandes y competitivas. En Ancash, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática, el 88 % de la Población Económicamente Activa (PEA) del departamento trabaja en micro, pequeñas o medianas empresas. De este total, el 69.2 % trabaja en las microempresas. El 9.6 % (33 mil 140 personas) trabaja en pequeñas empresas y el 9.2 % en medianas empresas. Mientras, apenas el 11% de la población ancashina trabaja en grandes empresas. De acuerdo con la cantidad de PEA, en la provincia del Santa operan alrededor de 17 mil 467 microempresas, es decir negocios que tienen de 1 a 5 trabajadores a su cargo. Otras 1.574 son medianas empresas, que tienen de 6 a 10 trabajadores. (Saldaña 2007-2014) actualmente en Ancash, se ve reflejado que la gran parte de las personas trabajan y salen adelante tanto en una micro como en una pequeña empresa, esto se debe gracias a las iniciativas del emprendimiento de muchos empresarios que anhelaron tener su propia empresa, manejan su propia economía, es por ello que en Chimbote hay mayor trabajo, con respecto a la pesca, se le considera como uno de los departamentos del Perú con más riqueza. Asimismo, en la ciudad de Chimbote, cada año están constituyéndose más Micro y pequeñas empresas (MYPES), están aportando con el desarrollo y crecimiento económico y social del país. Aunque no todo es ganar, existen empresas que han tenido problemas, caídas, quiebras, esto es debido a la mala Gestión de Calidad, basándose en mejorar sus problemas, su competencia, sus malos hábitos y tradiciones. Es por ello que es muy importante que toda Micro y pequeñas empresas (MYPES) tenga una buena Gestión de Calidad, ya que

esta influye mucho en mejorarse, en lograr buenos resultados, como un empresario siempre lo espera. Un ejemplo claro que se ve reflejado en aquellas Micro y pequeñas empresas (MYPES) no tienen una buena organización interna, ya que muchos de los trabajadores optan por renunciar, tal vez sea porque la empresa no les garantiza correctamente sus beneficios, o tal vez que la empresa no reconoce bien su desempeño en ella, existen variedades de problemas. Es por ello que muchas empresas fracasan por realizar una mala Gestión de Calidad, una ineficiente producción y mala organización internamente. Dentro de Chimbote, existen varias micro y pequeñas empresas, de las cuales en el Centro Comercial Santa María, los representantes no utilizan como base una planificación para desarrollar una buena Gestión de Calidad en el negocio, pocas de ellas planifican para mejorar los diversos productos de calzado que ofrecen, a su vez, no toman importante la capacitación a su personal en cuanto al mejoramiento del negocio, pocas no utilizan como base la moda y estación para ofrecer productos que cumplan con las expectativas de sus clientes, aún existen micro empresas que no mejoran la calidad del producto para el negocio, algunas de ellas no otorgan valor agregado para brindar un servicio extra al cliente, asimismo, son pocas de las empresas que no motivan a su personal para formar un compromiso laboral.

Por lo tanto se plantea el siguiente problema de investigación:

¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016?

Para dar respuesta al problema, se plantea el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.

Para poder conseguir el objetivo general, se ha planteado los siguientes objetivos específicos:

Determinar las principales características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas

de calzado para damas, en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.

Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas, en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.

Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.

El trabajo de investigación se justifica porque permitirá conocer las principales características de la Gestión de Calidad en las Micro y pequeñas empresas, basándome en el sector comercio, permitiendo que estas personas puedan aplicar dichas características, mejorando así sus puestos de trabajo, darle al personal los beneficios que la ley lo dispone para que puedan sentirse satisfechos, tendrá como resultado a que las Micro y pequeñas empresas puedan tener una buena organización por parte del trabajador y del empleado, que exista una jerarquía en la cual pueda dividir las funciones de cada área, y así lograr una producción de forma eficiente, obtener información de forma rápida para que las empresas puedan tomar decisiones para una mejora continua de ella.

Los beneficios son conocimientos para poder emplear una empresa, aplicando las herramientas de la Gestión de Calidad, mejorando su infraestructura, sus productos y su servicio.

Para posibles emprendedores que desean constituir su empresa, dotarlas de conocimiento sobre Gestión de Calidad, para que ellos puedan tener buenas decisiones, definiendo propuestas de mejora, analizando su competitividad para obtener mejores resultados dentro y fuera de la empresa.

Finalmente la investigación beneficiará a muchas personas que no tienen condiciones económicas, generando mayor empleo, mayores ingresos en su familia, y basándonos de manera global, permitirá que el Perú tenga mayor proporcionalidad de Micro y pequeñas empresas, contribuyendo con la economía del país.

Se utilizó como método de diseño no experimental-transversal. A su vez, para el recojo de información se tuvo una población de 24 Micro y pequeñas

empresas, y se acogió una muestra dirigida de 12 Micro y pequeño empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. Se llegó a los siguientes resultados: El 100% consideran importante la calidad del servicio. El 41,8% utilizan la planificación para desarrollar la Gestión de Calidad en el negocio. El 58,4% planifican en darle una mejora en sus productos para poder mejorar en el negocio. El 58,4% realizan capacitaciones para mejorar la calidad en el negocio. El 41,6% utilizan la moda y estación para cumplir las expectativas de sus clientes. El 58,4% entregan valor agregado al producto. El 50% utilizan la motivación al personal. Se concluyó que considera importante la calidad del servicio en el negocio, utilizan como base la planificación para el desarrollo de la Gestión de Calidad, mejoran sus productos para mejorar el negocio, otorgan capacitaciones referidas a mejorar la calidad dentro del negocio, utilizan como otorgan capacitaciones referidas a mejorar la calidad dentro del negocio, utilizan como base la moda y estación para la venta de sus productos, otorgan valor agregado al producto y dar motivación al personal.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Cieza (2014) en su trabajo de investigación titulado: *Gestión de Calidad y formalización de las Mypes del sector comercio, rubro compra de ventas de calzado en el centro comercial “El Virrey”-Trujillo, año 2013*. Obtuvo como objetivo general: Determinar y describir las principales características en la Gestión de calidad y formalización en las micro y pequeñas empresas (Mypes) del sector comercio-rubro compra y venta de calzado en el Centro Comercial “El Virrey”-Trujillo, año 2013. Llegó a los siguientes resultados: El 50% de los representantes tienen edad entre 30 a 50 años. El 75% es de género masculino. El 37.50% tiene secundaria completa. El 100% si comercializa productos fabricado mediante proceso estandarizado de producción. El 75% utiliza un plan estratégico. El 87.50% no conoce las normas ISO. El 62.50% si ha implementado el servicio pre y posventa con ayuda de las redes sociales. El 62.50% capacito al personal para que pueda mejorar la calidad en la atención al cliente en el año 2013. El 75% si utiliza modelos del producto, según los gustos y preferencias del cliente. El 52% si evalúa el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto. El 75% si usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto.

Se concluye que: la mitad de las Mypes encuestadas se establece que los representantes tienen entre 30 a 50 años, la mayoría son de género masculino y la mayoría relativa tienen secundaria completa. Todas las Mypes encuestadas comercializan productos fabricados mediante proceso estandarizado de producción, la mayoría de los encuestados no conoce las normas ISO de certificación de calidad, han implementado el servicio de pre y posventa con la ayuda de las redes sociales, capacitó al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente en el año 2013, actualizan modelos del producto, según gustos y preferencias del cliente, usan las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto, la mitad de los encuestados evalúa el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto.

Berrú (2014) en su trabajo de investigación titulado: *Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro de zapaterías de la ciudad de Sullana, región Piura, año 2014*. Obtuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro de zapaterías de la ciudad de Sullana, región Piura, año 2014. Llegó a los siguientes resultados: El 50% de los representantes de las Mypes del sector comercial rubro zapatería tiene entre 36 y 50. El 62.5% de los representantes de las Mypes son de género masculino. El 37.5% de los representantes de las Mypes del sector comercial rubro zapatería tiene instrucción secundaria. El 50% de los representantes de las Mypes del sector comercial rubro zapatería su estado civil. El 75% de los representantes de las Mypes del sector comercial rubro zapatería tiene como alternativa artesano. El 37.50% de las Mypes encuestadas tienen más de 3 años en el mercado. El 75% de las Mypes del sector comercial rubro zapaterías son informales. El 50% tiene 01 trabajador permanente. El 37.50% tiene entre 01 y 02 trabajadores eventuales. El 75% se formó por subsistencia. El 75% no utilizan las redes sociales para atención a sus clientes. El 57.50% de las Mypes son publicadas a través de la radio. El 47.50% de las Mypes del sector comercial rubro zapaterías el empleador capacita e incentiva a los trabajadores a más de 3 años. El 50% de las Mypes considera regular el aspecto y estado físico de las instalaciones. El 62.50% de las Mypes considera que el personal de ventas y servicio no es honesto en la información que le proporciona.

Se concluye que: del 100% de los representantes legales de las Mypes encuestados se puede afirmar que el 50 % de los representantes tienen entre 36 y 50 años, el 25 % solo tienen estudios primarios, el 75% de los representantes legales de las Mypes encuestados son artesanos y el 75 % tiene como Objetivo primordial la subsistencia. Las principales características de las Mypes del ámbito de estudio son: El 37.50 % se dedica al negocio por más de 03 años respectivamente, mientras tanto que el 50% tiene 1 trabajador permanente. De las MYPES en estudio el 75% utilizan las redes sociales para atención al cliente, el 57.50% utiliza la radio para la publicidad del producto de las Mypes, el 47.50% cada más de tres años el empleador capacita e incentiva al trabajador de las Mypes,

el 50% considera que la infraestructura de las instalaciones es regular, mientras que el 62.50% considera que el personal de ventas y servicios no es honesto en la información que le proporciona al cliente.

Espinoza (2014) en su trabajo de investigación titulado: *Caracterización de formalización y gestión de calidad de las Mypes comerciales rubro calzado (Piura), año 2013*. Obtuvo como objetivo general: Identificar las principales ventajas de la formalización y el logro de la Gestión de Calidad, de las MYPES comerciales rubro calzado (Piura), año 2013. Llegó a los siguientes resultados: El 56.67% manifestó que la buena atención si determina la calidad del servicio. El 70% están convencidos que una buena gestión de calidad si genera el éxito en la empresa. El 83.34% comentaron que si realizan mediciones de los procesos de la gestión de calidad para determinar que si se logran los objetivos planificados. El 73.33% si cree que la formalización mejora la productividad y calidad del servicio.

Se concluye que: Se logró comprobar que la formalización si crea ventajas competitivas, en las MYPE del rubro calzado del mercado modelo de Piura, donde los pequeños empresarios expresan que la formalización les permite alcanzar nuevas alternativas para conectarse con el mercado actual, interactuando, aprendiendo, diseñando y aplicando estrategias que le han permitido competir con las grandes empresas. Se ha determinado que la formalización tiene un vínculo muy estrecho con la gestión de calidad, porque ambos componentes les ha permitido analizar las fortalezas y debilidades de su empresa, definiendo una acción innovadora con planes de mejora a corto plazo. Los pequeños empresarios dan a conocer que el enfoque de una buena gestión de calidad basada en planificación les ha permitido alcanzar los objetivos programados, con este proceso de innovación emplearon ventajas competitivas de forma sistemática, las cuales facilitaron una rentabilidad mejorada para su empresa y por ende participan en la cadena productiva, contribuyendo asimismo con los indicadores económicos en la economía Peruana.

Padilla (2014) en su trabajo de investigación titulado: *La Gestión de Calidad en la Competitividad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro de zapaterías de la provincia de Chiclayo, año 2014*. Obtuvo como

objetivo general: Determinar si la Gestión de Calidad está relacionada con la competitividad y desarrollo de las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro de zapaterías de la provincia de Chiclayo, año 2014. Llegó a los siguientes resultados: Respecto a la conformidad del de la gestión de calidad el sector comercial el 60% de los encuestados consideran un grado de aplicabilidad entre máximo y considerable. La aprobación de los clientes de la gestión de calidad de las Mypes, el 60% de los encuestados consideran un grado de aplicabilidad máximo y considerable. Al aprobar la competitividad para el buen desempeño de las Mypes, el 70% de los encuestados consideran un grado de aplicabilidad entre máximo y considerable. Respecto a la disposición de aplicar técnicas adecuadas para lograr la competitividad, el 80% de los encuestados consideran un grado de aplicabilidad máximo y considerable. Respecto a la conformidad de precios de las Mypes al público en general, el 60% de los encuestados consideran un grado de aplicabilidad considerable y máximo. Según la disposición de comparación frente a sus competidores, el 40% de los encuestados consideran un grado de aplicabilidad máximo y considerable. Según la aprobación del servicio atractivo para los clientes, el 60% de los encuestados consideran un grado de aplicabilidad máximo y considerable. Respecto a la conformidad de la capacitación como una inversión, el 50% de los encuestados consideran un grado de aplicabilidad cero y mínimo.

Se concluye que: Se necesitan aplicar estrategias de publicidad para captar a más clientes. Es fundamental la innovación y la reestructuración del negocio para incrementar las ventas de las Mypes. La calidad del producto o servicio, es la clave para la competitividad y éxito de las Mype, por ende la fidelización de sus clientes. La tendencia de la capacitación en la muestra de Mypes estudiadas es creciente, destacando el rubro zapaterías. El 50% de los trabajadores de las Mypes encuestadas manifestaron que las capacitaciones son consideradas como una inversión. En las Mypes de zapaterías existe asociación (relación) entre la calidad y la competitividad. El sector comercial demanda competitividad para mantenerse en el mercado. Finalmente, queda confirmada la hipótesis de investigación planteada, esto es, existe asociación

entre la gestión de calidad y la competitividad de las Mypes del sector comercial en su rubro de zapaterías.

Prudencio (2014) en su trabajo de investigación titulado: *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de la lealtad del cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de calzado – Huaraz, 2014*. Obtuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de la lealtad del cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de calzado – Huaraz, 2014. Llegó a los siguientes resultados: El 35.39% manifestaron tener de 29 a 29 años de edad. El 61.5% son de sexo femenino. El 48.7% manifestaron tener un grado de instrucción superior universitaria. El 35.9% estuvieron de acuerdo sobre el brindar información en relación a aspectos positivos de la zapatería a otras personas. El 35.9% está fuertemente de acuerdo con recomendar las zapatería a cualquiera que busque su consejo. El 38.5% estuvieron de acuerdo en animar a sus amigos y familiares a hacer operaciones con la zapatería. El 33.3% estuvieron medianamente de acuerdo en seguir la recomendación de la zapatería para la compra del producto. El 28.2% están de acuerdo con la realización de más operaciones con la zapatería en los próximos años. El 28.2% están de acuerdo con la realización de más operaciones con la zapatería en los próximos años. El 30.8% estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo en considerar la posibilidad de realizar algunas operaciones en otras zapaterías que ofrezcan mejores precios. El 38.5% manifestaron estar fuertemente de acuerdo a ser fieles con la zapatería de su preferencia. El 41% están de acuerdo pagar precio más alto que en otras zapaterías. El 33.3% estuvieron de acuerdo con cambiar su fidelización en caso de haber problemas con la zapatería. El 25.6% indicaron ni de acuerdo ni en desacuerdo sobre la intención de informar a otros clientes en caso de tener experiencia negativa. El 33.3% afirmaron estar fuertemente de acuerdo en hacer un reclamo a otras entidades como la asociación de consumidores si tuviera problemas. El 46.4% expresaron fuertemente de acuerdo de hacer un reclamo al administrador o dueño en caso de tener problemas.

Se concluye que: Las características de la lealtad del cliente en las micro y pequeñas empresas, es la parte fundamental de la investigación entendida

como la satisfacción plena de necesidades y expectativas del cliente, fundamental en las micro y pequeñas empresas que quieren determinar su visión y obtener una posición reconocida y trascendente en el tiempo y en el espacio. En cuanto a las características de los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro zapaterías en el distrito de Huaraz 2015 son mujeres, casadas con estudios superiores lo que nos permite concluir que es este el grupo de personas que en particular utilizan los servicios de las zapaterías. Además estos clientes perciben algún alto grado de diferencia respecto a la fidelidad que tienen hacia las zapaterías en que mantendrían su preferencia aunque haya alzas de precios y no recomendarían mal a otras personas en casos de que tendrían problemas, a diferencia que reclamarían a la asociación de consumidores y/o presentarían su reclamo al dueño o administrador.

Valderrama (2015) en su trabajo de investigación titulado: *Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del Distrito El Porvenir, año 2014*. Obtuvo como objetivo general: Describir las principales características de Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del Distrito El Porvenir, año 2014. Llegó a los siguientes resultados: El 50% de los representantes de las Mypes tienen la edad entre 50 y 60 años en el sexo femenino. El 53.3% de los empresarios cuentan con estudios secundarios. El 60% de estas organizaciones se encuentran realizando sus actividades más de 10 años. El 66.7% de estas microempresas tienen más demanda en calzado para damas. El 46.7% de las Mypes dijeron que sus clientes tienen en cuenta la calidad. El 40% de los microempresarios determinan su calidad a través de la materia prima. El 40% de los empresarios utilizan controles posteriores a su fabricación. El 60% de las Mypes capacitan a sus trabajadores cada año. El 80% de las Mypes hacen cambio o mantenimiento de su maquinaria cuando es necesario. El 66.7% de las 15 microempresas 10 se consideran competitivas. El 60% no se consideran competitivas indicando que es por la falta de maquinaria importada. El 33.3% se diferencian de su competencia por sus precios. El 60% de las 15 Mypes 9 se dan a conocer mediante afiches.

Se concluye que: La edad por género de los representantes y dirigentes de las microempresas de calzado del distrito el Porvenir, contamos que entre la edad promedio de los representantes de las Mypes está entre 50-60 años, lo que nos indica que son personas completamente maduras con un grado de instrucción básico con un 53.3% ya que la mayoría de los microempresarios solo tienen estudios secundarios. Por lo general el 60% de estas Mypes vienen realizando sus actividades durante más de diez años lo que indica que cuentan con bastante experiencia en rubro de venta de calzado, contando con una demanda del 66.75% en calzado para damas y menos del 50% en calzado para caballeros lo que indica que estas empresas tienen mayor representación en el mercado en venta de calzado para mujer. Se llegó a la conclusión que los clientes antes de adquirir los productos tienen en cuenta la calidad y el precio como requisito de compra con un 46.7% en calidad y en el precio con 33.3%; la variación que hay entre las dos es mínima por lo tanto se debe trabajar en los dos factores de manera equitativa. Por otro lado tenemos que estas empresas determinan su calidad a través de su materia prima con las que trabajan con un 40% y las demás en la mano de obra con los que cuentan para sus procesos con un 33.3%.

2.2. Bases Teóricas

Micro y Pequeña Empresa

Si imaginamos un mundo sin micro y pequeñas empresas, no existirían países que desarrollados ni mucho menos una buena calidad de vida, es por ello que se crearon estas famosas empresas que generan más crecimiento económico en el país. Según la Ley de Promoción y formalización de la micro y pequeña empresa (Ley N° 28015, Art. 2, 2003) argumenta:

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 desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (p. 01)

Por otro lado, las Micro y pequeñas empresas presentan otro significado, según Huaman (2014):

Distingue a la micro empresa como aquella que no excede de 10 personas, y a la pequeña empresa como la que tiene de 11 a 40 personas, permitiendo que otros sectores y organismos del estado adopten criterios adicionales para los fines a los que hubiere lugar.

Asimismo, las micro y pequeñas empresas son aquellas que representan la parte económica, social, cultural de las personas; ya que no sólo se dedican a brindar un producto extranjero, sino también un bien que es fabricado nacionalmente, contando con una avanzada tecnología y globalización.

Características de las Micro y pequeñas empresas:

Por otro lado, para constituir una Micro y pequeña empresa, es necesario conocer las características que tienen, dependiendo al volumen de ventas que se obtiene durante el año. De acuerdo como lo indica la Ley 30056 (2013).

Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de la Producción cada dos (2) años.

Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que

permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector. (p. 09)

Aplicar las características de las Mypes, permite que el 100% de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio dado en el Centro Comercial Santa María, sean caracterizadas por obtener como máximo las 150 UIT en sus ventas anuales.

Importancia de las Micro y pequeñas empresas:

En la actualidad las Micro y pequeñas empresas tienen un grado de importancia para el crecimiento y desarrollo tanto del país como de la persona, así como lo manifiesta Velásquez (2013):

En la actualidad las MYPEs representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas. Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPEs brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

Proporcionan abundantes puestos de trabajo.

Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.

Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.

Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.

Mejoran la distribución del ingreso.

Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

Las Micros y Pequeñas Empresas son fundamentales ya que cumplen un gran reto, ya que al ofrecer un bien y/o servicio, ya está aportando y produciendo económicamente, generando mayores empleos, reduciendo la pobreza, aumentando la calidad de vida de las personas y finalmente generando ingresos en nuestro país.

A su vez (EmprendePyme, 2016) menciona:

En aquel sentido, gracias a que estas emplean a una gran cantidad de personas con menores costes salariales por trabajador, aportan cierta estabilidad al mercado laboral (muchos empleados ubicados en muchas empresas, en lugar de concentrados en unas pocas empresas grandes).

Objetivos de las Micro y pequeñas empresas:

En cuanto a los objetivos de las Micro y pequeñas empresas, son creadas para brindar un producto y/o servicio de calidad, tal como lo menciona Valda (2012):

Las Micro y pequeñas empresas tienen objetivos generales como específicos, en los objetivos generales tenemos los siguientes: Ser el líder del mercado, incrementar las ventas, generar mayores utilidades, obtener una mayor rentabilidad, lograr una mayor participación en el mercado, ser una marca líder en el mercado, ser una marca reconocida por su variedad de diseños, aumentar los activos, sobrevivir, crecer; dentro de los objetivos generales, se encuentra la visión de la empresa, que es el principal objetivo general que persigue una empresa. En los objetivos específicos tenemos los siguientes: aumentar las ventas mensuales en un 20%, generar utilidades mensuales mayores a US\$20 000 a partir del próximo año, obtener una rentabilidad anual del 25%, lograr una participación de mercado del 20% para el segundo semestre, producir un rendimiento anual del 14% sobre la inversión, elevar la eficiencia de la producción en un 20% para el próximo mes, vender 10 000 productos al finalizar el primer año, triplicar la producción para fin de año, adquirir 2 nuevas maquinarias para el segundo semestre, abrir 3 tiendas para el primer trimestre del próximo año.

Por otra parte es importante que en toda Micro y pequeña empresa se establezcan objetivos, los cuales serán cumplidos por los representantes y demás trabajadores. Según Valda (2012) manifiesta:

Es esencial para el éxito de una empresa, éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la empresa.

Otras de las razones para establecer objetivos son:

Permiten enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.

Sirven de guía para la formulación de estrategias.

Sirven de guía para la asignación de recursos.

Sirven de base para la realización de tareas o actividades.

Permiten evaluar resultados, al comparar los resultados obtenidos con los objetivos propuestos y, de ese modo, medir la eficacia o productividad de la empresa, de cada área, de cada grupo o de cada trabajador.

Generan coordinación, organización y control.

Generan participación, compromiso y motivación; y, al alcanzarlos, generan un grado de satisfacción.

Revelan prioridades.

Producen sinergia.

Disminuyen la incertidumbre.

En efecto, si se toma en serio los objetivos de las Micro y pequeñas empresas, de acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación, se puede visualizar que el 66,6% de las empresas son creadas para generar ingresos, invertir, diseñar e innovar más productos o crear más empresas del mismo o cualquier otro rubro que tenga el mismo fin.

Tipos de las Micro y pequeñas empresas:

Por su parte existen tipos de Micro y pequeñas empresas que nos permiten diferenciar a qué se va a dedicar cada una, así como lo menciona Huaman (2009) sobre los tipos de Micro y pequeñas empresas

En base a estos factores, podemos elaborar una tipología de MYPE de tres estratos:

Micro y Pequeñas Empresas de Acumulación: Las Micro y Pequeñas Empresas de acumulación, tienen la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo remunerado.

Micro y Pequeñas Empresas de Subsistencia: Las Micro y Pequeñas Empresas de subsistencia son aquellas unidades económicas sin capacidad de generar utilidades, en detrimento de su capital, dedicándose a actividades que no requieren de transformación substancial de materiales o deben realizar dicha transformación con tecnología rudimentaria. Estas empresas proveen un “flujo de caja vital”, pero no inciden de modo significativo en la creación de empleo adicional remunerado.

Nuevos Emprendimientos: Los nuevos emprendimientos se entienden como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. El plan nacional enfatiza el hecho que los emprendimientos apuntan a la innovación, creatividad y cambio hacia una situación económica mejor y más deseable ya sea para iniciar un negocio como para mejorar y hacer más competitivas las empresas.

Si bien es cierto, las Micro y pequeñas empresas son creadas por tres tipos, siendo por el tipo de Acumulación, de Subsistencia y de Nuevos Emprendimientos, por lo cual, no todas las Micro y pequeñas empresas son creadas iguales, sino que tienen diferentes fines de lucro. Las de Acumulación son creadas para cubrir su capital y a su vez generar mayor crecimiento en la empresa, es decir invertir más en recursos materiales y humanos para la realización de mayor producción; mientras que las Micro y pequeñas empresas de Subsistencia, no tienen como fin la capacidad de generar utilidades, y por último las de Nuevos Emprendimientos son enfocadas gracias a las oportunidades que se presentan en la sociedad, en el cual surge una idea emprendedora. Analizando estos conceptos, se puede observar que gran parte de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta

minorista de calzado, en el Centro Comercial Santa María, en Chimbote; son empresas de Acumulación ya que son capaces de generar mayores utilidades.

EL EMPRESARIO REPRESENTANTE DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

Empresario

El empresario es la persona idónea para llevar bien los recursos de una empresa. Según Thompson (2012) argumente:

Un empresario es aquel que es capaz de arriesgar algo (esfuerzo, tiempo y recursos) para poner en marcha y desarrollar una unidad de producción y/o prestación de servicios para la satisfacción de determinadas necesidades y/o deseos existentes en la sociedad a cambio de una utilidad o beneficio.

Esta situación ha dado un giro al mundo, ya que actualmente se está analizando que el 91,7% de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el centro comercial Santa María, en Chimbote son de sexo femenino, dando como resultado que las mujeres estamos ocupando el puesto de empresario, son ellas quienes dirigen una empresa, quienes se arriesgan para continuar con la producción, y finalmente quienes se esfuerzan por alcanzar sus metas. Por otro lado el 8,3% de estas Micro y pequeñas empresas son de sexo masculino, es decir, que aún existen hombres que dirigen una empresa.

GESTIÓN DE CALIDAD

Concepto de Gestión de Calidad:

Tocando este tema Gestión de Calidad, se refiere mayormente a elaborar una planificación que se obtenga buenos resultados dentro de las micro y pequeñas empresas, este tema implica mucho en la vida de un empresario y de una empresa, ya que dentro del proceso económico y social con los trabajadores, es necesario llevar un buen control de calidad. Según Pérez y Gardey (2014) mencionan:

El sistema de gestión de calidad, por lo tanto, apunta a la coordinación de procedimientos y recursos para mejorar la calidad de la oferta. Un cliente

satisfecho siempre implica un beneficio para la empresa: mayores ganancias, fidelidad, menos gastos en resolución de problemas, etc.

Es posible entender los sistemas de gestión de calidad como herramientas para la planificación, la ejecución y la evaluación de los proyectos empresariales con la calidad como fin. Para cumplir con sus objetivos puede recurrir a distintas metodologías, técnicas y estrategias.

Un elemento clave en la gestión de calidad es el capital humano. El sistema de gestión de calidad debe contemplar la formación y el control de los trabajadores para que éstos desarrollen sus funciones de manera exitosa.

El sistema de gestión de calidad también debe analizar el funcionamiento de las máquinas y de los dispositivos empleados por la compañía para lograr que la producción alcance la más alta calidad posible.

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación, aplicando el concepto de Gestión de Calidad a permitido que las Micro y pequeñas empresas del rubro venta minorista de calzado que el 41,8% utilizan como base la planificación para desarrollar una buena Gestión de Calidad. Esto quiere decir que actualmente las empresas actualizadas son anticipadas ya que planifican antes de realizar o tomar una decisión que puede ser la correcta o la errónea.

Los 7 Principios de Gestión de la Calidad

En cuanto a Gestión de Calidad, podemos mencionar y analizar sus principios, para ello se le presenta los 7 principios que toda empresa debe tener en cuenta y tomarlo siempre importante. Según Ortiz (2008) describe:

Enfoque al Cliente: Debemos siempre comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y esforzarnos por exceder sus expectativas.

Liderazgo: Debemos crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente con el logro de los objetivos de la organización. Los líderes de la organización deben aplicar las 3 bases del liderazgo (3 D's):

1ª Base: Dirigir.

2ª Base: Delegar.

3ª Base: Desarrollar/Preparar.

Compromiso y Competencias de las Personas: El total compromiso del personal permite que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

Enfoque Basado en Procesos: Un resultado deseado se alcanza eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se administran como un proceso.

Mejora: La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.

Toma de Decisiones Informadas: Las decisiones eficaces se basan en hechos y datos para tomar dichas decisiones.

Gestión de las Relaciones: Una relación de beneficio mutuo aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Tomando en cuenta y aplicando siempre estos 7 principios, la implementación y la administración del Sistema de Gestión de Calidad serán mucho más fáciles y eficientes.

Dentro de los principios de Gestión de Calidad, debemos tener en cuenta varios puntos, dentro de ellos tener en claro el enfoque del cliente, de tal manera que se cumpla sus necesidades y expectativas, además, se debe procrear un ambiente con mucho liderazgo, de tal modo que el trabajador se sentirá más comprometido con sus responsabilidades en la empresa y tener en claro los procesos para conseguir un ambiente más eficaz y más desarrollado, cumpliendo ciertos puntos de la mejora continua.

Beneficios que se obtiene al implantar un Sistema de Gestión de Calidad (SGC)

Según Indecopi (2009) considera los siguientes beneficios al implantar un Sistema de Gestión de Calidad:

Fomentar una cultura de Calidad en el personal de la institución, avanzando de forma apreciable en la sustitución de una cultura burocrática a otra de gestión, orientada al servicio del cliente.

Involucrar a la organización en un proceso incesante de mejora continua, favorecido por la revisión del sistema por la dirección, que evalúa la eficiencia del sistema de la calidad.

La continua mejora de los servicios locales se manifiesta como una ventaja competitiva de una entidad frente a otras entidades públicas.

Crear un clima favorable para la modernización de la Administración Pública en su sentido más amplio.

Racionalizar, simplificar y normalizar los procedimientos, eliminando trámites innecesarios que dificulten las relaciones de los clientes con la entidad.

Asegurar la repetibilidad de las tareas, con independencia del tiempo transcurrido desde la implantación del procedimiento o del funcionario que las realice, y con ello garantizar la observación del precedente administrativo.

Fijar objetivos en el corto, mediano y largo plazo, y efectuar un seguimiento periódico, corrigiendo las desviaciones detectadas.

Escuchar al ciudadano, facilitar la presentación de quejas y reclamaciones y preocuparse por orientar los servicios a sus necesidades.

Mejorar la coordinación interna entre las áreas y fomentar el trabajo en equipo.

Formar a sus funcionarios y trabajadores, orientando su conocimiento a las necesidades de los puestos de trabajo y conservando los registros que lo acreditan.

Para implantar un Sistema de Gestión de Calidad, primero la Administración debe crear un ambiente favorable para el personal, es decir una cultura única que toda persona tenga compromiso en la empresa, esto hace que el nivel del servicio aumente y conseguir mayor confiabilidades con los clientes, a su vez las micro y pequeñas empresas deben fomentar una coordinación buena en las áreas internas como externas, elaborando un trabajo en equipo en el que todos sean partícipes de las ideas y decisiones que se tomen.

Sistema de Gestión de Calidad

En síntesis, el Sistema de Gestión y Calidad, nos referimos a un conjunto de procesos que son elaborados para que toda Micro y pequeña empresa, ya que son

ellas quienes se someten a este sistema para llegar a obtener una mejor Gestión de Calidad, según Gonzales y Arciniegas (2016) menciona:

El modelo de gestión de calidad, establecido en la norma, representada los distintos requisitos del sistema de calidad, con el propósito de que una empresa demuestre su capacidad para producir o suministrar un producto o servicio con la calidad y las especificaciones establecidas por el cliente, en forma taxativa por medio de un contrato, o tácitamente cuando el comprador confía en que las características del producto o servicio adquirido cumple con las expectativas de satisfacer sus necesidades, y para la evaluación por partes externas, especialmente durante el proceso de certificación. (pg. 22)

Por ello, las micro y pequeñas empresas deben tomar en cuenta el sistema de Gestión de Calidad, ya que nos indica de cómo la empresa puede llegar a mejorar sus sistema interno con los trabajadores, y a su vez de manera externa, con los clientes, demostrando una gran capacidad para suministrar el bien o servicio. Según los resultados obtenidos se puede identificar que gran parte de las micro y pequeñas empresas tienen buena organización en cuanto a las ventas y al comportamiento con el personal de ventas, ya que eso genera que el personal pueda brindar un buen servicio y manejar bien los procesos que se detallan en cada empresa.

Calidad Total:

Por otra parte, al hablar de Gestión de Calidad, también estamos hablando sobre la Calidad Total, para ello Maldonado (2013) menciona:

La calidad total no solo se refiere al producto o servicio en sí, sino que es la mejoría permanente del aspecto organizacional; donde cada trabajador, desde el gerente, hasta el empleado del más bajo nivel jerárquico está comprometido con los objetivos empresariales.

La calidad total es un concepto, una filosofía, una estrategia, un modelo de hacer negocios y está enfocada hacia el cliente. El concepto de calidad, tradicionalmente relacionado con la calidad del producto, se identifica

como aplicable a toda la actividad empresarial y a todo tipo de organización.

La Calidad Total significa un cambio de paradigmas en la manera de concebir y gestionar una organización. Uno de estos paradigmas fundamentales y que constituye su razón de ser es el perfeccionamiento constante o mejoramiento continuo. La Calidad Total comienza comprendiendo las necesidades y expectativas del cliente para luego satisfacerlas y superarlas. (2013)

Se debe agregar que la Gestión de Calidad a permitido que las Micro y pequeñas empresas trabajen en equipo ya que es ahí donde van a opinar sobre lo correcto o incorrecto, en este caso se dice que el 50% del rubro venta minorista de calzado utiliza la motivación al personal trabajando en equipo para que cada uno de ellos se sientan capaces de afrontar cualquier adversidad en la empresa, a su vez que se sientan comprometidos con ella.

MEJORA CONTINUA

Concepto de Mejora Continua:

Ahora bien, en cuanto a Mejora Continua, se refiere básicamente a un sin fin de conceptos, destacando lo bueno de otras empresas y mejorarlo, así como lo manifiesta Flores (2010) quien menciona:

La mejora continua, si se quiere, 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. La Mejora Continua es una forma de trabajar para hacer más productivo y agradable nuestro sitio de trabajo. Además tiene la gran ventaja que lo podemos hacer en lo personal de una manera simple basándonos únicamente en el círculo de Deming o lo podemos llevar a

gran escala aplicando otras metodologías ideadas para varios tipos de procesos.

A su vez, la mejora continua se debe practicar diariamente en toda empresa, valorando su rendimiento y crecimiento optimizado, así como Manufactura Inteligente (2008) quien menciona:

Una buena definición de la mejora continua es ser una herramienta de mejora para cualquier proceso o servicio, la cual permite un crecimiento y optimización de factores importantes de la empresa que mejoran el rendimiento de esta en forma significativa. Una vez que la mejora continua determina las variables de mayor impacto al proceso y servicio se les debe dar seguimiento en forma constante y se establece un plan para ir mejorando poco a pocos las variables mencionadas. La mejora continua es una herramienta la cual recomiendo debido a su flexibilidad para ser adoptada por personas de todos los niveles de la empresa mediante metodologías como kaizen.

En base a este concepto de Mejora Continua, permite que las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado que el 100% de los representantes consideran que dentro de una empresa de debe mejorar en cuanto a la atención al cliente ya que eso permite que se brinden productos y servicios de calidad, logrando el bienestar de los trabajadores y de los clientes.

Características de la Mejora Continua:

Por otra parte, al hablar de características, básicamente nos referimos a los puntos claves de saber identificar en una empresa la Mejora Continua. Para ello, Flores (2010) manifiesta:

Mejora Continua no solo tiene sentido para una empresa de producción masiva, sino que también en empresas que prestan servicios es perfectamente válida y ventajosa principalmente porque si tienes un sistema de Mejora Continua (al ser un sistema, quiere decir que es algo establecido y conocido por todos en la empresa donde se está aplicando) entonces tienes las siguientes características:

Un proceso documentado. Esto permite que todas las personas que son partícipes de dicho proceso lo conozcan y todos lo apliquen de la misma manera.

Algún tipo de sistema de medición que permita determinar si los resultados esperados de cierto proceso se están logrando (indicadores de gestión)

Participación de todas o algunas personas relacionadas directamente con el proceso ya que son estas personas las que día a día tienen que lidiar con las virtudes y defectos del mismo.

Al hablar de Mejora Continua, ha permitido que las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado, obtenga un 58,4% que utilizan como base esta herramienta para entregar un valor agregado al producto brindado, es decir que enseñarle a los trabajadores que no solo brindando un servicio y un producto de calidad va a permitir que el cliente se sienta estimado, sino que más bien se debería obsequiar un producto extra en el cual permita que el cliente vuelva y/o sean recomendados.

Beneficios de la Mejora Continua:

Dado que la mejora continua permite que la empresa se retroalimente en todo su proceso productivo y a su vez en las áreas administrativas y diversas áreas que comprenden los empleados y trabajadores, con la finalidad que busquen el problema y saber solucionarlo. Mientras tanto, la Mejora Continua presenta beneficios para una óptima empresa, tal como lo indica Cardenas y Fecci (2007):

Se concentra el esfuerzo en ámbitos organizativos y de procedimientos puntuales.

Consiguen mejoras en un corto plazo y resultados visibles

Si existe reducción de productos defectuosos, trae como consecuencia una reducción en los costos, como resultado de un consumo menor de materias primas.

Incrementa la productividad y dirige a la organización hacia la competitividad, lo cual es de vital importancia para las actuales organizaciones.

Contribuye a la adaptación de los procesos a los avances tecnológicos.

Permite eliminar procesos repetitivos.

Sin embargo, esta técnica puede resultar muy exigente o presentar inconvenientes en su aplicación.

Cuando el mejoramiento se concentra en un área específica de la organización, se pierde la perspectiva de la interdependencia que existe entre todos los miembros de la empresa.

Requiere de un cambio en toda la organización, ya que para obtener el éxito es necesaria la participación de todos los integrantes de la organización y a todo nivel. Hay que hacer inversiones importantes.

Una mejora continua de la calidad exitosa depende de la capacidad de identificar, priorizar y resolver problemas; un problema es una desviación entre lo que debería estar ocurriendo y lo que realmente ocurre, y que sea lo suficientemente importante para hacer que alguien piense en que esa desviación debe ser corregida.

Con respecto a los beneficios de la Mejora Continua, efectivamente permite que la productividad incremente, a su vez reduce aquellos productos que se encuentran en mal estado ya que se hace una mejora de productos que estén enfocados a tener calidad para la satisfacción del cliente. Así mismo, para obtener Mejora Continua en la empresa, se debe tener en cuenta la capacidad de poder identificar, priorizar y resolver los problemas presentados en ella, para evitar que se extienda, sino más bien corregirlo y mejorarlo.

Importancia de la Mejora Continua:

En cuanto a su importancia, la mejora continua cumple un rol muy importante para las Micro y pequeñas empresas ya que permite crear ideas y actividades de mejora, aplicando herramientas administrativas según el cambio que se desea realizar, según Arjones (2016) manifiesta:

Los mejores datos te ayudarán a proporcionar una mejor calidad a la fuerza de ventas y un envío de comunicaciones más preciso a los clientes actuales y potenciales, eso mejora los resultados de la campaña y reduce residuos.

Productos: Tu equipo de desarrollo de producto puede visualizar la mejora continua para mejorar los productos existentes para que continúen cumpliendo con los requisitos cambiantes de los clientes. Esto ayuda a tu compañía a mantener la cuota de mercado y el liderazgo, de acuerdo con la “Revisión de la gestión de California”. La innovación y desarrollo de nuevos productos son importantes para hacer avances en el mercado, pero requieren grandes inversiones e implica un riesgo significativo de fallas del producto.

Motores de búsqueda: Cuando los clientes actuales y potenciales están tomando decisiones sobre futuras compras, usan Internet para obtener información preliminar sobre los productos y empresas. Eso hace que el ranking de tu motor de búsqueda sea muy importante, según la consultora SEOmz. Con un alto ranking en los motores de búsqueda, los clientes encontrarán tu información antes que la de tus competidores. Contrata un consultor especializado en la optimización de motores de búsqueda para gestionar de forma continua tu contenido del sitio web, así construyes y mantienes un alto ranking en los buscadores.

Satisfacción al cliente: El logro de altos niveles de satisfacción de los clientes es esencial para tus ingresos y rentabilidad futura. Los clientes satisfechos seguirán comprándote y pueden recomendar tu empresa a otras personas. Lleva a cabo encuestas periódicas de satisfacción de los clientes y analiza los resultados para buscar áreas de debilidad en que los niveles de satisfacción son bajos. Lleva a cabo una mejora continua en las áreas débiles mediante la ejecución de programas de capacitación, implementación de la tecnología de servicio al cliente o la modificación de los procesos. Mide las mejoras.

Reputación: Tu reputación de la empresa es importante cuando las perspectivas están revisando las empresas como proveedores potenciales. Las empresas clasifican los proveedores por su reputación, situación en la industria, desempeño financiero y la opinión de los demás. Mediante la ejecución de un programa de relaciones públicas continuo, puedes mejorar el conocimiento de tu empresa y su reputación. Lleva a cabo una encuesta

para evaluar tu reputación actual y enfoca tu programa de comunicación en zonas de escasa conciencia o malentendido.

Con respecto a la importancia de la Mejora Continua, este concepto involucra a los productos, satisfacción al cliente y reputación. Productos porque durante el proceso de producción de un producto se utiliza la mejora continua para que rinda mejores productos, es decir que al innovar y desarrollar se tiene un gran avance en el mercado y así la empresa llegará a su meta establecida. A su vez, al referirnos de satisfacción al cliente, básicamente se utiliza la mejora continua para tomar en cuenta medidas necesarias durante la atención, es decir, fijarse en el buen servicio de otras empresas, tomarlo y mejorarlo, ya que esto conlleva que la empresa tenga una buena imagen y pronto regreso de sus clientes. Por último la reputación es importante ya que se reflejará la imagen de la empresa delante de sus proveedores, generando mayores relaciones sociales.

Objetivos de la Mejora Continua:

Para que una empresa sea más exitosa, es necesario aplicar la herramienta administrativa Mejora Continua, para ello primero se debe identificar los objetivos de dicha herramienta, así como lo manifiesta López, CP (2017):

La mejora continua, es una filosofía que tiene como propósito optimizar y aumentar la calidad de un producto, proceso o servicio. Se aplica no se centra únicamente en empresas manufactureras, sino que también tiene repercusión en las comercializadoras y de servicios. Se caracteriza por promover la base para asegurar la estabilidad de los procesos y así proporcionar una posibilidad de otra alternativa más eficaz. La mejora continua, como su nombre lo dice, se aplica a través de monitoreo constante y mejoras que permite a la empresa detectar variaciones o fallas en sus procesos cruciales. Ésta puede ser aplicada de forma constante y continua, por periodos de tiempo cortos, esto con el objetivo de no caer en una falla de gran importancia, que requiera un mejoramiento radical, pues ello implicaría cambios bruscos y un entrenamiento mucho más especializado para los trabajadores. Por lo anterior, y tomando en cuenta la competencia entre las empresas, los nuevos sistemas, la digitalización, etc., existen distintas metodologías que permiten emplear el mejoramiento

continuo basado en procesos bien definidos y que otorgan con mucha mayor confianza, la certeza de que estos cambios surtirán efectos a favor de la organización. Dichas mejoras pueden adoptarse de varias formas:

Aumentar el valor para el cliente con nuevos y mejores productos y servicios.

Reducir errores, defectos y desperdicios y sus costos relacionados.

Aumentar la productividad y la eficiencia en el uso de los recursos.

Mejorar la capacidad de respuesta y el desempeño de los clientes o la introducción de nuevos productos.

Finalmente, la verdadera mejora depende del aprendizaje que implica entender por qué los cambios tienen éxito a través de la retroalimentación entre prácticas y resultados, lo que da lugar a nuevos objetivos y estrategias. Por último, consideremos que un ciclo de aprendizaje consta de:

1. Planeación.
2. Ejecución de planes.
3. Evaluación del progreso.
4. Revisión de los planes con base en los descubrimientos de la evaluación.

Así mismo, se obtiene otra opinión acerca de los objetivos de la Mejora Continua, según Mauricio (2009) menciona:

Lo primero y fundamental, satisfacer plenamente a los clientes y consumidores, mediante la entrega de altos valores a cambio de los precios por ellos abonados. Lograr cada día mayores niveles de satisfacción es lo que hace posible contar con la lealtad de los consumidores, permitiendo de tal forma altos e incrementales niveles de rentabilidad. Para hacer factible dichos niveles de satisfacción la empresa debe empeñarse en reducir los costes, acortar los ciclos de los procesos, aumentar los niveles de calidad, y generar altos niveles de productividad. Reducir a su mínima expresión las actividades irrelevantes en cuanto a la generación de valor añadido para

los clientes externos, y reducir al mismo tiempo los niveles de fallas y errores, permitirá generar mayores valores agregados al menor coste posible. Ello es factible eliminando de manera progresiva y sistemática los desperdicios y despilfarros producidos por las diversas actividades y procesos de la empresa. Lograr los más altos grados de efectividad y eficiencia son en pocas palabras los objetivos supremos que todo sistema de mejora continua que se precie de tal debe lograr de manera armónica e integral.

Al mencionar los objetivos de la Mejora Continua, se toma un punto importante que es la reducción de costos posibles, ya que las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado, en el centro comercial Santa María, Chimbote, se dice que el 17% de los representantes aplican este método de reducción de costos, tanto internamente como externamente.

Procesos de Mejora Continua:

Una vez mencionado el concepto, importancia, objetivos de la Mejora Continua, según Gonzales (2009) menciona:

Los procesos de Mejora Continua, es un proceso estructurado para reducir los defectos en productos, servicios o procesos, utilizándose también para mejorar los resultados que no se consideran deficientes pero que, sin embargo, ofrecen una oportunidad de mejora. Un proyecto de mejora de la Calidad consiste en un problema u oportunidad de mejora que se define y cuya resolución se establece un programa. Como todo programa, debe contar con unos recursos (materiales, humanos y de formación) y unos plazos de trabajo. La Mejora de la Calidad se logra proyecto a proyecto, paso a paso, siguiendo un proceso estructurado como: Verificar la misión, diagnosticar la causa raíz, solucionar la causa raíz, mantener los resultados.

Se sugiere que las micro y pequeñas empresas utilicen la Mejora Continua para todo tipo de proyecto, ya que permite que si por algunas circunstancias de presentan defectos, esta herramienta lo que hace es reducirlo y mejorarlo, obteniendo como resultados grandes oportunidades, y a su vez utilizando los recursos humanos, materiales.

Ciclo de la Mejora Continua

La Mejora continua, sin duda alguna, es una herramienta importante para el desarrollo de toda micro y pequeña empresa, ya que permite mejorar aspectos deficientes que se tiene. Según León (2009) argumenta:

El mismo, consta de cuatro etapas que son:

1. El Diagnóstico.
2. La Planificación.
3. La Ejecución.
4. Y, la Evaluación.

Por tal razón se denomina también al mismo como DPEE o DP2E.

El Diagnóstico tiene por objetivo fundamental tener y apreciar de manera clara y precisa el estado y evolución de la empresa, permitiendo de tal forma definir los problemas que aquejan a la misma, como así también las causas que le dan origen.

En la Planificación se visualiza la diferencia entre la situación en la cual se encuentra y aquella a la cual se pretende llegar, identificando en primer lugar las soluciones posibles, para pasar luego a seleccionar aquellas que más se adaptan en función a las restricciones existentes, definiendo las acciones a desarrollar para su puesta en práctica.

La Ejecución implica llevar a cabo tanto la preparación del personal, como la implantación de los sistemas de control e información, y las acciones tendientes a la superación de los problemas, desvíos e irregularidades.

Por último tenemos la Evaluación, como también el cumplimiento de los objetivos y metas propuestas.

Luego, y por medio de un Cuadro de Mando Integral se permite el Diagnóstico permanente de la organización, permitiendo las correcciones en los planes, y de tal forma desarrollar las medidas correctivas que hagan factible la consecución de los objetivos y metas estratégicas.

En este Cuadro de Mando Integral tendrá especial relevancia los niveles de desperdicios en las diversas actividades y procesos, de manera tal que persiguiendo la disminución o eliminación sistemática de las mismas se logren periódicamente mayores niveles de rentabilidad.

Es fundamental como se dijo al inicio de éste punto, conocer con la mayor precisión posible tanto el estado y evolución de la empresa, como las causas raíces que lo originan. Sólo de tal forma se lograrán idear maneras eficaces y eficientes de superarlas. Debe aclararse que no necesariamente debe encontrarse la empresa en una situación anómala o negativa para dar lugar a un proceso de mejora. Este proceso de mejora debe y deberá ser siempre el resultado entre un objetivo establecido y la situación actual, debiendo buscarse cuales son los factores o situaciones que impiden o pueden frenar el logro de tal meta, buscando por tal motivo llegar a la causa raíz, de modo de encontrar los mejores medios o métodos para hacer factibles los objetivos establecidos. (p. 12)

Sin duda alguna, si las micro y pequeñas empresas cumplan con este ciclo de la Mejora Continua, todo sería transparente y desarrollado. De tal manera que si se empieza por cumplir la primera etapa “El Diagnóstico” se podrá visualizar y realizar un estudio del problema que está surgiendo en el interior de la empresa, posteriormente la etapa de la “Planificación” la cual se tomarán distintas ideas de acciones que se deba tomar logrando tomar la decisión correcta para proceder con la siguiente etapa, siendo “La Ejecución”, en esta etapa se llevará acabo el desarrollo del problema, implementando sistemas de control para el personal, y por último se tiene la “Evaluación” que se desarrollará una vez terminado la ejecución del problema visualizado.

2.3. Marco Conceptual

Historia de ventas de calzado

Para muchas de las personas que se preocupan por llevar un buen estilo de vida, unos objetos que les combinen con sus prendas de vestir, para complacer ese deseo se crearon los calzado.

En épocas anteriores, el calzado fue creado no solo para proteger el pie, sino también era un símbolo que nos permite marcar la diferencia, ya que anteriormente los ricos no se vestían igual que los pobres, es decir había una

gran diferencia de ser uno mismo. Uno de los países que se vio reflejado esta diferencia es en Egipto, ya que sólo el faraón podría llevar puestos unos zapatos; en Grecia la gran parte de hombres podrías llevar puestos libremente sus zapatos; mientras que en Roma se veía reflejado una gran diferencia, en que los esclavos sólo andaban descalzos y las personas que cometieron crímenes, son sujetas a usar zapatos de madera.

En esta época, el calzado más usado era la sandalia, aunque también existía otro tipo de zapato, la bota. Mayormente en Grecia, fueron sus pobladores que comenzaron a crear varios tipos de zapatos para todo tipo de pie y según la actividad que ejerce cada persona, posteriormente esta actividad nueva empezó a ser generalizada a Roma, es ahí donde la evolución del zapato se amplía y se convierte como un símbolo de buena suerte.

Hoy en día, el calzado es muy usual en la vida diaria, para comprar un calzado podemos elegir al gusto que querremos y de acuerdo al estilo que usaremos, ya que gracias a la tecnología y globalización, se ha creado diferentes tipos de calzado como: las sandalias, botas, zapatillas, botines, ortopédicos, zapatos femeninos, bailarinas, entre otros.

Ventas de calzado

Ventas de calzado, significa vender un producto de segunda necesidad, ya que hoy en día todos usamos un calzado, ya sea para salir o estar en casa. En todos los países del mundo, existen tiendas que se dedican a la venta de calzado, ya que es un objeto que siempre lo usamos, muchas de estas tiendas se preocupan en vender un calzado de mejor calidad, mejor diseño a un precio cómodo, como otras no practican el estudio de las necesidades que busca el cliente, existen tiendas de calzado que no mejoran su servicio y su producto, no se preocupan en mejorar, en buscar mejores diseños o tal vez en arreglar su infraestructura, en invertir en capacitar a su personal de ventas ya que mucho de ellos no lo hacen.

El calzado se utiliza como un elemento para cubrir los pies contra cualquier suciedad o enfermedad, más que todo para embellecer el pie y darle un mejor estilo de vida.

Hoy en día la venta de calzado tiene como objetivo ofrecer un mejor producto al cliente, que se pueda diferenciar del resto, mejores diseños, un personal de

ventas aptamente capacitados, el cual le pueda incentivar al cliente a comprar ese calzado.

Las micro y pequeñas empresas de venta de calzado

Actualmente las micro y pequeñas empresas que se dedican a la venta de calzado, tienen como único fin vender sus productos, generar mayor ganancia para ella misma, gracias a las ventas, estas empresas sólo realizan en comprar y vender, lo cual muchas Micro y pequeñas empresas fallan al colocar un negocio en el cual no realizan inversión en mejorar la infraestructura, en capacitar a su personal, en publicitar más su negocio, para ello deben tener en claro el tema de mejora continua, esto le permite que las Micro y pequeñas empresas crezcan mucho más, mejorando en algunos aspectos que no les permite crecer y obtener más clientes. Asimismo existen Micro y pequeñas empresas que sí se preocupan por mejorar, invierten mucho en su personal, saben a qué tipo de persona debe estar en ventas, saben cómo invertir en publicitar su empresa, obtener día a día más clientes. En Trujillo, se le considera como la ciudad donde produce más calzado, es ahí donde los mayoristas comprar los diferentes diseños de calzado, diferentes usos de cada género.

Las Micro y pequeñas empresas tienen distintas funciones que realizar, como: (1) generar ganancias. (2) mejorar continuamente. (3) brindar un buen producto y servicio. (4) Satisfacer las necesidades de sus colaboradores. (5) Identificar las habilidades del personal para poder derivarlos a un puesto de trabajo que esté acorde de sus habilidades. (6) Realizan cursos de crecimiento personal como la motivación, el trabajo en equipo, la autoestima, los valores, la ética, para que así el personal se sienta satisfecho y comprometido con su labor dentro de la empresa.

Las micro y pequeñas empresas están ubicadas en los lugares donde exista mayor demanda en el mercado, para que pueda realizar todas sus ventas, pueda ganar cliente, llegar a ser una empresa reconocida por todo el mercado, asimismo reconocida mentalmente del cliente.

Las micro y pequeñas empresas de venta de calzado a la gestión de calidad en la mejora continua

Las micro y pequeñas empresas que se dedican a la venta de zapatos deben de tomar en cuenta la Gestión de Calidad en la mejora continua, es decir que

deben tomar conciencia de lo que deben mejorar, por ejemplo aquí en Chimbote, muchas de estas Micro y pequeñas empresas no son bien organizadas, es decir, que deben identificar con exactitud los conocimientos y habilidades del personal para que puedan ocupar su puesto respectivo, a un personal con experiencia, otro punto muy importante es mejorar su infraestructura, ya que hay empresas que llegan años en el mercado pero no se preocupan en mejorar su local u obtener otro espacio donde puedan vender calzado, asimismo no se preocupan en publicitar su negocio, solo se centran en donde están, esperan que el cliente vaya hacia ellos pero ellos no llegan al cliente es por eso que en ese tipo de empresas sus ventas son pocas, su inversión es menor; es por ello que se le recomienda que tome como práctica la Gestión de Calidad en la Mejora Continua.

Finalmente, las micro y pequeñas empresas deben someterse a una mejora continua, ya que esta le ayudará a que mejore su sistema organizacional, mejoren el crecimiento personal de cada trabajador, cumplan con exactitud las normas establecidas, contribuya con el desarrollo organizacional, de tal manera que estas micro y pequeñas empresas tendrán como resultado mayor productividad, un desarrollo eficiente por parte de la empresa como de los trabajadores.

Gestión de calidad

La Gestión de Calidad mayormente se centra en mejorar la organización, en direccionar respectivamente y con eficiencia, saber elegir al personal adecuado, utilizar las indumentarias de higiene respectivas, mejorar el establecimiento, crecer como empresa, brindar un buen producto y servicio. Asimismo la Gestión de Calidad se centra más que todo en mejorar las negatividades de la empresa, usando variedades de herramientas de la administración como también de las Normas ISO, mejorando así su trato con el personal y con la misma empresa.

Gestión de Calidad, se le puede llamar a un proceso de gestionar, controlar una buena calidad dentro y fuera de una empresa. Cuando se dice dentro, se basa a los recursos establecidos que tiene la empresa, un claro ejemplo es el personal ya que es aquel quien brindará un buen servicio al cliente y atenderá a servirle con un buen trato. Al decir fuera, se basa a dar una buena impresión de imagen, a la infraestructura de la empresa, para que el cliente se centralice

en consumir nuestro producto y así mismo reflejarlo a la competencia, mostrándoles que hacer una buena Gestión de Calidad, nos llevará a obtener buenos resultados.

Mejora continua

La mejora continua es mejorar los aspectos negativos de toda empresa. La excelencia ha de alcanzarse mediante un proceso de mejora continua. Mejora, en todos los campos, de las capacidades del personal, eficiencia de los recursos, de las relaciones con el público, entre los miembros de la organización, con la sociedad y cuanto se le ocurra a la organización, que pueda mejorarse en dicha organización, y que se traduzca en una mejora de la calidad del producto o servicio que prestamos.

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 retos.

III. HIPÓTESIS.

En el presenta estudio de investigación titulada “Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016”, no se plantea hipótesis por tratarse de una investigación de tipo descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación

En el presente estudio de investigación se utilizó el diseño como NO EXPERIMENTAL-TRANSVERSAL.

Fue no experimental porque no se manipuló a la variable Gestión de Calidad en estudio, sino que describió tal como se presenta en las Micro y pequeñas empresas. Fue transversal porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, estableciéndose un inicio y un fin en la investigación específicamente un año, 2016.

Fue descriptiva porque sólo se describió las principales características de la variable en Gestión de Calidad y Mejora Continua en su contexto, las cuales son las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas, en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.

Fue Aplicada porque se desarrolló para la ciencia social.

Fue Cuantitativa porque se utilizó instrumentos de medición y evaluación la cual fue un cuestionario estructurado con preguntas cerradas relacionadas al representante, a la variable Gestión de Calidad y a la herramienta administrativa Mejora Continua en las Micro y pequeñas empresas.

4.2. Población y Muestra

Población:

Para la elaboración del presente estudio de investigación se utilizó una población de 24 Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo (Anexo 03)

Muestra:

Se utilizó una muestra dirigida de 12 Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016; es decir con todas aquellas micro y pequeñas empresas que sus representantes proporcionaron información para el desarrollo del trabajo de investigación. (Anexo 03).

4.3. Matriz Definición y Operacionalización de la Variable

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Representante	El representante es aquella persona, que tiene diversas características, como: debe tener una edad, se diferencia por el género masculino o femenino, debe tener un grado de instrucción donde se visualiza el nivel de conocimiento del representante, para que sea factible en diferenciar el cargo que deba ocupar, finalmente todo representante debe tener como tiempo de experiencias en dicho cargo.	Edad	<ul style="list-style-type: none"> - 18 a 30 años. - 31 a 51 años - 51 a más años. 	Razón.
		Género	<ul style="list-style-type: none"> - Masculino - Femenino 	Nominal.
		Grado de Instrucción	<ul style="list-style-type: none"> - Sin instrucción. - Educación Básica. - Superior Universitario. - Superior no Universitario. 	Ordinal.
		Cargo	<ul style="list-style-type: none"> - Dueño. - Administrador. 	Nominal.
		Años que desempeñan el cargo	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años 	Razón.

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Micro y Pequeñas Empresas	La Micro y Pequeñas Empresas son aquellas empresas que tienen como objetivo generar ganancias, deben tener ciertos años de funcionamiento para ver si dicha empresa está cumpliendo correctamente las reglas, debe tener trabajadores, saber qué número de trabajadores laboran en la empresa para ver qué tan mayor es la productividad, finalmente toda empresa que recién está integrándose en el mercado tiene objetivos de creación, es decir objetivos por cumplir durante su funcionamiento, garantizando la satisfacción del personal como de los clientes.	Años de Funcionamiento	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años. - 4 a 6 años. - A más años- 	Razón.
		Número de trabajadores.	<ul style="list-style-type: none"> - 01 a 05 trabajadores. - 06 a 10 trabajadores. - 11 a más trabajadores. 	Razón.
		Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - Familiares - No familiares. 	Nominal
		Objetivo de creación	<ul style="list-style-type: none"> - Generar ganancias. - Subsistemas. 	Nominal.

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad con el uso de la Mejora Continua.	Gestión de Calidad es tener como resultado que las personas que forman parte de la empresa se sientan satisfechos, que tengan los conocimientos que la empresa les da, para que así estas personas entiendan claramente cuáles son sus funciones dentro de la empresa, para que así no exista ningún tipo de conflicto laboral, sino más bien que crean un buen clima laboral en el cual los trabajadores ya sean nuevos o antiguos se sientan satisfechos en su mismo ambiente de trabajo. Para ello hace el uso de la técnica de la Mejora Continua	Importancia de la Calidad se servicio para su negocio.	<ul style="list-style-type: none"> - Siempre. - Casi siempre. - A veces. - Casi nunca. - Nunca. 	Nominal
		Practicar la Gestión de Calidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Lleva un buen control en el negocio. - Planifica eficientemente. - Innova sus productos. - Capacitando al personal. 	Nominal
		Planifica en mejorar su negocio.	<ul style="list-style-type: none"> - Toman en cuenta a empresas grandes. - Mejorar los productos. - Bajar los precios. - Mejorar la infraestructura. 	Nominal
		Capacitar en mejorar la calidad del negocio	<ul style="list-style-type: none"> - Siempre. - Casi siempre. - A veces. - Casi nunca. - Nunca. 	Nominal
		Cumplimiento de las expectativas de los clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar buena atención al cliente. - Vender productos de calidad. - Utiliza como base la moda y estación. - Vende productos cómodos. 	Nominal

Continua.

Concluye.

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad con el uso de la Mejora Continua.	La Mejora Continua es todo un proceso de cambio, es decir, mejorar todos los aspectos negativo de una empresa, partiendo en satisfacer correctamente a sus trabajadores para que ellos puedan brindar un buen servicio, la mejora continua se le mide por un grado de mejoramiento dentro de la empresa, tanto a los trabajadores, al producto y/o servicio y al cliente.	Realizar la mejora continua en el negocio	<ul style="list-style-type: none"> - Minimizar costos. - Mejorar la calidad del producto. - Capacitar a los trabajadores. 	Nominal
		Producto de regalo	<ul style="list-style-type: none"> - Siempre. - Casi siempre. - A veces. - Casi nunca. - Nunca. 	Nominal
		Practicar el trabajo en equipo logrando buenos resultados	<ul style="list-style-type: none"> - Establece una meta para cada grupo. - Toma en cuenta las ideas de todo el equipo. - Motivar al personal a ofrecer un buen servicio. 	Nominal
		Importancia en mejorar en cuanto a la atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> - Siempre. - Casi siempre. - A veces. - Casi nunca. - Nunca. 	Nominal
		Cumplir las actividades según el tiempo asignado	<ul style="list-style-type: none"> - Planificando anticipadamente. - Realizar las tareas en equipo. - Utiliza un checklist de las actividades. 	Nominal

4.4. Técnicas e Instrumentos.

La técnica que se utilizó para el Trabajo de Investigación es la encuesta, en la cual se entrevistaron a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016; para obtener información de las preguntas que estuvieron planteadas en el cuestionario.

El presente estudio de investigación tuvo como instrumento: el cuestionario, estructurado en 18 preguntas, de las cuales 4 preguntas fueron dirigidas a los representantes, 4 preguntas fueron dirigidas a las micro y pequeñas empresas, y 10 preguntas dirigidas a la variable Gestión de Calidad con el uso de la herramienta administrativa Mejora Continua. Este cuestionario se basó en preguntas sumamente cerradas ya que sólo se colocaron alternativas, asimismo se utilizó la escala de Likert ya que se establecieron alternativas como: siempre, casi siempre, a veces, casi nunca, nunca. Esta herramienta permitió recopilar datos, y obtener la información necesaria para realizar el trabajo de investigación. Fue aplicada mediante la encuesta a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016. (Anexo 04).

4.5. Plan de Análisis.

Para el presente estudio de investigación titulado Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016. Se llevó a cabo la realización del trabajo en campo, el cual consistió en la recolección de información necesaria para la elaboración del estudio de investigación. Para ello se tomó una población de 24 representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016, y determinó como muestra a sólo 12 representantes. En el cual se aplicó la estructura de la encuesta que contiene la introducción del cuestionario en el cual indica la finalidad de la encuesta, nuestro título de investigación y finalmente el agradecimiento por la

información brindada. Posteriormente se aplicó las preguntas estructuradas acerca de: Edad, género, grado de instrucción, grado de permanencia; a su vez se realizó las preguntas en base a las micro y pequeñas empresas como: Tamaño de la empresa, objetivo de la creación, tiempo de permanencia en el rubro, número de trabajadores. Y finalmente se le aplicó preguntas dirigidas a la Gestión de Calidad y a la herramienta administrativa Mejora Continua. Antes de aplicar el cuestionario, fue revisada por el Docente Tutor Investigador dándonos su aprobación.

Para elaborar el trabajo de Investigación se tuvo que hacer un Plan de Análisis, en el cual se ha utilizado los siguientes programas informáticos: Word, Excel y PDF.

El Word se usó para llevar a cabo el trabajo de Investigación, para poder describir la información de Gestión de Calidad y Mejora Continua, posteriormente se utilizó esta herramienta para realizar la hoja de tabulación, tablas y figuras con los resultados ya obtenidos en la encuesta. **(Anexo 06)**. Seguidamente se utilizó el Excel se usará para obtener porcentajes puntuales de las tabulaciones, ya que estos nos permiten tener una buena interpretación para el trabajo de Investigación. Finalmente de utilizó el PDF para darle un buen acabado, subirlo a nuestro Campus Virtual y evitar que el trabajo de Investigación sea modificado o copiado.

4.6. Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población y Muestra	Método	Técnicas e Instrumentos	Plan de Análisis
¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016?	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.</p>	Gestión de Calidad	<p>Población</p> <p>Para la elaboración del presente estudio de investigación se utilizó una población de 24 Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo.</p>	<p>Diseño de la Investigación</p> <p>En el presente estudio de investigación se utilizó el diseño como NO EXPERIMENTAL-TRANSVERSA L. Fue no experimental porque no se manipuló a la variable Gestión de Calidad en estudio, sino que describirá tal como se presenta en las Micro y pequeñas empresas.</p>	<p>La técnica que se utilizó para el Trabajo de Investigación es la encuesta, en la cual se entrevistaron a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016; para obtener información de las preguntas que estuvieron planteadas en el cuestionario.</p>	<p>Para el presente estudio de investigación titulado Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.</p>

Continua.

Problema	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población y Muestra	Método	Técnicas e Instrumentos	Plan de Análisis
¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016?	<p>Objetivos Específicos:</p> <p>*Determinar las principales características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas, en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.</p>	Gestión de Calidad	<p>Muestra</p> <p>Se utilizó una muestra dirigida de 12 Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016; es decir con todas aquellas micro y pequeñas empresas que sus representantes proporcionaron información para el desarrollo del trabajo de investigación.</p>	<p>Será transversal porque se desarrollará en un espacio de tiempo determinado, estableciéndose un inicio y un fin en la investigación específicamente un año, 2016.</p> <p>Fue descriptiva porque sólo se describió las principales características de la variable en Gestión de Calidad y Mejora Continua en su contexto, las cuales son las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas, en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.</p>	<p>El presente estudio de investigación tuvo como instrumento: el cuestionario, estructurado en 18 preguntas, de las cuales 4 preguntas fueron dirigidas a los representantes, 4 preguntas fueron dirigidas a las micro y pequeñas empresas, y 10 preguntas dirigidas a la variable Gestión de Calidad con el uso de la herramienta administrativa Mejora Continua.</p>	<p>Se llevó a cabo la realización del trabajo en campo, el cual consistió en la recolección de información necesaria para la elaboración del trabajo de investigación. Para ello se tomó una población de 24 representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016, y determinó como muestra a sólo 12 representantes.</p>

Continua.

Problema	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población y Muestra	Método	Técnicas e Instrumentos	Plan de Análisis
¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016?	<p>*Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas, en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.</p> <p>*Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.</p>	Gestión de Calidad		Fue Aplicada porque se desarrollará para la ciencia social. Fue Cuantitativa porque se utilizó instrumentos de medición y evaluación las cuales fue el cuestionario estructurado con preguntas cerradas relacionadas al representante de las Micro y pequeñas empresas, a la variable de Gestión de Calidad y a la herramienta administrativa del estudio que es Mejora Continua.	Este cuestionario se basó en preguntas sumamente cerradas ya que sólo se colocaron alternativas, asimismo se utilizó la escala de Likert ya que se establecieron alternativas como: siempre, casi siempre, a veces, casi nunca, nunca. Esta herramienta permitió recopilar datos, y obtener la información necesaria para realizar el trabajo de investigación. Fue aplicada mediante la encuesta a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.	En el cual se aplicó la estructura de la encuesta que contiene la introducción del cuestionario en el cual indica la finalidad de la encuesta, nuestro título de investigación y finalmente el agradecimiento por la información brindada. Posteriormente se aplicó las preguntas estructuradas acerca de: Edad, género, grado de instrucción, grado de permanencia; a su vez se realizó las preguntas en base a las micro y pequeñas empresas como: Tamaño de la empresa, objetivo de la creación, tiempo de permanencia en el rubro, número de trabajadores. Y finalmente se le aplicó preguntas dirigidas a la Gestión de Calidad y a la herramienta administrativa Mejora Continua.

Continua.

Concluye.

Problema	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población y Muestra	Método	Técnicas e Instrumentos	Plan de Análisis
¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016?		Gestión de Calidad				<p>Antes de aplicar el cuestionario, fue revisada por el Docente Tutor Investigador dándonos su aprobación. Para elaborar el Trabajo de Investigación se tuvo que hacer un Plan de Análisis, en el cual se ha utilizado los siguientes informáticos: Word, Excel y PDF.</p> <p>El Word se usó para llevar a cabo el trabajo de Investigación, para poder describir la información de Gestión de Calidad y Mejora Continua, posteriormente se utilizó esta herramienta para realizar la hoja de tabulación, tablas y figuras con los resultados ya obtenidos en la encuesta. Seguidamente se utilizó el Excel se usará para obtener porcentajes puntuales de las tabulaciones, ya que estos nos permiten tener una buena interpretación del Trabajo de Investigación. Finalmente de utilizó el PDF para darle un buen acabado, subirlo a nuestro Campus Virtual y evitar que el trabajo de Investigación sea modificado o copiado</p>

4.7. Principio Ético

El presente Trabajo de Investigación se desarrolló de manera confiable y respetuosa, es decir que los datos utilizados fueron anónimamente sin perjudicar al autor del libro o de la página. Se utilizó los valores éticos como el respeto, la confianza, la honradez, la honestidad, la responsabilidad, entre otros.

Respeto: Se respetó las opiniones y párrafos de los autores, de tal manera que no habrá ningún tipo de plagio ni copia.

Confidencialidad: Se respetó el derecho de confidencialidad ya que como autora de este estudio de investigación, se tomó páginas y libros confiables, en los cuales me otorgaron una buena información basada en la Gestión de Calidad con el uso de la Mejora Continua. A su vez se mostró confianza en el momento de encuestar a los representantes aclarándole que la encuesta es de manera anónima, respetando su personalidad como dueño de la empresa.

Honestidad: Este estudio de investigación se realizó con honestidad ya que se referenció al autor describiendo tal y como está el párrafo que me interesa, para evitar las incomodidades y las consecuencias que podría ocasionar.

Responsabilidad: El presente estudio de investigación fué hecha por mi persona, soy la responsable de generar un gran respeto y honestidad hacia el autor, referencí al autor como se debe, sin plagio, citarlo responsablemente.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1: Características de los Representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Edad		
18 a 30 años.	5	41,7
30 a 50 años.	7	58,3
50 a más años.	0	0,0
Total	12	100,0
Género		
Masculino.	1	8,3
Femenino.	11	91,7
Total	12	100,0
Grado de Instrucción		
Primaria.	0	0,0
Secundaria.	4	33,3
Superior Técnico.	1	8,3
Superior Universitario.	7	58,4
Sin instrucción.	0	0,0
Total	12	100,0
Grado de permanencia en el cargo		
Dueño.	12	100,0
Representante.	0	0,0
Total	12	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.

Tabla 2: Características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tamaño de la Empresa		
Micro Empresa.	12	100,0
Pequeña Empresa.	0	0,0
Total	12	100,0
Objetivo de la creación de la Empresa		
Oportunidad.	2	16,7
Necesidad.	2	16,7
Generar ingresos.	8	66,6
Total	12	100,0
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 5 años.	3	25,0
5 a 10 años.	0	0,0
10 años a más.	9	75,0
Total	12	100,0
Número de trabajadores.		
1 a 5 trabajadores.	12	100,0
6 a 10 trabajadores.	0	0,0
11 a más trabajadores.	0	0,0
Total	12	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.

Tabla 3: Características de la Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Considera que es importante la calidad de servicio para su negocio.		
Siempre.	12	100,0
Casi siempre.	0	0,0
A veces.	0	0,0
Casi nunca.	0	0,0
Nunca.	0	0,0
Total	12	100,0
Practica la Gestión de Calidad en su negocio.		
Lleva un buen control en su negocio.	3	25,0
Planifica eficientemente.	5	41,8
Innova sus productos.	2	16,6
Capacitando al personal.	2	16,6
Otros.	0	0,0
Total	12	100,0
Planifica en mejorar su negocio.		
Toman en cuenta a empresas grandes.	0	0,0
Mejoran sus productos.	7	58,4
Bajan los precios.	4	33,3
Mejorar la infraestructura.	1	8,3
Total	12	100,0
Realiza capacitaciones referidas a mejorar la calidad en su negocio.		
Siempre.	7	58,4
Casi siempre.	1	8,3
A veces.	0	0,0
Casi nunca.	1	8,3
Nunca.	3	25,0
Total	12	100,0

Continua.

Tabla 3: Características de la Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Cumple usted con las expectativas de sus clientes.		
Brindar buena atención al cliente.	3	25,0
Venden productos de calidad.	2	16,7
Utiliza como base la moda y estación.	5	41,6
Venden productos cómodos.	2	16,7
Total	12	100,0
Realiza la mejora continua en su negocio.		
Minimizando costos.	1	8,3
Mejorar la calidad del producto.	10	83,4
Capacitar a los trabajadores	1	8,3
Total	12	100,0
Entrega un producto de regalo.		
Siempre.	7	58,3
Casi siempre.	3	25,0
A veces.	1	8,3
Casi nunca.	0	0,0
Nunca.	1	8,3
Total	12	100,0
Practica el trabajo en equipo para obtener buenos resultados.		
Establecer una meta para cada grupo.	5	41,7
Toma en cuenta las ideas de todo el equipo.	1	8,3
Motiva a su personal a ofrecer un buen servicio.	6	50,0
Otros.	0	0,0
Total	12	100,0

Continua.

Tabla 3: Características de la Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas minoristas de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.

Concluye

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Mejorar en cuanto a la atención al cliente.		
Siempre.	12	100,0
Casi siempre.	0	0,0
A veces.	0	0,0
Casi nunca.	0	0,0
Nunca.	0	0,0
Total	12	100,0
Cumple con las actividades según el tiempo asignado.		
Planificando anticipadamente.	8	66,6
Realizar las tareas en equipo.	2	16,7
Utilizar un checklist de las actividades.	2	16,7
Otros.	0	0,0
Total	12	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.

5.2. Análisis de Resultados

Referente a los Representantes

Edad: El 58,3% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, tienen de 30 a 50 años (Tabla 1). Estos resultados coinciden con lo encontrado por Cieza (2014) quien mencionó que el 50% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas tienen de 30 a 50 años, a su vez coincide con los resultados de Berrú (2014) el cual manifestó que el 50% tiene de 36 a 52 años. Pero se contrasta con lo obtenido por Prudencio (2015) quien menciona que el 32,9% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas tienen de 20 a 29 años, y a su vez contrasta con los resultados de Valderrama (2016) quien menciona que el 50% de los representantes tiene de 50 a 60 años de edad. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las Micro y pequeñas empresas tienen entre 30 a 50 años. Esto quiere decir que en la actualidad estas Micro y pequeñas empresas están dirigidas y formadas por personas adultas que tienen la potestad de ejercer un negocio, que tengan en claro las decisiones que se va a tomar durante el desarrollo de su empresa para generar mayores ingresos constantes en su familia.

Género: El 91,7% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, son de género femenino (Tabla 1). Estos resultados coinciden con lo encontrado por Prudencio (2015) quien menciona que el 61,5% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas son de género femenino, a su vez coincide con los resultados obtenidos por Valderrama (2016) el cual señala que el 50% de representantes son de género femenino. Pero se contrasta con Cieza (2014) quien obtiene como resultados que el 75% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas son de sexo masculino, a su vez contrasta con los resultados encontrados por Berrú (2014) quien menciona que el 62,5% de los representantes son de género masculino. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las Micro y pequeñas empresas son de género femenino. Esto quiere decir, que en estos últimos años, se está observando un cambio total en el ámbito empresarial, ya que actualmente las mujeres no sólo se dedican a ser ama de casa, sino también a ser personas emprendedoras y capaces de ejercer una empresa, es por ello que las Micro y pequeñas empresas son delegados por mujeres que tienen la potestad de demostrar sus habilidades y capacidades para dirigir una empresa.

Grado de Instrucción: El 58,4% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, cuentan con estudios superiores universitarios (Tabla 1). Estos resultados coinciden con lo obtenido por Prudencio (2015) quien menciona que el 48,7% de los representante de

las Micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción superior universitario, a su vez coincide con los resultados de Valderrama (2016) el cual manifiesta que el 53,3% tienen un grado de instrucción superior universitario. Pero se contrasta con los resultados de Cieza (2014) quien menciona que el 37,5% tienen un grado de instrucción secundaria completa, a su vez contrasta con los resultados de Berrú (2014) quien manifiesta que el 37,5% tienen un grado de instrucción secundario. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las Micro y pequeñas empresas cuentan con estudios superiores universitarios. Esto quiere decir que muchas de las personas emprendedoras optan por hacer un sacrificio en tener un grado de instrucción universitaria ya que anteriormente no había las posibilidades de poder llegar hasta este grado de instrucción, sino que muchos sólo tenían su secundaria completa, pero a medida que va pasando el tiempo, van cambiando e innovando muchas cosas, hay instituciones de apoyo que permite que la persona emprendedora pueda obtener sus estudios completos para obtener mayores conocimientos de cómo administrar y dirigir una empresa.

Cargo que desempeña en la Micro empresa: El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, ocupan el grado de permanencia como dueños (Tabla 1). Esto demuestra que la totalidad de los representantes son dueños. Esto quiere decir que en la actualidad los representantes ya no ocupan el lugar de trabajador, sino que ahora ocupan el puesto de dueño de una empresa, por el único objetivo de ser grandes emprendedores; es por ello que los representantes son propietarios de sus empresas, y son ellos quienes lo administran y toman decisiones en ellas mismas.

Referente a las micro y pequeñas empresas

Tamaño de la Empresa: El 100% de los negocios son micro empresas, ubicadas en el sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el centro comercial Santa María, distrito de Chimbote, 2016 (Tabla 2) Esto demuestra que la totalidad de los negocios son Micro empresas. Esto quiere decir que estas Micro y pequeñas empresas obtienen ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (IUT), y a su vez son muchas de las empresas que son pequeñas, pero que tienen las aspiraciones de expandirse y lograr más ingresos.

Objetivo de la creación de la Empresa: El 66,6% de las micro y pequeñas empresas, son creadas para generar ingresos (Tabla 2). Estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Berrú (2014) quien menciona que el 75% de las empresas son creadas

para una subsistencia. Esto demuestra que le mayoría de las Micro y pequeñas empresas son creadas para generar ingresos. Esto quiere decir que en estos últimos tiempos, muchas de las empresas son creadas para generar ingresos, invertir, diseñar e innovar más productos o crear más empresas del mismo o diferente rubro y así alcanzar una mejor calidad de vida para su familia.

Tiempo de permanencia en el rubro: El 75% de las Micro y pequeñas empresas, tienen más de 10 años en el rubro (Tabla 02). Estos resultados coinciden con lo obtenido por Valderrama (2016) quien manifiesta que el 60% de las empresas tienen más de 10 años en el rubro de calzado. Pero se contrasta con los resultados obtenidos por Berrú (2014) quien manifiesta que el 37,5% de las empresas tienen más de 3 años en dicho rubro. Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas tienen más de 10 años de permanencia en el rubro. Esto quiere decir que actualmente las empresas han ido evolucionando en cuanto a la permanencia del rubro, se le puede identificar a estas empresas como las más rentables, más innovadores, más posicionadas en el mercado.

Número de trabajadores: El 100% de las Micro y pequeñas empresas, tienen de 1 a 5 trabajadores (Tabla 2). Estos resultados contrastan con los resultados obtenidos por Berrú (2014) quien menciona que el 50% de las empresas tienen 1 solo trabajador. Esto demuestra que la totalidad de las Micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores laborando en ella. Esto quiere decir que en años anteriores las empresas no veían con exactitud el crecimiento económico, es por ello que contrataban a varios trabajadores para una Micro empresa, sin embargo, actualmente las empresas han ido evolucionando sometándose a un sin fin de cambios, cuyo objetivo es generar más ingresos y/o ganancias.

Referente a la gestión de calidad y mejora continua

Con respecto a la importancia de la calidad de servicio para su negocio: El 100% de las Micro y pequeñas empresas, consideran que siempre es importante la calidad de servicio en el negocio. (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Padilla (2014) quien menciona que el 60% considera un grado de aplicabilidad sobre la Gestión de Calidad, a su vez coincide con los resultados obtenidos por Espinoza (2014) quien manifiesta que el 70% de las empresas considera importante realizar una buena Gestión de Calidad ya que genera éxitos en la empresa. Esto demuestra que la totalidad de las Micro y pequeñas empresas consideran importante practicar la calidad de servicio dentro del negocio. Esto

quiere decir que actualmente las empresas consideran practicar la calidad del servicio ya que si una empresa brinda un pésimo servicio, está claro que el cliente no va a regresar al negocio, sin embargo si una empresa trata bien al cliente, cumple con sus expectativas y dudas, el mismo cliente nos va a recomendar a otras personas a comprar el producto, esto genera que la empresa sea bien vista por el cliente, y sea exitosa.

Con respecto a la manera de practicar la Gestión de Calidad en el negocio: El 41,8% de las Micro y pequeñas empresas, utilizan como base la planificación para desarrollar la Gestión de Calidad en el negocio. (Tabla 3). Estos resultados contrastan con Cieza (2014) quien menciona que el 75% utiliza un Plan Estratégico para mejorar la calidad en la comercialización del producto. Esto demuestra que la mayoría relativa se está utilizando constantemente la planificación para realizar una buena Gestión de Calidad dentro de las Micro y pequeñas empresas. Esto quiere decir que en la actualidad muchas de las empresas toman en cuenta muchos factores para el desarrollo de la misma, realizar una buena planificación para así terminar el trabajo bien hecho, preparándose ante cualquier obstáculo que de poco en poco se presente, es por ello que las empresas actuales optan por planificar anticipadamente para realizar una buena Gestión de Calidad.

Con respecto a la manera de planificar en mejorar su negocio: El 58,4% de las Micro y pequeñas empresas, planifican en darle una mejora en sus productos para poder mejorar su negocio (Tabla 3). Estos resultados contrastan con Padilla (2014) quien menciona que el 80% de empresas consideran aplicar técnicas adecuadas, a su vez contrasta con Prudencio (2015) quien manifiesta que el 30,8% de empresas realizan operaciones con otra zapatería para ofrecer mejores precios. Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas utiliza la mejora de los productos para obtener una buena planificación en su negocio. Esto quiere decir que actualmente las empresas no sólo toman en cuenta la cantidad de productos que venden, sino que ahora se preocupan más por mejorar el producto y servicio, ya que ambos van de la mano para lograr una buena satisfacción al cliente, en base a ello, las empresas optan con utilizar instrumentos que mejoren el diseño y calidad del producto ya que así se logrará obtener mayores satisfacciones y mayor clientela en el negocio.

Con respecto a la realización de capacitaciones referidas a mejorar la calidad en su negocio: El 58,4% de las Micro y pequeñas empresas, realizan capacitaciones referidas a mejorar la calidad en el negocio (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Cieza (2014) quien manifiesta que el 62,5% de las Micro y pequeñas empresas si realizan

capacitaciones, a su vez coincide con Berrú (2014) quien menciona que el 47,5% de las Micro y pequeñas empresas si realizan capacitaciones, a su vez coincide con Espinoza (2014) quien manifiesta que el 56,67% sí realizan capacitaciones referente a la atención al cliente, asimismo coincide con los resultados de Valderrama (2016) quien menciona que el 60% si realizan capacitaciones. Pero se contrasta con Padilla (2014) quien manifiesta que el 50% de las Micro y pequeñas empresas opina que es un gasto aplicar capacitaciones en la empresa. Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas si realizan capacitaciones referidas a mejorar la calidad en el negocio. Esto quiere decir, que actualmente las micro y pequeñas empresas optan por capacitar a su personal ya que es él quien ofrece el producto y brinda un buen servicio, es así que las empresas lo toman como una inversión, más no un gasto ya que al capacitar a un personal, estamos enseñándole o mencionarles nuevamente las funciones que deberían de realizar, sus procedimientos de cómo atender al cliente para obtener buenos resultados y un personal altamente capacitado.

Con respecto a la manera que cumplen con las expectativas de sus clientes: El 41,6% de las Micro y pequeñas empresas, utilizan como base la moda y estación para cumplir las expectativas al cliente (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Cieza (2014) quien menciona que el 75% de las Micro y pequeñas empresas utilizan los productos según los gustos y preferencias del cliente. Pero se contrasta con Berrú (2014) quien menciona que el 25% utilizan las redes sociales para mejorar la atención al cliente, a su vez contrasta con Padilla (2014) quién menciona que el 60% de las empresas consideran la innovación para un buen servicio atractivo al cliente, a su vez contrasta con Prudencio (2015) quien menciona que el 41% utiliza la manera de dar un precio más alto que otras zapaterías, a su vez contrasta con Valderrama (2016) quien menciona que el 46,7% de las empresas tienen en cuenta la calidad del producto para el cliente. Esto demuestra que la mayoría relativa de las Micro y pequeñas empresas utiliza como base la moda y estación del producto para cumplir con las expectativas al cliente. Esto quiere decir, que actualmente las empresas utilizan una técnica de satisfacción con las expectativas a los clientes, esta técnica es cumplir como base ofrecer productos de acuerdo a la moda que se está utilizando y a la estación, es decir, dependiendo si es primavera, verano, otoño o invierno, ya que es ahí donde los clientes se someten a adquirir un producto para su propia necesidad según la estación que se encuentra.

Con respecto a la manera de realizar la mejora continua en el negocio: El 83,4% de las Micro y pequeñas empresas, mejoran la calidad del producto para realizar la mejora continua en el negocio (Tabla 3). Estos resultados se contrastan con Padilla (2014) quien menciona que el 60% de las empresas utilizan los precios cómodos al público en general. Esto demuestra que la mayoría de Micro y pequeñas empresas utiliza brindar una mejor calidad del producto para obtener una mejora continua en el negocio. Esto quiere decir, que en la actualidad muchas de las empresas tienen el conocimiento que permite realizar una mejora continua en el negocio, es necesario que la empresa fabrique productos de calidad, para que pueda vender a su público objetivo logrando así tener buenas ventas en el negocio, ya que si una empresa no ofrece productos de calidad, es ella misma que se dará cuenta que no está creciendo como empresa.

Con respecto a la entrega de un producto de regalo: El 58,4% de las Micro y pequeñas empresas, si entregan un producto de regalo (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Cieza (2014) quien menciona que el 62,5% de las empresas sí dan un valor agregado como la implementación de servicios pre y pos venta con ayuda de las redes sociales, a su vez coincide con Espinoza (2014) quien menciona que el 96,67% de las empresas afirma que si utiliza un valor agregado como mecanismos para garantizar la calidad del servicio. Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas sí entregan un valor agregado al producto ó un producto de regalo en cualquier ocasión. Esto quiere decir, que si bien es cierto para pocas de las empresas lo toman como un gasto entregar un producto extra pero como se visualiza en los resultados, se dice que gran parte de las empresas lo utilizan como una forma de brindar un buen servicio, ya que al brindar un producto de calidad tenemos que completarlo con brindar un mejor servicio de tal forma que se le podría otorgar un obsequio de cortesía a los clientes, más que todo en las temporadas de campaña como: fiestas patrias, escolar, navidad, entre otros, entregándoles un almanaque, una revista, entre otras ideas que se le puede brindar como valor agregado al producto.

Con respecto a la manera de cómo trabajar en equipo para obtener buenos resultados: El 50% de las Micro y pequeñas empresas, utiliza la motivación al personal en ofrecer un buen servicio, como manera de trabajar en equipo para obtener buenos resultados (Tabla 3). Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas utilizan la motivación como trabajo en equipo para buenos resultados en la empresa. Esto quiere decir que, en la actualidad las empresas optan por motivar constantemente a sus

trabajadores más que todo en el tema del buen servicio, esto mayormente lo realizan antes de realizar su primera venta para que el personal se sienta con las ganas de trabajar, de vender y de tratar bien al cliente, es así que las empresas son exitosas, no sólo por cumplir con las expectativas de los clientes, sino que también por cumplir con las expectativas de todo su personal.

Con respecto a la importancia de mejorar en cuanto a la atención al cliente: El 100% de las Micro y pequeñas empresas, opina que siempre es importante mejorar en cuanto a la atención al cliente (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Espinoza (2014) quien menciona que el 56,67% afirma que la buena atención determina la calidad del servicio. Esto demuestra que la totalidad de las Micro y pequeñas empresas consideran que si es importante que toda empresa mejore en cuanto a la atención al cliente. Esto quiere decir, que en la actualidad es muy importante que toda empresa muestre una buena atención hacia los consumidores, ya que son ellos quienes depositarán su dinero a cambio de un producto, pero para que esto suceda, se debería brindar un buen servicio, es por ello que las empresas optan por mejorar día a día en la atención, utilizar métodos de satisfacción, tener la certeza de ayudarles a encontrar lo que ellos necesitan, debido a que hoy en día los clientes ya no sólo necesitan un producto que se adecúe a sus necesidades, sino que sean las mismas empresas que se preocupen por el bienestar de ellos y así se logrará una mayor fidelización en los clientes.

Con respecto a la manera que cumple con las actividades según el tiempo asignado: El 66,6% de las Micro y pequeñas empresas, planifican anticipadamente sus actividades según el tiempo asignado (Tabla 3). Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas utilizan una planificación anticipadamente para realizar sus actividades, según el tiempo asignado. Esto quiere decir, que en actualmente las empresas son más organizadas en cuanto a su jornada laboral, ya que son ellas quienes planifican con anticipación sobre sus actividades que van a desarrollar durante el día laboral, de manera limpia y ordenada para tener los productos a la mano y no demorarse en buscar un objeto según el cliente lo desea y que se lleve con la mala impresión que no lo están atendiendo inmediatamente.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas, son dueños y la mayoría son de género femenino, tienen estudios superiores universitarios y tienen de 30 a 50 años de edad.

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas, son micro empresas, tienen de 1 a 5 trabajadores y la mayoría son creadas para generar ingresos, y tienen un tiempo de permanencia de 10 años a más.

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas, consideran siempre importante la calidad del servicio en el negocio y opinan que siempre es importante mejorar en cuanto a la atención al cliente, la mayoría opta por mejorar la calidad del producto para realizar la Mejora Continua en el negocio, planifica anticipadamente las actividades según el tiempo asignado, planifica en mejorar sus productos para mejorar su negocio, siempre realizan capacitaciones referidas a mejorar la calidad en el negocio, siempre entregan un producto de regalo y motiva a su personal a ofrecer un buen servicio para obtener buenos resultados, y la mayoría relativa planifica eficientemente la Gestión de Calidad en el negocio, utiliza como base la moda y estación para cumplir las expectativas al cliente.

6.2. Recomendaciones

Los representantes de las micro y pequeñas empresas, deben dar oportunidades a otras personas capaces de ser el representante de esa micro empresa, y a su vez crear más empresas de este rubro para su mayor crecimiento, los dueños no sólo deberían ser de género femenino, sino también masculino, para que ambos se tengan las mismas oportunidades y derechos, que anhelan en estudiar mayores grados y que sean personas jóvenes que estén más preparadas y capacitados.

Esto conlleva a que los representantes de las micro y pequeñas empresas, crezcan como empresa, es decir que tengan no solo micro empresas, sino llegar a una grande empresa, la cual permitirá que tengan más trabajadores, y por ende tendrán mayores ingresos económicos y tener un buen tiempo de

permanencia en el mercado ya que así lograrán ser más conocidos por sus clientes.

Los representantes de las micro y pequeñas empresas, que se mantengan en utilizar las diferentes herramientas que trae la Gestión de Calidad, en cuanto a la calidad del servicio, la atención al cliente, al producto, a la capacitación a su personal ya que ese punto es muy importante para toda empresa, y en cuanto a la Mejora Continua, utilizar técnicas que permitan dar un valor agregado al servicio, adecuándose a las necesidades del cliente, otorgar motivación a su personal y finalmente utilizar como base una buena planificación.

REFERENCIAS

- Aguzzi, M. (2014). *La importancia de las pymes en Canadá: 98.2% de las empresas del país emplean 100 trabajadores o menos*. Recuperado el 06 de Agosto del 2016 en <http://nmnoticias.ca/138224/bdc-semana-de-la-pme-canada-pymes-importancia-empresas-emprendimiento>
- Arjones, D. (2016). *La importancia de la mejora continua en la comercialización*. Recuperado en el 2016 en <http://pyme.lavoztx.com/la-importancia-de-la-mejora-continua-en-la-comercializacin-12432.html>
- Arredondo, H. (2012). *Las MIPYMES en México. PG. (1-1)*. Recuperado el 07 de Setiembre del 2016 de <http://www.monografias.com/trabajos93/mipymes-mexico-milagro-productivo-economia/mipymes-mexico-milagro-productivo-economia.shtml>
- Berrú, E. (2014). *Caracterización de la Gestión de Calidad y la Competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro de zapaterías de la ciudad de Sullana, región Piura. Año 2014*. (Tesis pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; Chimbote, 2014.
- Cárdenas, L., Fecci, E. (2007). *Propuesta de un modelo de Gestión para Pymes, centrado en la mejora continua*. Recuperado el 10 de Setiembre del 2016 en <http://mingaonline.uach.cl/pdf/sintec/v3n2/art02.pdf>
- Cieza, E. (2014). *Gestión de calidad y formalización de las Mypes del sector comercio rubro – compra y venta de calzado en el centro comercial “El Virrey” - Trujillo, año 2013*. (Tesis pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; Chimbote, 2014.
- El Congreso de la República (2013). *Ley N°30056*. Recuperado el 07 de Setiembre del 2016 en http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/SNIL/normas/2013-07-02_30056_2966.pdf
- El Mundo de la Calidad (2012). *¿Cuáles son los factores para tener éxito en los proyectos EPCM?* Recuperado el 26 de Agosto del 2016 en <http://elmundodelacalidad.wordpress.com/>
- El Presidente de la República. (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Recuperado el 07 de Setiembre del 2016 en <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>
- EmprendePyme (2016). *La importancia de las PYMES en la economía*. Recuperado el 08 de Setiembre del 2016 en <http://www.emprendepyme.net/la-importancia-de-las-pyme-en-la-economia.html>
- Espinoza, L. (2014). *Caracterización de Formalización y Gestión de Calidad en las*

Mype Comerciales, rubro calzado (Piura), año 2013. (Tesis pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; Chimbote, 2014.

Flores, M. (2010). *Definición de Mejora Continua*. Recuperado el 26 de Octubre del 2016 en <http://www.eoi.es/blogs/mariavictoriaflores/definicion-de-mejora-continua/>

García, V. (2010). *Pequeñas empresas en Estados Unidos*. Recuperado el 19 de Setiembre del 2016 en <http://coyunturaeconomica.com/microeconomia/pequenas-empresas-en-usa>

González, O., Arciniegas, J. (2016). *Sistema de Gestión de Calidad*. 1ª. Ed. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2016. Recuperado en Marzo del 2016 en <https://books.google.com.pe/books?id=baUwDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=GESTION+DE+CALIDAD+EN+LAS+EMPRESAS&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjDn8Tt-uzbAhWwtlkKHUUzAOg4ChDoAQhAMAQ#v=onepage&q&f=false>

Huaman, J. (2009). *Las Mypes en el Perú*. Recuperado el 15 de Agosto del 2016 en <http://www.gestiopolis.com/las-mypes-en-el-peru/>

Huaman, C. (2014). *Concepto: Las Mypes*. Recuperado el 01 de Octubre del 2016 en <http://mypesss.blogspot.pe/2014/08/concepto-titulo-valor.html>

Indecopi, (2009). *Principios de Gestión de Calidad*. Recuperado 16 de Agosto del 2016 <https://www.indecopi.gob.pe/principios-de-gestion-de-la-calidad>

Infante, J., Villarán, F., Escobar, H. (2009). *Evolución de las micro y pequeñas empresas MYPE en el Perú*. Recuperado el 17 del 2016 en <http://www.formacione.galeon.com/productos2140191.html>

León, M. (2009). *Sistema de mejora continua integral SMCI*. Córdoba, AR: El Cid Editor | apuntes. Recuperado en el 2016 en <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10317219>

López, V., CP (2017). *Importancia de considerar la mejora continua en las empresas*. Recuperado el 10 de Mayo del 2017 en <https://www.soyconta.mx/importancia-de-considerar-la-mejora-continua-en-las-empresas/>

Manufactura Inteligente. (2008) *¿Qué es Mejora Continua?* Recuperado el 3 de Diciembre del 2016 en <http://mejoracontinua-kaizen.blogspot.pe/2008/12/que-es-mejora-continua.html>

Maldonado, J. (2013). *Fundamentos de la Calidad Total*. Recuperado el 14 de Noviembre del 2016 en <http://www.gestiopolis.com/fundamentos-de-calidad-total/>

- Normas ISO 9001 (2014). *Objetivos y beneficios del sistema de Gestión de Calidad ISO 9001*. Recuperado el 10 de Noviembre del 2016 en <http://blogdecalidadiso.es/objetivos-y-beneficios-del-sistema-de-gestion-de-calidad-iso-9001/>
- Ortiz, H. (2008). *Los 7 principios de Gestión de Calidad*. Recuperado en el 2016 en <http://www.sistemasycalidadtotal.com/calidad-total/los-7-principios-de-gestion-de-la-calidad/>
- Palomo, M. (2005). *Los procesos de gestión y la problemática de las PYMES*. Pg. 27. Recuperado en Setiembre del 2016 de <http://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/docs/1810.pdf>
- Pérez, J., Gardey A. (2014). *Definición de sistema de gestión de calidad*. Recuperado en el 2016 en <http://definicion.de/sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Padilla, I. (2014). *La Gestión de la Calidad en la Competitividad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro de zapaterías de la provincia de Chiclayo, año 2014*. (Tesis pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; Chimbote, 2014.
- Prudencio, A. (2015). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la lealtad del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de calzados - Huaraz, 2014*. (Tesis pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; Chimbote, 2015
- Saldaña, J. (2007-2014). *Las Mypes en Chimbote: ¿Cómo aceleramos el motor?* Recuperado en el 2016 en <http://www.elferrolchimbote.com/index.php/especiales/1414-las-mypes-en-chimbote-como-aceleramos-el-motor>
- Thompson (2012). *Definición de Empresario*. Recuperado en el 2016 de <https://www.promonegocios.net/empresa/definicion-empresarios.html>
- Valdi, K. (2015). *El origen de las Mypes*. Recuperado el 01 de Octubre del 2016 en <http://documents.mx/documents/el-origen-de-las-mypes.html#>
- Valda, J. (2012). *Objetivos de una empresa*. Recuperado en el 2016 en <http://www.grandespymes.com.ar/2012/05/06/los-objetivos-de-una-empresa/>
- Valda, J. (2014). *Los objetivos de una empresa*. Recuperado el 20 de Setiembre del 2016 en <http://www.grandespymes.com.ar/2012/05/06/los-objetivos-de-una-empresa/>
- Valderrama, S. (2015). *Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes del sector*

comercio – rubro venta De calzado para damas del distrito El porvenir, año 2014.
(Tesis pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; Chimbote, 2015.

Velasquez, J. (2013). *Importancia de las Mypes en el Perú*. Recuperado el 24 de Setiembre del 2016, de <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

Van, R. (2006). *Pymes, Competitividad y SDE en Nicaragua. Nicaragua*. 1era Edición. Editorial: Managua, NITLAPAN-UCA, 2006. Recuperado en Setiembre del 2016 de http://209.177.156.169/libreria_cm/archivos/pdf_292.pdf

ANEXOS

Anexo N° 01

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
I. Introducción	x	x	x												
II. Revisión de la literatura. 2.1. Antecedentes. 2.2. Marco Teórico. 2.3. Marco Conceptual.				x	x	x	x	x							
III. Hipótesis.									x						
IV. Metodología. 4.1. Diseño. 4.2. Población y Muestra. 4.3. Def. y Oper. De la variable. 4.4. Técnicas e instrumentos. 4.5. Plan de análisis. 4.6. Matriz de consistencia. 4.7. Principios éticos.										x	x	x			
V. Resultados 5.1. Resultados. 5.2. Investigación												x	x		
VI. Conclusiones y recomendaciones. 6.1. Conclusiones. 6.2. Recomendaciones.														x	x

Anexo N° 02

Presupuesto

CUADRO DE PRESUPUESTO	
Materiales	Costo
Impresión de Encuestas	S/3.00
Pasaje para la búsqueda de las micro y pequeñas empresas de Venta de Calzado	S/4.60
Taller Co-curricular	S/ 2,000.00
Servicio de Antiplagio	S/ 100.00
Empastado y anillado	S/ 55.00
TOTAL	S/2,162.60

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante.

Anexo N° 03

Cuadro de Sondeo

N°	NOMBRE COMERCIAL	CARGO DEL REPRESENTANTE	DIRECCIÓN
1	Zapatería "VALERY"	Dueño	Av. José Galvez, Stand 13
2	Zapatería "VANESSA"	Dueño	Av. José Galvez, Stand E-5
3	Zapatería "JACKSON"	Dueño	Av. José Galvez, Stand B-4
4	Zapatería "MARITZA"	Dueño	Av. José Galvez, Stand E-5
5	Zapatería "ODETH"	Dueño	Av. José Galvez, Stand B-8
6	Zapatería "KIANA"	Dueño	Av. José Galvez, Stand A-8
7	Zapatería "MARÍA FERNANDA"	Dueño	Av. José Galvez, Stand B-11
8	Zapatería "FALABELLA"	Dueño	Av. José Galvez, Stand B-16 y 17
9	Zapatería "ANDREA"	Dueño	Av. José Galvez, Stand A 15 y 16
10	Zapatería "PELUSITA"	Dueño	Av. José Galvez, Stand B-18 y 19
11	Zapatería "CB"	Dueño	Av. José Galvez, Stand A-17
12	Zapatería "JHULMAR"	Dueño	Av. José Galvez, Stand A-18

Anexo N° 04

Cuestionario

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE



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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **Gestión de Calidad en la mejora continua de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas en el Centro Comercial Santa María, Distrito de Chimbote, 2016.** Para obtener el título de licenciado en administración, por lo cual agradezco anticipadamente que me brinde la siguiente información.

INSTRUCCIONES:

Lea determinadamente las preguntas y responda con sinceridad marcando o señalando según lo que se le pida.

I. Datos Generales de los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.

1. Edad del Representante

- a) 18 a 30 años.
- b) 30 a 50 años.
- c) 50 años a más.

2. Género del Representante

- a) Masculino.
- b) Femenino.

3. Grado de Instrucción

- a) Primaria.

- b) Secundaria.
- c) Superior Técnico.
- d) Superior Universitaria.
- e) Sin instrucción.

4. Grado de permanencia en el cargo.

- a) Dueño.
- b) Representante.

II. Referente a las características de las Micro y Pequeñas Empresas.

5. Tamaño de la Empresa:

- a) Micro Empresa.
- b) Pequeña Empresa.

6. Objetivo de Creación de la Empresa.

- a) Oportunidad.
- b) Necesidad.
- c) Generar ingresos.

7. Tiempo de permanencia en el rubro:

- a) 0 a 5 años.
- b) 5 a 10 años.
- c) 10 años a más.

8. Número de Trabajadores:

- a) 1 a 5 trabajadores.
- b) 6 a 10 trabajadores.
- c) 11 a más trabajadores.

III. Referente a la variable Gestión de Calidad y la herramienta Mejora Continua.

9. Usted considera que es importante la calidad de servicio para su negocio.

- a) Siempre.
- b) Casi siempre.
- c) A veces.
- d) Casi nunca.
- e) Nunca.

10. Usted de qué manera practica la Gestión de Calidad en su negocio.

- a) Lleva un buen control en su negocio.
- b) Planifica eficientemente.

- c) Innova sus productos.
- d) Capacitando al personal.
- e) Otros.....

11. Usted de qué manera planifica en mejorar su negocio

- a) Toman en cuenta a empresas grandes.
- b) Mejorar sus productos.
- c) Bajan los precios.
- d) Mejorar la infraestructura.

12. Usted realiza capacitaciones referidas a mejorar la calidad en su negocio.

- a) Siempre.
- b) Casi siempre.
- c) A veces.
- d) Casi nunca.
- e) Nunca.

13. De qué manera cumple usted con las expectativas de sus clientes.

- a) Brindar buena atención al cliente.
- b) Vende productos de calidad.
- c) Utiliza como base la moda y estación.
- d) Vende productos cómodos.

14. De qué manera realiza la mejora continua en su negocio.

- a) Minimizando costos.
- b) Mejorar la calidad del producto.
- c) Capacitar a los trabajadores.

15. Usted entrega un producto de regalo.

- a) Siempre.
- b) Casi siempre.
- c) A veces.
- d) Casi nunca.
- e) Nunca.

16. Usted de qué manera practica el trabajo en equipo para obtener buenos resultados.

- a) Establece una meta para cada grupo.

- b) Toma en cuenta las ideas de todo el equipo.
- c) Motiva a su personal a ofrecer un buen servicio.
- d) Otros.....

17. Cree usted que es importante mejorar en cuanto a la atención al cliente.

- a) Siempre.
- b) Casi siempre.
- c) A veces.
- d) Casi nunca.
- e) Nunca.

18. De qué manera cumple con las actividades según el tiempo asignado.

- a) Planificando anticipadamente.
- b) Realizar las tareas en equipo.
- c) Utiliza un checklist de las actividades.
- d) Otros.....

Hoja de Tabulación

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
1. Edad del Representantes.	a) 18-30 años.	III	5	41,7
	b) 30-50 años.	III II	7	58,3
	c) 50 años a más.	-	0	0,0
	Total	12	12	100,0
2. Género del Representante.	a) Masculino.	I	1	8,3
	b) Femenino.	III III I	11	91,7
	Total	12	12	100,0
3. Grado de Instrucción.	a) Primaria.	-	0	0,0
	b) Secundaria.	III	4	33,3
	c) Superior Técnico.	I	1	8,3
	d) Superior Universitaria.	III II	7	58,4
	e) Sin Instrucción.	-	0	0,0
	Total	12	12	100,0
4. Grado de permanencia en el cargo.	a) Dueño.	III III II	12	100,0
	b) Representante.	-	0	0,0
	Total	12	12	100,0
5. Tamaño de la empresa	a) Micro Empresa.	III III II	12	100,0
	b) Macro Empresa.	-	0	0,0
	Total	12	12	100,0
6. Objetivo de creación de la empresa.	a) Oportunidad.	II	2	16,7
	b) Necesidad.	II	2	16,7
	c) Generar ingresos.	III III	8	66,6
	Total	12	12	100,0
7. Tiempo de permanencia en el rubro.	a) 0 a 5 años.	III	3	25,0
	b) 5 a 10 años.	-	0	0,0
	c) 10 años a más.	III III	9	75,0
	Total	12	12	100,0
8. Número de trabajadores.	a) 1 a 5 trabajadores.	III III II	12	100,0
	b) 6 a 10 trabajadores.	-	0	0,0
	c) 11 a más trabajadores.	-	0	0,0
	Total	12	12	100,0
9. Considera que es importante la calidad de servicio para su negocio.	a) Siempre.	III III II	12	100,0
	b) Casi siempre.	-	0	0,0
	c) A veces.	-	0	0,0
	d) Casi nunca.	-	0	0,0
	e) Nunca.	-	0	0,0
	Total	12	12	100,0

	Total	12	12	100,0
10. Practica la Gestión de Calidad en su negocio.	a) Lleva un buen control en su negocio.	III	3	25,0
	b) Planifica eficientemente.	III	5	41,8
	c) Innova sus productos.	II	2	16,6
	d) Capacitando al personal.	II	2	16,6
	e) Otros.	-	0	0,0
	Total	12	12	100,0
11. Planifica en mejorar su negocio.	a) Toman en cuenta a empresas grandes.	-	0	0,0
	b) Mejoran sus productos.	III II	7	58,4
	c) Bajan los precios.	III	4	33,3
	d) Mejorar la infraestructura.	I	1	8,3
	Total	12	12	100,0
12. Realiza capacitaciones referidas a mejorar la calidad en su negocio.	a) Siempre.	III II	7	58,4
	b) Casi siempre.	I	1	8,3
	c) A veces.	-	0	0,0
	d) Casi nunca.	I	1	8,3
	e) Nunca.	III	3	25,0
	Total	12	12	100,0
13. Cumple usted con las expectativas de sus clientes.	a) Brindar buena atención al cliente.	III	3	25,0
	b) Vende productos de calidad.	II	2	16,7
	c) Utiliza como base la moda y estación.	III	5	41,6
	d) Vende productos cómodos.	II	2	16,7
	Total	12	12	100,0
14. Realiza la mejora continua en su negocio.	a) Minimizando costos.	I	1	8,3
	b) Mejorar la calidad del producto.	III III	10	83,4
	c) Capacitar a los trabajadores.	I	1	8,3
	Total	12	12	100,0

15. Entrega un producto de regalo.	a) Siempre.	III II	7	58,4
	b) Casi siempre.	III	3	25,0
	c) A veces.	I	1	8,3
	d) Casi nunca.	-	0	0,0
	e) Nunca.	I	1	8,3
	Total	12	12	100,0
16. Practica el trabajo en equipo para obtener buenos resultados.	a) Establece una meta para cada grupo.	III	5	41,7
	b) Toma en cuenta las ideas de todo el equipo.	I	1	8,3
	c) Motiva a su personal a ofrecer un buen servicio.	III I	6	50,0
	d) Otros.	-	0	0,0
	Total	12	12	100,0
17. Importante mejorar en cuanto a la atención al cliente.	a) Siempre.	III III II	12	100,0
	b) Casi siempre.	-	0	0,0
	c) A veces.	-	0	0,0
	d) Casi nunca.	-	0	0,0
	e) Nunca.	-	0	0,0
	Total	12	12	100,0
18. Cumple con las actividades según el tiempo asignado.	a) Planifica anticipadamente.	III III	8	66,6
	b) Realizar las tareas en equipo.	II	2	16,7
	c) Utiliza un checklist de las actividades.	II	2	16,7
	d) Otros.	-	0	0,0
	Total	12	12	100,0

Figuras

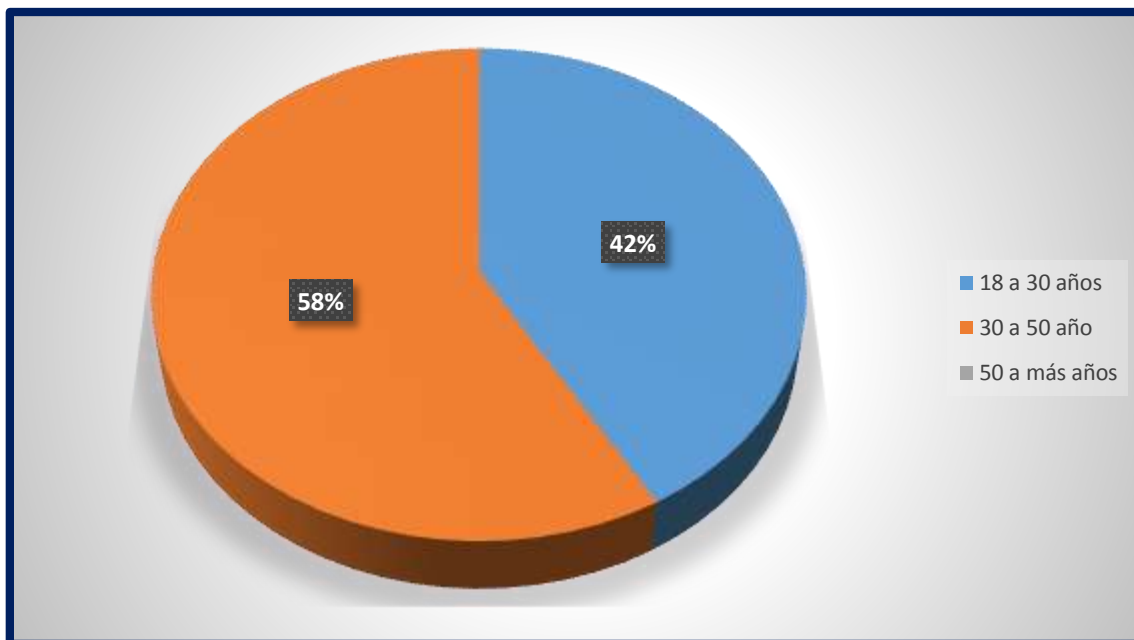


Figura 1: Edad del Representante

Fuente: Tabla 1

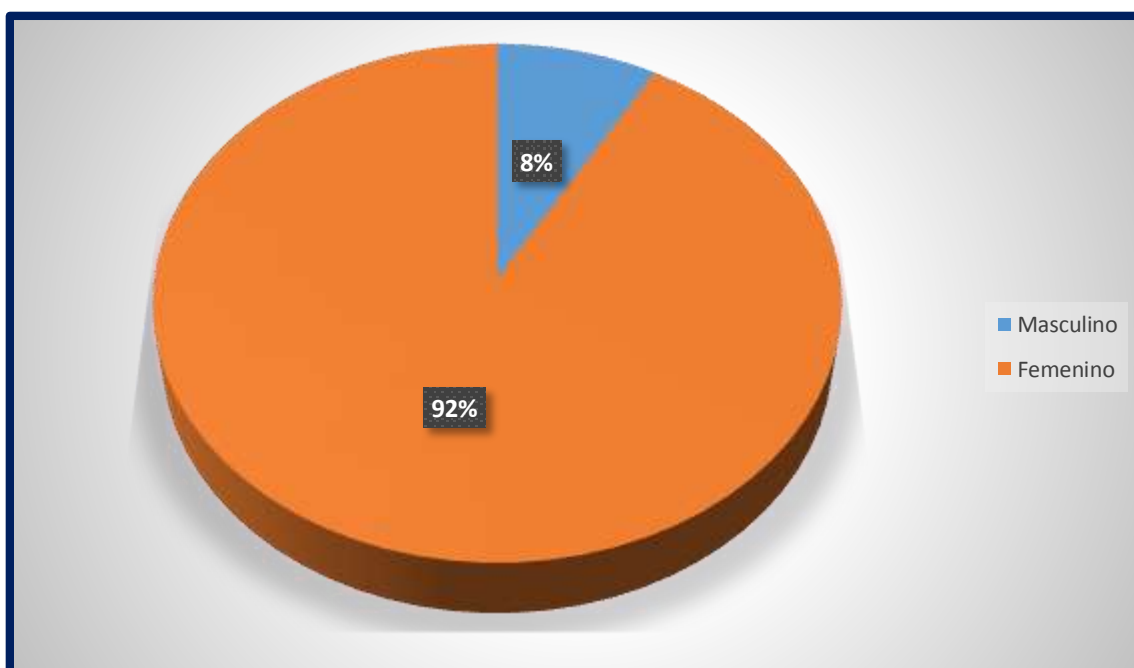


Figura 2: Género del Representante

Fuente: Tabla 1

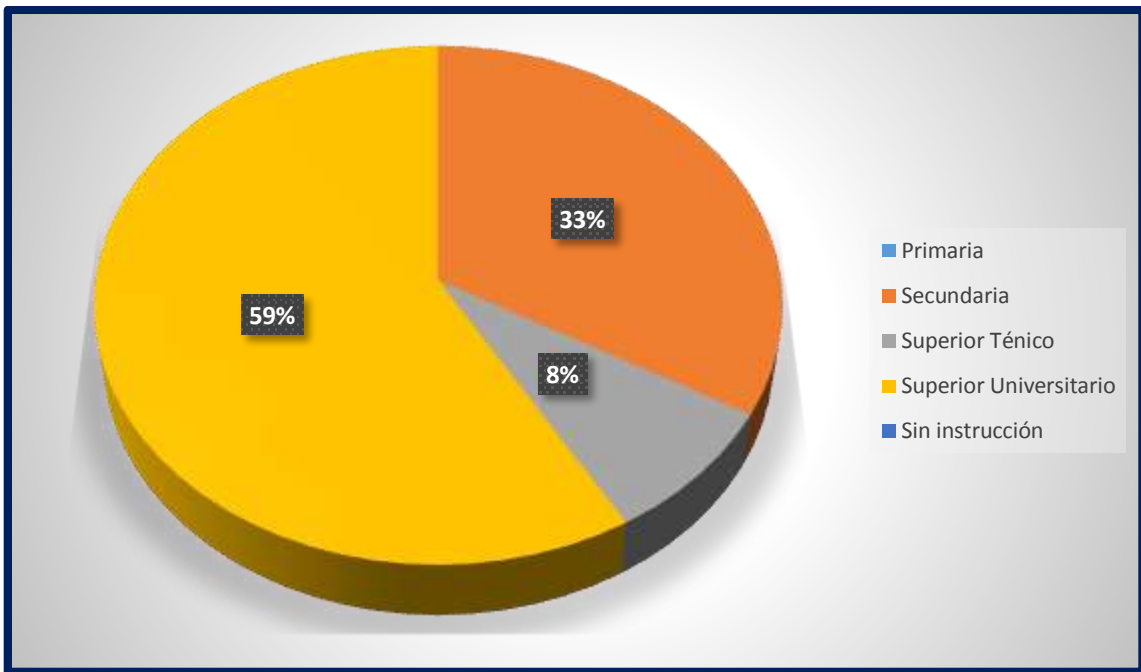


Figura 3: Grado de Instrucción

Fuente: Tabla 1

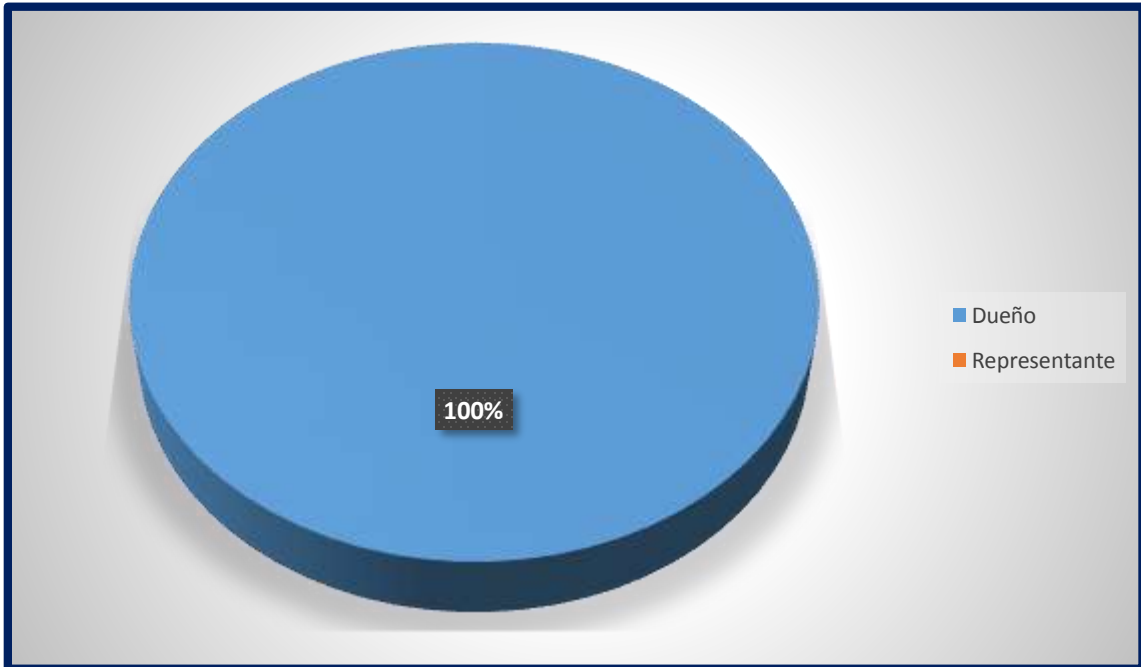


Figura 4: Grado de Permanencia en el cargo

Fuente: Tabla 1

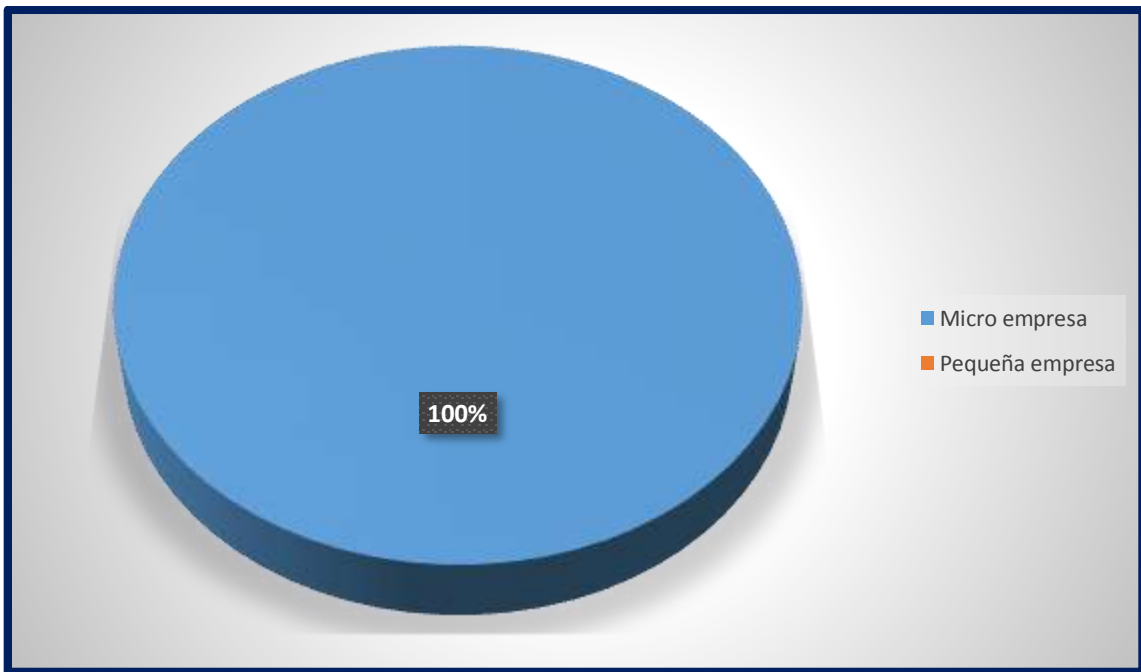


Figura 5: Tamaño de la Empresa

Fuente: Tabla 2

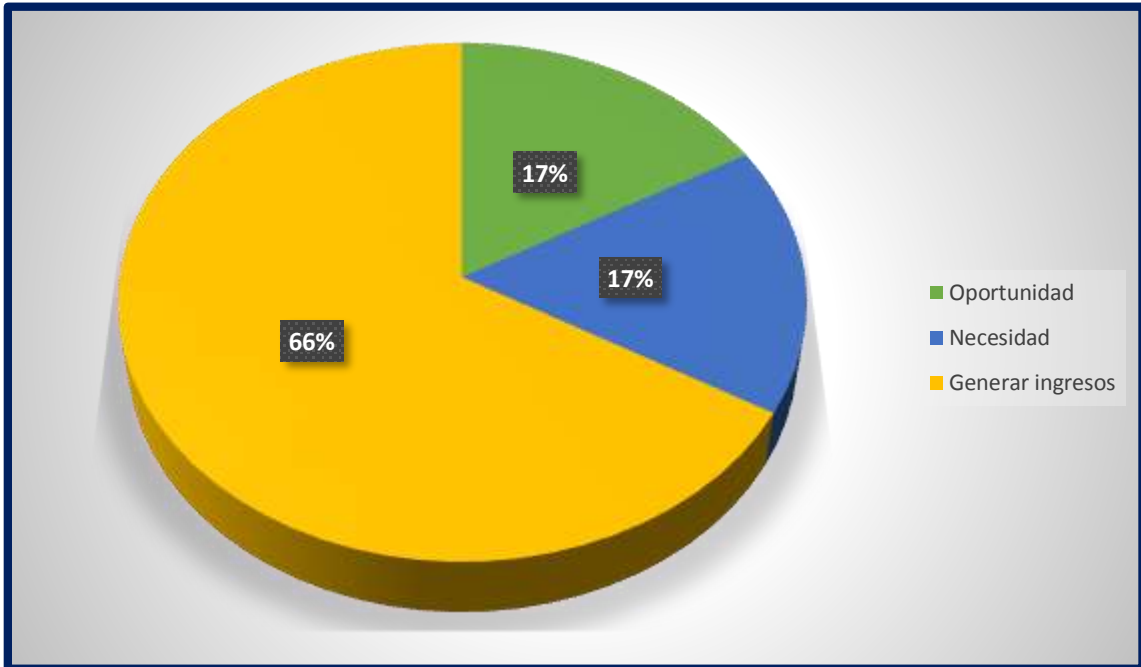


Figura 6: Objetivo de la creación de la Empresa

Fuente: Tabla 2

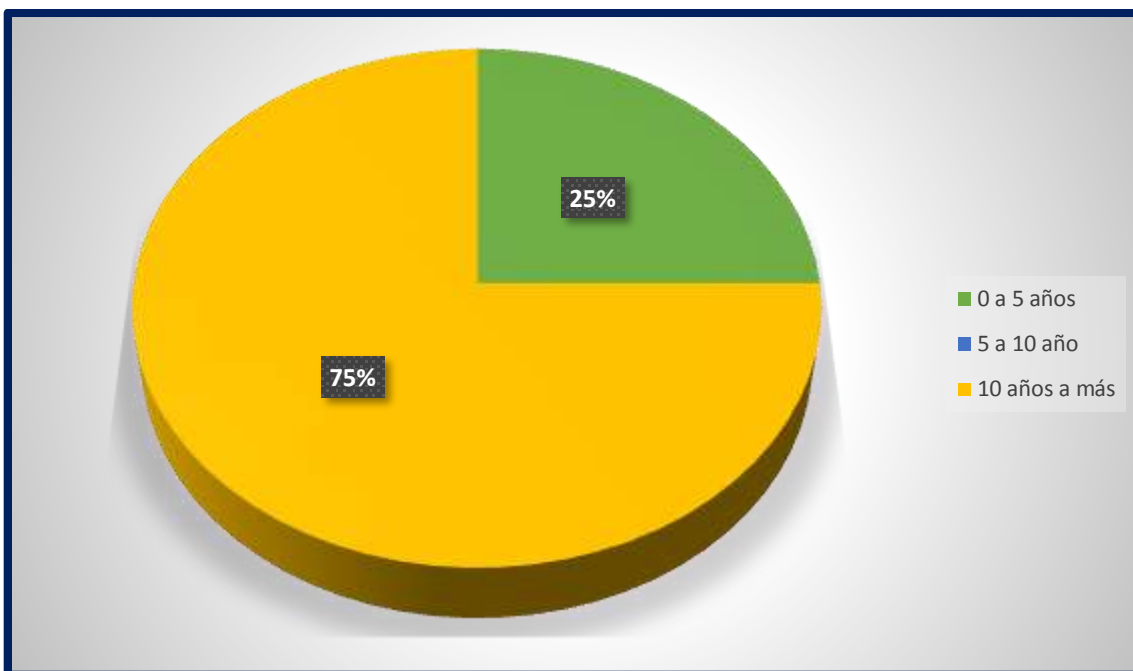


Figura 7: Tiempo de permanencia en el rubro

Fuente: Tabla 2

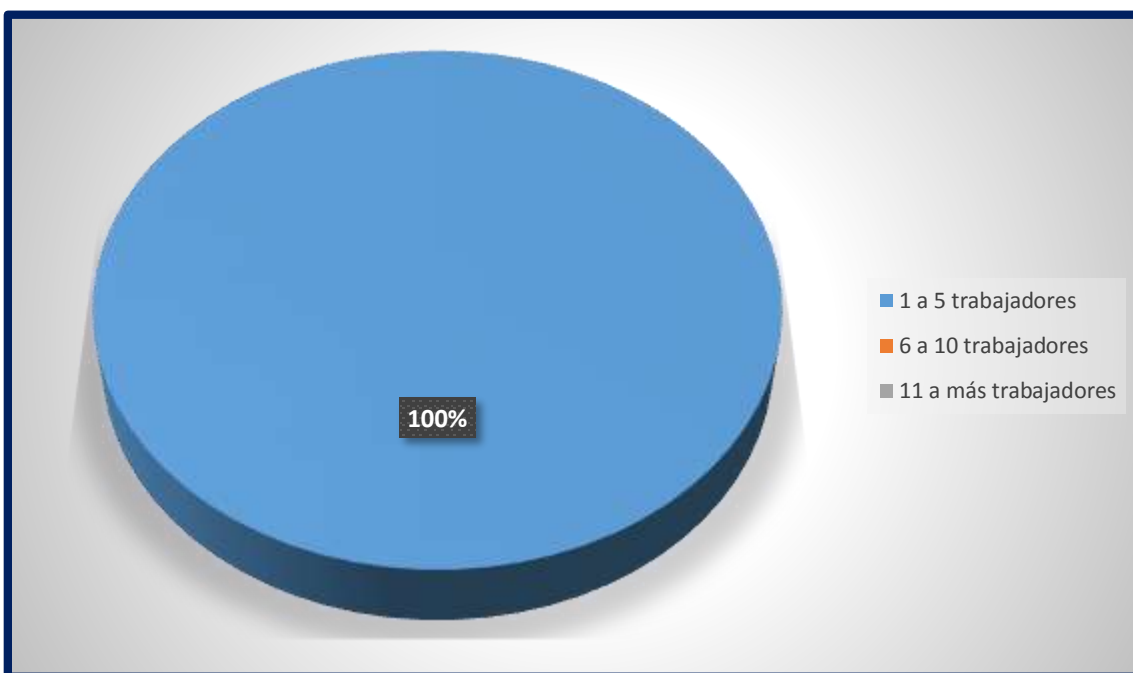


Figura 8: Número de Trabajadores

Fuente: Tabla 2

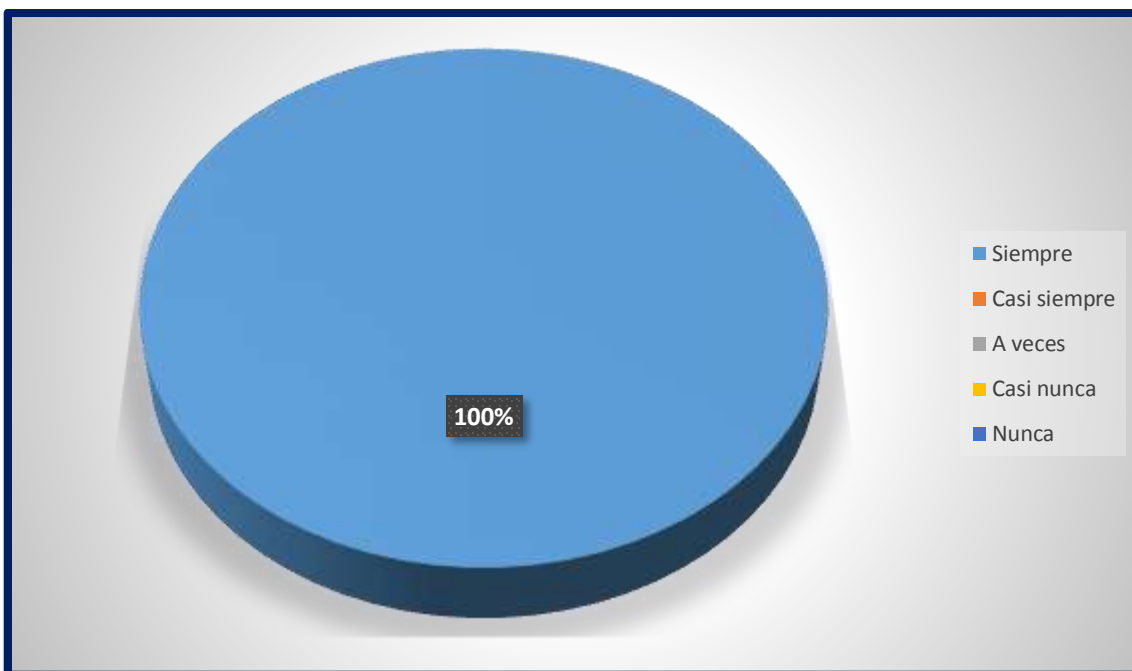


Figura 9: Usted considera que es importante la calidad de servicio para su negocio

Fuente: Tabla 3

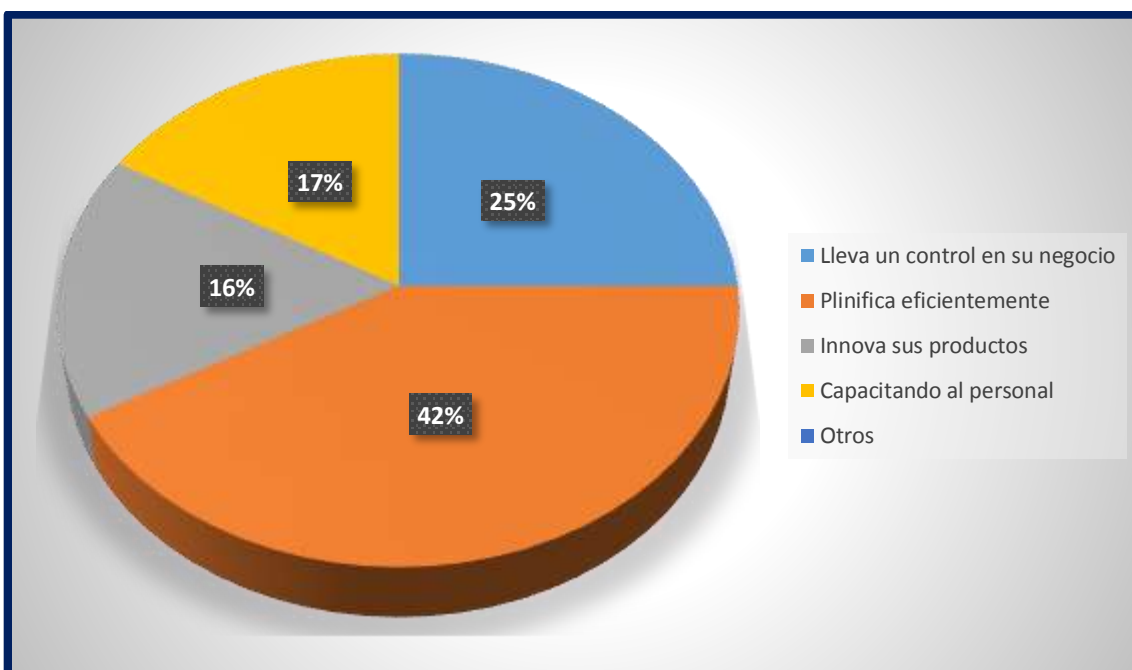


Figura 10: Usted de qué manera practica la Gestión de Calidad en su negocio

Fuente: Tabla 3

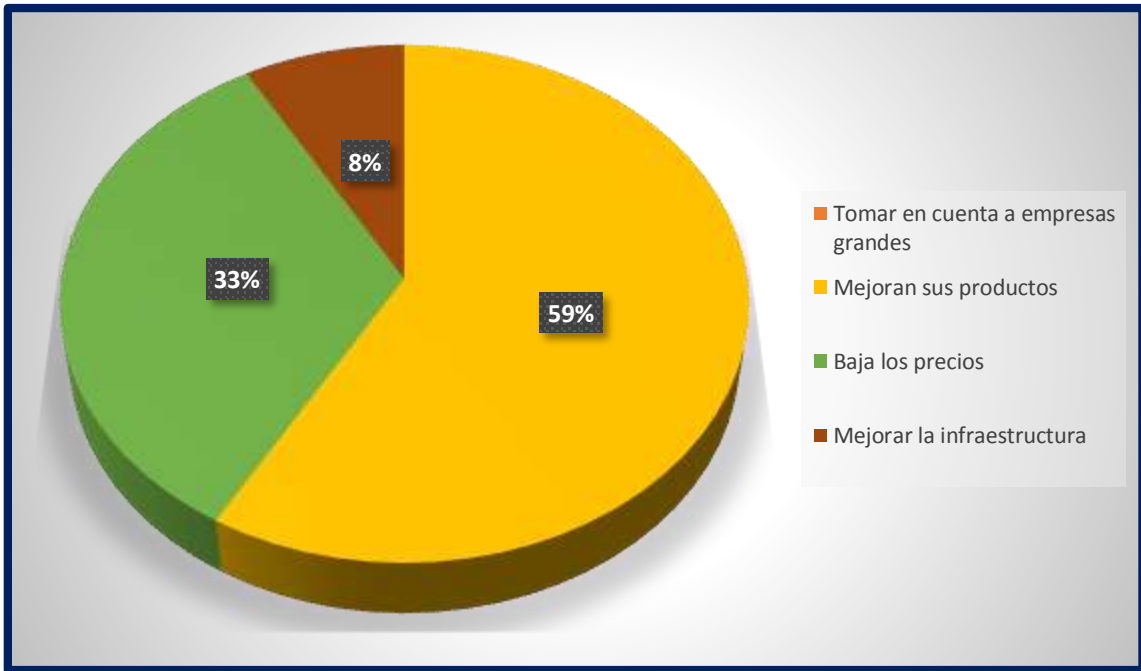


Figura 11: Usted de qué manera planifica en mejorar su negocio

Fuente: Tabla 3

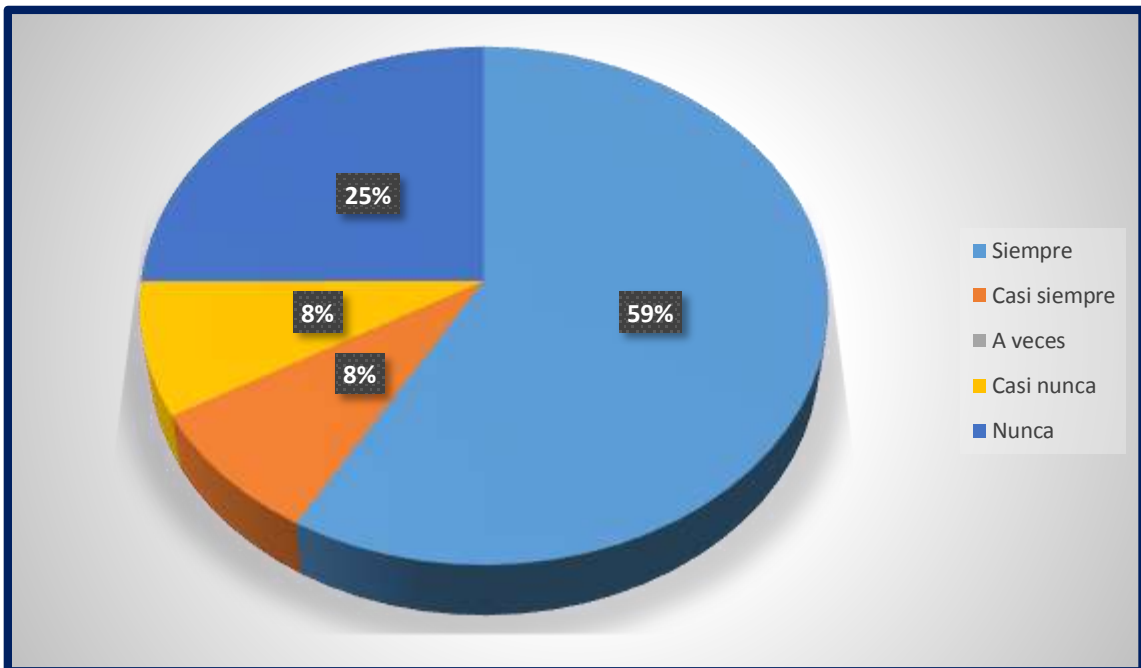


Figura 12: Usted realiza capacitaciones referidas a mejorar la calidad en su negocio

Fuente: Tabla 3

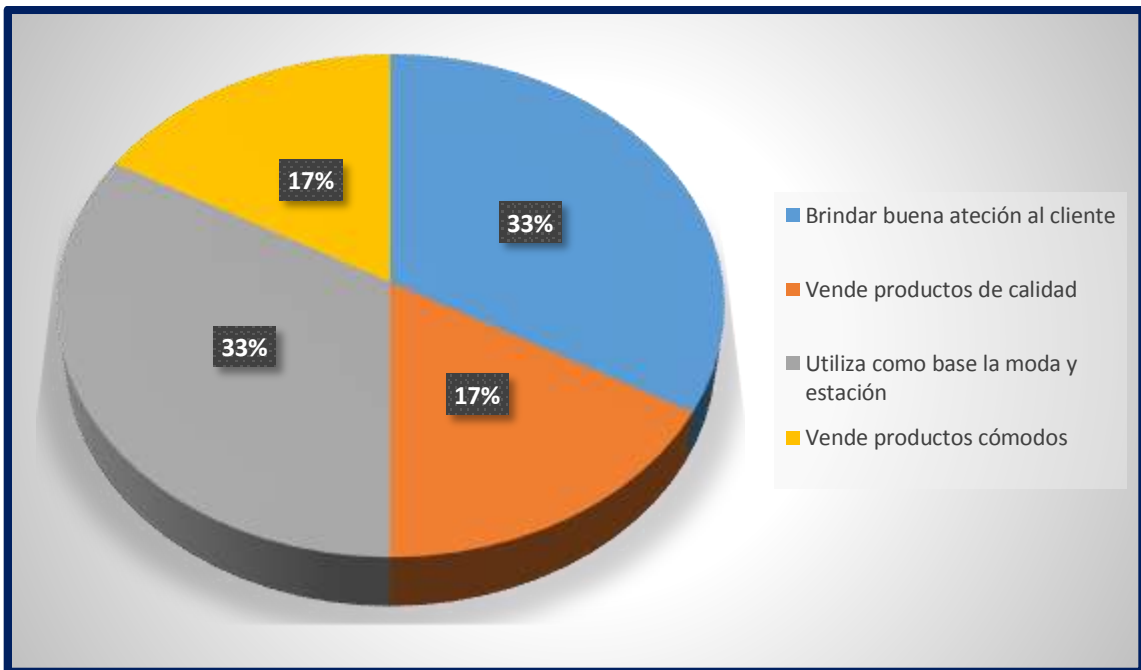


Figura 13: De qué manera cumple usted con las expectativas de sus clientes

Fuente: Tabla 3

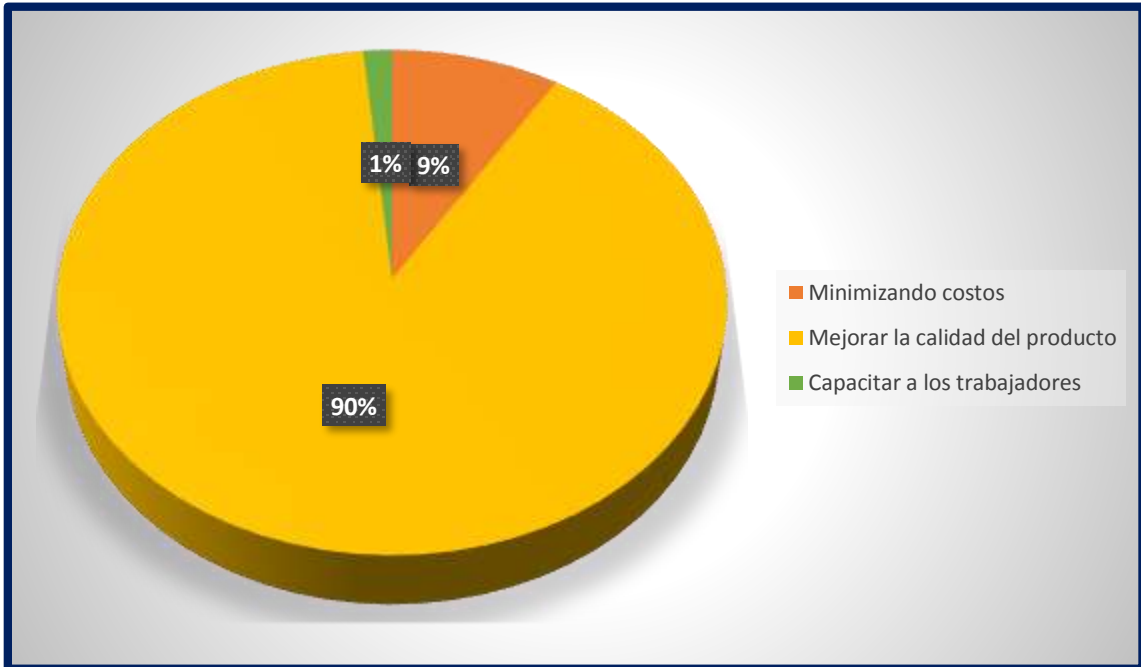


Figura 14: De qué manera realiza la mejora continua en su negocio

Fuente: Tabla 3

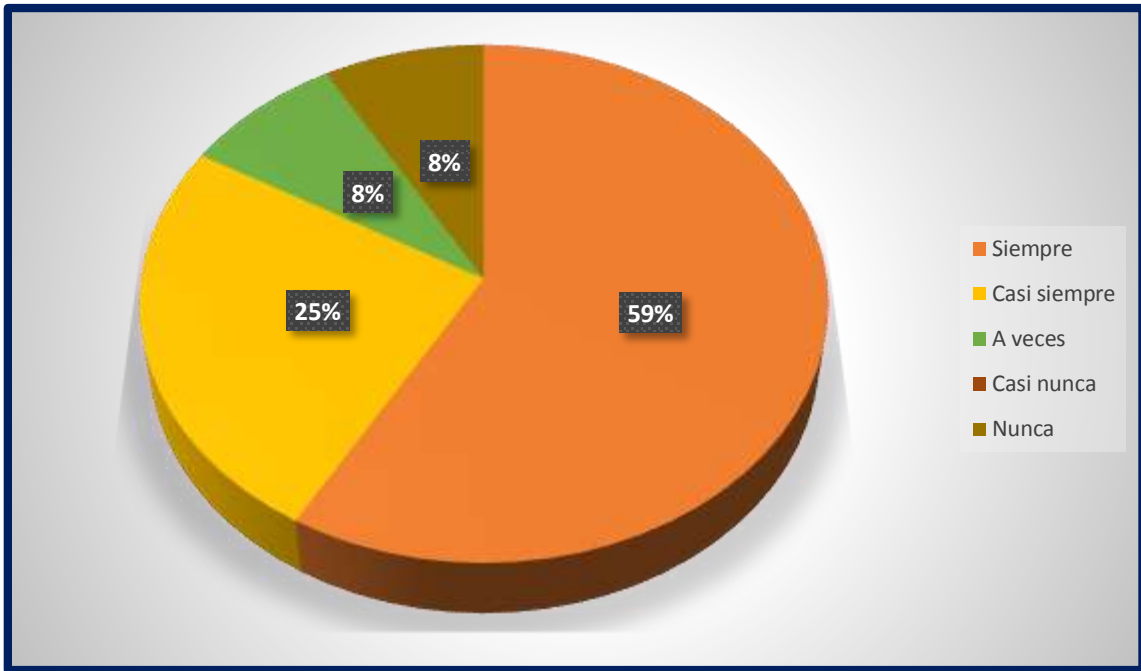


Figura 15: Usted entrega un producto de regalo

Fuente: Tabla 3

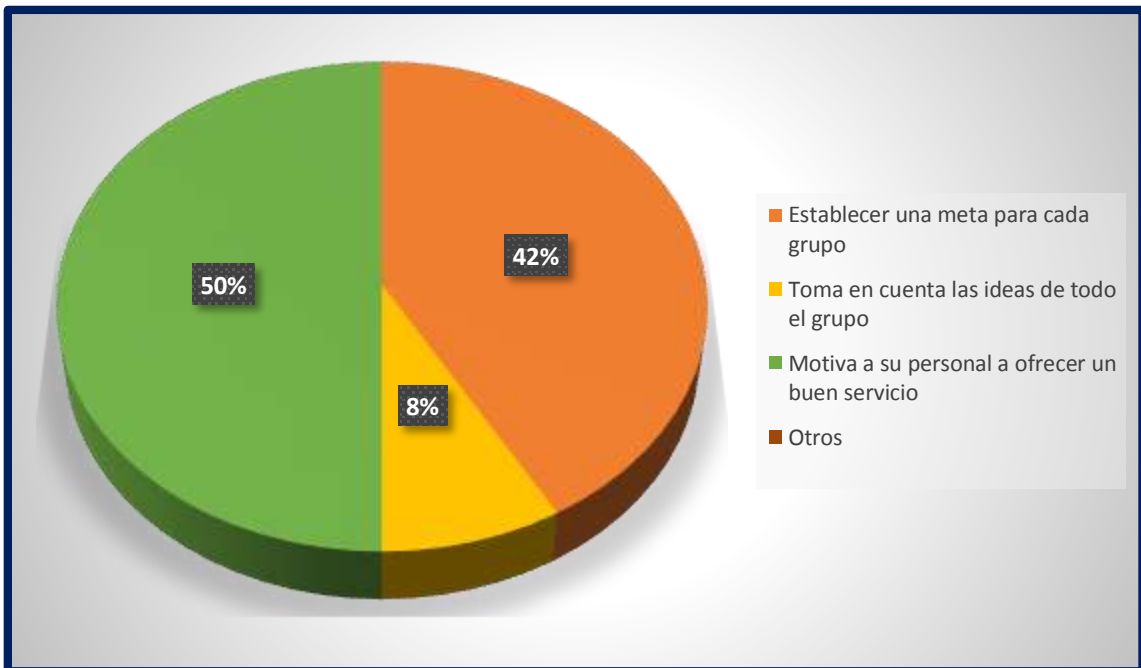


Figura 16: Usted de qué manera practica el trabajo en equipo para obtener buenos resultados

Fuente: Tabla 3

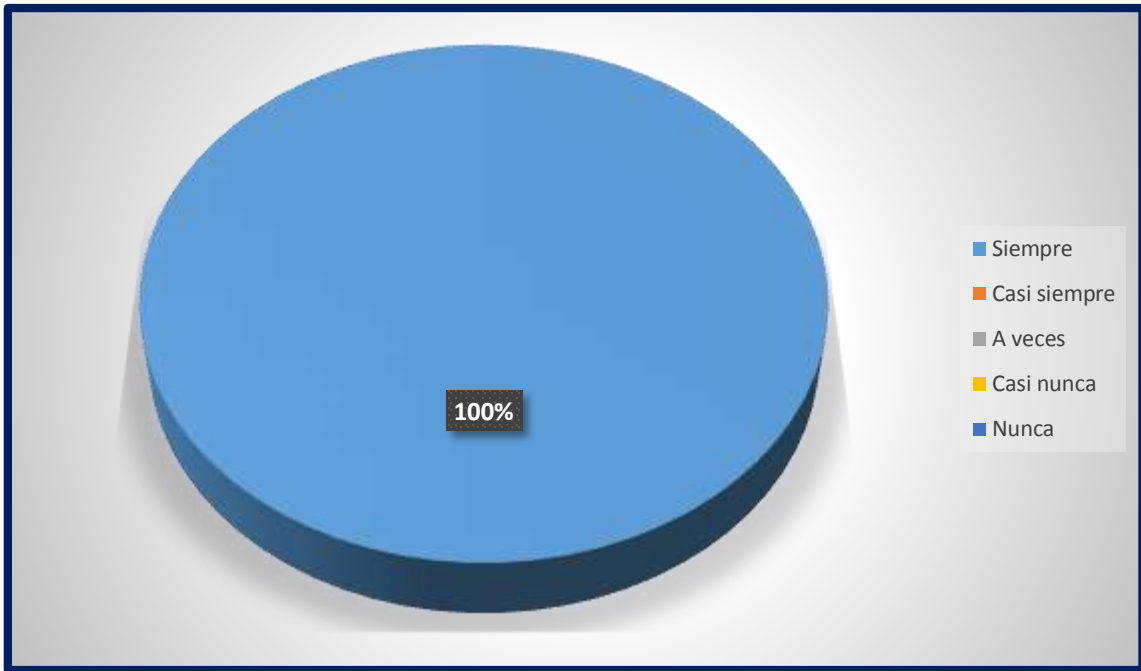


Figura 17: Cree usted que es importante mejorar en cuanto a la atención al cliente

Fuente: Tabla 3

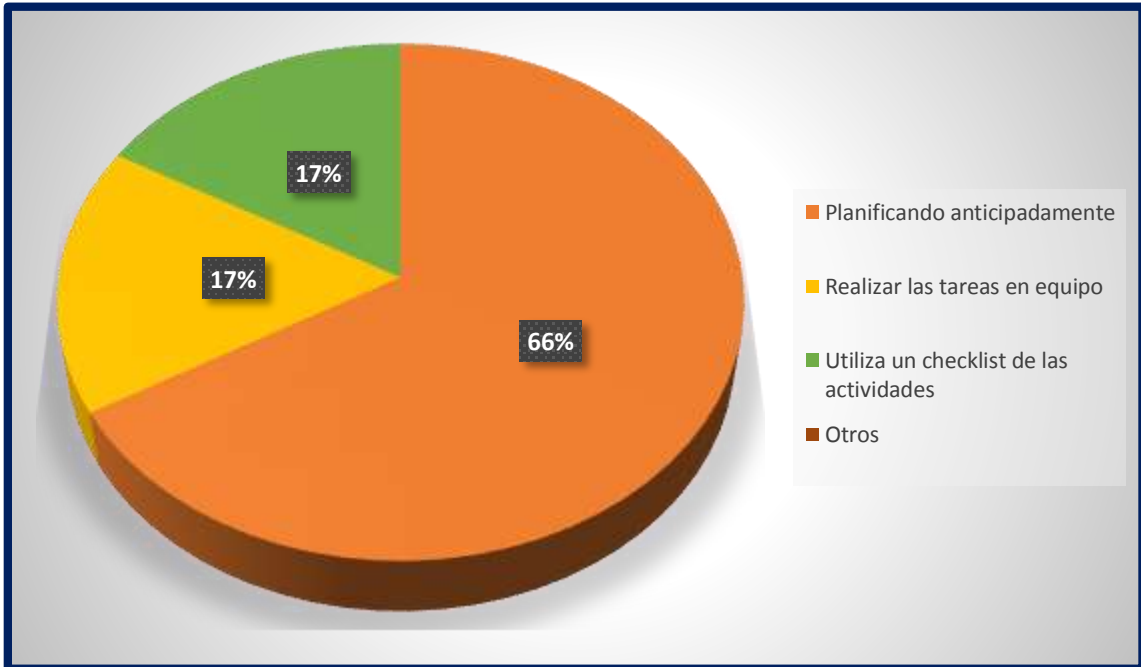


Figura 18: De qué manera cumple con las actividades según el tiempo asignado

Fuente: Tabla 3

