



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS  
Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LOS  
BENEFICIOS DE LAS MYPES, DEL SECTOR COMERCIO –  
RUBRO VENTAS DE CALZADOS PARA DAMA, CENTRO

COMERCIAL 5 CONTINENTES, AV. ABANCAY

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN

AUTORA: GONZALES VALVERDE MARIA ELENA

ASESOR: MAG. LIC. ADM. POMA ANCCASI SIMON

LIMA – PERÚ

2019

## **1. TÍTULO DE TESIS**

Gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES, del sector comercio – rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 continentes, av. Abancay 1109, Lima 2018.

## Hoja de firma jurado y asesor

---

DR. SALINAS GAMBOA JOSE GERMAN  
PRESIDENTE

---

DRA. ZENOZAIN CORDERO  
CARMEN ROSA  
MIEMBRO

---

LIC ADM. ESPINOSA OTOYA VICTOR HUGO  
MIEMBRO

---

MG. POMA ANCCASI SIMÓN  
ASESOR

### **3. AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi asesor

Mg. Simón Poma, por asesorarme durante el tiempo de elaboración de mi trabajo, por todo el apoyo y facilidades para conseguir el resultado, por siempre darme la oportunidad de mejorar, por toda su paciencia en el tiempo que me apoyó en las correcciones.

A mis compañeros de estudios:

Por estar siempre pendiente de como iba mi trabajo, por todo el apoyo recibido en cuanto a informaciones, por mostrarme que unidos todo se puede lograr.

A mis amigas

Marleni, Rosmery, Deysi y Angela, porque gracias a ellas pude conseguir estos resultados, porque ellas siempre estuvieron cuando los necesitaba, porque son mi equipo de todo el tiempo de estudios, por mostrarme siempre que ayudar a otros, ayuda a uno mismo, gracias por todo amigas.

A mis amigos

Ellos, que siempre lograban que siga adelante con un consejo, con palabras de aliento que valen mucho mas que el dinero, porque fueron mi equipo de fuerza y me enseñaron a no rendirme fácilmente, aunque la situación sea muy difícil, ellos que me demuestran que todo es posible.

## DEDICATORIA

A Dios, por darme salud, fuerzas, voluntad y mucha fe, para seguir adelante en todos mis proyectos, y mantenerme siempre constante en lo que hago, además por el regalo más valioso que tengo en la vida mi familia.

A mis hermanos Juan, Pilar y José, quienes son mi energía, en mi soledad, tristeza, ellos que siempre están para apoyarme con sus consejos, con sus experiencias, a ellos que les debo y fuerza y voluntad para seguir adelante, mil gracias por su apoyo y cariño.

A mis padres, quienes son las personas que me inspiran día a día a seguir adelante, saber sobreponerme a las adversidades, y tener el coraje de levantarme y seguir luchando, ellos quienes me apoyan en todas mis decisiones, que siempre me respaldan y hacen que me sienta protegida, amada y con muchas fuerzas de seguir mejorando profesionalmente, a ellos que les debo todo por ser como soy ahora.

A mis sobrinos, Rubí y Faid, quienes son mis chiquitines que me emocionan, me inspiran hacer las cosas bien, porque quiero ser ejemplo para ellos, enseñarles que las cosas se pueden conseguir si uno se los propone, a ellos mis ternuritas que siempre me llenan de amor, y me hacen creer en el amor puro y sincero.

## 4. RESUMEN

El siguiente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 continentes, av. Abancay 1109, Lima - 2018. Elaborado con la metodología de investigación de tipo correlacional, el nivel de investigación cuantitativo, con un diseño no experimental – transversal, la investigación se desarrolló con dos variables en estudio, gestión de calidad (independiente) y los beneficios de las Mypes (dependiente), con una población y muestra constituida por 14 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 28 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta; la información obtenida, fue contabilizada e interpretada gráficamente y estadísticamente, a través del uso de los programas SSPS y Excel. Los resultados que se obtuvieron sobre las características de los representantes fueron: los dueños de las micro y pequeñas empresas, en su mayoría están representadas por personas entre los 36 a 50 años de edad, dirigidas con una de igualdad de géneros; con un 50% de varones y 50% de mujeres, con grado de instrucción de estudios secundarios con el 43% y con una permanencia entre los 4 y 9 años en el mercado. Los resultados sobre su gestión se obtuvieron, que solo, el 43% muy pocas veces aplican estrategias de ventas, afirman los microempresarios, con un 93% que, los clientes prefieren el precio por encima de la calidad.

**Palabras claves: Calidad - Beneficios – Mype**

## **ABSTRACT**

The following research work, had as a general objective, to determine the influence of quality management on the benefits of micro and small businesses in the commerce sector - sales of footwear for women, shopping mall 5 continents, av. Abancay 1109, Lima - 2018. Elaborated with the correlational type research methodology, the level of quantitative research, with a non-experimental - transversal design, the research was developed with two variables under study, quality management (independent) and the benefits of Mypes (dependent), with a population and sample constituted by 14 Mypes, to whom a structured questionnaire of 28 closed questions was applied, applying the technique of the survey; the information obtained was accounted for and interpreted graphically and statistically, through the use of the SSPS and Excel programs. The results that were obtained about the characteristics of the representatives were: the owners of the micro and small companies, most of them are represented by people between the ages of 36 and 50, directed with one of equality of genders; with 50% of males and 50% of females, with high school education degree with 43% and with a stay between 4 and 9 years in the market. The results on its management were obtained, that only 43% very rarely apply sales strategies, say microentrepreneurs, with 93% that, customers prefer the price over quality.

**Keywords:** Quality - Benefits - Mype

## 5. CONTENIDO

1. TÍTULO DE TESIS .....	II
2. HOJA DE FIRMA JURADO Y ASESOR .....	III
3. AGRADECIMIENTO .....	IV
4. RESUMEN .....	VI
5. CONTENIDO .....	VIII
6. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS .....	X
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. REVISIÓN LITERARIA .....	4
2.1. Antecedentes .....	4
2.2. Bases Teóricas de la investigación .....	12
2.3. Marco Conceptual .....	30
III. HIPÓTESIS .....	33
IV. METODOLOGÍA .....	33
4.1. Diseño de la Investigación .....	33
4.2. Población y muestra .....	35
4.3. Definición y Operacionalización de variables .....	36
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	38
4.5. Plan de análisis .....	38
4.6. Matriz de consistencia .....	38

4.7. Principios éticos .....	40
V. RESULTADOS.....	41
5.1. Resultados .....	41
5.2. Análisis de resultados.....	69
VI. CONCLUSIONES .....	71
Recomendaciones.....	73
Referencias.....	75
Anexos.....	78

## 6. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1. Distribución según edad	41
Figura 1. Distribución según edad	41
Tabla 2. Distribución según género	42
Figura 2. Distribución según género	42
Tabla 3. Distribución grado de instrucción	43
Figura 3. Distribución grado de instrucción	43
Tabla 4. Distribución de cargo del encuestado	44
Figura 4. Distribución de cargo del encuestado	44
Tabla 5. Distribución del tiempo de permanencia en el mercado	45
Figura 5. Distribución del tiempo de permanencia en el mercado	45
Tabla 6. Distribución según número de trabajadores	46
Figura 6. Distribución según número de trabajadores	46
Tabla 7. Distribución según tipos de personas que trabajan en las Mypes	47
Figura 7. Distribución según tipos de personas que trabajan en las Mypes	47
Tabla 8. Distribución según tipo de constitución de las Mypes	48
Figura 8. Distribución según tipo de constitución de las Mypes	48
Tabla 9. Distribución según estrategias de ventas (promociones, 2 por 1)	49
Figura 9. Distribución según estrategias de ventas (promociones, 2 por 1)	49
Tabla 10. Distribución del establecimiento de la misión y visión empresarial	50
Figura 10. Distribución del establecimiento de la misión y visión empresarial	50
Tabla 11. Distribución según el análisis FODA	51
Figura 11. Distribución según el análisis FODA	51
Tabla 12. Distribución según la planificación de metas por plazos	52

Figura 12. Distribución según la planificación de metas por plazos	52
Tabla 13. Distribución según el cumplimiento del plan de trabajo	53
Figura 13. Distribución según el cumplimiento del plan de trabajo	53
Tabla 14. Distribución según la organización y actualización del control de inventarios	54
Figura 14. Distribución según la organización y actualización del control de inventarios	54
Tabla 15. Distribución según el seguimiento al desempeño del personal	55
Figura 15. Distribución según el seguimiento al desempeño del personal	55
Tabla 16. Distribución según el cumplimiento de metas	56
Figura 16. Distribución según el cumplimiento de metas	56
Tabla 17. Distribución según comparación de resultados obtenidos con resultados de gestiones anteriores	57
Figura 17. Distribución según comparación de resultados obtenidos con resultados de gestiones anteriores	57
Tabla 18. Distribución según la importancia de dar seguimiento a las actividades para la mejora continua.	58
Figura 18. Distribución según la importancia de dar seguimiento a las actividades para la mejora continua.	58
Tabla 19. Distribución según el control de los costos de almacenaje de la mercadería	59
Figura 19. Distribución según el control de los costos de almacenaje de la mercadería	59
Tabla 20. Distribución según inversiones en su negocio	60
Figura 20. Distribución según inversiones en su negocio	60
Tabla 21. Distribución según la influencia de la reducción de costos en los beneficios empresariales para los trabajadores; utilidades, dividendos, etc.)	61
Figura 21. Distribución según la influencia de la reducción de costos en los beneficios empresariales para los trabajadores; utilidades, dividendos, etc.)	61
Tabla 22. Distribución según el volumen de ventas creciente	62

Figura 22. Distribución según el volumen de ventas creciente	62
Tabla 23. Distribución según las tendencias actuales de mercaderías	63
Figura 23. Distribución según las tendencias actuales de mercaderías	63
Tabla 24. Distribución según capacidad de pago a corto plazo	64
Figura 24. Distribución según capacidad de pago a corto plazo	64
Tabla 25. Distribución según la sostenibilidad del negocio	65
Figura 25. Distribución según la sostenibilidad del negocio	65
Tabla 26. Distribución según la satisfacción de los clientes a través de la mejora continua	66
Figura 26. Distribución según la satisfacción de los clientes a través de la mejora continua	66
Tabla 27. Distribución según los clientes fijos	67
Figura 27. Distribución según los clientes fijos	67
Tabla 28. Distribución según la preferencia de la calidad sobre el precio	68
Figura 28. Distribución según la preferencia de la calidad sobre el precio	68

## I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación se enfocó en el estudio de la gestión de calidad y la influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ventas de calzados. En nuestro país, según el Ministerio de producción (2018), este segmento empresarial representa el 99,5% del total de empresas formales en la economía peruana el 96,2% son microempresas, 3,2% pequeña y 0,1% mediana. De las cuales el 87,6% de ellas se dedican a la actividad de comercio y servicios, y el resto (12,4%) a la actividad productiva (manufactura, construcción, agropecuario, minería y pesca). Las Mipyme generan alrededor del 60% de la PEA ocupada, considerándose como la fuente generadora del empleo. Asimismo, 10 de cada 100 personas de la PEA ocupada son conductoras de una Mipyme formal. En los últimos cinco años (2013-2017) el número de empresas formales de este segmento se ha incrementado a un ritmo promedio anual de 7,2%. Sin embargo, aún persiste un alto porcentaje de informalidad, ya que el 48,4% de las MYPE no están inscritas en SUNAT. En cuanto a las operaciones financieras, sólo el 6% de las Mipyme acceden al sistema financiero regulado. El crecimiento de los créditos destinados al estrato empresarial Mipyme continuó hacia finales del 2017; no obstante, siendo la participación de las pequeñas y medianas empresas la de mayor porcentaje (46,3% y 62,4% respectivamente).

Como sabemos la implementación de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas es escasa y podemos verlos reflejados en las estadísticas, ya que muchas MYPES, no sobrepasan los 5 años de periodo de vida, tienen un limitado acceso a la globalización, al financiamiento, certificación de calidad ISO.

El interés de nuestra investigación es, conocer, como influye la gestión de calidad en los beneficios de las MYPES. Para ello, nuestra investigación estará basada en dos variables gestión de calidad y beneficios, con una metodología de tipo cuantitativa, nivel de investigación

correlacional con un diseño no experimental, transversal, correlacional, cuantitativo. Se apoyó con la técnica de la encuesta, instrumento el cuestionario.

En el Perú, el nacimiento de una MYPE, es cada vez más frecuente, pero muchas de éstas, son informales, asimismo, un porcentaje se encuentran dirigidos por personas sin ninguna preparación profesional, volviéndolos poco competitivos. Para el desarrollo de la investigación nuestra problemática fue determinar: ¿Cuál es la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de la MYPE, sector comercio – rubro venta de calzados para dama, centro comercial 5 continentes, av. Abancay 1109, Lima 2018?

Para dar respuesta al problema se planteó el siguiente objetivo principal:

- ✓ Determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 continentes, av. Abancay 1109, Lima 2018.

Para lograr nuestro objetivo general de nuestra investigación planteamos los siguientes objetivos específicos.

1. Determinar las características de una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de calzados para dama, centro comercial 5 continentes, av. Abancay 1109, cercado de Lima, Lima - periodo 2018.
2. Determinar los beneficios que se logra con la aplicación de una gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de calzados para dama, centro comercial 5 continentes, av. Abancay 1109, Lima 2018.
3. Determinar si la gestión de calidad influye en los beneficios de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio – rubro venta de calzados para dama, centro comercial 5 continentes, av. Abancay 1109, Lima 2018

Por consiguiente, la investigación se justifica, porque nos permitirá conocer las características de las micro y pequeñas empresas del rubro en estudio, asimismo conocer la importancia de la gestión de calidad en el desarrollo económico de estas.

Asimismo, servirá de herramienta informativa a las autoridades, empresarios y estudiantes, permitiéndoles tomar decisiones y/o sea utilizado como base para estudios futuros, ya que estará desarrollado con información verídica.

## II. REVISIÓN LITERARIA

### 2.1. Antecedentes

#### a. Antecedentes Internacionales

Gonzales y Mogrovejo (2014), en su investigación; *auditoría de gestión aplicada a la importación y comercialización de calzado, prendas de vestir y complementos de la empresa DEEP ubicada en la ciudad de Cuenca*, informe de tesis para la obtención del título de contador público auditor. Universidad de Cuenca, Ecuador. Su investigación llegó a las siguientes conclusiones.

- ✓ Con el desarrollo de la auditoría de gestión a los departamentos de importación, ventas y cartera de la empresa “DEEP tiendas de ropa” se logró cumplir el objetivo general planteado para este tipo de auditoría, que fue evaluar los niveles de eficacia, eficiencia y economía de los procesos mencionados.
- ✓ La evaluación del sistema de control interno, realizada por separado a las áreas seleccionadas permitió determinar falencias e identificar oportunidades de mejora, las cuales se encuentran reflejadas en conclusiones y recomendación que son de fácil adopción por parte de los involucrados en los procesos, aspectos muy necesarios en los niveles de control interno para lograr una administración más eficaz.
- ✓ La falta de conocimiento del Gerente General sobre la adecuada gestión de almacenamiento no ha permitido mejorar las formas de conservación de la mercadería debido a que el espacio físico con que cuenta la empresa para guardar las existencias es reducido. Esto ocasiona que los bienes pierdan su calidad afectando la demanda, porque no cumplen con las condiciones que exigen los clientes.
- ✓ La falta de supervisión a los créditos otorgados por parte de la Jefa de Ventas no ha permitido la verificación de datos de los clientes, debido a que solo otorgan créditos a

clientes fijos. Esto ocasiona una disminución en las ventas porque la empresa prefiere realizar transacciones con un cierto grupo de clientes provocando que los nuevos clientes opten por la competencia.

- ✓ La falta de interés por parte del Gerente General no ha permitido elaborar un manual de funciones para las distintas áreas, lo que genera que los empleados no conozcan adecuadamente las funciones que deben realizar de acuerdo al cargo que desempeñan en DEEP, teniendo presente que los manuales son fundamentales para que sus empleados ejecuten sus actividades de manera eficiente y ordenada. Siendo este un problema para la consecución de las metas y objetivos empresariales e incrementando el riesgo operativo.
- ✓ La falta de conocimiento por parte del Gerente General sobre la elaboración de indicadores de gestión no ha permitido la implementación de los procedimientos para medir la eficiencia y eficacia de sus operaciones, provocando que los resultados obtenidos no sean precisos debido a que no existió una estimación objetiva de las actividades.

Montero (2014), en su investigación, *formulación del diseño de propuesta del sistema de gestión de calidad, bajo la norma ISO 9001: 2008, para calzado "LA CASA DEL PANTENERO"*. Informe final de tesis para la obtención de Ingeniera Industrial. Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca Ecuador. Su investigación llegó a las siguientes conclusiones.

1. La casa del pantanero, con la elaboración de la presente tesis, dispone ahora de un modelo de gestión de calidad para los diferentes procesos de la organización conforme a los estándares contenidos en la norma ISO 9001:2008.
2. El diseño del sistema de Gestión de calidad fue fundamentado en un enfoque por procesos, estableciéndose, así como documento de apoyo un manual de

procedimientos que incluye el detalle de los procedimientos que intervienen en la operación de la empresa.

3. El desarrollo de la presente tesis a contribuido a mi formación práctica personal en el campo de la gestión de calidad.
4. Se ha cumplido el objetivo general de formular el diseño de propuesta de sistema de gestión de calidad, bajo la norma ISO 9001:2008, para el taller artesanal de calzado la casa del pantano.
5. Se ha cumplido con los objetivos específicos propuestos en la investigación como son:
  - ✓ Desarrollar el marco referencial del sistema de gestión de calidad, bajo la norma ISO 9001:2008.
  - ✓ Elaborar el diagnóstico de la situación actual de todos los procesos de la casa del pantano.
  - ✓ Desarrollar la base documental requerida para el diseño de la propuesta del sistema de gestión de calidad.
6. La implementación de un sistema de gestión de calidad es importante en cualquier tipo de empresa independiente de su tamaño (microempresa, taller artesanal, pequeña, mediana o grande empresa). Hay una excelente predisposición de la casa del pantanero para realizar los cambios y mejoras necesarias para tener productos de la más alta calidad.
7. El diseño del sistema de gestión de calidad propuesto para la casa del pantanero, es adecuado para la empresa y tanto como los documentos y los registros y formatos ya forman parte de las actividades y operaciones desde que fueron diseñadas.

8. Implementar un sistema de gestión de calidad orientada a los procesos, proporciona una ventaja competitiva y ayuda a tener bajo control los procesos, con la finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, logrando así una empresa rentable y productiva.

Calderón (2015), en su investigación, *gestión por procesos en el sector de venta al por mayor de calzado en cuenca. Propuesta de un modelo de gestión por procesos en la empresa GLOBALSHOES CIA. LTDA.* Informe final de tesis para la obtención del título de ingeniería comercial. Universidad de Cuenca, Ecuador. Su investigación llegó a las siguientes conclusiones.

A pesar de la eficiencia y eficacia de la gestión por procesos que se evidencia en numerosas organizaciones, todavía se les complica a las empresas adoptar este enfoque debido a la mentalidad que se relaciona con la gestión tradicional, ya que al identificar los procesos existe confusión con las funciones que realizan los colaboradores en cada área y se les hace difícil tener una visión clara e integral del proceso al que pertenecen, por esta razón al momento de levantar la información se encontró actividades duplicadas o que no correspondían al proceso, y se dificultó el agrupamiento de las actividades, esto condujo a varias revisiones y correcciones para obtener la información definitiva en cada proceso de la empresa.

El modelo de gestión por procesos que se propone para la Empresa GLOBALSHOES CIA. LTDA., ayudará a que la organización cumpla con la misión, visión y objetivos organizacionales, por medio de la identificación de los procesos claves. El propósito es establecer mejoras en las actividades y hacer que los colaboradores conozcan el proceso al que pertenecen, los proveedores de quienes dependen y los clientes a quienes contribuyen con los resultados, de esta manera el personal será consciente de la importancia del trabajo que realiza, y la empresa obtendrá la satisfacción del cliente de manera sostenida a lo largo del tiempo.

El levantamiento de información permitió establecer las actividades y documentar el trabajo que realiza la empresa y obtener una visión clara de los procesos para poder identificar las actividades que no agregan valor, repetidas o aquellas que hacen falta en los mismos. Los datos que se recolectaron también contribuyeron a la elaboración de las fichas de procesos y de indicadores.

La empresa no cuenta en la actualidad con magnitudes, por este motivo los indicadores que se sugieren ayudarán a mejorar el trabajo, debido a que éstos proporcionarán información sobre el nivel de desempeño de los procesos. En las fichas de indicadores se proponen gráficos, pero no se efectúa la medición y el seguimiento ya que es un modelo que lo debe ejecutar la empresa. En la parte de la mejora de los procesos críticos de la cadena de valor, se propone herramientas y guías para identificar las no conformidades y oportunidades de mejora en los procesos, también se sugiere un procedimiento que establece la responsabilidad, la metodología y los lineamientos a seguir para la toma de acciones, cabe destacar que la metodología que se utilizó en los procesos de la cadena de valor puede utilizarse en los procesos estratégicos y de apoyo, y ajustarse a las necesidades posteriores de la organización.

Para que la empresa obtenga los resultados esperados del modelo propuesto de Gestión por Procesos, es preciso fortalecer la cultura organizacional y que esta se enfoque en el cambio, con el propósito de obtener la capacidad de adaptarse a los diferentes cambios del medio interno y externo mediante el aprendizaje. Los colaboradores de la empresa deben comprender que el trabajo debe tener claridad, orden, control, e integración del personal de las diferentes áreas. La experiencia de tomar una empresa real como objeto de estudio para el desarrollo de la tesis, aportó de manera positiva para que la autora adquiriera experiencia en el campo laboral y personal, y obtenga un enfoque claro de la importancia y los beneficios de la Gestión por Procesos en las organizaciones.

## **b. Antecedentes Nacionales**

Baca (2017), en su investigación; *gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercial rubro venta de calzado deportivo, distrito Iquitos, 2017*. Informe final de tesis para optar el título de licenciado en administración. Universidad Uladech católica, Iquitos, Perú. Su investigación llegó a las siguientes conclusiones.

Al término del proceso de investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ✓ El microempresario, se caracteriza ser joven, en su mayoría de sexo masculino, sin instrucción académica, deseoso de recuperar su inversión en corto plazo.
- ✓ Las mypes del rubro comercial de venta de calzado deportivo, son mypes enfocadas en la actividad comercial de alta rotación. Tienen como consigna, la venta inmediata en la primera relación comercial con el cliente; por ello la capacitación a su personal es precisa a este fin; cerrando la venta procurando no se produzcan contingencias. No existe servicio de post venta.
- ✓ No se administran con prácticas de gestión de calidad. La administración está enfocada en efectivizar la venta (prioritario), para lo cual ha implementado la infraestructura acorde al estilo deportivo. No es una fortaleza en la mayoría de mypes.
- ✓ No han identificado la estrategia del servicio, como factor diferenciador, que lo distinga de la competencia.

Prudencio (2014); en su investigación, *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*. Informe final de tesis para optar el título de licenciado en administración. Informe final de tesis para optar el título de licenciado en administración. Universidad Uladech católica, Huaraz, Perú. Su investigación llegó a las siguientes conclusiones.

- ✓ 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 zapaterías.
- ✓ Además, estos clientes perciben algún alto grado de diferencia respecto a la fidelidad que tienen hacia las zapaterías en que mantendrán su preferencia, aunque haya alzas de precios y no recomendarían mal a otras personas en casos de que tendrían problemas, a diferencia que reclaman a la asociación de consumidores y/o presentarían su reclamo al dueño o administrador.
- ✓ Respecto a la fidelidad del cliente podemos concluir que las clientes de las zapaterías son fieles al negocio y no cambian a otro negocio aún le ofrecieran mejores precios, aun si tuvieran problema con el servicio, resultados que muestran que existe un alto componente de calidad del servicio y del producto en este rubro empresarial.

Padilla (2014), en su investigación; *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*. Informe de tesis para la obtención de licenciado en administración; universidad Uladech católica, Chiclayo, Perú. Su investigación llegó a las siguientes conclusiones.

- ✓ 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.
- ✓ La tendencia a solicitar y recibir créditos (financiamiento) es creciente, en el sector comercial rubro zapaterías de la provincia de Chiclayo, región Lambayeque.
- ✓ 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.

#### c. Antecedente local

Zegarra (2016), en su investigación; *implementación de un sistema de inventario computarizado promedio para el adecuado cálculo del costo de venta en la empresa import medical service*. Informe de tesis para obtener el título de contador público, universidad Autónoma del Perú, Lima – Perú 2016. La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

La gestión de los inventarios de la empresa es deficiente debido a que no se utilizan los registros adecuados en lo que se refiere al control de los ingresos y salidas de las mercancías, incluso no se lleva un kardex personalizado para cada uno de los productos que la empresa comercializa,

incluso la infraestructura utilizada para el almacén de los productos no es la adecuada, existe desorden en la clasificación y orden de los productos.

La empresa no ha establecido políticas claras en cuanto al registro y contabilización de los productos importados y como quiera que éstos generan una serie de erogaciones hasta su internamiento en los almacenes de la empresa, muchas veces estas erogaciones se contabilizan como gastos y otras como costos, precisamente por desconocimiento del registro y control de dichos conceptos, de tal manera que la información procesada de esta forma resulta muchas veces poco confiable, incluso en la determinación de los costos de ventas, el mismo que muchas veces se toma en cuenta para poder fijar los precios de los productos.

La empresa no cuenta un sistema de control de sus inventarios de manera computarizada, la misma que le brindaría una mayor precisión al momento de determinar sus costos de ventas información que le sirve de mucha utilizada para poder tomar decisiones fundadas en una información más precisa y confiable.

Por ello se determinó que la implementación de un Sistema de Inventarios Computarizado promedio facilita la determinación adecuada del costo de ventas de la empresa información sumamente primordial para la toma de decisiones.

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

### **Gestión de calidad**

Udaondo (1992); señaló que “debe entenderse por gestión de calidad el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad; incorporándose por tanto al proceso de gestión, que es cómo traducimos el término inglés “management”, que alude a dirección, gobierno y coordinación de actividades (p. 5).

### **Gestión de calidad**

- ✓ Pola (1988); señaló que se entiende “por gestión de la calidad el conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función calidad en una empresa” (p. 23).

Esta tarea consta principalmente de los siguientes aspectos:

- ✓ Definir las políticas de calidad de la empresa, en relación con los principios empresariales y en función de la naturaleza del negocio.
- ✓ Establecer objetivos claramente definidos, acordes con las políticas de la empresa.
- ✓ Realizar la planificación en base a los objetivos anteriores, estableciendo las estrategias y los recursos necesarios.
- ✓ Definir la organización, con las funciones y responsabilidades, para que se lleve a cabo la planificación.
- ✓ Seleccionar y formar al personal para cada puesto de trabajo.
- ✓ Motivar a la gente para el logro de los objetivos.
- ✓ Controlar el desarrollo del programa estableciendo las medidas correctivas necesarias (Pola, 1988, p.23).

Gestión de calidad, es el proceso de articular todos los recursos de la empresa, en el tiempo justo que se requiera.

## La Calidad

La calidad es una exigencia creciente de los mercados y de los clientes. También es una necesidad de supervivencia para la empresa. Pero, por encima de todo, es lo que da sentido a la actividad económica o social de cualquier institución, empresa u organismo. La calidad, entendida en un sentido amplio como la capacidad de satisfacer necesidades, expectativas y valores de la gente, es lo que genera auténtico bienestar en la sociedad y lo que permite que las empresas crezcan, se desarrollen y perduren en el tiempo. (Pola, 1988, p.17).

La calidad, es un proceso continuo que requiere esfuerzo, la participación colectiva, desde los niveles superiores, hasta los niveles inferiores de una organización, para conseguir la calidad se requiere que los gerentes y administradores crean en la calidad y lo posicionan como un valor de la empresa y lo transformen en su cultura organizacional, además requiere que el personal se comprometa y conozca cuáles son sus funciones y cómo los debe de realizar, no será posible lograr calidad, sino existe capacitación, si uno de los departamentos o áreas de la organización no se comprometa y adopte el cambio. La calidad, persigue un fin que es la satisfacción plena de los clientes, los proveedores y los colaboradores.

La calidad, según Espinoza (2009):

- ✓ Satisfacer plenamente las necesidades del cliente.
- ✓ Cumplir las expectativas del cliente y algunas más.
- ✓ Despertar nuevas necesidades del cliente.
- ✓ Lograr productos y servicios con cero defectos.
- ✓ Hacer bien las cosas desde la primera vez.
- ✓ Diseñar, producir y entregar un producto de satisfacción total.
- ✓ Producir un artículo o un servicio de acuerdo a las normas establecidas.
- ✓ Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes.

- ✓ Sonreír a pesar de las adversidades.
- ✓ Una categoría tendiente siempre a la excelencia.
- ✓ Calidad no es un problema, es una solución. (p. 6)

El concepto de calidad será considerado por el mismo consumidor del producto o el mismo usuario del servicio, entonces se considera que el concepto de calidad es diferente para cada individuo, porque cada persona es diferente.

Calidad, es el resultado de la gestión de los recursos y el compromiso de todo el equipo.

Calidad, puede ser definido desde dos puntos de vista diferente: por la misma organización y por el cliente o usuario.

### **Ciclo Deming**

El ciclo de Deming o ciclo de mejora actúa como guía para llevar a cabo la mejora continua y lograr de una forma sistemática y estructurada la resolución de problemas

**1. Planificar (plan):** conocer previamente la situación de la empresa mediante la recopilación de todos los datos e información necesaria será fundamental para establecer los objetivos. La planificación debe de incluir el estudio de causas y los correspondientes efectos para prevenir los fallos potenciales y los problemas de la situación sometida a estudio, aportando soluciones y medidas correctivas (Cuatrecasas, 2009, pp. 61 - 62).

**2. Realizar (do):** consiste en llevar a cabo el trabajo y las acciones correctivas planeadas en la fase anterior. Corresponde a esta fase la formación y educación de las personas y empleados para que adquieran un adiestramiento en las actividades y actitudes que han de llevar a cabo. Es importante comenzar el trabajo de manera experimental, para, una vez que se haya comprobado su eficacia en la fase

siguiente, formalizar la acción de mejora en la última etapa. (Cuatrecasas, 2009, p. 62).

**3. Comprobar (*check*):** es el momento de verificar y controlar los efectos y resultados que surjan de aplicar las mejoras planificadas. Se ha de comprobar si los objetivos marcados se han logrado, o, si no es así, planificar de nuevo para tratar de superarlos. (Cuatrecasas, 2009, p. 62).

**4. Actuar (*Act*):** una vez que se comprueba que las acciones emprendidas dan el resultado apetecido, es necesario realizar su normalización mediante una documentación adecuada, describiendo lo aprendido, cómo se ha llevado a cabo, etc. se trata, al fin y al cabo, de formalizar el cambio o acción de mejora de forma generalizada introduciéndolo en los procesos o actividades. (Cuatrecasas, (2009, p. 62).

## **Modelos de calidad**

### **Modelo gerencial Deming**

Este modelo tiene como prioridad la implementación del control (predominante estadístico) en toda la organización, y con ello la obtención de mejores resultados. Su enfoque es sistémico, porque las mejoras van desde la recepción de los materiales y toda la línea de producción hasta los consumidores quienes son la pieza clave; el modelo se basa en los 14 puntos fundamentales Deming. (Marcelino y Ramírez, 2014, p. 140).

1. Crear y difundir la visión, el propósito y la misión de mejorar el producto y el servicio
2. Aprender adoptar la nueva filosofía
3. No depender más de la inspección masiva

4. Acabar con la práctica de adjudicar contratos de compra basados exclusivamente en el precio.
5. Mejorar continuamente y por siempre el sistema de producción y servicios
6. Instituir la capacitación del trabajo
7. Instituir el liderazgo
8. Desterrar el temor, generar el clima para la innovación
9. Derribar las barreras que hay entre las áreas departamentales
10. Eliminar los eslóganes, las exhortaciones y las metas numéricas para la fuerza laboral
11. Eliminar estándares de producción y las cuotas numéricas sustituidas por mejoras continuas
12. Derribar las barreras que inhiben el orgullo de hacer bien un trabajo.
13. Instituir un programa vigoroso de educación y reentrenamiento.
14. Empezar para lograr la transformación. Marcelino y Ramírez, (2014, pp. 140 - 143).

### **Modelo Malcolm Baldrige**

El premio Malcolm Baldrige es el más importante en calidad para las empresas estadounidenses, las estimula a implementar estrategias precisas y con gran potencial en la gestión de la calidad; este modelo, así como otros, es un par coherente con los principios de calidad que ofrecen las normas ISO y no se opone a ningún elemento, por el contrario, se complementan. Se basa en un sistema de liderazgo y planificación estratégica, enfocada en el cliente y el mercado, con apoyo de la medición de índices, parámetros y el benchmarking (evaluación comparativa con la competencia), como una manera de crear ventaja competitiva,

su objetivo es establecer un conjunto de criterios utilizados para evaluar la calidad y excelencia organizacional, impulsados por la autoevaluación para identificar fortalezas y áreas de oportunidad dentro de una política. (Marcelino y Ramírez, 2014, p. 148).

### **Criterios principales**

1. Liderazgo (liderazgo organizacional, responsabilidad social)
2. Planificación estratégica (desarrollo de la estrategia, despliegue de la estrategia)
3. Enfoque en el cliente y el mercado (conocimiento del cliente y el mercado, relaciones con el cliente y satisfacción).
4. Dimensión, análisis y dirección del conocimiento (medición, análisis y evaluación del desempeño organizacional, gestión de la información y del conocimiento)
5. Desarrollo y gestión de recursos humanos (sistemas de trabajo, aprendizaje y motivación del empleado, bienestar y satisfacción del empleado).
6. Gestión de procesos (procesos de creación de valor, procesos soporte)
7. Resultados (resultados de producto y servicios, del enfoque en el cliente, financieros y de mercado, en los recursos humanos, en la eficacia organizacional, de liderazgo y responsabilidad social). (Marcelino y Ramírez, 2014, pp. 149 - 150).

### **Modelo EFQM de excelencia**

El modelo Europeo de Excelencia Empresarial se compone de dos grupos de criterios: agentes y los resultados, que abarcan todas las áreas del funcionamiento de la organización y que al momento de ser evaluados para aspirar al Premio Europeo a la Calidad cada uno con un valor distinto, el primer grupo consta de cinco de estos y el segundo de cuatro; también aporta reglas de evaluación con base en la metodología Resultado, Enfoque, Despliegue, Evaluación y Revisión, afín a lo que establecen para el mismo propósito los modelos iberoamericanos (enfoque, desarrollo, evaluación y revisión) y Baldrige (estrategia, despliegue y revisión). La

fuerza del modelo es la autoevaluación de los resultados respecto al rendimiento, clientes, personal y sociedad que se logra por medio del mantenimiento de un liderazgo en la generación de calidad, formular las políticas y alianzas estratégicas, gestión adecuada de recursos y el personal, orientado a procesos clave que crea valor y que son apreciados por el cliente. (Marcelino y Ramírez, 2014, pp. 151 - 152).

### **Criterios de agentes**

1. Liderazgo
2. Estrategias
3. Personal
4. Alianzas y recursos
5. Procesos, productos y servicios (Marcelino y Ramírez, 2014, p. 152).

### **Criterios de resultados**

1. Resultados en clientes
2. Resultados en personal
3. Rendimiento en la sociedad
4. Rendimiento. (Marcelino y Ramírez, 2014, p. 153).

### **Modelo Iberoamericano de excelencia**

El modelo ha recibido hasta la fecha actualizaciones para mantenerse vigente y a la vanguardia de las necesidades del mercado, el sector empresarial y la sociedad, se enfoca en empresas de los sectores público y privado, sin embargo, los criterios son los mismo a pesar de que varía en ciertos enfoques debido a que se dirige a clientes diferentes, entre otros aspectos que los hacen disímil (Marcelino y Ramírez, 2014, p. 154).

### **Criterios de procesos facilitadores**

1. Liderazgo y estilo de gestión (140 puntos)
2. Política y estrategia (100 puntos)
3. Desarrollo de las personas (140 puntos)
4. Recursos y asociados (100 puntos)
5. Procesos y clientes (120 puntos) (Marcelino y Ramírez, 2014, p. 154 - 155).

### **Criterios de evaluación de resultados**

6. Resultados de clientes/usuarios (110 puntos)
7. Resultado del desarrollo de las personas (90 puntos).
8. Resultado de sociedad (90 puntos)
9. Resultados globales (110 puntos) (Marcelino y Ramírez, 2014, p. 155)

### **Factores de influencia de la calidad en la empresa**

#### **Factor Humano**

[...] La participación de los trabajadores con sus ideas y sugerencias se hace indispensable en un modelo empresarial donde la creatividad de todas las personas permite la innovación y la mejora constante de los procesos. En este aspecto, se está produciendo una verdadera revolución, considerando a la calidad como un valor humano. La calidad no se consigue gracias a los expertos en calidad, sino a la participación activa de todos los miembros de la empresa (Alcalde, 2009, p. 15).

## **Factor Tecnológico**

Por otro lado, los avances tecnológicos y científicos suceden de forma rápida haciendo posible producir bienes y servicios de mayor calidad a mejor precio. Las nuevas máquinas herramientas, los robots, los sistemas informáticos, los sistemas automatizados, etc., consiguen automatizar cada vez más los procesos, con lo que se obtiene una reducción en los costos de producción y una mayor flexibilidad en los pedidos a la carta (Alcalde, 2009, p.15).

## **Factor Comercial**

“Hoy en día las empresas se mueven en un mercado globalizado. Las relaciones comerciales se realizan entre compradores y vendedores de todo el mundo” (Alcalde, 2009, p. 15).

## **Factor Medio Ambiental**

Las personas cada vez nos preocupamos más por la degradación del medio ambiente: la contaminación de los ríos, el mar, el aire, la degradación de la capa de ozono, la contaminación acústica, la destrucción de los bosques, etc. Esta situación provoca que estén apareciendo nuevas leyes que permitan un desarrollo sostenible, respetando el medio ambiente. Esta situación hace que las empresas tengan que adoptar sus sistemas productivos a este nuevo reto, realizando las inversiones oportunas y las modificaciones en el diseño de sus productos que sea necesarias para conseguirlo (Alcalde, 2009, p. 16).

## **Herramientas básicas de calidad**

Estas herramientas cumplen una serie de características comunes:

- ✓ **sencillez:** cualquier persona de la organización puede manejarlas sin disponer de grandes conocimientos estadísticos. Basta una formación específica en el manejo de la herramienta.

- ✓ **Aplicabilidad:** se puede emplear en cualquier nivel de la organización sea directivo, administrativo, operativo.
- ✓ **Utilidad:** todas ellas ayudan en la recopilación y organización de datos, identificación de causas de los problemas y análisis de posibles soluciones (López, 2016, p. 23).

#### **a. El diagrama causa – efecto**

Según, Bória y García (2006), el diagrama causa – efecto, o de espina de pescado (por su forma), se utiliza para clasificar y clarificar las causas que ocasionan un efecto. No para solucionar problemas, sino para identificar y atacar las causas, no los efectos. La estructura básica de estos diagramas está formada por una flecha central, el tronco del gráfico, a la derecha del cual se sitúa el efecto que se requiere estudiar. Por tanto, en primer lugar, deberemos definir el problema de calidad que se requiere estudiar e identificar el efecto que lo mide, para posteriormente, poder clasificar las causas que lo originan. (p. 112).

Según, Marcelino y Ramírez (2014), “el uso de esta herramienta se debe al doctor Ishikawa, quien designa cinco principales causas de la variación de cualquier proceso a las que llamó “5m” y que son: mano de obra, materia prima, métodos, maquinaria o equipo y medio ambiente” (p.27).

#### **b. Histograma**

Es un gráfico que representa la distribución de una serie de datos, ordenados de manera que sea posible analizar con frecuencia de ocurrencia de estos datos. Es una herramienta utilizada para:

1. Comprobar si se produce dentro de las especificaciones.
2. Determinar el comportamiento de la distribución de los datos mediante la forma de histograma.

3. Ver la necesidad de estratificar los datos, por existir interferencias de diversos factores que pueden afectar a la variabilidad del proceso. En este caso, se querrá separar los datos en subpoblaciones para diferenciar las causas que provocan la dispersión y poder identificar los orígenes con mayor facilidad. (Bória y García, 2006, p.114).

### **c. Diagrama de Pareto**

Según, López (2016), el diagrama de Pareto es un método de análisis que permite discriminar entre las causas más importantes de un problema y las menos importantes. Se fundamenta en la teoría de que las causas de los problemas se pueden clasificar de dos formas: los más importantes (las menos frecuentes) y las triviales (las más frecuentes). Está basado en el principio de Pareto, según el cual el 80% de los defectos están originados por un 20% de causas. (p. 27).

### **d. Diagrama de Dispersión**

Según, López (2016), esta herramienta permite identificar la posible relación entre dos variables. Por ejemplo, cuando el aumento de una de las variables supone que la otra crezca proporcionalmente o viceversa, cuando el aumento de una variable hace que la otra disminuya siguiendo una relación. Esta relación entre variables se denomina correlación. (p.27).

### **f. Hoja de recogida de datos**

También conocida como hoja de registro o verificación. Como indica su nombre, su función consiste en la recopilación ordenada y estructurada de toda la información importante y útil que se genera en las actividades y procesos. Una de las fórmulas más utilizadas consiste en la plantilla o tabla predefinida, aunque existen muchos más formatos posibles (gráfica, numérica, por símbolos, etc.). En su elaboración hay que tener en cuenta que se debe recoger sólo aquello que realmente interese y no recoger datos de forma indiscriminada que dificulten el proceso,

provoquen pérdidas de tiempo y compliquen la visualización de la información útil. (Cuatrecasas, 2000, p. 595).

#### **g. Gráficos de control**

Los gráficos de control se utilizan para analizar, supervisar y controlar la estabilidad de los procesos, mediante el seguimiento de las variables que participan. Es una herramienta básica para el control estadísticos de procesos o SPC. Un gráfico de control muestra los valores de una característica de calidad (en el eje de las ordenadas) para cada unidad observada (situadas en el eje de las abscisas, una tras otra). (Cuatrecasas, 2000, p. 595).

Los gráficos de control se emplean en el control estadístico de procesos como herramienta para analizar la variabilidad de los procesos. Posteriormente se aplicarán las medidas correctivas y ajustes necesarios para mantener el proceso centrado y dentro de los límites de control. (Cuatrecasas, 2000, p.596).

#### **El brainstorming**

Según, Cuatrecasas (2000), el brainstorming o “tormenta de ideas” es una técnica general que puede utilizarse como soporte de muchas herramientas de gestión, que persigue la generación de ideas por parte de un grupo de personas reunidas a tal efecto. Su operativa consiste en reunir un grupo no excesivamente numeroso, de 6 a 8 personas, para que, de una forma ordenada y sencilla, sin entrar en explicaciones, aporten ideas originales para la resolución de un problema. No existe rechazo de ninguna clase de las ideas, ningún debate crítico, simplemente se aportan ideas. Una vez superada esta fase, se analizarán las ideas originadas y se seleccionarán mediante un proceso de depuración aquellas más efectivas y viables para resolver la situación. (p.596).

#### **Las siete herramientas de gestión**

### **a. Diagrama de afinidades**

Se trata de una herramienta dirigida al trabajo en grupo. Consiste en la recogida de datos, ideas y opiniones sobre un problema, organizándose en forma de grupos según criterios afines. Permite abordar un problema de forma directa mediante la generación abundante de datos e ideas por parte de todas las personas implicadas. (Cuatrecasas, 2009, p. 79).

El proceso comprende los siguientes puntos:

- ✓ Definir los objetivos del estudio.
- ✓ Generación y recopilación de los datos e ideas.
- ✓ Puesta en común y explicación de los diferentes datos e ideas acerca del problema.
- ✓ Organización de los datos en grupos de afinidad bajo el epígrafe común de gestión que los agrupa. (Cuatrecasas, 2009, p. 79).

### **b. Diagrama de relaciones**

Según, Cuatrecasas (2009), dice que “este diagrama determina de forma gráfica las relaciones o conexiones lógicas existentes entre los diferentes datos e ideas recopilados en el diagrama anterior, respecto a un problema o situación, de tal forma que se establezca los diversos niveles causales entre ellos” (p. 79).

Cuatrecasas (2009), “Las etapas en que puede llevarse a cabo el mismo son:

- ✓ Definir claramente el problema.
- ✓ Identificar todas las causas.
- ✓ Establecer las relaciones causa – efecto.
- ✓ Determinar las causas más relevantes, para establecer prioridades” (p. 79).

### **c. Diagrama de árbol**

Se emplea para ordenar de forma gráfica las distintas acciones o gestiones que se deben llevar a cabo para solventar el problema o situación sometida a estudio. Establece el flujo de

acciones a emprender para la adecuada resolución de la situación a mejorar, llegando a niveles cada vez más detallados de modos de acción. Para realizar el diagrama se definirán los objetivos finales que queremos obtener, dividiendo el proceso en etapas o fases. En cada etapa se definirán las actividades necesarias, priorizando las más importantes o urgentes. (Cuatrecasas, 2009, p.80).

#### **d. Diagrama de Matriz**

Cuatrecasas (2009), “Mediante el empleo de matrices se definen gráficamente las relaciones que puedan existir entre diferentes factores” (p. 80).

#### **e. Diagrama de Análisis de Matriz – Datos**

Cuatrecasas (2009), dice que “este diagrama analiza la información generada en el diagrama de matriz anterior. Estudia de forma individual cada dato, su importancia, así como las relaciones, para dilucidar el grado de importancia real que poseen” (p.81).

#### **f. Diagrama de PDPC**

Según, Cuatrecasas (2009), “El diagrama de PDPC o *process Decision Program Chart*, también conocido como diagrama de decisión, implementa las cadenas de *causas - efectos – soluciones*. Permite anticipar las posibles dificultades y desviaciones mediante el desarrollo de determinados controles” (p.81).

#### **g. Diagrama de Flujos**

Los diagramas de flujo pueden ser muy útiles cuando se quiere realizar una optimización de proceso, oportunidades de mejora o simples reajustes, empleándose como un punto de partida que visualice globalmente la secuencia de cambios a ejecutar. Este diagrama aporta un conocimiento bastante claro y global del proceso, identificando las actividades básicas, flujo de información y materiales, *inputs* y *outputs*, etc. (Cuatrecasas, 2009, pp. 81 - 82).

## **Técnicas avanzadas de gestión de la calidad total**

### **a. Benchmarking**

Según, Bórica y García (2006), “El benchmarking es un proceso en virtud del cual se identifican las mejores prácticas en un determinado proceso o actividad, se analiza y se incorporan a la operativa interna de la empresa” (p. 115).

Según, Morales (2009) el benchmarking, “es el proceso continuo de medir productos, servicios y prácticas contra los competidores más duros o aquellas compañías reconocidas como líderes en la industria” (p. 6)

Existen varios tipos de Benchmarking:

- ✓ Interno (utilizándolos a nosotros mismo como base de partida para compararnos con otros).
- ✓ Competitivo (estudiando lo que la competencia hace y cómo lo hace).
- ✓ Fuera del sector (descubriendo formas más creativas de hacer las cosas).
- ✓ Funcional (comparando una función determinada entre dos o más empresas).
- ✓ Procesos de negocios (centrándose en la mejora de los procesos críticos de negocio).

(Bórica y García, 2006, p. 115).

### **b. La Reingeniería de procesos**

Es una técnica en virtud de la cual se analiza en profundidad el funcionamiento de uno o varios procesos de una empresa con el fin de rediseñarlos por completo y mejorar radicalmente. La reingeniería de procesos surge como respuesta a las ineficiencias propias de la organización funcional en las empresas y sigue un método estructurado consiste en:

- ✓ Identificar los procesos clave de la empresa.
- ✓ Asignar responsabilidad sobre dichos procesos a un “propietario”.
- ✓ Definir los límites del proceso.
- ✓ Medir el funcionamiento del proceso.
- ✓ Rediseñar el proceso para mejorar su funcionamiento. (Bórica y García, 2006, p. 115).

### **ISO 9000:**

La familia de la ISO 9000

**ISO 9000:2015 Sistemas de gestión de la calidad.** Fundamentos y vocabulario: esta norma describe los conceptos y principios fundamentales de la gestión de calidad e incluye términos y definiciones que aplican a todas las normas de gestión de la calidad.

**ISO 9001: 2015,** El 23 de septiembre de 2015, se publicó la nueva versión ISO 9001:2015. La revisión de la norma surgió por la necesidad de adaptar la norma a los tiempos actuales en los que se ven envueltas las organizaciones.

La Norma ISO 9001:2015 tiene como sus principales objetivos:

- ✓ Reflejar prácticas de negocios modernos.
- ✓ Mantener el enfoque en procesos.
- ✓ Mayor conformidad del producto.
- ✓ Poder integrar otros sistemas de gestión.
- ✓ Aumentar la satisfacción de las partes interesadas.
- ✓ Enfoque en los riesgos.

Se espera que los cambios más relevantes con los que contará la nueva versión de la norma, sean los siguientes:

- ✓ Énfasis en los términos "riesgo" y "eficacia".

- ✓ Eliminación del manual de la calidad y de un Representante de la Dirección
- ✓ Flexibilidad del sistema de documentación.
- ✓ Incorporación de principios de gestión de la calidad.

**ISO 9004:2009 Gestión para el éxito sostenido de una organización.** Enfoque de gestión de la calidad: esta norma proporciona directrices a las organizaciones para ayudarlas a alcanzar un éxito sostenido a partir de la implementación de ISO 9001. A pesar de que en su propósito original no es una norma certificable, algunas entidades de certificación ofrecen certificaciones (no acreditadas en la mayoría de los casos) basadas en este modelo de mejora. (López, 2016, p. 21)

### **¿Quién puede implementar la norma ISO 9001?**

Según, López (2016), “la norma ISO 9001 tal y como la conocemos ahora, es una norma genérica, aplicable a cualquier organización, sin importar su tipo o tamaño, sector al que pertenezca o actividades que lleve a cabo (p. 22)”

### **¿Cuáles son los beneficios? ¿Por qué invertir en implementar ISO 9001?**

- ✓ Mejora en la gestión y dirección de la organización
- ✓ Aumento de la productividad
- ✓ Clientes satisfechos
- ✓ Mejora de la imagen

### **Como abordar el proceso de implantación**

- ✓ Identificar las carencias de la organización que deben abordarse para cumplir con los nuevos requisitos.
- ✓ Diseñar un plan de implementación que aborde estos aspectos.
- ✓ Sensibilizar al personal y proporcionar la formación necesaria a todas las partes implicadas que tengan algún impacto en la eficacia de la organización

- ✓ Actualizar el sistema de gestión de calidad existente para cumplir con los requisitos revisados y proporcionar verificación de la eficacia.
- ✓ En su caso, contactar con la entidad de certificación para acordar la transición del certificado. (López, 2016, p. 43)

### **2.3. Marco Conceptual**

#### **Mype**

Según, la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria (SUNAT), La micro y pequeña empresa se 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.

#### **Según la Ley N°30056. Las características de las micro, pequeñas y medianas empresas.**

- ✓ **Microempresa:** ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- ✓ **Pequeña empresa:** ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- ✓ **Mediana empresa:** ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

#### **Régimen laboral de la micro y pequeña empresa**

Según, la (SUNAT).

- ✓ El régimen de promoción y formalización de las MYPES se aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, que presten servicios en las micro y pequeñas empresas, así como a sus conductores y empleados.

- ✓ Los trabajadores contratados al amparo de la legislación anterior continuarán rigiéndose por las normas vigentes al momento de su celebración.
- ✓ No están incluidos en el ámbito de aplicación laboral los trabajadores sujetos al régimen laboral común, que cesen después de la entrada de en vigencia del Decreto Legislativo N°1086 y sean inmediatamente contratados por el mismo empleador, salvo que haya transcurrido un (1) año desde el cese.
- ✓ Créase el régimen laboral especial dirigido a fomentar la formalización y desarrollo de las Micro y Pequeña Empresa, y mejorar las condiciones de disfrute efectivo, de los derechos de naturaleza laboral de los trabajos de las mismas.

### **Microempresa**

- ✓ Remuneración mínima vital (RMV)
- ✓ Jornada de trabajo de 8 horas.
- ✓ Descanso semanal y en días de feriados.
- ✓ Remuneración por trabajo en sobretiempo.
- ✓ Descanso vacacional de 15 días calendarios.
- ✓ Cobertura de seguridad social en SALUD a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD).
- ✓ Cobertura previsional.
- ✓ Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de remuneración).

### **Pequeña Empresa**

- ✓ Remuneración mínima vital (RMV).
- ✓ Jornada de trabajo de 8 horas.
- ✓ Descanso de semanal y en días feriados.
- ✓ Remuneración por trabajo en sobretiempo

- ✓ Descanso vacacional de 15 días calendarios.
- ✓ Cobertura de seguridad social en salud a través de ESSALUD
- ✓ Cobertura Previsional
- ✓ Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
- ✓ Cobertura de seguro de vida y seguro complementario de trabajo de riesgo (SCTR)
- ✓ Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (fiestas patrias y navidad)
- ✓ Derecho a participar en las utilidades de la empresa
- ✓ Derecho a la compensación por tiempo de servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
- ✓ Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

### **Calidad**

- ✓ Aplicada al producto, se refiere a una serie de atributos deseables.
- ✓ Aplicada al uso del producto, a lo adecuado que es para la aplicación prevista.
- ✓ Aplicada a la producción, a que los parámetros del proceso tomen unos determinados valores.
- ✓ Aplicada al valor del producto, a que el comprador quede satisfecho con lo que obtiene por el precio que paga. En el lenguaje coloquial, esto es la relación calidad – precio.
- ✓ En un contexto más ideológico, se puede referir a la excelencia empresarial. (Griful y Canela, 2002, p.8).

### **Beneficio**

Definición según, la real academia española.

- ✓ Bien que se hace o se recibe
- ✓ Utilidad
- ✓ Acción de beneficiar

- ✓ Ganancia económica que se obtiene de un negocio, inversión u otra actividad mercantil.

### **III. HIPÓTESIS**

La gestión de calidad influye significativamente en los beneficios de las micro y pequeñas del sector comercio – rubro ventas de calzado para dama, centro comercial galería 5 continentes, cercado de Lima 2018.

#### **Variables**

- ✓ Variable independiente: Gestión de calidad
- ✓ Variable dependiente: beneficios

“Las hipótesis indican lo que estamos buscando o tratando de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado, formulado a manera de preposiciones (Gómez, 2006, p.73)”.

“Las hipótesis son proposiciones tentativas acerca de las causas del comportamiento de alguna variable, o las relaciones entre dos o más variables, y se apoyan en conocimientos organizados y sistematizados, es decir, en una teoría (Gómez, 2006, p.74)”

### **IV. METODOLOGÍA**

#### **4.1. Diseño de la Investigación**

##### **a. El Tipo de Investigación**

El siguiente trabajo de investigación, se desarrolló con el tipo de investigación cuantitativa, porque la información que se obtuvo a través de las encuestas, se analizó y representó gráficamente.

Plata (2009); la investigación cuantitativa, son aquellas que usan herramientas formales estadística, construcción de modelos, simulación, que podemos cuantificar los resultados y medirlos.

### **b. El Nivel de la Investigación de la Tesis**

Para el siguiente trabajo de investigación se utilizó el nivel de investigación descriptivo – correccional; descriptivo porque se describió el fenómeno tal como se manifestó sin ninguna alteración, y correlacional porque el estudio estuvo basado en la relación de dos variables gestión de calidad y los beneficios que se logren con su aplicación.

Para Salkind, citado por Bernal (2006), la investigación correlacional tiene como propósito mostrar o examina la relación entre variables o resultados de variables. De acuerdo con este autor, uno de los puntos importantes respecto de la investigación correlacional es examinar relaciones entre variables o sus resultados, pero en ningún momento explica que una sea la causa de la otra. En otras palabras, la correlación examina asociaciones, pero no relaciones causales, donde un cambio en un factor influye directamente en un cambio de otro. (p. 113)

La investigación descriptiva se guía por las preguntas de investigación que se formula el investigador; cuando se plantean hipótesis en los estudios descriptivos, estas se formulan a nivel descriptivo y se prueban dichas hipótesis.

La investigación descriptiva se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental. (Bernal, 2006, p. 113)

### **c. Diseño de la Investigación**

En el siguiente trabajo de investigación, se aplicó un diseño de investigación No Experimental – Transversal – correlacional– Cuantitativo.

No experimental, porque se realizó sin manipular, deliberadamente las variables se observa el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.

Transversal, es de corte transversal porque se midió a la vez la prevalencia de la exposición y del efecto en una muestra poblacional en un solo momento temporal.

...“El diseño transversal incluye la recolección de información de una muestra dada de elementos de población una sola vez” (Malhotra, 2004, p. 80).

Correlacional, porque está basada en la relación de dos variables, gestión de calidad y beneficios.

El método correlacional se caracteriza por no hacer uso de la manipulación experimental ni de la asignación de los sujetos al azar. Como consecuencia con este método es más fácil establecer relaciones causales entre variables. Tiene, por tanto, un carácter predominantemente descriptivo. (Beltrán, 1995, p. 38).

Cuantitativo, porque tendrá una estructura que se puede medir, ya que se utilizaron instrumentos de evaluación y medición.

## **4.2. Población y muestra**

### **Población / Universo**

El universo de nuestra investigación, fueron todos los puestos de microempresarios del centro comercial galería 5 continentes que se dedican a la venta de calzados para dama, encontrando una cantidad de 14 comerciantes. Por tanto, como se tendrá una población pequeña, está en su totalidad conformaran nuestra muestra.

Población (o universo): es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar. Cuando se conoce el número de individuos que la componen, se habla de población finita y cuando no se conoce su número, se habla de población infinita. (Fuentelsaz, Icart, y Pulpón, 2006 p. 55).

## **Muestra**

Para aplicar la encuesta se utilizó una muestra constituida por 14 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, Galería 5 continentes, ya que este número es toda nuestra población.

La muestra, es el grupo de individuos que realmente se estudiaran, es un subconjunto de la población. Para que se puedan generalizar los resultados obtenidos, dicha muestra ha de ser representativa de la población. Para que sea representativa, se han de definir muy bien los criterios de inclusión y exclusión y, sobre todo, se han de utilizar las técnicas de muestreo apropiadas. (Fuentelsaz, et al, 2006 p. 55)

### **4.3. Definición y Operacionalización de variables**

Variables		Definición operacional			Escalas de medición
Denominaciones	Definición conceptual	DIMENSIONES		INDICADORES	
		Denominaciones	Definiciones	Denominaciones	
<b>Gestión de Calidad</b>	Proceso de combinar PDCA, es el grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo costo y adecuado a las necesidades de los clientes. Deming (1989)	Planificar (plan)	✓ Estudio del estado de la empresa y se identifica los problemas y oportunidades	Estrategias.	LIKERT
				Visión	
				Metas	
				Análisis FODA	
		Hacer (Do)	✓ Se realizan las acciones planificadas.	Objetivos.	LIKERT
				Motivación	
				Liderazgo	
				Trabajo en equipo	
		Verificar (Check)	✓ Medición y análisis de los resultados	Comunicación	LIKERT
				Seguimiento	
		Actuar (Act)	✓ Si, los resultados se lograron, entonces se sistematizan y documentan los cambios que hubo, pero si no se logró lo que deseamos se establece un nuevo plan de trabajo.	Evaluaciones	LIKERT
				Mejora continua	
Toma de decisiones					
<b>Beneficios (beneficios de las MYPES con la aplicación de la gestión de calidad)</b>	Disminución de costos, traen consigo los beneficios, que no solo son económicos, sino como el prestigio, la marca, satisfacción de clientes. Cuatrecasas y Gonzáles (2017)	Reducción de costos	✓ Proceso que permite obtener mayor rentabilidad.	Control de procedimientos	LIKERT
				Favorece la inversión	
				Aumento de beneficios empresariales	
		Aumento de productividad	✓ Aumento de la eficiencia productiva, de la empresa.	Volumen de ventas	LIKERT
				Ingresos	
		Rentabilidad	✓ Relación de los beneficios y la inversión.	Capacidad de pago a corto plazo	LIKERT
				Crecimiento sostenible	
		Satisfacción de los clientes	✓ Necesidades y exigencias de los clientes	Fidelización	LIKERT

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

Para el desarrollo del trabajo de investigación, se aplicó a nuestra muestra los comerciantes de ventas de calzados para dama del centro comercial 5 continentes, Lima, se empleó:

- ✓ **Técnicas:** En las técnicas que se aplicó son las entrevistas y encuestas.
- ✓ **Instrumentos:** En instrumento aplicamos un cuestionario estructurado de 28 preguntas cerradas.

#### **4.5. Plan de análisis**

Para el análisis y procesamiento de datos tomados en las encuestas se utilizó el programa SPSS, para elaborar las tablas de frecuencia absoluta y relativa, ya que este programa cuenta con funciones de conteo sistemático estableciéndose para ello criterios de conteo predeterminado, después se elaboran las figuras de histograma que ayudaran a describir y determinar si las variables: Gestión de calidad y beneficios están correlacionadas o no. Además, estas figuras permitirán visualizar de una manera más objetiva los resultados.

#### **4.6. Matriz de consistencia**

Problema	Objetivos generales	Objetivos específicos	Población y muestra	Hipótesis	variables
					Instrumentos
¿Cuál es la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro venta de calzados para dama, centro comercial 5 continentes, av. Abancay 1109, cercado de lima, lima - periodo 2018?	✓ Determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las Mypes del sector comercio – rubro venta de calzados para dama, centro comercial 5 continentes, av. Abancay 1109, cercado de lima, lima - periodo 2018.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Determinar las características de una gestión de calidad en Mypes del sector comercio – rubro venta de calzados para dama, centro comercial 5 continentes, av. Abancay 1109, cercado de lima, lima - periodo 2018.</li> <li>✓ Determinar los beneficios que se logra con la aplicación de una gestión de calidad en las Mypes del sector comercio – rubro venta de calzados para dama, centro comercial 5 continentes, av. Abancay 1109, cercado de lima, lima - periodo 2018.</li> <li>✓ Determinar si la gestión de calidad influye en los beneficios de las Mypes del sector comercio – rubro venta de calzados para dama, centro comercial 5 continentes, av. Abancay 1109, cercado de lima, lima – periodo 2018.</li> </ul>	<p><b>Población:</b> 14 Mypes</p> <p><b>Muestra:</b> 14 Mypes</p>	<p>La gestión de calidad influye significativamente en los beneficios de las micro y pequeñas del sector comercio – rubro venta de calzados para dama, centro comercial 5 continentes, cercado de Lima, porque la implementación de esta, mejora la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas, asimismo, les permite gestionar de la manera más eficiente sus recursos para el logro de sus objetivos.</p>	<p><b>Variables</b></p> <p><b>Variable dependiente:</b> gestión de calidad</p> <p><b>Variable independiente:</b> beneficios</p>
					<p><b>Instrumentos:</b> cuestionario</p> <p><b>Técnicas:</b> entrevista y encuesta</p>

## **4.7. Principios éticos**

### **Consentimiento informado**

Antes de realizar la investigación las personas fueron informadas de los objetivos de la investigación, sus beneficios y potenciales riesgos dando su consentimiento voluntariamente. En ningún momento el individuo fue coaccionado, presionado para participar en el estudio.

### **Derecho a retirarse**

Las personas, en todo el proceso tuvieron derecho a retirarse aun habiendo aceptado formar parte de la investigación, sin perjuicio o afectación en la participación.

### **Confidencialidad**

La información presentada en esta investigación, ha sido elaborada bajo revisiones de diferentes autores, libros virtuales, que representan la seguridad de la información plasmada. Respetando la información confidencial que pudieron compartir para la investigación.

### **Confiableidad**

La información plasmada en este trabajo de investigación, está elaborada con absoluta confiabilidad, presentando bibliografías, consultas de autores e instituciones que nos garantizan la fiabilidad que tiene la investigación, para el buen funcionamiento de los resultados. tuvieron conscientes de los beneficios y riesgos que puedan ocurrir como resultado de su participación en la investigación, otorgando su libre participación en la investigación.

### **Respeto a la persona humana**

El presente trabajo de investigación se ha elaborado respetando a la persona humana, sin dañar susceptibilidades, pensando en la mejora y mayores conocimientos sobre el campo investigado.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

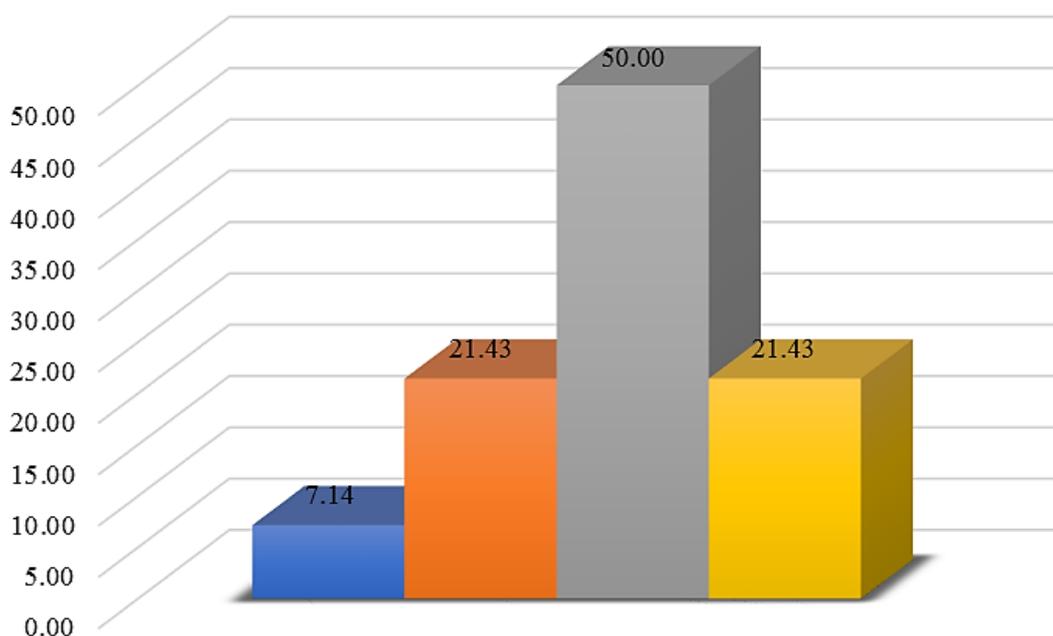
a. Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas

Tabla 1

*Distribución según edad*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
De 18 – 25	1	7.14%	7.14
De 26 – 35	3	21.43%	28.57
De 36 – 50	7	50.00%	78.57
De 51 a más	3	21.43%	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 1.* Distribución según edad

Fuente: tabla 1

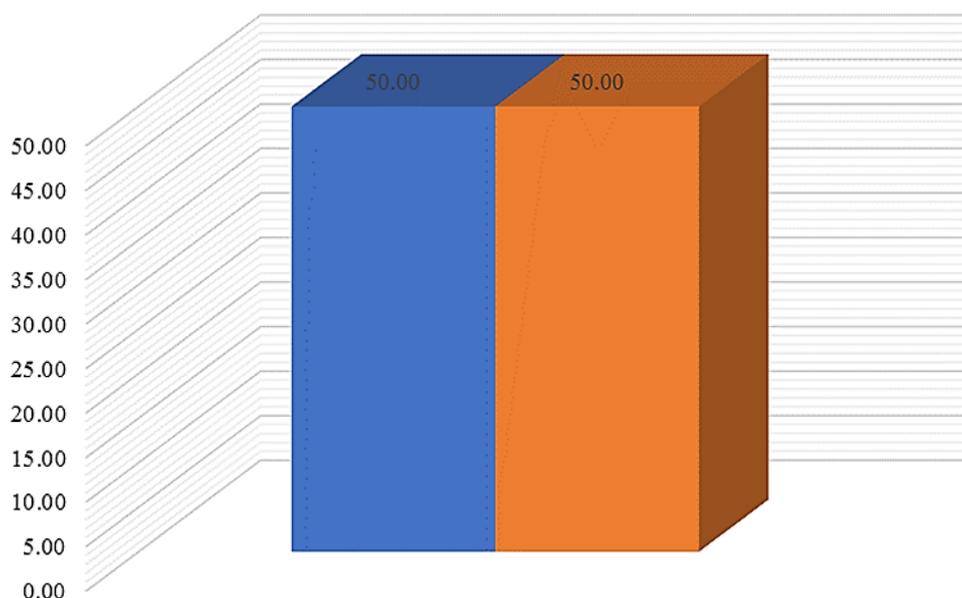
Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 50% de los encuestados se encuentran entre los 36 – 50 años y el 7% entre los 18 – 25 años.

Tabla 2

*Distribución según género*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Femenino	7	50.00	50.00
Masculino	7	50.00	50.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 2.* Distribución según género.

Fuente: tabla 2

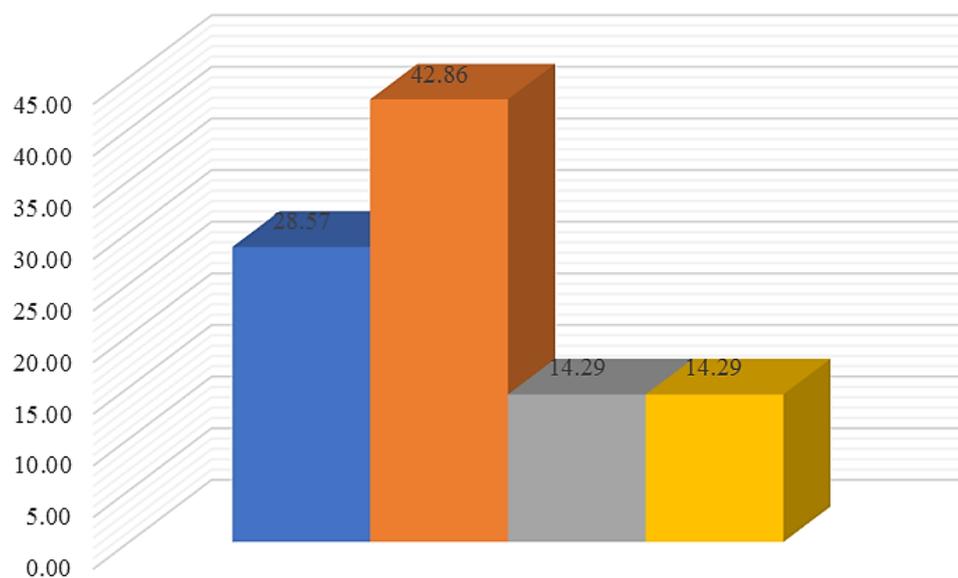
Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 50% está representado por mujeres y el otro 50% está representado por varones, nos muestra una participación igualitaria en este sector.

Tabla 3

*Distribución grado de instrucción*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Primaria	4	28.57	28.57
secundaria	6	42.86	71.43
Técnico	2	14.29	85.71
Universitario	2	14.29	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 3.* Distribución según grado de instrucción.

Fuente: tabla 3

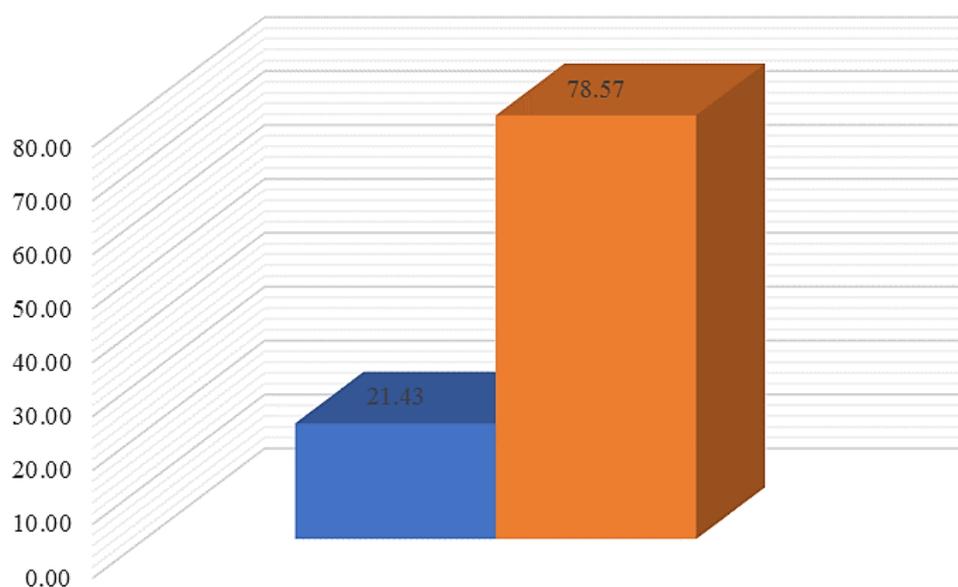
Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 43% tiene nivel de estudios secundarios y un 14% cuentan con estudios técnicos y universitarios.

Tabla 4

*Distribución de cargo del encuestado*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
administrador	3	21.43	21.43
Dueños	11	78.57	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 4.* Distribución del cargo del encuestado.

Fuente: tabla 4

Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 79% de la encuesta se realizó a los dueños de las Mypes, el 21% se realizó a los administradores.

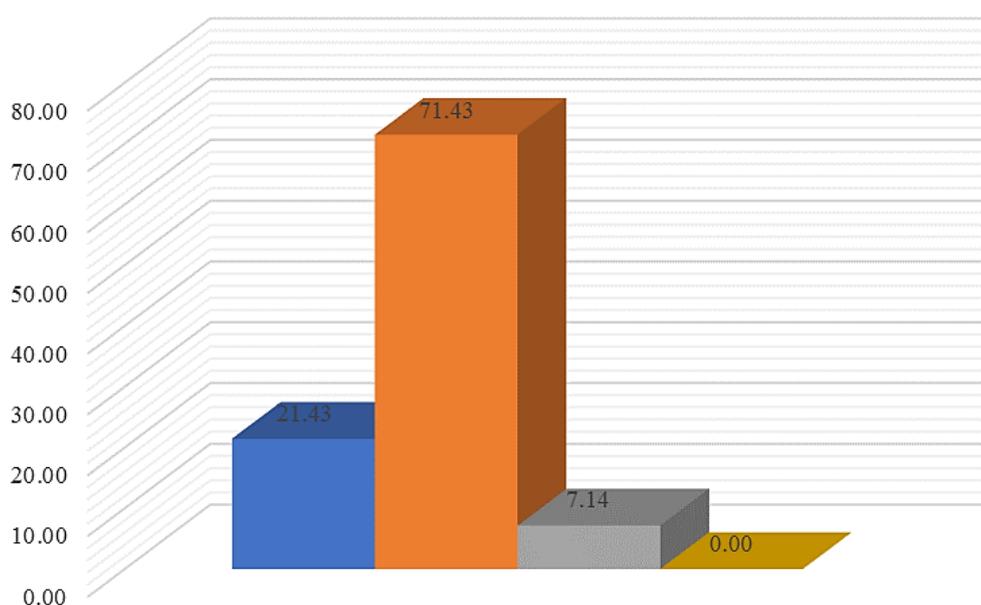
b. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas

Tabla 5

*Distribución del tiempo de permanencia en el mercado*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
de 0 - 3 años	3	21.43	21.43
de 4 - 9 años	10	71.43	92.86
de 10 - 14 años	1	7.14	100.00
de 15 a más	0	0.00	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 5.* Distribución tiempo de permanencia en el mercado.

Fuente: tabla 5

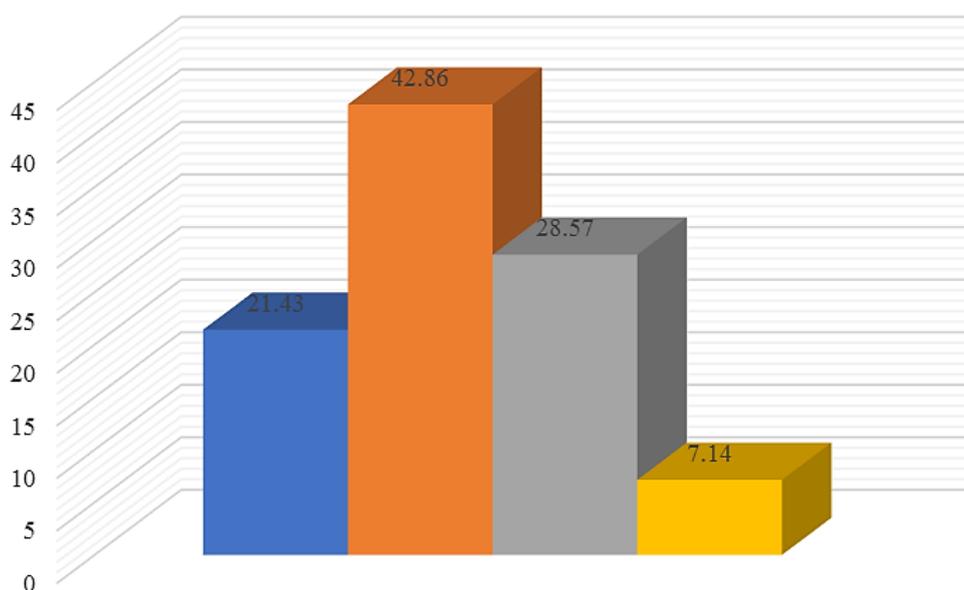
Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 72% tiene una permanencia entre los 4 y 9 años en el mercado y el 7% de 10 a 14 años.

Tabla 6

*Distribución según número de trabajadores*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
de 1 - 3	3	21.43	21.43
de 4 - 9	6	42.86	64.29
de 9 - 10	4	28.57	92.86
de 11 a más	1	7.14	100.00
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 6.* Distribución según número de trabajadores.

Fuente: tabla 6

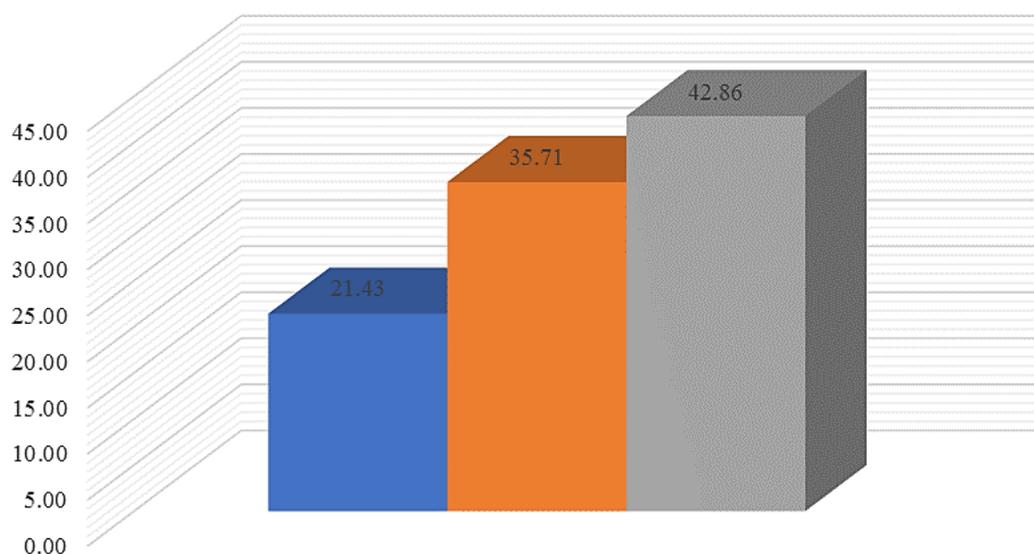
Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 43% tiene entre 4 a 9 trabajadores y el 7% de los microempresarios tienen entre 1 a 3 trabajadores.

Tabla 7

*Distribución según tipos de personas que trabajan en las Mypes*

Escala	Frecuencia	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
	absoluta	porcentual	acumulada
Familiares	3	21.43	21.43
terceras personas	5	35.71	57.14
familiares y terceras personas	6	42.86	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 7.* Distribución según tipos de personas que trabajan en las Mypes.

Fuente: tabla 7

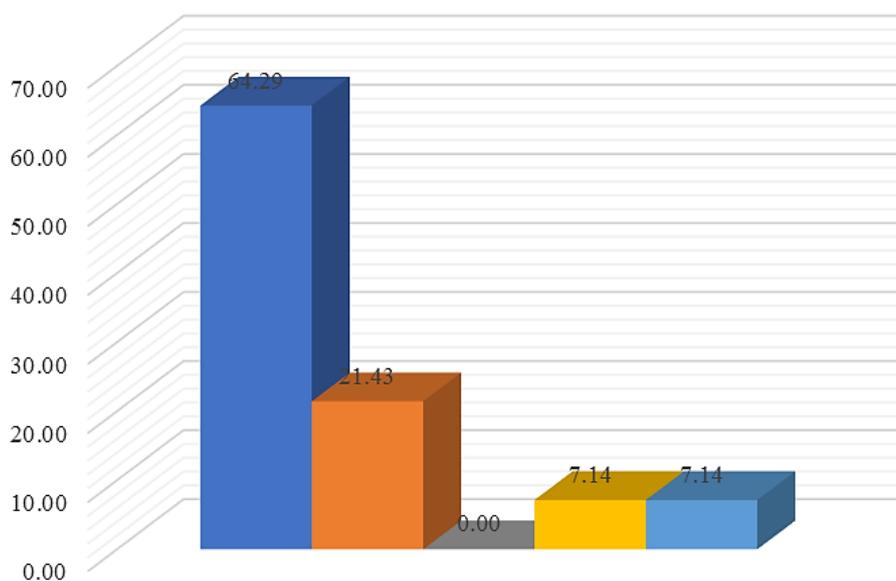
Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 43% tiene trabajadores familiares y terceras personas y solo el 21% trabajan con familiares.

Tabla 8

*Distribución según tipo de constitución de las Mypes*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
P. N	9	64.29	64.29
E.I.R.L.	3	21.43	85.71
S.A.	0	0.00	85.71
S.A.C.	1	7.14	92.86
S.C.R.L.	1	7.14	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 8.* Distribución según tipo de constitución de las Mypes.

Fuente: tabla 8

Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 64% está constituida como persona natural con negocio y ninguna está constituida como sociedad anónima.

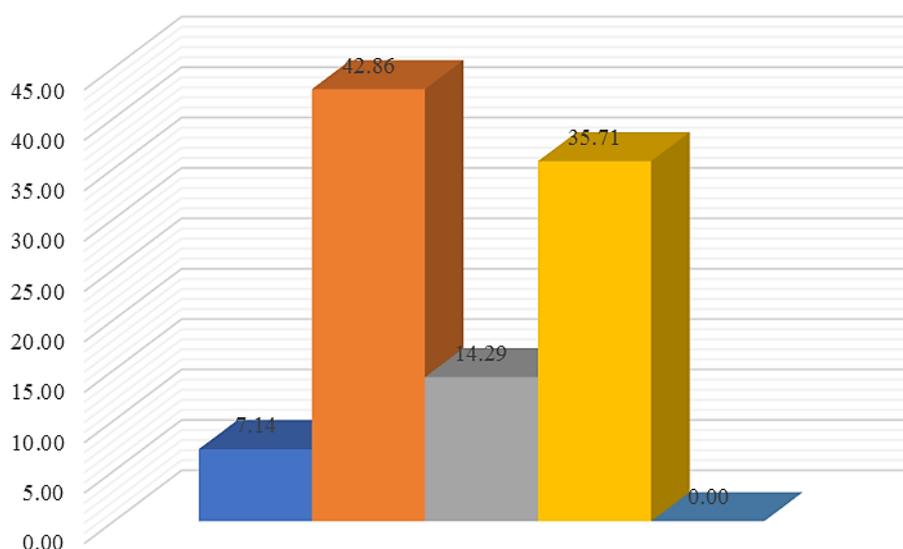
### 5.1.1 Acerca de la gestión de calidad

Tabla 9

*Distribución según estrategias de ventas (promociones, 2 por 1)*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	1	7.14	7.14
Muy pocas	6	42.86	50.00
Algunas	2	14.29	64.29
Casi siempre	5	35.71	100.00
Siempre	0	0.00	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 9.* Distribución según estrategias de ventas (promociones, 2 por 1).

Fuente: tabla 9

Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 43% muy pocas veces aplica una estrategia de ventas y 7% nunca aplica estrategia de ventas, en este sector muy pocas veces aplican estrategias de ventas.

Tabla 10

*Distribución del establecimiento de la misión y visión empresarial*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	6	42.86	42.86
Muy pocas	5	35.71	78.57
Algunas	2	14.29	92.86
Casi siempre	0	0.00	92.86
Siempre	1	7.14	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.

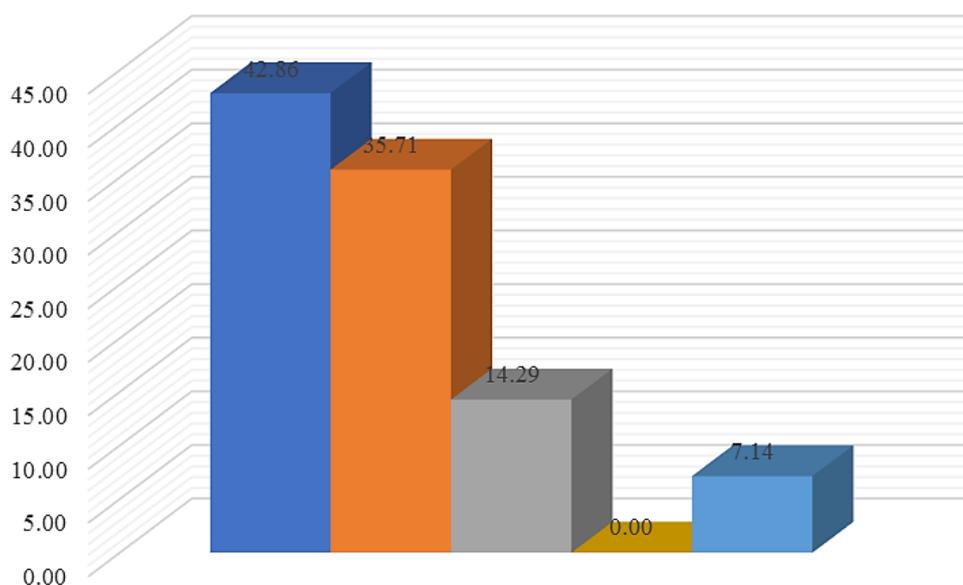


Figura 10. Distribución del establecimiento de la misión y visión empresarial.

Fuente: tabla 10

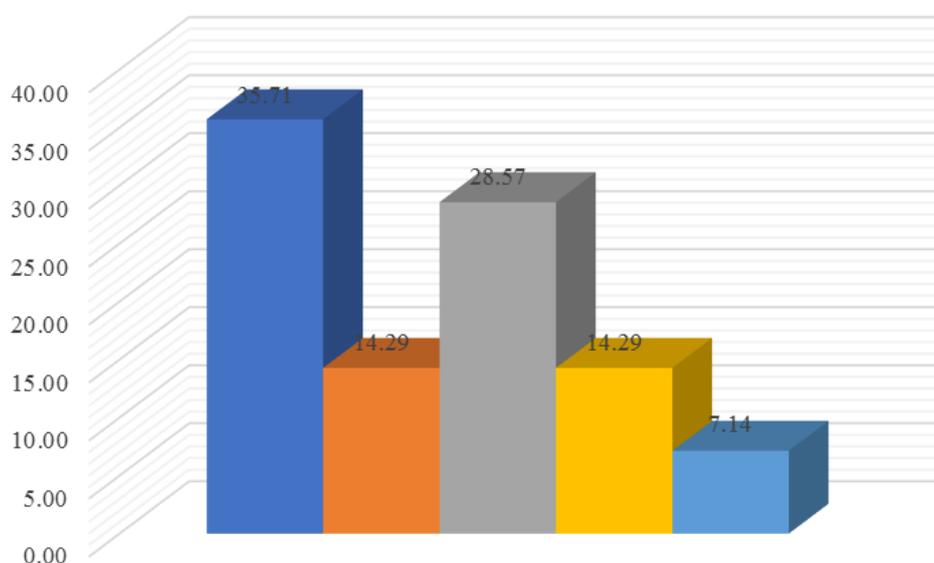
Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 43% nunca establecen la misión y visión y el 7% siempre lo hacen. La misión y visión considerados indicadores importantes ya que éstos, determinan el rumbo hacia donde se dirigen las empresas.

Tabla 11

*Distribución según el análisis FODA*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	5	35.71	35.71
Muy pocas	2	14.29	50.00
Algunas	4	28.57	78.57
Casi siempre	2	14.29	92.86
Siempre	1	7.14	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 11.* Distribución según el análisis FODA.

Fuente: tabla 11

Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 36% nunca realiza un análisis FODA, mientras que un 7% lo realiza siempre. El análisis FODA, nos ayuda a evaluarnos interna y externamente, y medir nuestra capacidad de competencia.

Tabla 12

*Distribución según la planificación de metas por plazos*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	2	14.29	14.29
Muy pocas	6	42.86	57.14
Algunas	3	21.43	78.57
Casi siempre	3	21.43	100.00
Siempre	0	0.00	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.

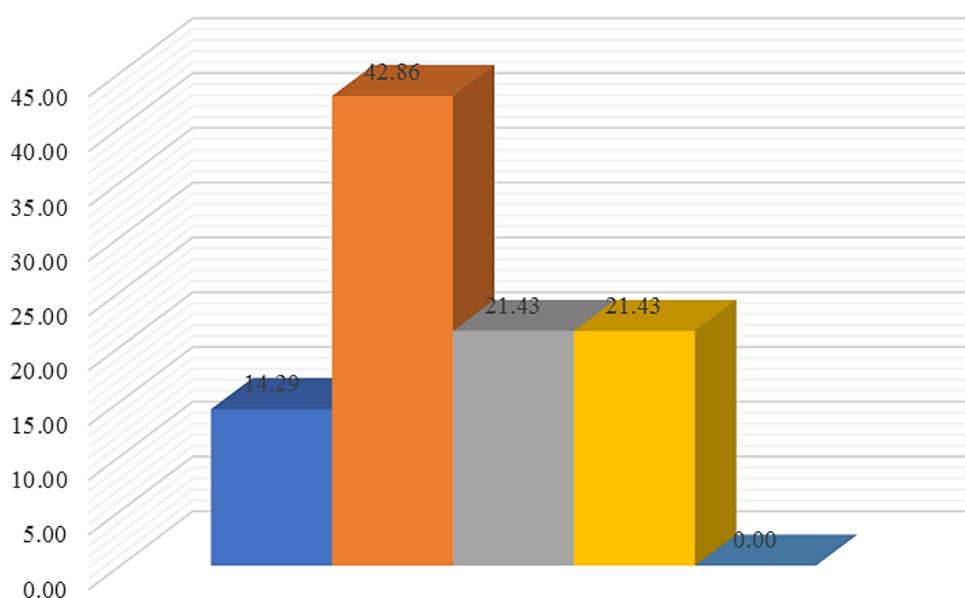


Figura 12. Distribución según la planificación de metas por plazos.

Fuente: tabla 12

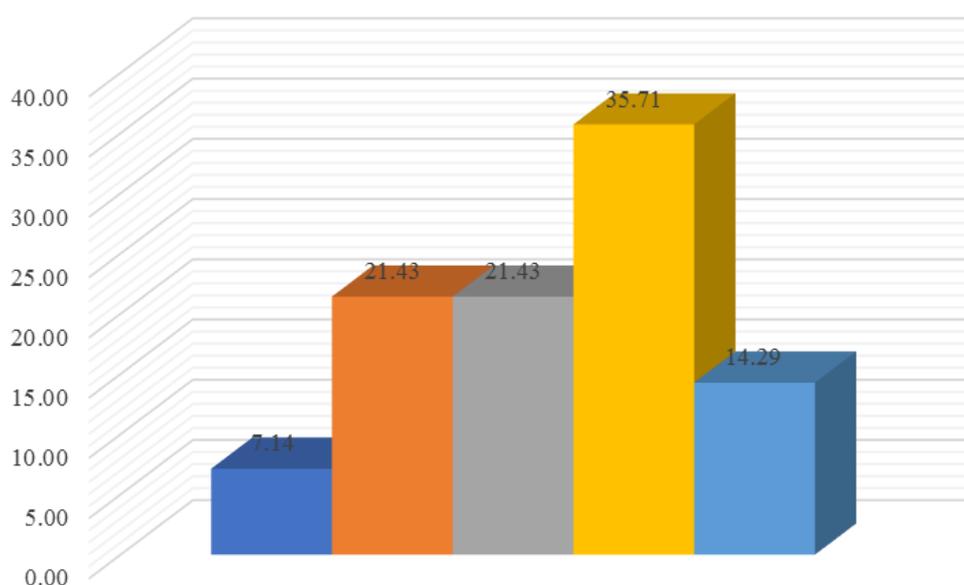
Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 43% muy pocas veces establecen metas por plazos y el 14% nunca establecen las metas por plazos.

Tabla 13

*Distribución según el cumplimiento del plan de trabajo*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	1	7.14	7.14
Muy pocas	3	21.43	28.57
Algunas	3	21.43	50.00
Casi siempre	5	35.71	85.71
Siempre	2	14.29	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 13.* Distribución según el cumplimiento del plan de trabajo.

Fuente: tabla 13

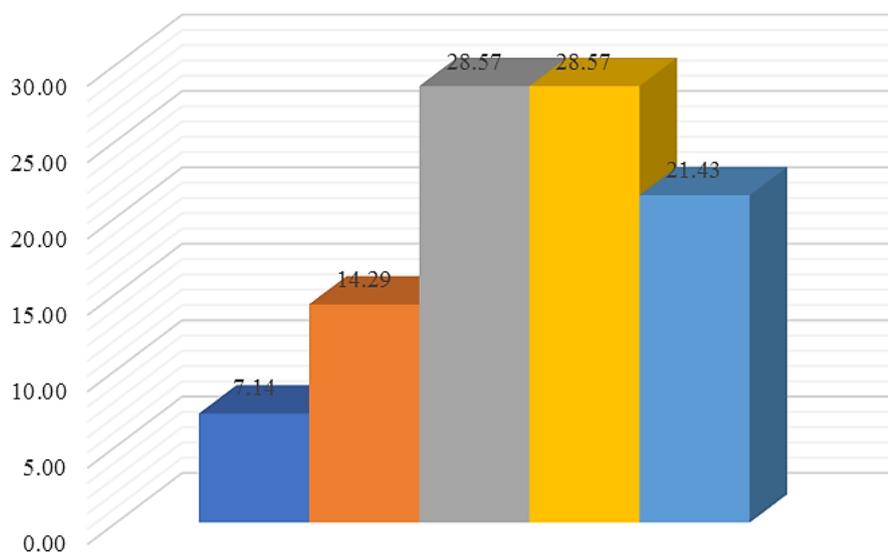
Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 7% nunca logran cumplir el plan de trabajo y el 36% casi siempre si cumple con el plan de trabajo que establecen.

Tabla 14

*Distribución según la organización y actualización del control de inventarios*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	1	7.14	7.14
Muy pocas	2	14.29	21.43
Algunas	4	28.57	50.00
Casi siempre	4	28.57	78.57
Siempre	3	21.43	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 14.* Distribución según la organización y actualización del control de inventarios.

Fuente: tabla 14

Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 7% nunca tiene el inventario organizado y actualizado y el 29% algunas veces y casi siempre mantienen un inventario actualizado.

Tabla 15

*Distribución según el seguimiento al desempeño del personal*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	1	7.14	7.14
Muy pocas	3	21.43	28.57
Algunas	3	21.43	50.00
Casi siempre	4	28.57	78.57
Siempre	3	21.43	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.

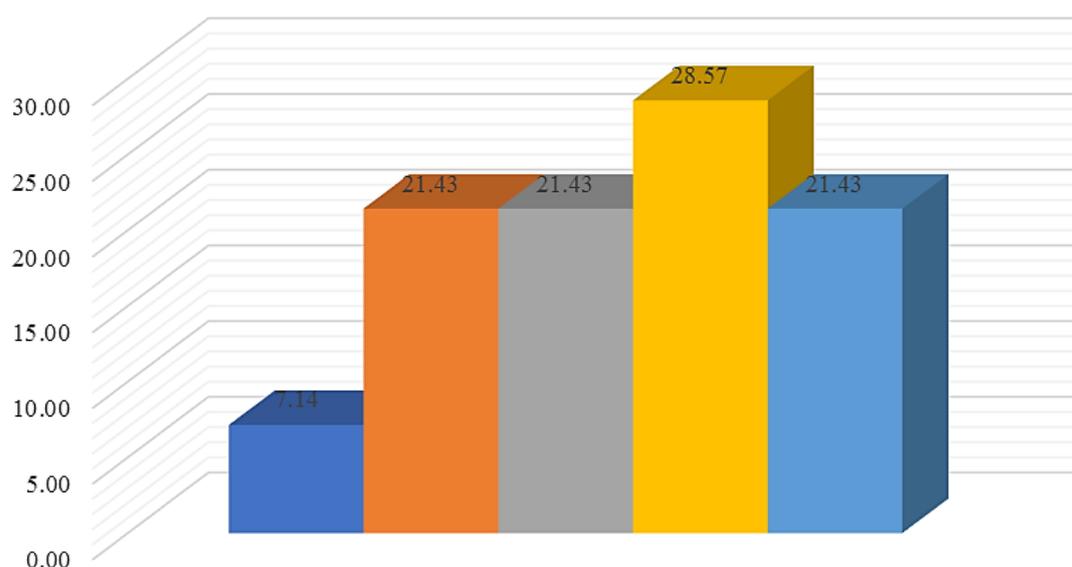


Figura 15. Distribución según el seguimiento al desempeño del personal.

Fuente: tabla 15

Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 7% nunca realiza seguimiento al desempeño de su personal y el 29% casi siempre lo realiza.

Tabla 16

*Distribución según el cumplimiento de metas*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	4	28.57	28.57
Muy pocas	4	28.57	57.14
Algunas	4	28.57	85.71
Casi siempre	1	7.14	92.86
Siempre	1	7.14	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.

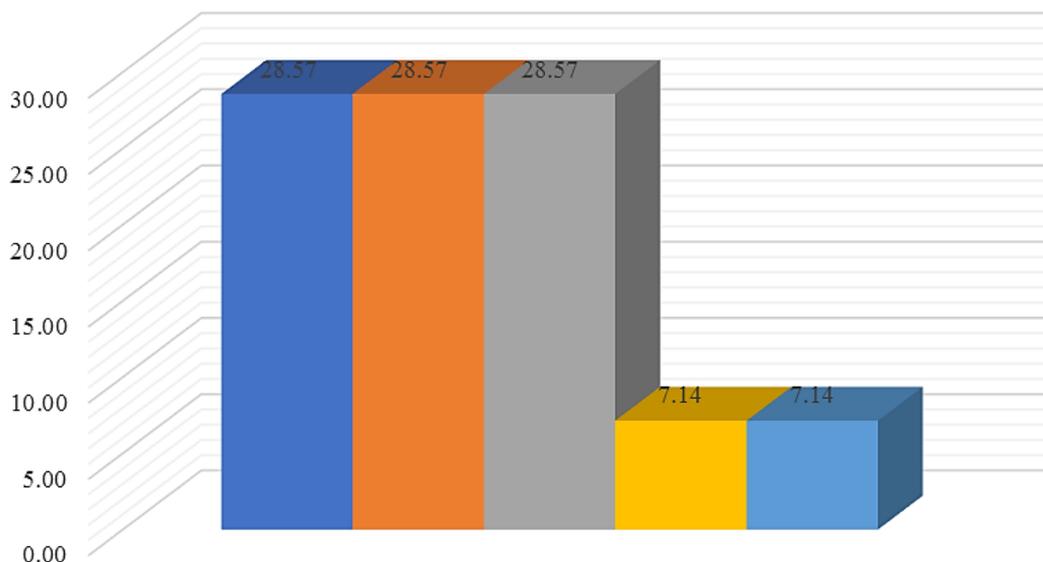


Figura 16. Distribución según el cumplimiento de metas.

Fuente: tabla 16

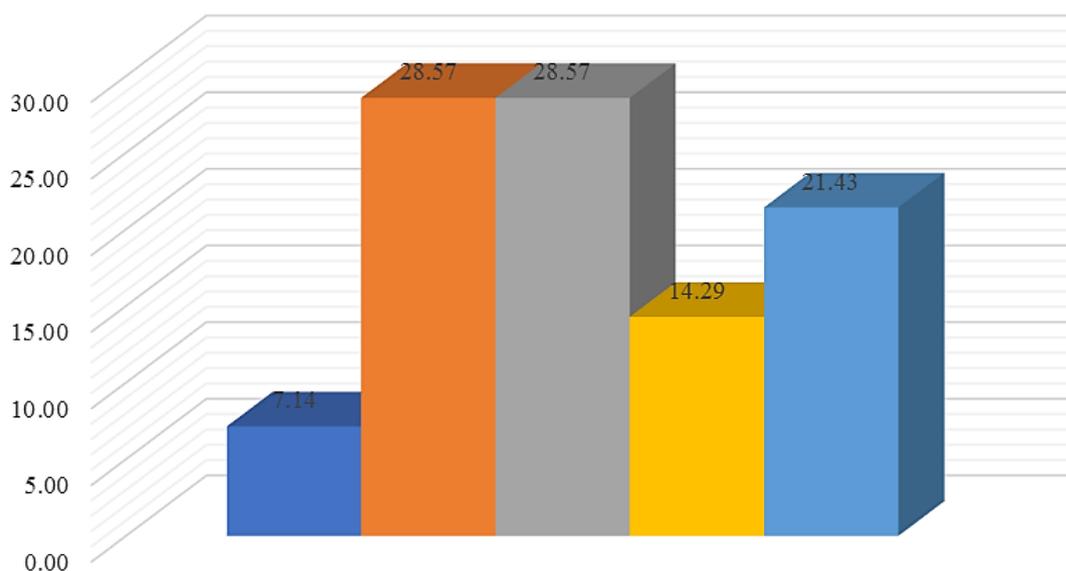
Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 7% siempre realiza seguimiento al cumplimiento de sus metas y el 29% nunca lo realiza.

Tabla 17

*Distribución según comparación de resultados obtenidos con resultados de gestiones anteriores.*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	1	7.14	7.14
Muy pocas	4	28.57	35.71
Algunas	4	28.57	64.29
Casi siempre	2	14.29	78.57
Siempre	3	21.43	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 17.* Distribución según comparación de resultados obtenidos con resultados de gestiones anteriores.

Fuente: tabla 17

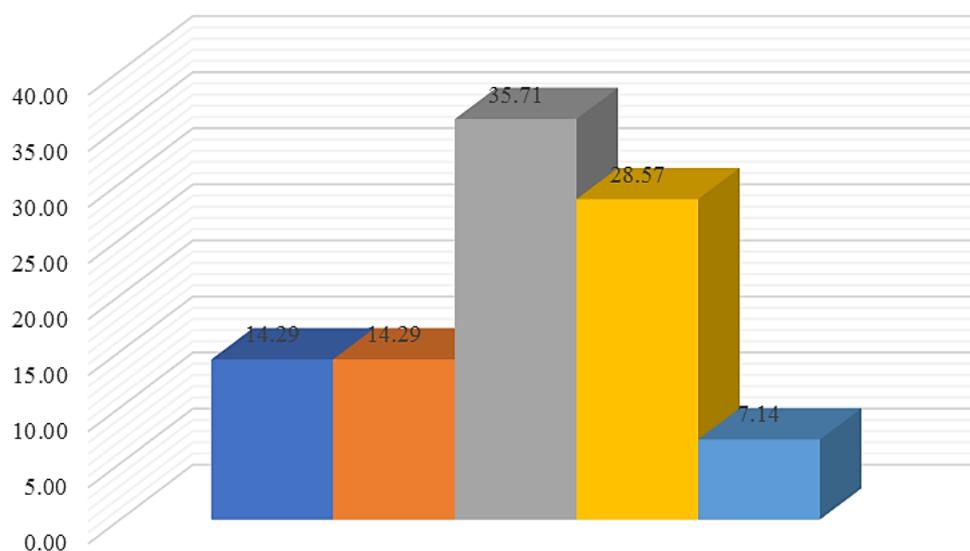
Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 7% nunca comparan los resultados actuales con los históricos y el 29% muy pocas veces lo hace.

Tabla 18

*Distribución según la importancia de dar seguimiento a las actividades para la mejora continua.*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	2	14.29	14.29
Muy pocas	2	14.29	28.57
Algunas	5	35.71	64.29
Casi siempre	4	28.57	92.86
Siempre	1	7.14	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 18.* Distribución según la importancia de dar seguimiento a las actividades para la mejora continua.

Fuente: tabla 18

Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 7% considera importante siempre dar seguimiento a las actividades y el 36% lo considera que algunas veces es importante dar seguimiento a las actividades para la mejora continua.

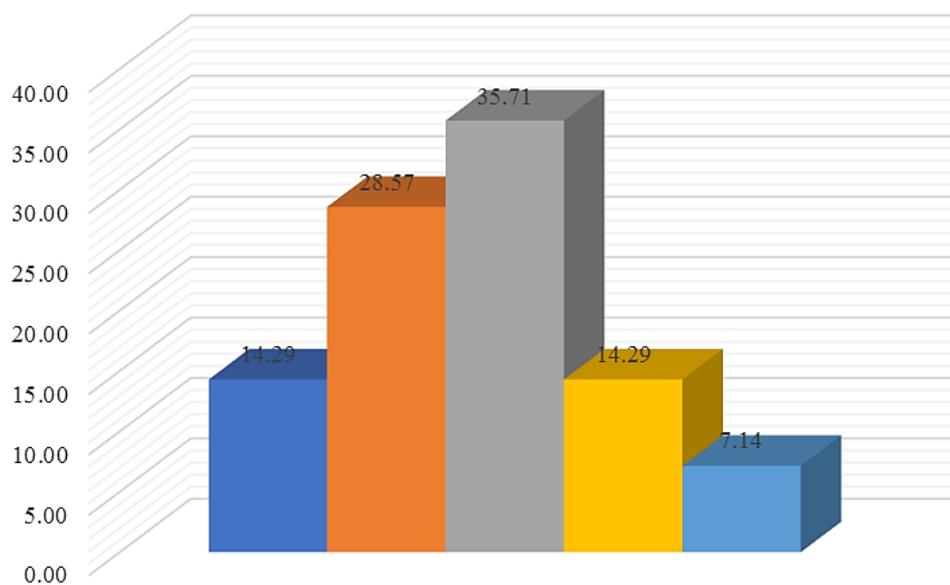
### 5.1.2 Acerca de los beneficios de las Mypes.

Tabla 19

*Distribución según el control de los costos de almacenaje de la mercadería*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	2	14.29	14.29
Muy pocas	4	28.57	42.86
Algunas	5	35.71	78.57
Casi siempre	2	14.29	92.86
Siempre	1	7.14	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 19.* Distribución según el control de los costos de almacenaje de la mercadería.

Fuente: tabla 19

Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 7% siempre controla sus costos de almacenaje de su mercadería y el 36% lo realiza algunas veces.

Tabla 20

*Distribución según inversiones en su negocio*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	1	7.14	7.14
Muy pocas	2	14.29	21.43
Algunas	4	28.57	50.00
Casi siempre	5	35.71	85.71
Siempre	2	14.29	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.

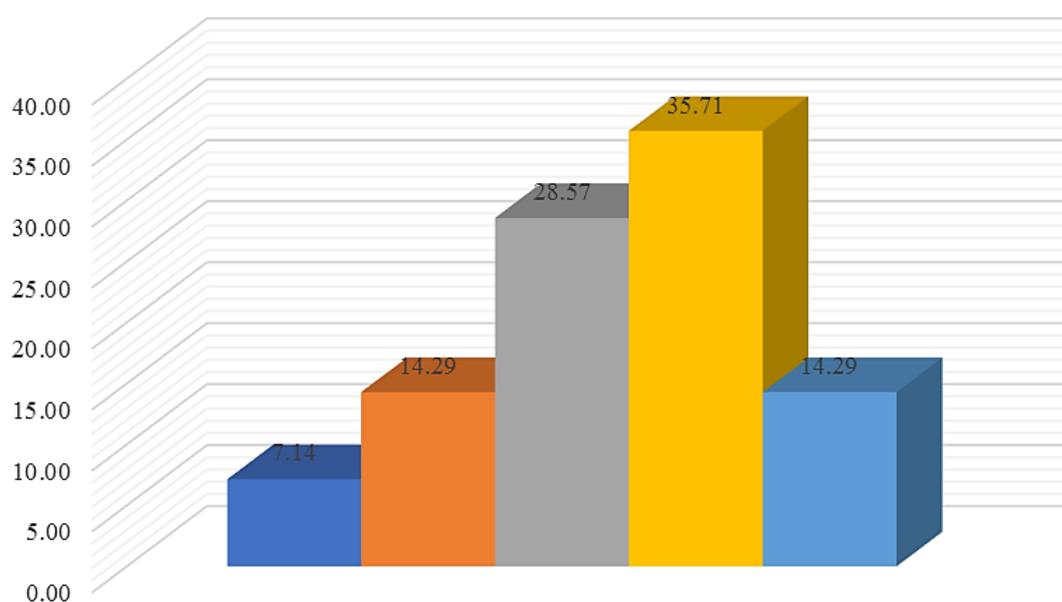


Figura 20. Distribución según inversiones en su negocio.

Fuente: tabla 20

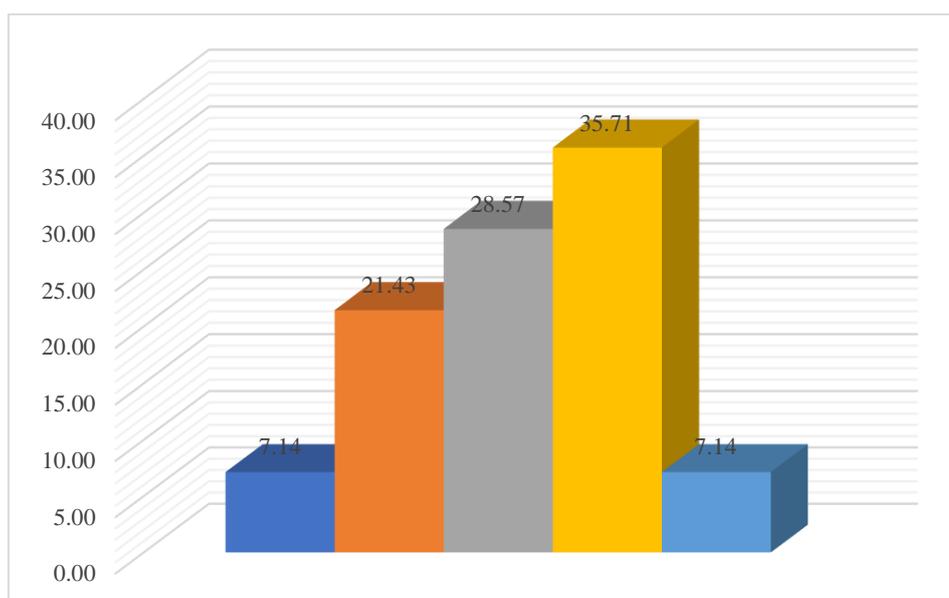
Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 7% nunca realiza inversiones en su negocio, y el 36% casi siempre lo realiza.

Tabla 21

*Distribución según la influencia de la reducción de costos en los beneficios empresariales para los trabajadores; utilidades, dividendos, etc.)*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	1	7.14	7.14
Muy pocas	3	21.43	28.57
Algunas	4	28.57	57.14
Casi siempre	5	35.71	92.86
Siempre	1	7.14	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 21.* Distribución según la influencia de la reducción de costos en los beneficios empresariales para los trabajadores; utilidades, dividendos, etc.).

Fuente: tabla 21

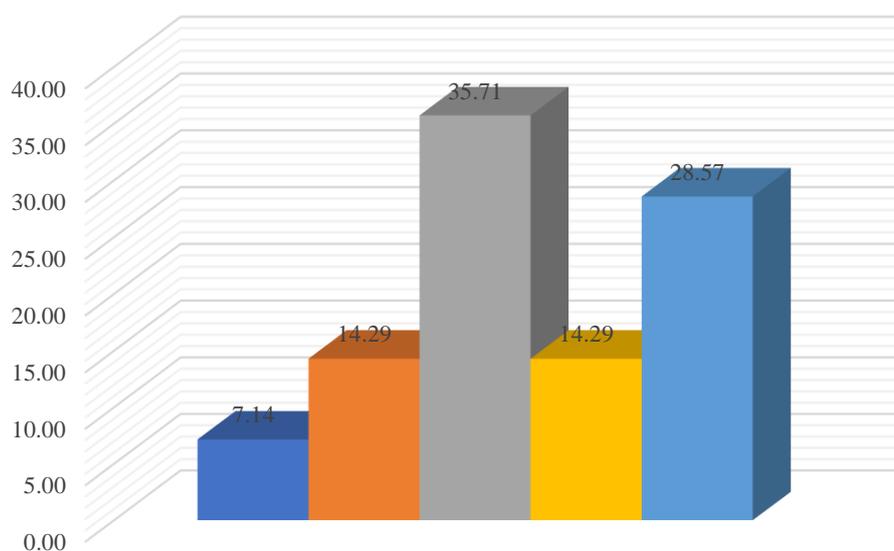
Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 7% dice que nunca la reducción de costos influye en los aumentos de los beneficios, mientras que el 36% dice que casi siempre influye en los beneficios.

Tabla 22

*Distribución según el volumen de ventas creciente*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	1	7.14	7.14
Muy pocas	2	14.29	21.43
Algunas	5	35.71	57.14
Casi siempre	2	14.29	71.43
Siempre	4	28.57	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 22.* Distribución según el volumen de ventas creciente.

Fuente: tabla 22

Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 7% dice que nunca sus ventas son crecientes, mientras que el 36% dicen que algunas veces sus ventas son crecientes.

Tabla 23

*Distribución según las tendencias actuales de mercaderías*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	1	7.14	7.14
Muy pocas	4	28.57	35.71
Algunas	5	35.71	71.43
Casi siempre	2	14.29	85.71
Siempre	2	14.29	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.

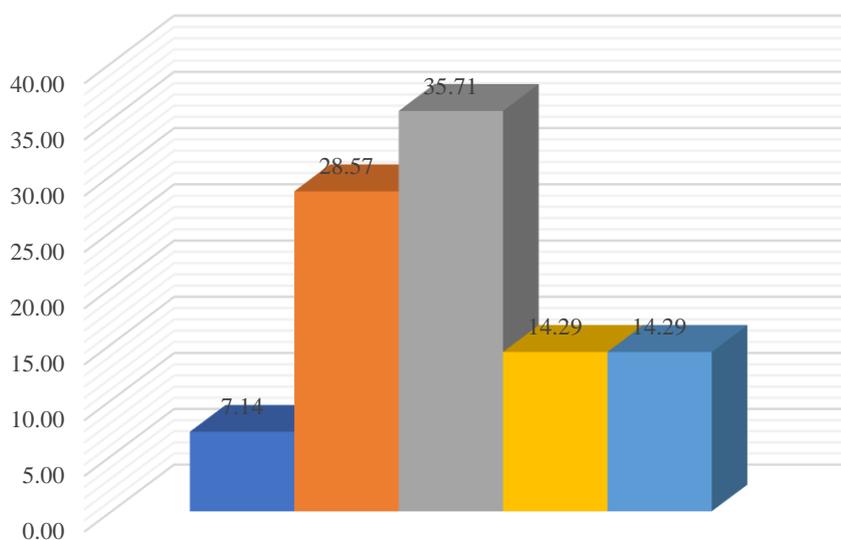


Figura 23. Distribución según las tendencias actuales de mercaderías.

Fuente: tabla 23

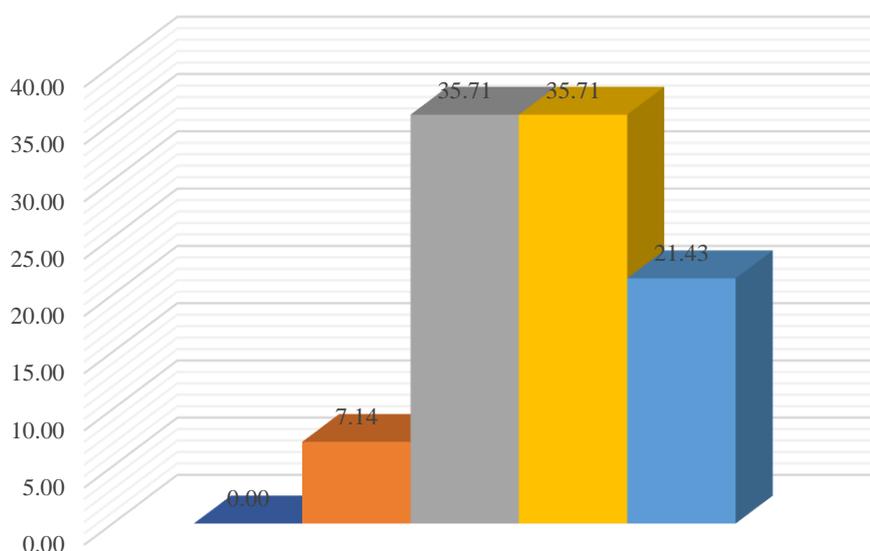
Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 7% nunca tiene su mercadería actual según las tendencias del mercado, y 36% algunas veces cuenta con mercaderías actuales según las tendencias de mercado.

Tabla 24

*Distribución según capacidad de pago a corto plazo*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	0	0.00	0.00
Muy pocas	1	7.14	7.14
Algunas	5	35.71	42.86
Casi siempre	5	35.71	78.57
Siempre	3	21.43	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 24.* Distribución según capacidad de pago a corto plazo.

Fuente: tabla 24

Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 7% muy pocas veces cuenta con capacidad de pago a corto plazo y el 36% casi siempre puede solventar sus obligaciones a corto plazo.

Tabla 25

*Distribución según la sostenibilidad del negocio*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	1	7.14	7.14
Muy pocas	2	14.29	21.43
Algunas	3	21.43	42.86
Casi siempre	4	28.57	71.43
Siempre	4	28.57	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.

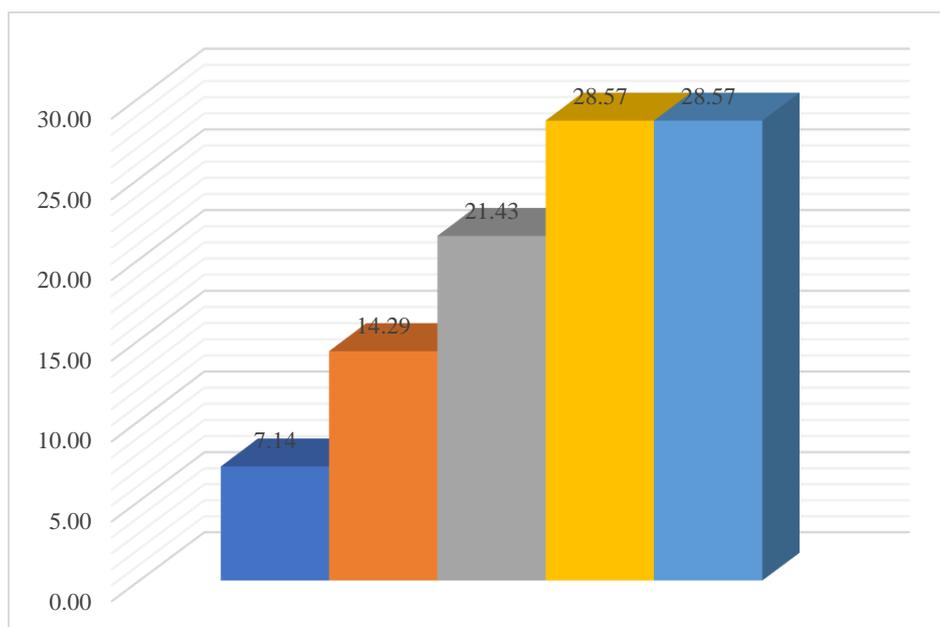


Figura 25. Distribución según la sostenibilidad del negocio.

Fuente: tabla 25

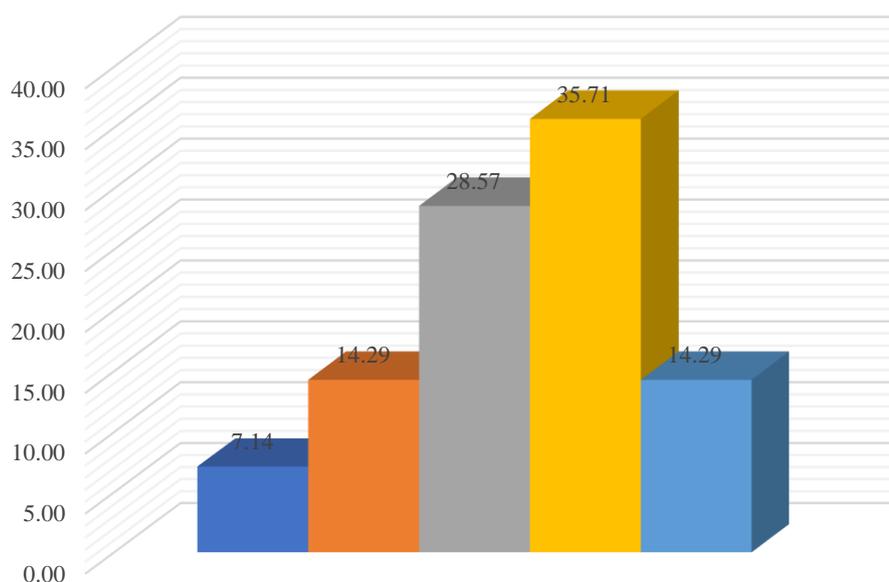
Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 7% nunca cree que su negocio le sea sostenible en el tiempo y el 29% siempre y casi siempre dicen que su negocio es sostenible en el tiempo.

Tabla 26

*Distribución según la satisfacción de los clientes a través de la mejora continua*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	1	7.14	7.14
Muy pocas	2	14.29	21.43
Algunas	4	28.57	50.00
Casi siempre	5	35.71	85.71
Siempre	2	14.29	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.



*Figura 26.* Distribución según la satisfacción de los clientes a través de la mejora continua.

Fuente: tabla 26

Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; nos refleja que un 7% cree que nunca la mejora continua contribuye a la satisfacción de los clientes y un 36% nos dice que casi siempre consideran que la mejora continua contribuye a la satisfacción de los clientes.

Tabla 27

*Distribución según los clientes fijos*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	1	7.14	7.14
Muy pocas	4	28.57	35.71
Algunas	5	35.71	71.43
Casi siempre	2	14.29	85.71
Siempre	2	14.29	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.

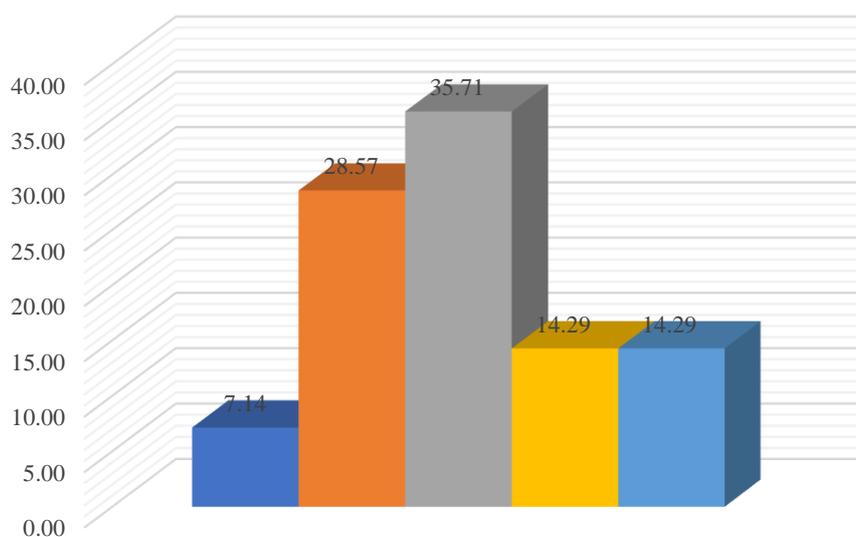


Figura 27. Distribución según los clientes fijos.

Fuente: tabla 27

Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 7% nunca tienen clientes fijos y el 36% algunas veces tienen clientes fijos.

Tabla 28

*Distribución según la preferencia de la calidad sobre el precio*

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia porcentual acumulada
Nunca	2	14.29	14.29
Muy pocas	5	35.71	50.00
Algunas	3	21.43	71.43
Casi siempre	3	21.43	92.86
Siempre	1	7.14	100.00
TOTAL	14	100	

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES – rubro ventas de calzados galería 5 continentes, Lima 2019.

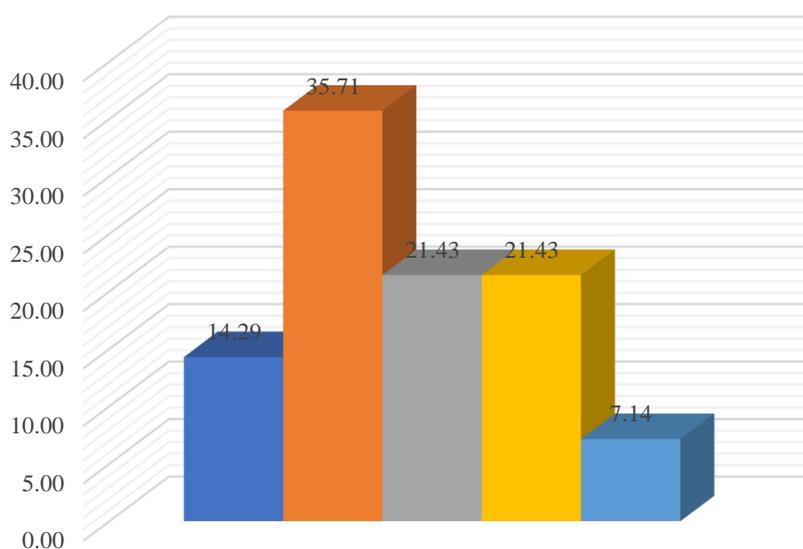


Figura 28. Distribución según la preferencia de la calidad sobre el precio.

Fuente: tabla 28

Del total de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ventas de calzados para dama, centro comercial 5 Continentes, Lima; el 7% dice que sus clientes nunca prefieren la calidad sobre el precio y el 36% dicen que muy pocas veces prefieren la calidad sobre el precio.

## **5.2. Análisis de resultados**

### **Con relación de los datos generales de los microempresarios encuestados**

La edad mayoría de los representantes, se encuentra entre los 36 – 50 años (tabla 1), estos resultados no coinciden con, Baca (2017); quien manifiesta que el microempresario de este rubro se caracteriza por ser una persona joven, en su mayoría representada por el género masculino, lo que no sucede en nuestro mercado ya que encontramos una participación igualitaria que con un 50% lo representan las mujeres y el otro 50% representada por los varones (tabal 2).

El grado de instrucción de los representantes de la mypes en estudio, son personas con estudios secundarios completos representado con un 43% y un 15% técnicos y universitarios (tabla 3), esta información encontrada tiene un grado de similitud con Baca (2017); quien en su investigación afirma que los representantes de su mercado son personas sin grado académico.

La modalidad de constitución que prevalece en este sector es como persona natural con negocio con un 64% (tabla 8), con años de permanencia en el mercado entre 4 a 9 años con un 71% (tabla 5) y representadas con un 43% (tabla 6) de su personal conformadas con familiares y terceras personas.

### **Respecto a la Gestión de calidad en las MYPES**

Solo el 36% de los microempresarios casi siempre aplican estrategias de ventas y el 7% nunca lo hace (tabla 8), esto significa que no dan mucha importancia a las ventas, siendo ésta el motivo de sus existencias solo el 7% (tabla 9) de los microempresarios tienen establecidas su misión y visión, además solo el 7% (tabla 10) realiza su análisis FODA, y el 21% (tabla 11), tienen sus metas establecidas por plazos; considerando estos elementos organizativos claves para la gestión de calidad, información encontrada que no contrasta con los resultados

encontrados por Montero (2014), quien nos dice que la implantación de un sistema de gestión de calidad es importante en cualquier tipo de empresa independientemente de su tamaño, los microempresarios deben de cambiar en su forma de manejo de la empresa, ya que al establecer la misión y visión les permitirá establecer una dirección hacia donde se tienen que dirigir, y el análisis FODA, indispensable para evaluarse externa e internamente y conocer la capacidad competitiva empresarial.

### **Respecto a los beneficios de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.**

Con respecto a la preferencia a la calidad por el precio por parte de los clientes, el 36% de los encuestados dicen que muy pocas veces los clientes prefieren la calidad sobre el precio (tabla 28), resultado que no contrasta con su investigación de Prudencio (2014), quien dice que, además, los clientes perciben algún alto grado de diferencia respecto a la fidelidad, que tiene hacia las zapaterías en que mantendrán su preferencia, aunque haya alzas de precio y no recomendarían mal a otras personas.

Con respecto a la mercadería el 86%, casi siempre ofrecen mercaderías actuales según las tendencias del mercado (tabla 23); el 36% de los microempresarios casi siempre cuentan con capacidad de pago a corto plazo (tabla 25), esto refleja que un grupo de microempresarios le va muy bien en el negocio y podemos relacionarlo con los resultados obtenidos respecto a la sostenibilidad del negocio, ya que el 29% consideran que su negocio siempre será sostenible (tabla 26).

## VI. CONCLUSIONES

Los dueños de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de calzados para dama centro comercial 5 continentes, Lima; en su mayoría están representadas por personas entre los 36 a 50 años de edad; con la participación compartida en ambos géneros con un 50% de varones y 50% de mujeres, con estudios de nivel secundaria completa; con una permanencia entre los 4 y 9 años en el mercado, siendo su grupo mayor de trabajadores conformados por familiares y terceras personas, constituidas como persona natural con negocio.

### **Respecto a la gestión de calidad**

En este sector no se aplican estrategias de ventas, consideramos que es un mercado que se mueve solo, ya que la mercadería ayuda a las ventas porque siempre son productos que se encuentran según las tendencias del mercado. No trabajan con una misión y visión empresarial, solo se dejan llevar por los resultados que obtienen, no buscan mejorar; volverse competentes, es algo que no saben cómo hacerlo, no se evalúan a través de un análisis interno y externo que les permitan saber su capacidad competitiva; ya que 6 de cada 14 microempresarios nunca realizan un análisis FODA. No están, pendiente al crecimiento económico que puedan registrar, solo realizan sus actividades sin comparar sus resultados anteriores, con resultados estándares.

## **Respecto a los beneficios de las Mypes con la aplicación de la gestión de calidad**

Casi siempre buscan mejorar su negocio, con inversiones, tiene un negocio productivo ya que en su mayoría presentan que los ingresos son mayores que los egresos, además, este sector es considerado como sostenible, con solvencia económica para cumplir con obligaciones a corto plazo, podemos identificar este sector; que la fidelidad del cliente es impredecible ya que siempre buscan productos de moda, si el microempresario no lo tiene, buscara encontrarlo en la competencia, no se puede asegurar que cliente sea fiel a la marca, ya que en su mayoría prefieren y buscan productos de moda que tengan precios bajos, por encima de la calidad.

## **Recomendaciones**

Constituirse como persona jurídica, ya que el tipo de constitución influye mucho, hasta donde uno quiere llegar como organización, constituirse como persona natural con negocio tiene limitaciones como; restricción a participar en licitaciones públicas, hacer frente a obligaciones con todos los bienes, acceso limitado al financiamiento, ofrecer beneficios tentativos al personal, crecimiento de la marca. Esto, a diferencia de una constitución como persona jurídica, abre puertas a la globalización, a la participación a licitaciones, a nuevos mercados a inversiones de financieras, a responder a obligaciones con el valor del patrimonio empresarial, ofrecer beneficios a los trabajadores.

Aplicar estrategias de ventas nunca será negativo, ya que una estrategia siempre busca mejorar las cifras de ingreso, pero si, es indispensable analizar el problema, para que la estrategia empleada tenga resultados buscados.

Establecer la misión y visión empresarial, ya que estos son el pilar de una organización, ya que la misión nos responde a la pregunta ¿Quiénes somos?; y la visión ¿Qué queremos ser?, para iniciar debemos de saber que hacemos, que somos, donde nos encontramos, y hacia donde nos dirigimos, que queremos lograr, esto, serán guías para la empresa que busque llegar a su visión, así aplicar las estrategias para conseguir el resultado.

Realizar un análisis empresarial es indispensable, siendo el más básico el análisis FODA, este nos ayudará a conocernos empresarialmente, a través de ello podemos planear nuestros objetivos, metas, sabiendo nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas, tanto internas como externas, nos permitirá encontrar nuestros puntos débiles en que mejorar y nuestros puntos potenciales a fortalecer.

Evaluarnos con resultados anteriores, nos permitirá conocer el progreso del negocio, en comparación a gestiones anteriores, si el negocio está mejorando o está decreciendo, estar pendiente a los resultados que se obtengan, porque, si se encuentran resultados negativos, nos permitirá planear una acción de mejora a tiempo, para dar un contraataque que mejore los resultados y evitar pérdidas.

Aplicar el ciclo de calidad, es una herramienta sencilla pero potente para el mejoramiento continuo, a través de sus cuatro pasos, ya que permite identificar los problemas y brindar soluciones a los problemas puedan surgir, ayuda a suprimir el trabajo innecesario que no contribuye en los beneficios de la empresa.

## Referencias

- Alcalde, P. (2009). *Calidad*. impreso: graficas Rogar Polig. Alparrache. Navalcarnero, Madrid.
- Alcalde, P., 2007. *Calidad*. Editor: editorial Paraninfo
- Baca, (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercial rubro venta de calzado deportivo, distrito Iquitos*. Universidad Uladech católica, Iquitos, Perú.
- Beltrán, J. (1995). *Psicología de la educación*. Editor: Marcombo, Barcelona.
- Bernal, C. 2006. *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Editor: Pearson educación
- Bória, S. y García A. (2006). *Métodos del trabajo aplicados a las ciencias sociales*. Editorial: Graficas Rey, S.L. – Barcelona.
- Calderón (2015). *Gestión por procesos en el sector de venta al por mayor de calzado en cuenca. Propuesta de un modelo de gestión por procesos en la empresa GLOBALSHOES CIA. LTDA*. Universidad de Cuenca, Ecuador.
- Cieza A., E. (2013). *Gestión de calidad y formalización de las Mypes del sector comercio rubro – compra y venta de calzado en el centro comercial el Virrey m- Trujillo, año 2013*. Tesis para optar el título de licenciado en administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo, Perú.
- Cuatrecasas y González (2017). *Gestión integral de la calidad: implantación, control y capacitación*. Editor: Profit Editorial
- Cuatrecasas, A. L. (2000). *Gestión de la calidad total*. Editorial: Ediciones Díaz de Santos. Sunny Isles Beach, Miami.
- Cuatrecasas, L. (2009). *Gestión integral de la calidad: implantación, control y certificación (3a. ed.)*. Editorial: Ediciones Gestión 2000. Madrid.

- Deming, E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. Editorial: Ediciones Díaz de Santos.
- Espinosa, (2009). *Calidad total*. El Cid Editor | apuntes. Córdoba. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Fontalvo, H. T. J. (2007). *Herramientas efectivas para el diseño e implantación de un sistema de gestión de la calidad ISO 9000:2000*. Editorial: Corporación para la gestión del conocimiento ASD 2000. Bogotá.
- Fuentelsaz, C.; Icart, M.; y Pulpón, A., 2006. *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Editor: Ediciones Universitat Barcelona
- Gómez, F. y Francisco J. (2003). *Seis sigmas*. Ediciones Fc
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Editor: editorial las brujas.
- Gonzales y Mogrovejo, (2014). *Auditoría de gestión aplicada a la importación y comercialización de calzado, prendas de vestir y complementos de la empresa DEEP ubicada en la ciudad de cuenca*. Universidad de Cuenca, Ecuador.
- Griful, E. y Canela, A. (2002). *Gestión de la calidad*. Ediciones de la universidad de Catalunya, SL. Jordi Girona Salgado – Barcelona.
- Juran, J y Nicolau J. (1990). *Juran y el liderazgo para la calidad*. Ediciones Díaz de santos s.a.
- López, L. P. (2016). *Herramientas para la mejora de la calidad: métodos para la mejora continua y la solución de problemas*. Editorial FC. Madrid, España
- López, L. P. (2016). *Novedades ISO 9001: 2015*.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. Editor: Pearson Educación.

- Marcelino, M., y Ramírez, D. (2014). *Administración de la calidad: nuevas perspectivas*. Editorial: Grupo Editorial Patria. México, D.F., México.
- Ministerio de producción (2018). *Micro, pequeña y mediana empresas (mipyme)*. Disponible: <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>
- Montero (2014). *Formulación del diseño de propuesta del sistema de gestión de calidad, bajo la norma ISO 9001: 2008, para calzado "LA CASA DEL PANTENERO"*. Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca Ecuador.
- Morales, G. (2009). *Benchmarking*. Retrieved from <http://ebookcentral.proquest.com>
- Padilla, (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*. Universidad Uladech católica, Chiclayo, Perú.
- Pasqual, J., 1999. *La evaluación de políticas y proyectos: criterios de valoración económicos y sociales*. Editor: Icaria Editorial.
- Pola, M. Á. (1988). *Gestión de la calidad*. Editorial: Marcombo. Barcelona.
- Prudencio, (2014). *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*. Universidad Uladech católica, Huaraz, Perú.
- Udaondo, M. (1992). *Gestión de calidad*. Editorial: Ediciones Díaz de Santos S.A. Madrid – España.
- Zegarra (2016). *implementación de un sistema de inventario computarizado promedio para el adecuado cálculo del costo de venta en la empresa import medical service*. universidad Autónoma del Perú, Lima – Perú.

## Anexos

### a. Relación de los comerciales a investigar

N°	RELACIÓN	RUC	N° DE STAND	TAMAÑO
01	AMI FASHION	10097083571	1013	PEQUEÑA
02	BOUTIQUE MAYLLE	10421938071	1217	PEQUEÑA
03	CALZADOS GARFIAS		1191-1192-1236- 1246-1203	MEDIANA
04	VALUGCY		1211- 1212- 1378	MEDIANA
05	CALZADOS CAMILA S.AC.	20601236207	1066	MEDIANA
06	AUQUI AYALA YURI JUDITH (BANANITAS)	10479153464	1472 - 1473	PEQUEÑA
07	COMERCIAL ALIAGA		1484	PEQUEÑA
08	ROBLES LOPEZ SONIA (EXC. SD "SAID")	10805790038	1480	PEQUEÑA
09	CALZADOS FHIRE		1138 - 1247	PEQUEÑA
10	BELLAS		1086	PEQUEÑA
11	AGUIRRE LOPEZ MARIA MAGDALENA (MI CALZADO)	10478218244	1126	PEQUEÑA
12	COMERCIAL BRIANNA	10462305244	1077	PEQUEÑA
13	CREACIONES MICHEL		1421 - 1436	MEDIANA
14	ZAPATERIA ROSSI		1263	PEQUEÑA

*Fuente: información recopilada por la SUNAT, 2019.*

## b. Cuestionario de preguntas

El cuestionario que se aplicamos a los representantes de las MYPES del sector comercio, rubro ventas de calzado para dama.

INSTRUCCIONES: A continuación, le presentamos 32 preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista.

### **I. GENERALIDADES**

#### 1.1.Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas

##### **2. Edad**

- a) 18 – 25
- b) 26 – 35
- c) 36 – 50
- d) 51 a mas

##### **2. Genero**

- a) Femenino
- b) Masculino

##### **3. Grado de instrucción**

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Superior no universitaria
- d) Superior universitaria

##### **4. Cargo que desempeña**

- a) Administrador

b) Dueño

## 1.2. Características de las micro y pequeñas empresas

### 5. Tiempo de permanencia en el mercado

a) 0 – 3 años

b) 4 - 9

c) 10 – 14

d) 15 a más

### 6. Número de trabajadores

a) 1 – 3

b) 4 – 9

c) 9 - 10

d) 11 a más

### 7. Las personas que trabajan en su empresa son:

a) Familiares

b) Terceras personas

c) Familiares y terceras personas

### 8. Tipo de constitución de la empresa

a) Persona Natural

b) Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)

c) Sociedad Anónima (S.A.)

d) Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)

e) Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)

## ALTERNATIVAS

Nunca (1)	Muy pocas (2)	Algunas (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
--------------	------------------	----------------	---------------------	----------------

N°	ÍTEMS	ALTERNATIVAS				
<b>Variable: Gestión de Calidad</b>						
Dimensión 1: Planificar						
1	Aplica alguna estrategia de venta (promociones, 2 por 1)	1	2	3	4	5
2	Tiene establecido la misión y visión	1	2	3	4	5
3	Realiza el análisis FODA	1	2	3	4	5
4	Planifica las metas por plazos	1	2	3	4	5
Dimensión 2: Hacer						
5	Cumple el plan de trabajo establecido	1	2	3	4	5
6	Las normas y reglamentos están establecidos de manera clara y sencilla	1	2	3	4	5
7	Mantiene organizado y actualizado el control de inventarios	1	2	3	4	5
Dimensión 3: Verificar						
8	Realiza seguimiento al desempeño de su personal	1	2	3	4	5
9	Realiza seguimiento al cumplimiento de metas	1	2	3	4	5
10	Compara los resultados obtenidos con los resultados anteriores	1	2	3	4	5
Dimensión 4: Actuar						
11	Considera importante dar seguimiento a las actividades para la mejora continua	1	2	3	4	5
<b>Variable: Beneficios de la Mypes</b>						
Dimensión 1: Reducción de costos						
12	Controla los costos de almacenaje de su mercadería	1	2	3	4	5
13	Realiza inversiones	1	2	3	4	5
14	La reducción de costos influye en los aumentos de los beneficios empresariales (utilidades, dividendos etc.)	1	2	3	4	5
Dimensión 2: Aumento de productividad						
15	El volumen de ventas es creciente	1	2	3	4	5
16	Las mercaderías siempre son actuales según las tendencias	1	2	3	4	5
Dimensión 3: Rentabilidad						
17	Cuenta con capacidad de pago a corto plazo	1	2	3	4	5
18	Considera Ud. Que su negocio es sostenible en el tiempo	1	2	3	4	5
D4: Satisfacción de los clientes						
19	La mejora continua contribuye a la satisfacción de los clientes	1	2	3	4	5
20	Cuenta con clientes fijos	1	2	3	4	5
21	La calidad del producto favorece a los clientes, sobre el precio	1	2	3	4	5